



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
VINCULACIÓN Y POSGRADO

DIRECCIÓN DE POSGRADO

Potencial turístico del “Qhapaq ñan” de la parroquia Cojitambo, para el desarrollo local
del cantón azogues.

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de Magíster en Desarrollo Local
mención Planificación, Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

AUTOR:

Ing. Paúl Renato Gualpa Gualpa.

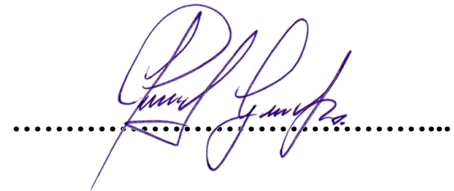
TUTOR:

Mgs. Silvia M. Aldaz Hernández PhD

Riobamba, Ecuador. 2022

AUTORÍA DE INVESTIGACIÓN

Yo, Guallpa Guallpa Paúl Renato
con CI: 0302200910, soy el gestor de los estudios,
doctrinas, conclusiones y lineamientos alternativos
realizados en la presente investigación y el
patrimonio intelectual del trabajo investigativo
pertenece a la Universidad nacional de Chimborazo.



Ing. Guallpa Guallpa Paúl Renato

CI: 0302200910

CERTIFICADOS DEL TUTOR

Riobamba, 21 de diciembre del 2021

Máster

Ximena Tapia

**COORDINADORA DE LA MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.**

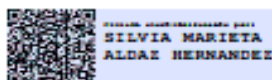
Presente.

De mi consideración:

Deseo el mejor de los éxitos en sus actividades profesionales y personales, a la vez me permito hacer llegar el informe del avance del 50% de la tesis titulada "POTENCIAL TURÍSTICO DEL "QHAPAQ ÑAN" DE LA PARROQUIA COJITAMBO, PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN AZOGUES", elaborado por el maestrante Paúl Renato Gualpa Gualpa, con mi asesoramiento en calidad de tutor.

Por la gentil atención que se digne dar al presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Mgs. Silvia M. Aldaz Hernández PhD

DOCENTE TUTOR

PD. Adjunto el documento del trabajo de investigación con el avance del 50%.

Riobamba, 15 de febrero del 2022

Máster

Ximena Tapia

**COORDINADORA DE LA MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.**

Presente.

De mi consideración:

Deseo el mejor de los éxitos en sus actividades profesionales y personales, a la vez me permito hacer llegar el informe del avance del 75 % de la tesis titulada “POTENCIAL TURÍSTICO DEL “QHAPAQ ÑAN” DE LA PARROQUIA COJITAMBO, PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN AZOGUES”, elaborado por el maestrante Paúl Renato Guallpa Guallpa, con mi asesoramiento en calidad de tutor.

Por la gentil atención que se digne dar al presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



SILVIA MARIETA
ALDAZ HERNANDEZ

Mgs. Silvia M. Aldaz Hernández PhD

DOCENTE TUTOR

PD. Adjunto el documento del trabajo de investigación con el avance del 75%

Riobamba, 02 de marzo del 2022

Máster

Ximena Tapia

**COORDINADORA DE LA MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.**

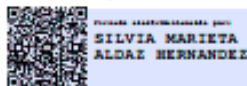
Presente.

De mi consideración:

Deseo el mejor de los éxitos en sus actividades profesionales y personales, a la vez me permito hacer llegar el informe del avance del 100% de la tesis titulada "POTENCIAL TURÍSTICO DEL "QHAPAQ ÑAN" DE LA PARROQUIA COJITAMBO, PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN AZOGUES", elaborado por el maestrante Paúl Renato Guallpa Guallpa, con mi asesoramiento en calidad de tutor.

Por la gentil atención que se digne dar al presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Mgs. Silvia M. Aldaz Hernández PhD

DOCENTE TUTOR

PD. Adjunto el documento del trabajo de investigación con el avance del 100%

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO DIRECCIÓN DE POSGRADO CERTIFICACIÓN

El Tribunal de Defensa de Trabajo de titulación designado por la Comisión de Posgrado, para receptor la Defensa Privada de la investigación cuyo tema es: "POTENCIAL TURÍSTICO DEL "QHAPAQ ÑAN" DE LA PARROQUIA COJITAMBO, PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN AZOGUES" presentada por el maestrante: Gualpa Gualpa Paúl Renato CERTIFICA que las observaciones realizadas por los Miembros del Tribunal se han superado, razón por la cual, se autoriza presentar el Trabajo Investigativo en la Dirección de Posgrado, para su sustentación pública.

Para constancia de la presente, firman los Miembros del Tribunal.

Riobamba, 04 de abril del 2022

Mgs. Silvia Aldaz
TUTOR

Mgs. Ximena Tapia
PRESIDENTE DE TRIBUNAL

Ms. Mgs. Andrea Garrido
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ms. Mgs. Eduardo Dávalos
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

A Dios por regalarme cada minuto de mi vida y guiarme con su luz para cumplir con esta etapa de estudios, a mi esposa, hijos, madre, hermanos y sobrinos por alentarme a seguir con mis estudios.

A mis suegros Bolivar Yantalema y Susana Samaniego por sus palabras de aliento y conocimientos compartidos.

A la Dra. Silvia Aldaz por regalarme parte de su valioso tiempo y sus conocimientos, impulsándome a la culminación de esta investigación.

A los pobladores de Cojitambo, herederos de identidad y patrimonio invaluable, por permitirme a través de ellos buscar mis raíces, espero con este trabajo retribuir de alguna manera su gran aporte.

Gualpa Gualpa Paúl Renato

DEDICATORIA

Al creador que puso en mi camino a todas esas almas nobles y generosas, que de una u otra manera han contribuido para lograr este objetivo anhelado.

De manera especial a mi esposa Patricia por el apoyo incondicional, a mis hijos Ayelén y Danny por la felicidad que me regalan cada día, a mi madre Jesús

INDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I.....	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1. PROBLEMA GENERAL	3
1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	3
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3. OBJETIVOS.....	5
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	5
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4. HIPÓTESIS.....	5
1.4.1. HIPÓTESIS GENERAL	5
1.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	5
CAPITULO II.....	6
2. MARCO TEORICO – ESTADO DEL ARTE.....	6
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.2. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA.....	11
2.3. BASES TEÓRICAS.....	12
2.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	20
CAPÍTULO III.....	23
3. METODOLOGÍA.....	23
3.1. ENFOQUE, DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN.	23
3.3. POBLACIÓN DE ESTUDIO.	26
3.4. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	26
3.8. VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	31
CAPITULO IV.....	36

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	36
4.1. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	36
4.1.1. DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL QHAPAQ ÑAN PARA DETERMINAR EL POTENCIAL TURÍSTICO ...	36
4.2. ANÁLISIS DE DATOS OBTENIDOS MEDIANTE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	42
4.2.1. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	42
4.2.1.1. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA LIGADA AL QHAPAQ ÑAN.....	64
4.2.2. ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA DEL QHAPAQ ÑAN.	65
4.2.2.1. CARACTERIZACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA COJITAMBO	87
4.2.3. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN.....	88
4.2.3.1. ASPECTOS IMPORTANTES DE LA POBLACIÓN LOCAL	106
4.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	107
4.3.1. PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL:	107
4.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	108
CAPITULO V.....	112
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	112
5.1. CONCLUSIONES.....	112
5.2. RECOMENDACIONES.	113
CAPITULO VI.....	114
6. PROPUESTA.....	114
6.8. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	154
ANEXOS.....	159

INDICE DE TABLAS

TABLA 1.	VARIABLE INDEPENDIENTE	20
TABLA 2.	VARIABLE DEPENDIENTE	21
TABLA 3.	MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	22
TABLA 4.	ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD ENCUESTA TURISTAS.	31
TABLA 5.	ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD ENCUESTA POBLACIÓN.....	31
TABLA 6.	ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD ENCUESTA PRESTADORES DE SERVICIOS.	31
TABLA 7.	PRUEBA DE NORMALIDAD PARA VARIABLES TOMADAS DE LA ENCUESTA DE TURISTAS	34
TABLA 8.	PRUEBA DE NORMALIDAD PARA VARIABLES TOMADAS ENCUESTA DE POBLACIÓN LOCAL.....	34
TABLA 9.	ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES LIGADOS AL QHAPAQ ÑAN.	36
TABLA 10.	VALORACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	37
TABLA 11.	PRESTADORES DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE	39
TABLA 12.	PRESTADORES DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.....	39
TABLA 13.	PRESTADORES DE SERVICIOS DE TRANSPORTE.....	40
TABLA 14.	AGENCIAS Y OPERADORES TURÍSTICOS.....	40
TABLA 15.	SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN.....	41
TABLA 16.	INFRAESTRUCTURA DE APOYO.....	41
TABLA 17.	GÉNERO.....	42
TABLA 18.	EDAD	43
TABLA 19.	¿CUÁL ES SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN?.....	44
TABLA 20.	¿PARROQUIA A LA QUE PERTENECE?.....	45
TABLA 21.	¿CUÁL ES EL TIPO DE SERVICIO TURÍSTICO QUE UD. OFRECE?	46
TABLA 22.	¿CUÁL ES EL VALOR DE SUS SERVICIOS?.....	48
TABLA 23.	VALOR PROMEDIO POR SERVICIO	49
TABLA 24.	¿CUÁL ES NÚMERO DE TURISTAS QUE HA RECIBIDO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO?	50

TABLA 25.	TEMPORADA.....	52
TABLA 26.	CAPACIDAD MÁXIMA INSTALADA POR TIPO DE SERVICIO.....	53
TABLA 27.	PUBLICIDAD.....	54
TABLA 28.	¿QUÉ SITIO RECOMIENDA VISITAR EN EL CANTÓN AZOGUES?.....	56
TABLA 29.	¿CUÁL ES SU PROPUESTA DE VALOR QUE LE DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA?	57
TABLA 30.	¿GRADO DE IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA LA CREACIÓN DE NUEVOS EMPLEOS?	60
TABLA 31.	¿CUÁNTOS EMPLEADOS TIENE EN SU EMPRESA O EMPRENDIMIENTO?	61
TABLA 32.	¿CAPACITA A SU PERSONAL?	62
TABLA 33.	¿CONOCE EL QHAPAQ ÑAN DE LA PARROQUIA COJITAMBO?	63
TABLA 34.	GÉNERO.....	65
TABLA 35.	EDAD	66
TABLA 36.	NIVEL INSTRUCCIÓN.	67
TABLA 37.	OCUPACIÓN.....	69
TABLA 38.	CON QUIÉN VIAJA	70
TABLA 39.	NÚMERO DE PERSONAS.....	71
TABLA 40.	CONOCE EL OHAPAQ ÑAN DE LA PARROQUIA COJITAMBO.....	72
TABLA 41.	¿QUÉ ATRACTIVOS LE LLAMA LA ATENCIÓN EN EL SECTOR DE COJITAMBO?	75
TABLA 42.	¿CÓMO ORGANIZÓ SU VIAJE?.....	76
TABLA 43.	¿POR QUÉ MEDIO SE INFORMÓ SOBRE LA PARROQUIA COJITAMBO?	77
TABLA 44.	¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZA?.....	78
TABLA 45.	¿CUÁNTOS DÍAS SE QUEDARÍA EN LA PARROQUIA COJITAMBO O CANTÓN AZOGUES?	79
TABLA 46.	¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE HOSPEDAJE, POR PERSONA?	80
TABLA 47.	¿CUÁL ES EL GASTO DIARIO QUE UD. REALIZA POR REALIZAR TURISMO LOCAL?	81
TABLA 48.	¿CÓMO CALIFICA UD. LA ESTANCIA EN LA PARROQUIA COJITAMBO?.....	84
TABLA 49.	PERCEPCIÓN DE RETORNO DEL TURISTA.....	85

TABLA 50.	¿RECOMENDARÍA A OTRAS PERSONAS VISITAR LA PARROQUIA COJITAMBO?	86
TABLA 51.	GÉNERO.....	88
TABLA 52.	EDAD	89
TABLA 53.	¿CUÁL ES SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN?	90
TABLA 54.	¿CÓMO SE AUTO IDENTIFICA?	91
TABLA 55.	¿CUÁL ES SU OCUPACIÓN?	92
TABLA 56.	¿PIENSA QUE EL TURISMO CONTRIBUYE AL DESARROLLO LOCAL DE LA PARROQUIA?	93
TABLA 57.	¿LE GUSTARÍA EMPRENDER EN ACTIVIDADES DE TURISMO EN LA PARROQUIA?	94
TABLA 58.	¿EN QUÉ ACTIVIDAD LE GUSTARÍA EMPRENDER?	95
TABLA 59.	TRADICIONES CULTURALES	96
TABLA 60.	¿PARROQUIA POSEE UNA ALTA POTENCIALIDAD PARA DESARROLLARSE TURÍSTICAMENTE? ..	98
TABLA 61.	¿APOYA USTED A LA PARROQUIA EN LA IDEA DE INCURSIONAR EN EL TURISMO?.....	100
TABLA 62.	¿POR QUÉ MEDIOS SE HACE PUBLICIDAD DE LA PARROQUIA?.....	101
TABLA 63.	¿CONOCE EL QHAPAQ ÑAN DE LA PARROQUIA COJITAMBO?	105
TABLA 64.	REGLA DE DECISIÓN	108
TABLA 65.	REGLA DE DECISIÓN	109
TABLA 66.	REGLA DE DECISIÓN	110
TABLA 67.	REGLA DE DECISIÓN	111

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.	MAPA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	38
FIGURA 2.	GÉNERO	42
FIGURA 3.	EDAD	43
FIGURA 4.	¿CUÁL ES SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN?	44
FIGURA 5.	¿PARROQUIA A LA QUE PERTENECE?	45
FIGURA 6.	¿CUÁL ES EL TIPO DE SERVICIO TURÍSTICO QUE UD. OFRECE?	46
FIGURA 7.	PRODUCTO ESTRELLA	47
FIGURA 8.	¿CUÁL ES EL VALOR DE SUS SERVICIOS?	49
FIGURA 9.	¿CUÁL ES NÚMERO DE TURISTAS QUE HA RECIBIDO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO?	51
FIGURA 10.	TEMPORADA.....	52
FIGURA 11.	PUBLICIDAD	54
FIGURA 12.	VISITAS DEL CANTÓN AZOGUES	55
FIGURA 13.	¿QUÉ SITIO RECOMIENDA VISITAR EN EL CANTÓN AZOGUES?	56
FIGURA 14.	¿CUÁL ES SU PROPUESTA DE VALOR QUE LE DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA?	57
FIGURA 15.	¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN SOBRE LOS SERVICIOS GENERALES DEL CANTÓN AZOGUES?	58
FIGURA 16.	¿CUÁL ES SU PERCEPCIÓN SOBRE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN AZOGUES?	59
FIGURA 17.	¿GRADO DE IMPORTANCIA DEL TURISMO PARA LA CREACIÓN DE NUEVOS EMPLEOS?	60
FIGURA 18.	¿CUÁNTOS EMPLEADOS TIENE EN SU EMPRESA O EMPRENDIMIENTO?	61
FIGURA 19.	¿CAPACITA A SU PERSONAL?	62
FIGURA 20.	¿CONOCE EL QHAPAQ ÑAN DE LA PARROQUIA COJITAMBO?	63
FIGURA 21.	GÉNERO	65
FIGURA 22.	EDAD	66
FIGURA 23.	NIVEL INSTRUCCIÓN	67
FIGURA 24.	PROCEDENCIA	68

FIGURA 25.	OCUPACIÓN.....	69
FIGURA 26.	CON QUIÉN VIAJA.....	70
FIGURA 27.	NÚMERO DE PERSONAS.....	71
FIGURA 28.	CONOCE EL OHAPAQ ÑAN DE LA PARROQUIA COJITAMBO.....	72
FIGURA 29.	ACTIVIDAD TURÍSTICA LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTE EN LA PARROQUIA COJITAMBO	73
FIGURA 30.	MAPA PERCEPTUAL “PERCEPCIÓN DE LOS TURISTAS”	74
FIGURA 31.	¿QUÉ ATRACTIVOS LE LLAMA LA ATENCIÓN EN EL SECTOR DE COJITAMBO?	75
FIGURA 32.	¿CÓMO ORGANIZÓ SU VIAJE?.....	76
FIGURA 33.	¿POR QUÉ MEDIO SE INFORMÓ SOBRE LA PARROQUIA COJITAMBO?	77
FIGURA 34.	¿QUÉ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZA?.....	78
FIGURA 35.	¿CUÁNTOS DÍAS SE QUEDARÍA EN LA PARROQUIA COJITAMBO O CANTÓN AZOGUES?	79
FIGURA 36.	¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO DE HOSPEDAJE?	80
FIGURA 37.	¿CUÁL ES EL GASTO DIARIO QUE UD. REALIZA POR REALIZAR TURISMO LOCAL?	81
FIGURA 38.	¿PERCEPCIÓN SOBRE LOS SERVICIOS GENERALES DE LA PARROQUIA COJITAMBO?	82
FIGURA 39.	¿PERCEPCIÓN SOBRE LOS SERVICIOS GENERALES DE LA PARROQUIA COJITAMBO?.....	83
FIGURA 40.	¿CÓMO CALIFICA UD. LA ESTANCIA EN LA PARROQUIA COJITAMBO?.....	84
FIGURA 41.	PERCEPCIÓN DE RETORNO DEL TURISTA.....	85
FIGURA 42.	¿RECOMENDARÍA A OTRAS PERSONAS VISITAR LA PARROQUIA COJITAMBO?	86
FIGURA 43.	GÉNERO.....	88
FIGURA 44.	COMPETENCIAS A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR TURÍSTICO.	89
FIGURA 45.	¿CUÁL ES SU NIVEL DE INSTRUCCIÓN?	90
FIGURA 46.	¿CÓMO SE AUTO IDENTIFICA?	91
FIGURA 47.	¿CUÁL ES SU OCUPACIÓN?	92
FIGURA 48.	¿PIENSA QUE EL TURISMO CONTRIBUYE AL DESARROLLO LOCAL DE LA PARROQUIA?	93
FIGURA 49.	¿LE GUSTARÍA EMPRENDER EN ACTIVIDADES DE TURISMO EN LA PARROQUIA?	94

FIGURA 50.	¿EN QUÉ ACTIVIDAD LE GUSTARÍA EMPRENDER?	95
FIGURA 51.	TRADICIONES CULTURALES	96
FIGURA 52.	¿POR QUÉ LAS TRADICIONES DEBEN SER APROVECHADAS POR EL TURISMO?	97
FIGURA 53.	¿PARROQUIA POSEE UNA ALTA POTENCIALIDAD PARA DESARROLLARSE TURÍSTICAMENTE? ..	98
FIGURA 54.	¿POR QUÉ POSEE UNA ALTA POTENCIALIDAD?	99
FIGURA 55.	¿APOYA USTED A LA PARROQUIA EN LA IDEA DE INCURSIONAR EN EL TURISMO?.....	100
FIGURA 56.	¿POR QUÉ MEDIOS SE HACE PUBLICIDAD DE LA PARROQUIA?.....	101
FIGURA 57.	MOTIVO POR EL CUAL LOS TURISTAS VISITAN LA PARROQUIA COJITAMBO	102
FIGURA 58.	¿QUÉ SITIO RECOMIENDA VISITAR EN LA PARROQUIA COJITAMBO?	103
FIGURA 59.	SERVICIOS.....	104
FIGURA 60.	¿CONOCE EL QHAPAQ ÑAN DE LA PARROQUIA COJITAMBO?	105

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar cómo influye el potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo en el desarrollo local del cantón Azogues. Para ello se realizó el diagnóstico de la oferta y la caracterización de la demanda turística, para luego proponer estrategias de desarrollo local de acuerdo a la realidad identificada en el territorio.

La investigación es documental, descriptiva, correlacional y de campo. El diseño de investigación es no experimental puesto que no se manipularon datos de las variables de estudio deliberadamente; al mismo tiempo es transversal porque se recolectan los datos en un solo momento, su propósito es describir las variables y analizar las mismas en un solo lugar y en un periodo específico donde se recopila la información. De este modo se aplicaron 330 encuestas a los visitantes que llegan a la parroquia Cojitambo, sitio donde se ubica el Qhapaq Ñan, 196 encuestas a los pobladores de Cojitambo y 78 encuestas a prestadores de servicio de la ciudad de Azogues, poblado más cercano al Qhapaq Ñan que dispone prestadores de servicios turísticos. Para los análisis de datos se utilizó el software IBM SPSS Statistic 20, la fiabilidad del instrumento se midió aplicando el coeficiente Alfa de Cronbach, también se realizaron análisis de tipo descriptivo utilizando tablas y gráficas, análisis de correspondencia múltiple y nube de palabras para datos obtenidos en preguntas abiertas o de opinión, se comprobaron las hipótesis mediante el método estadístico de Ji- cuadrado, mismo que nos permitió probar la independencia de las variables cualitativas discretas.

Finalmente se elaboró estrategias de desarrollo local, tomando en cuenta la realidad turística del Qhapaq Ñan, las características relevantes de la demanda y segmentos identificados; de este modo se propone dos estrategias, la primera el fortalecimiento de capacidades de la población local a través del emprendimiento, la segunda la creación de rutas de turismo, tomando como base la visita al Qhapaq Ñan.

PALABRAS CLAVE: Potencial turístico, desarrollo local, Qhapaq Ñan, estrategias de desarrollo local.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze how the tourism potential of the Qhapaq Ñan of the Cojitambo parish influences local development in the Azogues canton. To this end, a diagnosis of the supply and characterization of the tourism demand made, and then local development strategies proposed according to the reality identified in the territory. The research is documentary, descriptive, correlational and field research. The research design is non-experimental since no data of the study variables deliberately manipulated; at the same time, it is transversal because the data collected at a single moment, its purpose is to describe the variables and analyze them in a single place and in a specific period where the information collected. Thus, 330 surveys administered to visitors arriving in the Cojitambo parish, where the Qhapaq Ñan is located, 196 surveys administered to the inhabitants of Cojitambo, and 78 surveys administered to service providers in the city of Azogues, the closest town to the Qhapaq Ñan that offers tourism services. The reliability of the instrument measured by applying Cronbach's Alpha coefficient. Descriptive analyses also carried out using tables and graphs, multiple correspondence analysis and word cloud analysis for data obtained in open or opinion questions, and the hypotheses tested using the J-square statistical method, which allowed us to test the independence of discrete qualitative variables. Finally, local development strategies elaborated, taking into account the tourism reality of the Qhapaq Ñan, the relevant characteristics of the demand and identified segments; in this way, two strategies proposed, the first is the strengthening of the local population's capacities through entrepreneurship, and the second is the creation of tourism routes, based on the visit to the Qhapaq Ñan.

KEY WORDS: Tourism potential, local development, Qhapaq Ñan, local development strategies.



Revisado académicamente por
MARITZA DE LOURDES
CHAVEZ AGUAGALLO

Reviewed by:
Mgs. Maritza Chávez Aguagallo
ENGLISH PROFESSOR
c.c. 0602232324

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1. Situación problemática

En el mundo la actividad turística representa el 10.4% del PIB y 272 millones de empleos de acuerdo al Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) (2021); por ello en territorios donde existe un declive socio-cultural, el turismo juega un papel muy importante para su revalorización, siempre que éstas sean reguladas adecuadamente. (Loor et al., 2021, p.2)

Incorporado a esto, el turismo no solo es una herramienta de desarrollo local; bajo una gestión de gobernanza adecuada, también contribuye a la conservación del patrimonio cultural (Organización Mundial de Turismo OMT, 2021), que a nivel mundial constituyen 869 sitios localizados en 167 países, de acuerdo a la Organización de las naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2021); además, el turismo ayuda a romper barreras entre personas, que comparten sus culturas en un marco de tolerancia y diplomacia. En este contexto, la gobernanza del turismo debe hallar un equilibrio entre el desarrollo local, la conservación y salvaguardia del patrimonio (OMT, 2021).

Así pues, en países con potencialidades y atractivos turísticos con posibilidades a ser aprovechados, el turismo puede ser un factor clave para el desarrollo económico, de manera especial en países de Latinoamérica que buscan la manera de mejorar las condiciones de su población (Cachimuel & Gispert, 2021, p.9)

Dentro de este marco, en América del Sur aún existe uno de los patrimonios más importantes de la región, el Qhapaq Ñan; tramos bien conservados de la obra de infraestructura más grande de la época prehispánica, que unía parte de los territorios de lo que actualmente es Chile y Argentina con el sur de Colombia, pasando por Bolivia, Ecuador y Perú, extendiéndose por casi 6.000 km de largo y unos 26.000 km en caminos secundarios. En el Incario, este camino fue de vital importancia en la expansión del imperio y la creación del Tawantinsuyu, que permitió la movilización de ejércitos, así como la transmisión de la ideología del imperio, expresada en su cultura material e inmaterial (Chávez et al., 2019).

De acuerdo al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2017), el Qhapaq Ñan constituye una oportunidad para los países por donde atraviesa este patrimonio, ya que no solo genera un potencial turístico cultural, sino también, debido a los distintos tipos de entornos adjuntos, llama la atención de otros segmentos como el de turismo de aventura, turismo vivencial, turismo de naturaleza, etc.

Al respecto, Loor et al. (2021) mencionan que en el Ecuador el turismo cultural sigue la corriente de globalización y se ha convertido en una oportunidad de desarrollo local, a pesar de ser un territorio pequeño, posee varios sitios declarados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad.

Por otro lado, en el Ecuador, de acuerdo al criterio de la Ministra de Turismo Rosi Prado (2020) “con la llegada de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) a inicios del año 2020, el turismo fue uno de los sectores más afectados, con pérdidas de alrededor de 400 millones mensuales mientras dura la pandemia”, sin embargo, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2020), manifiesta que la reconstrucción del sector ofrece también una oportunidad de transformarlo prestando especial atención a aprovechar los efectos que ejerce en los destinos visitados y a crear comunidades y empresas más resilientes mediante la innovación, la digitalización, la sostenibilidad y las alianzas.

En este contexto, el cantón Azogues perteneciente a la provincia del Cañar, a pesar de tener atractivos turísticos relevantes como el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, de acuerdo al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2019), presenta diferentes problemas que tienen estrecha relación con el Qhapaq Ñan y los servicios e infraestructura turística de la parroquia Cojitambo, entre ellos, no se evidencia servicio de alojamiento, alimentación, guías locales certificados, ni organizaciones que generen emprendimientos turísticos; no disponen de un registro de visitas por lo que no se puede evidenciar la demanda turística, y el mayor problema identificado es que, los pobladores del sector han desmantelado tramos de las ruinas arqueológicas del Qhapaq Ñan, tomando sus materiales para uso doméstico, y en algunos casos utilizando maquinaria pesada, han abierto vías para ingresar a sus terrenos, demostrando de esta manera el desconocimiento del valor cultural y patrimonial que posee este recurso (T. Encalada,

comunicación personal, 20 de abril de 2019)

Por otro lado, la pandemia ha incidido para que en los primeros meses del año 2021 aumenten los índices de desempleo a nivel local con 7 de cada 10 personas desempleadas, en consecuencia, el repunte de la salida de personas al exterior; datos alarmantes que permite ver la necesidad imperante de nuevas alternativas de desarrollo económico local para parroquia Cojitambo y el cantón Azogues. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC, 2021)

A partir de toda esta problemática, la presente investigación busca analizar si el potencial turístico del tramo del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo influye en el desarrollo local del cantón Azogues.

1.1.1. Problema General

¿Cómo influye el potencial turístico del “Qhapaq Ñan” de la parroquia Cojitambo para el desarrollo local del cantón Azogues?

Considerando como variable independiente al Potencial Turístico y como variable dependiente el Desarrollo Local.

1.1.2. Problemas Específicos

¿Cómo la oferta turística del Qhapaq Ñan, influye en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo?

¿Cómo la demanda turística del Qhapaq Ñan influye en la parroquia Cojitambo para el aprovechamiento de su potencial turístico?

¿Cómo las estrategias de desarrollo local influyen en la activación turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?

1.2. Justificación

La interrelación entre patrimonio cultural y turismo es un hecho innegable e inevitable, pues el ser humano, desde sus inicios, ha ido construyendo evidencias tangibles e intangibles que han formado un hilo histórico visible para la humanidad y que, por tendencias socio-laborales se han convertido en el insumo para sectores económicos como el turismo, alternativa de ingresos y fortalecimiento de la identidad nacional (Plan Nacional del Buen Vivir, 2017).

En la ciudad de Azogues, capital de la provincia del Cañar, atractivos turísticos como el Qhapaq Ñan, con características patrimoniales relevantes y altas posibilidades a ser visitado, se deteriora porque no se le ha dado la importancia necesaria por parte de las instituciones y la población local. Es notable que el desconocimiento del potencial turístico del Qhapaq Ñan, ha llevado a su deterioro paulatino; se lo menciona en proyectos como el “Plan Maestro para la Implementación del Turismo Patrimonial Comunitario en el Qhapaq Ñan en Bolivia, Perú y Ecuador” (PNUD, 2020), donde se lo considera como un recurso turístico complementario de jerarquía I, sin ser incluido dentro de la oferta turística relevante; en este sentido es necesario investigar y documentar este recurso turístico cultural, cuya información permitirá emprender diferentes caminos para su conservación y puesta en valor desde la perspectiva del desarrollo local.

Por lo tanto, la presente investigación permitirá, analizar las potencialidades ligadas al Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, identificar la demanda turística y generar estrategias de desarrollo local que mejoren la gestión y conservación de este recurso turístico-patrimonial para que perdure en el tiempo y espacio.

Sin duda, los principales beneficiarios de la investigación serán los pobladores de la parroquia Cojitambo y el cantón Azogues quienes contarán con una herramienta de gestión turística adecuada a sus necesidades y realidad territorial.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Analizar cómo influye el potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, en el desarrollo local del cantón Azogues.

1.3.2. Objetivos Específicos

Diagnosticar la oferta turística del Qhapaq Ñan, y su influencia en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo.

Analizar la demanda turística del Qhapaq Ñan y su influencia en la parroquia Cojitambo para el aprovechamiento de su potencial turístico.

Generar estrategias de desarrollo local para impulsar la actividad turística sostenible en el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

HG. El potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influye significativamente en el desarrollo local del cantón Azogues.

1.4.2. Hipótesis específicas

HE1: La oferta turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influyen significativamente en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo.

HE2: La demanda turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influye significativamente en el aprovechamiento de su potencial turístico.

HE3: Las estrategias de desarrollo local, influyen significativamente en la activación turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO – ESTADO DEL ARTE

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

En Sudamérica los países de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Perú comparten un patrimonio común de valor excepcional: El Qhapaq Ñan o Camino Principal Andino.

El Qhapaq Ñan, conocido también como camino del Inca, es una extensa red de estructuras y vías asociadas, construidas por culturas prehispánicas, especialmente por los Incas, entre 1200 a 1520 d.C. este camino alcanzó su máxima longitud en el siglo XV, durante el reinado del Inca Huayna Cápac, facilitando la integración del imperio Inca en un tiempo relativamente corto y la conquista de amplios territorios de lo que llegó a constituir el Tahuantinsuyo. (UNESCO, 2014)

Su eje central tiene una longitud de aproximadamente 6000 km, unía los territorios de Chile y Argentina con el sur de Colombia, pasando por Bolivia, Perú y Ecuador. (UNESCO, 2014)

Una red de caminos y ramales denominados en algunos lugares Inga Ñan que conectan el área central de los Andes con la Amazonía, y con el Océano Pacífico, llegando a conformar en su totalidad 40000 km, generando intercambios culturales, comerciales y comunicación entre diferentes zonas del Imperio. (UNESCO, 2014)

El Qhapaq Ñan tiene patrimonio material, formado por un conjunto de elementos arquitectónicos asociados a esta red vial prehispánica, es toda la arquitectura material o tangible que aún se lo puede encontrar en el camino del Inca, entre ellos están los Puentes, Colcas, Atarjeas, Kallankas, Apachetas, Pucaras, Tambos, Kancha, etc. (PNUD, 2017)

La ruta principal del Qhapaq Ñan fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO el 21 de junio del 2014. (UNESCO, 2014)

La nominación significó el esfuerzo realizado por los países miembros durante 14 años, en donde se establecieron las bases metodológicas, jurídicas y legales para incluir esta obra monumental en la lista de patrimonio, esta fue la primera experiencia de este tipo para la unidad de América Latina y el Caribe en el Centro de Patrimonio Mundial. (UNESCO, 2021)

La declaratoria del Qhapaq Ñan como Patrimonio Mundial permite a los estados y localidades con miras al desarrollo, colocarlo en la vitrina de oferta turística y al alcance de la demanda mundial, convirtiéndose de este modo en un recurso turístico potencial para el desarrollo, y a su vez, con una gestión consensuada entre planificadores territoriales, gestores patrimoniales y gestores turísticos, generar recursos para su puesta en valor y conservación. (Rendón, 2017)

A partir de su declaratoria el Qhapaq Ñan es parte importante de las economías de algunos países de la región, este es el caso de Perú, que desde 2015, ha incrementado sus ingresos por turismo, este se han convertido en la segunda fuente de divisas del país , que en 2019 (3319 MUSD) superó al valor de las exportaciones del sector primario (productos agrícolas y pesqueros), situándose un 22% por encima de los obtenidos por las ventas al exterior de productos energéticos (petróleo y gas) y también a las remesas procedentes del exterior; por otro lado, la actividad turística también ha permitido la protección de Área Naturales Protegidas, como en el Perú, recaudando en 2019, 41,3 millones de soles por incremento de visitantes, a la vez, el turismo constituye una fuente importante de empleo, con 679 mil empleos directos y 778 mil empleos indirectos en 2019. El principal argumento de estas virtudes que proporciona el turismo, es la atracción que genera el patrimonio cultural, ya que Perú cuenta con 12 sitios calificados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad. (Banco Interamericano de Desarrollo, 2021)

2.1.2. Antecedentes Nacionales

En el Ecuador del 2007, el Gobierno Central debido a la vocación turística, decide declarar el desarrollo turístico como política de estado, impulsando al Ministerio de Turismo realizar acciones en post de este sector, como instrumento para la lucha contra la pobreza.

Es así que en el mismo año, el Ministerio de Turismo Gerencia Regional Austro conjuntamente con el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Sub Dirección del Austro, Publican “Ruta Arqueológica Qhapaq Ñan, Reconstruyendo la historia del Tomebamba imperial”, un texto que reúne información de investigaciones realizadas por varios profesionales en el campo de la arqueología, sintetizando la información de los sitios arqueológicos por donde pasa el Qhapaq Ñan en el Austro ecuatoriano, entre ellos la ruta de Achupallas-Ingapirca, el Complejo Arqueológico de Ingapirca, El Complejo Arqueológico de Cojitambo y más sitios presentes en las provincias del

Azuay y Cañar. (Ministerio de Turismo & Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2007)

En 2010 la Gerencia Regional Sierra Centro, representada por Christian Aguirre, Publican “Ruta Arqueológica Andes del Ecuador, reconstruyendo la Historia de la Sabiduría Andina”, un texto que reúne información de investigaciones realizadas por varios profesionales en el campo de la arqueología y el turismo, sintetizando la información de los sitios arqueológicos más relevantes y cercanos al Qhapaq Ñan de la zona central del Ecuador, documento que actualmente es utilizado por los gestores turísticos, operadores y guías para generar programas de turismo cultural y ecoturismo en Chimborazo. Entre las rutas que más se operan en la provincia de Chimborazo, están, el Trekking del Qhapaq Ñan desde Achupallas hasta Ingapirca y el Camping sobre la Pirámide del Puñay, y en la provincia del Cañar, la visita al complejo Arqueológico de Ingapirca. (Ministerio de Turismo & Aguirre, 2010)

Desde 2015, el Proyecto Tri-nacional “Desarrollo de capacidades locales para la promoción del turismo cultural comunitario integrando el Qhapaq Ñan en Bolivia, Perú y Ecuador” generó alianzas entre los países, comunidades, empresa privada y la cooperación internacional; para fortalecer las capacidades, afirmar la identidad, promover la equidad de género, la inclusión multinivel de las comunidades y se contribuya a reducir la pobreza (PNUD, 2017).

Es el proyecto más reciente realizado en el territorio ecuatoriano, entró en vigencia entre 2015 y 2017, se centró en el sub tramo Achupallas-Ingapirca y las Secciones El Tambo-Honorato Vásquez y Cerro Cojitambo– Rumiurco, ubicados en los cantones de Alausí, Chunchi y Cañar.

Resultado del proyecto, en su primera fase se tuvo la elaboración de una línea base de los sitios arqueológicos y/o atractivos turísticos; un Plan Maestro integral tri-nacional; un Mapa Turístico, así como foros y capacitaciones. (PNUD, 2017).

El Plan Maestro permite la construcción de una oferta mancomunada de turismo patrimonial comunitario, y bajo lineamientos comunes puede ser adoptado por gobiernos y comunidades de acuerdo a su realidad, el turismo patrimonial comunitario es una forma de organización para prestar servicios turísticos, esta debe cumplir características mínimas:

- La existencia de un grupo comunitario que preste servicios turísticos,

- Este grupo debe contar con la aceptación de la comunidad con acuerdos claros en cuanto al aprovechamiento de los recursos culturales y su retribución,
- Que los beneficios respondan a las necesidades de la comunidad impulsando proyectos que mejoren la calidad de vida de todos.
- Que el uso de los recursos culturales y naturales, se realice bajo normas de rescate, conservación, valorización y fortalecimiento de la identidad comunitaria.
- Que cumpla políticas de sostenibilidad
- Que cumpla la normativa transversal desde lo local hasta lo nacional.
- Que promueva una relación de respeto con el visitante, con precios justos.
- Que integre prácticas de respeto a sus miembros, la equidad de género y la inclusión generacional. (PNUD, 2017).

2.1.3. Antecedentes Locales

El cantón Azogues se encuentra localizado al sur del Ecuador en la provincia de Cañar, el sitio principal y mejor conservado del Qhapaq Ñan está en la parroquia Cojitambo, misma que tiene una población de 3689 habitantes y una extensión de 1742,16 HA. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Cojitambo, 2019)

En la parroquia Cojitambo existe un tramo de 1.3 km que pasa por la base del cerro Cojitambo y por la comunidad de Rumihurco, y de acuerdo al inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del año 2015, este es considerado un recurso de Categoría I. (PNUD, 2017).

Entre los estudios realizados en este tramo del Qhapaq Ñan, está el proyecto “Plan Maestro Para la implementación del Turismo Patrimonial Comunitario en el Qhapaq Ñan en Bolivia, Perú y Ecuador”, documento que consta de antecedentes, marco teórico y metodológico, análisis de situación, productos turísticos y el plan maestro. En el diagnóstico situacional de Ecuador, se priorizan 3 tramos, el primero Achupallas – Ingapirca, el segundo El Tambo-Honorato Vazquez y el tercero Cerro Cojitambo – Rumihurco; luego se analizan varios factores de competitividad de

cada tramo, como el marco regulatorio, Seguridad, higiene, Infraestructura, Planta turística, comunicaciones, recursos humanos, etc., también se presenta una tabla resumen de la jerarquía de los atractivos turísticos ligados al Qhapaq Ñan, su patrimonio natural, patrimonio cultural y el análisis de mercado. (PNUD, 2017).

Posteriormente se generan productos turísticos, para el Ecuador se plantea la ruta Achupallas - Ingapirca - Cojitambo y secciones, de esta se desprenden 4 Circuitos, el último corresponde a nuestra zona de estudio, Azogues-Cojitambo- Azogues; como características de este circuito se detallan las siguientes:

Cuenta con tres atractivos 1 de categoría natural (Cerro Cojitambo) y 2 de categoría cultural (Vestigios Arqueológicos de Cojitambo y la Iglesia de Cojitambo), todos ellos de jerarquía II. También cuenta con un recurso turístico complementario de Jerarquía I (Qhapaq Ñan).

Las actividades que actualmente se realizan son: la visita a los sitios arqueológicos, interpretación cultural, senderismo, fotografía cultural, participación en eventos culturales y compra de artesanías, y entre las actividades potenciales están la participación en actividades agrícolas, camping, identificación de flora medicinal, participación en cursos de idioma kichwa, pesca deportiva y visita a talleres artesanales.

No dispone planta turística, no dispone guías locales certificados, no hay organizaciones que gestione emprendimientos turísticos, no existen datos estadísticos sobre la demanda, no hay operadores turísticos locales que generen productos, únicamente lo visitan las operadoras de la ciudad de Cuenca.

Y por último el producto propuesto sugiere una visita al complejo arqueológico de Cojitambo para realizar actividades de escalada para un segmento de aventura. (PNUD, 2017).

2.2. Fundamentación epistemológica

2.2.1. Epistemología de Potencial turístico

La palabra potencial proviene del latín potentia. Deriva de potens, potentis participio del verbo possum, posse, potui que significa poder, ser capaz de. Sobre la raíz verbal potpoten- se adjuntan el sufijo -nt- cuyo significado es agente y -alis relación, pertenencia. Por lo tanto, se puede considerar como su concepto etimológico lo relativo a la potencia, al o lo que puede o es capaz de algo. (Pérez & Merino, 2021)

El potencial es un adjetivo que denota que puede suceder o existir, en contraposición de lo que existe:

De este modo el potencial puede ser entendido como un adjetivo que hace referencia a lo que puede existir en un territorio, también puede referirse a la aptitud de un área mediante el análisis de vocación del espacio, en términos de ordenamiento territorial, es el resultado de la interacción de los factores biofísicos (clima, topografía, suelo, drenaje) y las condiciones socioeconómicas, que definen el uso más adecuado que se le puede dar a un espacio, priorizando sus usos en función de su viabilidad natural, social, económica y política, buscando su conservación y perdurabilidad en el tiempo. (Mikery & Pérez, 2014)

Para el estudio del potencial turístico, existen dos tendencias de acuerdo al enfoque material e inmaterial, el primero considera como recursos la naturaleza y los humanos, mientras que el segundo considera las condiciones objetivas o subjetivas. De este modo se ha definido al potencial turístico como la suma de posibilidades que el ambiente natural y social pone a disposición las D

2.2.2. Epistemología de desarrollo local.

Para exponer el origen del término desarrollo local, es necesario conocer el origen del término desarrollo como un tópico de la posguerra, tópico de las Naciones Unidas que aparece por primera vez en la carta del Atlántico firmada en 1941 por Churchill y Roosevelt, en esta se menciona que el único fundamento cierto de la paz reside en que todos los hombres libres del mundo puedan disfrutar de la seguridad económica y social. De este modo los países llamados potencias con economías desarrolladas, se comprometen a buscar un orden mundial, expandiendo

hacia los países menos favorecidos conocimientos, tecnología e industria, en resumen, promoviendo lo que conocemos como globalización (Boisier, 2001).

Dicho de otro modo, el desarrollo local nace en Europa, como una respuesta a la crisis macroeconómica surgida de la globalización y la industria, una respuesta a los problemas del desempleo y desorganización económica causados por la decadencia industrial programada por los estados centrales, es un ajuste a los sistemas productivos desde lo local, en el que se pueden mejorar los niveles de vida de población; se pueden identificar 3 dimensiones del desarrollo local, una económica con empresarios locales que organizan los factores productivos, sociocultural donde los valores y las instituciones sirven de base para el desarrollo y político-administrativa con políticas locales que crean un entorno económico local favorable, protegiendo de interferencias externas e impulsando el desarrollo local (Vazquez-Barquero, 1988).

Burbano (2011), citado por Anguaya (2018) menciona que el desarrollo local es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local".

Con estas premisas, la presente investigación pretende analizar las potencialidades turísticas locales de un recurso patrimonial, para su puesta en valor como alternativa de desarrollo local, tomando en consideración las dimensiones territoriales propias del cantón Azogues y la parroquia Cojitambo.

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Potencial Turístico

Iniciamos revisando lo que la Real Academia de la Lengua - RAE considera Potencial, "Dicho de una cosa: Que tiene la virtud o eficacia de otras y equivale a ellas" (RAE, 2020), mientras que La Organización Mundial de Turismo (OMT), define al turismo como un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo

abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico (OMT, 2020). Por lo tanto, recogiendo lo que expresa Constante (2020), el potencial turístico es la manera como una localidad se prepara para satisfacer las necesidades de ocio de los visitantes, y los aspectos que determinan dicha potencialidad de un atractivo son los recursos turísticos, servicios turísticos, la infraestructura, la conectividad, la demanda, aspectos sociales e impacto económico.

A nivel territorial, el potencial turístico son un conjunto de acciones a seguir, que permiten la organización, administración, implementación y funcionamiento eficiente de las actividades turísticas en el territorio con el fin de satisfacer las demandas de los visitantes, contribuyendo al desarrollo local en sus diferentes dimensiones.

2.3.2. Recursos turísticos

Los Recursos Turísticos son la base sobre la cual se desarrolla la actividad turística y están constituidos por aquellos atractivos que, en un destino turístico, pueden generar el interés que influya en la elección de este y motivando el desplazamiento o la visita por parte del potencial consumidor, estos pueden ser recursos naturales y culturales (Navarro, 2015).

La parroquia Cojitambo tiene recursos naturales y culturales de gran relevancia, mismos que destacan por su tipología.

De acuerdo al Libro Blanco de Turismo citado por Muñoz y Paztaz (2021), los recursos turísticos se clasifican en 5 categorías:

- Recursos asociados al agua, como las playas, ríos, lagos, cascadas, cataratas, embalses, lagunas, fondos marinos.
- Recursos asociados a la tierra, como podrían ser las montañas, volcanes, paisajes, clima, bosques, grutas.
- Recursos asociados a la Historia, que engloba todos los componentes artísticos e históricos que conforman nuestro gran Patrimonio Cultural. Así, las iglesias, palacios, catedrales, monasterios, museos, obras civiles diversas, forman parte de los recursos turísticos.
- Recursos asociados al hombre, como será el folclore, la gastronomía, la artesanía, las

tradiciones y fiestas populares, los eventos deportivos, etc.

- Recurso turístico natural tales como reservas, parques nacionales, islas, etc. (pg.27)

El Ministerio de Turismo MINTUR (2017), clasifica los recursos turísticos en Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales.

En la categoría de SITIOS NATURALES se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o Litorales, ambientes marinos y tierras insulares. En la Categoría MANIFESTACIONES CULTURALES se reconocen los tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados.

2.3.3. Servicios turísticos

De acuerdo al MINTUR (2017), a los servicios turísticos forman parte de la Planta Turística, esta hace referencia a todos los bienes y servicios que se ofertan a los turistas; está integrado por el equipamiento e instalaciones, entre otros; normalmente se los puede encontrar en los poblados más cercanos, entre ellos están las siguientes: Alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje / Operación, intermediación, transporte, guianza y otros servicios que puedan existir en un territorio.

2.3.4. Infraestructura

El Gobierno de Colombia (2020) define la Infraestructura turística como:

El conjunto de obras y servicios que permiten, el desarrollo socioeconómico de un país, y que el turismo utiliza, para impulsar su actividad. Entre estas se encuentran rutas de acceso (pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos y terminales), comunicaciones (servicios de telefonía, correo certificado, internet), equipamiento urbano (servicios de agua, alcantarillado, y energía eléctrica).

Esta consideración realizada por el Gobierno de Colombia, acerca de la infraestructura turística, es semejante a lo que manifiesta el Ministerio de Turismo del Ecuador (2017), la infraestructura son aquellas obras, bienes o servicios de carácter estatal con que cuenta un territorio

para sostener las actividades turísticas., por tanto, los principales elementos que se deben evaluar son los servicios básicos, vías y camino, otros como la disponibilidad de infraestructura de salud, educación, comercio, etc.

2.3.5. Demanda turística

Jarrín, citado por Albán (2020) menciona que la demanda turística son los consumidores actuales o potenciales de bienes o servicios turísticos en el territorio, es decir la demanda representa el número de visitantes de un lugar y sus características, entre ellas el tipo de transporte que utilizan, tipo de hospedaje y el número de días que se quedan; esta información es fundamental para la planificación turística, solventar las necesidades de la demanda e incrementar la prestación de servicios, lo que permite al mismo tiempo el desarrollo de la localidad.

Tabares y Cobarrubias, citados por Constante (2020) clasifican a la demanda en histórica, futura, potencial y objetiva.

La demanda histórica es la que visita el sitio en la actualidad, la demanda futura son los escenarios prospectivos estadísticos en cuanto a las visitas, basados en la demanda histórica, la demanda potencial son las personas que no han visitado el sitio pero que por algún interés en particular podrían interesarse en hacerlo y por último la demanda objetiva es el mercado meta al que desea llegar el territorio.

En la presente investigación, es de interés determinar la demanda potencial, debido a que la parroquia Cojitambo carece de la demanda histórica, únicamente la ciudad de Azogues ha registrado ciertas características de sus visitantes.

2.3.6. Desarrollo local

El desarrollo local como tal, ha tenido su aparición en los territorios, a partir de las nuevas demandas de los ciudadanos, es decir a partir de la evolución de las necesidades básica que posiblemente y me atrevo a especular, fueron evolucionando con la urbanización u ocupación de nuevos espacios para vivir y desarrollarse como comunidades, es decir este en su inicio estaría ligado a la expansión poblacional y sus necesidades; esto ha provocado que ciertas competencias de los gobiernos nacionales, se pasaran a los gobiernos locales para una mejor gestión en territorio,

sin embargo este sería solo el principio promotor de la aparición del desarrollo local, ya que este implica un trabajo en diferentes dimensiones como dimensión social, política, ambiental, cultural, el perfil productivo, etc., todo esto ligado a un proyecto, en donde exista el aporte de recursos y a la vez se tenga beneficios para la comunidad, superando las diferencias que de su misma naturaleza pudieran aparecer. (Casalis, 2009)

El desarrollo local se puede entender, de manera muy sintética, como un proceso complejo, que es producto de una construcción colectiva a nivel local, que tiene como objetivo movilizar los recursos del territorio en torno de un proyecto común e incluir al conjunto de la población. Supone una perspectiva integral del desarrollo, es decir, que incluye la dimensión social, política, ambiental, cultural, el perfil productivo, etc. (Casalis, 2009)

El desarrollo local no solo se centra en el trabajo intrínseco de la comunidad, sino que articula entre la parte productiva con la parte social con el fin de vincular a las instituciones locales, municipales, provinciales, regionales y nacionales de manera que el desarrollo siga una línea de acción y cubra las necesidades de los locales y los sectores más vulnerables “La falta de vinculaciones con una perspectiva nacional de desarrollo implica el riesgo de que surjan proyectos productivos locales que estén desvinculados de una idea de desarrollo, es decir no inclusivos, no generadores de tecnología, valor agregado y empleo local.” (Casalis, 2009)

Uno de los puntos más importantes que podemos destacar del desarrollo local es, la generación de proyectos locales que permitan trabajar con la juventud en la industrialización de los productos locales con el fin de generar empleo y evitar la salida del territorio.

En conclusión, el fortalecimiento del desarrollo local contribuye a disminuir los impactos que se dan a nivel global, evitando su afectación en territorio.

2.3.6.1. Dimensiones del desarrollo local

El Desarrollo Local implica una diversidad de complejos procesos societales en las dimensiones de lo social, económico, psico-sociocultural, político, burocrático-administrativo e integración interna, externa nacional e internacional. De este modo vemos que no hay modelos ideales a seguir para impulsar el desarrollo local, sin embargo, podemos construir una serie de rasgos o tendencias que se han identificado del desarrollo local (Cárdenas, 2002).

Dimensión Psico-sociocultural: Esta se fortalece en cuatro pilares fundamentales, la identidad, la proactividad, la cultura de la información y un cambio de paradigma. (Cárdenas, 2002).

Identidad: No existe un proceso de desarrollo local sin identidad, la identidad es la columna vertebral para generar e incentivar iniciativas locales; por lo tanto, se debe analizar las formas en que se ha ido constituyendo la identidad local o ese reconocerse en una historia colectiva. Solo la memoria colectiva permite plantear una visión compartida de la localidad.

La proactividad: Supone una cultura de proactividad con alta autoestima del colectivo, esto les permite saber qué quieren, asumir riesgos, tomar la iniciativa, buscar alternativas, aprender de los errores, ser creativos, y hacer que las cosas sucedan, una sociedad responsable con sus acciones y de los resultados.

Cultura de la información: La formación juega un papel muy importante, esto les permite el acceso al conocimiento y su vinculación con lo externo, la transformación educativa pasa a ser un factor fundamental para desarrollar la capacidad de innovación y la creatividad, a la vez que la integración y la solidaridad.

Cambio de paradigma: Implica el ajuste de estructuras sociales, mentales y culturales, pues implica nuevos conceptos de organización en lo económico, político y social. El impulso de la diferencia, un cambio de lo aceptado, de lo universal a lo otro, a lo múltiple a lo paradójico para impulsar el bienestar de lo colectivo. (Cárdenas, 2002).

Dimensión económica: Es necesario que exista una estrategia de desarrollo local, plasmado en un Plan de Desarrollo Local, con actores del estado, mercado y sociedad, también es necesario un aparato técnico productivo y de comercialización que genere riqueza, es necesario la generación de estructuras locales para el desarrollo de pequeñas empresas organizados bajo un proyecto coherente y viable. Para ello es necesario la creación de redes interinstitucionales que trabajen en la asistencia técnica, la capacitación y la financiación. Por lo tanto, el aparato productivo debe estar basado en las potencialidades de los recursos y las capacidades socio- culturales del territorio, con procesos de desarrollo menos dependientes y con mayores defensas ante la crisis. (Cárdenas, 2002).

Dimensión social: El desarrollo económico debe generar condiciones de seguridad social, El proceso de Desarrollo Local deberá hacer posible la generación de servicios e infraestructura que mejoren la calidad de la vida de los ciudadanos, es decir implica garantizar el bienestar colectivo o satisfacción de las necesidades humanas fundamentales.

Es en el ámbito local que las Políticas sociales se convierten en instrumento de integración social y constructoras de ciudadanía, que cada persona tenga la posibilidad de desarrollarse plenamente con acceso al trabajo y vínculos de cohesión social. (Cárdenas, 2002).

Dimensión jurídico-política: Descentralización político-administrativa; la profundización de la democracia y la redefinición de relaciones entre la sociedad civil y el Estado, concede a los distintos niveles territoriales grados de autonomía suficientes para transformarse en administradores eficientes de sus propios recursos (Cárdenas, 2002).

2.3.7. Turismo y desarrollo local

El secretario General de la OMT Mr. Zurab Pololikashvili (2021) en la conferencia llevada a cabo en Barcelona, menciona que el turismo no solo es una herramienta de desarrollo económico, sino también dá dignidad, empoderamiento, igualdad y permite encontrar un lugar en sus propias sociedades

La OMT menciona que, en 2019, las medidas relacionadas al turismo a nivel mundial hicieron que el turismo internacional creciera un 5% más que en 2018 hasta alcanzar la cota de los 1.400 millones, cifras alcanzadas dos años antes de lo que se había previsto. De este modo el turismo se ha convertido en una locomotora de crecimiento económico y desarrollo, con 1,7 billones de dólares, esto impulsa más fuentes de trabajo en mejores condiciones, impulsa la innovación y el emprendimiento local. “En resumen, el turismo está ayudando a mejorar la vida de millones de personas y a transformar comunidades enteras”.

De acuerdo a Gambarota & Lorda (2017), el turismo puede convertirse en una estrategia de desarrollo local y regional, este constantemente incrementa las modalidades de turismo y tiene ventajas para los países subdesarrollados, a saber:

El consumo turístico se realiza en el lugar de producción.

No hay barreras arancelarias significativas contra las exportaciones tradicionales de los países en desarrollo.

El turismo se presenta como una actividad que brinda grandes posibilidades para sumar exportaciones competitivas.

Su producción depende del capital financiero, productivo, humano, pero también natural y cultural.

Es una actividad que aprovecha los recursos.

Requiere elevados índices de mano de obra.

En esta actividad hay más puestos ocupados por mujeres en comparación con otros sectores.

2.4. Operacionalización de variables

La operacionalización de las variables comprende la desintegración de los elementos que conforman la estructura de la hipótesis y de manera especial a las variables, se logra cuando se descomponen las variables en dimensiones y estas a su vez en indicadores que permitan la observación directa y la medición, la operacionalización toma importancia ya que a través de ellas se precisan los aspectos y elementos que se quieren cuantificar, conocer y registrar con el fin de llegar a conclusiones (Espinoza, 2019).

2.4.1. Operacionalización de Variables de Investigación.

Tabla 1. *Variable independiente*

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA
Variable independiente				
Potencial turístico	El potencial turístico es la manera como una localidad se prepara para satisfacer las necesidades de ocio de los visitantes, y los aspectos que determinan dicha potencialidad de un atractivo son los recursos turísticos, servicios turísticos, la infraestructura, la conectividad, la demanda, aspectos sociales e impacto económico (Constante, 2020).	Recursos turísticos.	Recursos naturales.	Diseño: Investigación no experimental, documental, descriptiva, correlacional, de campo. Enfoque: Cualitativo y cuantitativo Método: Descriptivo. Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario.
		Servicios turísticos.	Catastro de prestadores de servicios turísticos.	
		Infraestructura turística.	Rutas de acceso. Servicios básicos.	
		Conectividad.	Conectividad.	
		Demanda turística.	Procedencia, edad, género, instrucción, gasto diario.	
Aspecto social.	Población, empleo, educación, seguridad, etc.			
Impacto económico.	Productos representativos del territorio y mercado de venta y distribución.			

Elaboración por: Paúl Gualpa. (2021)

Tabla 2. *Variable dependiente*

VARIABLE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA
Variable dependiente				
Desarrollo local	Burbano (2011), citado por Anguaya (2018) menciona que el desarrollo local es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local".	Dimensión territorial. Dimensión socio-cultural. Dimensión política. Dimensión económica. Dimensión social.	Características del territorio, Historia e identidad, Proactividad, Educación. Instituciones en el territorio, Políticas de desarrollo local. Características productivas, Potencialidades productivas del territorio, Mercados cercanos, Características de la población, Espacios de participación, Infraestructura social.	Diseño: Investigación no experimental, documental, descriptiva, correlacional, de campo. Enfoque: Cualitativo y cuantitativo. Método: Descriptivo. Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario.

Elaboración por: Paúl Gualpa. (2021)

Tabla 3. *Matriz de Consistencia.*

VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIÓN	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
Potencial Turístico El potencial turístico es la manera como una localidad se prepara para satisfacer las necesidades de ocio de los visitantes, y los aspectos que determinan dicha potencialidad de un atractivo son los recursos turísticos, servicios turísticos, la infraestructura, la conectividad, la demanda, aspectos sociales e impacto económico (Constante, 2020).	Recursos turísticos. Servicios turísticos. Infraestructura turística. Conectividad. Demanda turística.	¿Cómo influye el potencial turístico del “Qhapaq Ñan” de la parroquia Cojitambo para el desarrollo local del cantón Azogues?	Analizar cómo influye el potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo en el desarrollo local del cantón Azogues.	El Potencial Turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo influye significativamente en el desarrollo local del cantón Azogues.
INPCVARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIÓN	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS
Desarrollo local El desarrollo local es un proceso de desarrollo integral, que conjuga la dimensión territorial, las identidades o dimensión cultural, la dimensión política y la dimensión económica. Es una apuesta a la democratización de las localidades, al desarrollo sustentable y equitativo repensando las potencialidades del territorio y la sociedad local". (Anguaya, 2018)	Dimensión territorial. Dimensión cultural. Dimensión política. Dimensión económica. Dimensión social.	¿Cómo la oferta turística del Qhapaq Ñan, influye en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo? ¿Cómo la demanda turística del Qhapaq Ñan influye en la parroquia Cojitambo para el aprovechamiento de su potencial turístico?	Diagnosticar la oferta turística del Qhapaq Ñan, y su influencia en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo Analizar la demanda turística del Qhapaq Ñan y su influencia en la parroquia Cojitambo para el aprovechamiento de su potencial turístico	La oferta turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influyen significativamente en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo. La demanda turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influye significativamente en el aprovechamiento de su potencial turístico.
		¿Cómo las estrategias de desarrollo local influyen en la activación turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?	Generar estrategias de desarrollo local para impulsar la actividad turísticas en el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.	Las estrategias de desarrollo local, influyen significativamente en la activación turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

Elaboración por: Paúl Guallpa. (2021)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque, diseño y tipo de investigación.

3.1.1. Enfoque de la investigación.

La investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, donde se pretende recopilar información para luego ser interpretada en las formas más adecuadas posibles, en primera instancia se pretende demostrar la existencia de características locales relevantes relacionadas al Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo y luego las características de la demanda turística, demostrando con esto las potencialidades turísticas de este monumento arqueológico y su influencia para el desarrollo local del cantón Azogues, y por último plantear estrategias de desarrollo local para su puesta en valor.

3.1.2. Diseño de la investigación.

El diseño de la investigación es no experimental puesto que no se manipularon datos de las variables de estudio deliberadamente; al mismo tiempo es transversal porque se recolectan los datos en un solo momento, su propósito es describir las variables y analizar las mismas en un solo lugar y en un periodo específico donde se recopila la información.

Una vez validados los instrumentos para recolección de datos como es la encuesta, contactamos con los representantes de la parroquia Cojitambo José Bravo Presidente del GAD Parroquial y los profesionales de turismo del GAD Municipal de Azogues, Lic. Tania Encalada y Msc. Diana Araujo, para socializar el trabajo de investigación y tener apertura en territorio; es así que se realizaron salidas continuas al Cojitambo sitio donde existe mayor afluencia de turistas, también aplicamos encuestas a la población local y a los prestadores de servicios turístico de la ciudad de Azogues tomando en cuenta que Cojitambo poblado donde se encuentra el Qhapaq Ñan no dispone de planta turística.

3.1.3. Tipo de investigación.

3.1.3.1. Investigación documental.

Este tipo de investigación es muy usada en las ciencias sociales y es característica del modelo de investigación cualitativa, donde constituye un objetivo en sí mismo. Sin embargo, está presente en todo tipo de investigación, pues solo a partir de la investigación documental

se conocen los antecedentes del problema o el estado de la cuestión.

La investigación documental es una de las técnicas de la investigación cualitativa que se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros; en ella la observación está presente en el análisis de datos, su identificación, selección y articulación con el objeto de estudio. (Reyes-Ruiz & Carmona, 2020)

En tal sentido, se revisaron fichas de inventario de atractivos turísticos de la parroquia Cojitambo, revistas de arqueología y turismo, estudios internacionales y libros de autores nacionales e internacionales sobre el Qhapaq Ñan; con el fin de generar los antecedentes del estudio, generar el diagnóstico de la oferta turística y las estrategias de desarrollo local, es decir este tipo de investigación fue utilizada durante todo el proceso investigativo.

3.1.3.2. Investigación descriptiva

La presente investigación también es de tipo descriptiva, donde, el principal propósito es caracterizar los diferentes elementos relacionados al Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo para demostrar su potencial turístico, por tanto, como lo menciona Niño (2011), este tipo de investigación nos permite:

“describir la realidad objeto de estudio, un aspecto de ella, sus partes, sus clases, sus categorías o las relaciones que se pueden establecer entre varios objetos, con el fin de esclarecer una verdad, corroborar un enunciado o comprobar una hipótesis. Se entiende como el acto de representar por medio de palabras las características de fenómenos, hechos, situaciones, cosas, personas y demás seres vivos, de tal manera que quien lea o interprete, los evoque en la mente”

En este sentido, este tipo de investigación se utilizó en la interpretación de los resultados de la variable independiente, es decir en la descripción de las potencialidades turísticas que posee el Qhapaq Ñan y su estado actual, datos importantes que permitieron generar estrategias de desarrollo local en la propuesta.

3.1.3.3. Investigación correlacional.

Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables (Hernández, 2014).

Por lo tanto, se aplicó este tipo de investigación durante el análisis de información recopilada en los diferentes instrumentos, comparando los resultados de cada variable y generando estrategias de desarrollo más adecuadas de acuerdo a la realidad de la oferta, demanda y territorio, también se constató la relación que existe entre las variables independiente y dependiente, para entender cómo influye la primera sobre la segunda.

3.1.3.4. Investigación de campo.

La investigación de campo es la recopilación de datos nuevos de fuentes primarias para un propósito específico. Es un método de recolección de datos cualitativos encaminado a comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural.

Este tipo de investigación fue utilizada para recopilar datos de los visitantes, de la población local y de los prestadores de servicios turísticos más cercanos al Qhapaq Ñan, en este caso, la planta turística de la Ciudad de Azogues, puesto que la parroquia Cojitambo no dispone de prestadores de servicios turísticos; Las encuestas se aplicaron en el cerro Cojitambo, en el parque Central de Cojitambo y en la ciudad de Azogues, con estos datos determinamos el estado de la Planta turística, el perfil del visitante de Cojitambo y las estrategias de desarrollo local.

3.2. Unidades de análisis.

Se identificaron 3 unidades de análisis que aportarán con información para la identificación del potencial turístico del Qhapaq Ñan y su influencia en el desarrollo local del cantón Azogues:

- Unidad de análisis 1: Prestadores de servicios turísticos, para desarrollar el diagnóstico de la oferta turística del Qhapaq Ñan.

- La unidad de análisis 2: Los turistas que visitan la parroquia Cojitambo, para analizar la demanda turística del Qhapaq Ñan.
- La unidad de análisis 3: La población de las comunidades por donde atraviesa el Qhapaq Ñan para generar estrategias de desarrollo local.

3.3. Población de estudio.

La población puede ser definida como el total de las unidades de estudio, que contienen las características requeridas, para ser consideradas como tales. Estas unidades pueden ser personas, objetos, conglomerados, hechos o fenómenos, que presentan las características requeridas para la investigación (Ñaupas et al., 2018).

De igual forma cita a Arsenio Celorrio (1995) quien indica que la población “No es más que aquel conjunto de individuos o elementos que podemos observar, medir una característica o atributo”.

La población es la totalidad de individuos o elementos en los cuales se presenta una determinada característica, a ser estudiada.

La población, entonces, debe estar constituida por un conjunto de sujetos, objetos o hechos, que presentan características similares, que son medibles y que constituyen la unidad de investigación. (Ñaupas et al., 2018).

Para esta investigación se determinaron tres poblaciones de estudio:

- La primera población o universo de estudio lo constituyen los 97 prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Azogues.
- La segunda población lo constituyen los 2328 turistas que visitaron el cantón Azogues en el año 2019, información proporcionada por el GAD Municipal de Azogues.
- La tercera población lo constituyen los pobladores del casco parroquial de Cojitambo y la comunidad San José Alto, que de acuerdo al PD y OT (2015), son 400 habitantes.

3.4. Tamaño de la muestra.

La forma de definir a la muestra como una porción de la población que por lo tanto

tienen las características necesarias para la investigación, es suficientemente clara para que no haya confusión alguna.

Lo afirmado, se refuerza cuando se establece que la muestra es una “parte o fracción representativa de una población, universo o colectivo, que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertas características del mismo. (Egg, 1995).

Esta fracción por ser representativa de la población permite la generalización de los resultados obtenidos en ella a toda la población. Por lo tanto, se puede considerar que la muestra como la parte seleccionada de una población o universo sujeto a estudio, y que reúne las características de la totalidad, por lo que permite la generalización de los resultados.

Al disponer de los datos del universo 1 el número de prestadores de servicios turísticos, el universo 2, el número de visitantes del año 2019 y el universo 3, el número de pobladores de las localidades por donde pasa el Qhapaq Ñan, es decir conociendo el total de unidades que integran cada universo (97 prestadores de servicios, 2328 visitantes y 400 personas que viven cerca del Qhapaq Ñan), determinamos que las población objeto de estudio son finitas, y determinando que el tipo de estudio que estamos realizando es de tipo cualitativo y cuantitativo, se utilizó la fórmula propuesta por Aguilar-Barojas (2005), metodología que coincide con los criterios de Mucha-Hospinal, Chamorro-Mejía, Oseda-Lazo, & Alania-Contreras, (2021), para calcular la muestra en estudios descriptivos, cuya variable principal es de tipo cualitativo, consideramos un margen de error del 5% y el nivel de confianza deseado del 1,96.

A partir de esto, utilizamos la siguiente fórmula:

$$\frac{N \cdot Z^2(q \cdot p)}{d^2(N - 1) + (z)^2(p \cdot q)}$$

En donde:

n: tamaño de la muestra,

p: proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia, también se le conoce como probabilidad de ocurrencia (0.5).

q: Proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno de estudio, o probabilidad de no ocurrencia (1-p).

d: Grado de precisión absoluta que demanda el estudio, al 95% de precisión le corresponde el valor de 0.05.

N: Población finita

z: Nivel de confianza: 1.960 equivalente a 95%, valor determinado con un error del 5% de diferencia.

Cálculo de la muestra 1

$$\frac{N \cdot Z^2(q \cdot p)}{d^2(N - 1) + (z)^2(p \cdot q)}$$
$$\frac{(97)(1.960)^2(0.5(1 - 0.5))}{0.05^2(97 - 1) + (1.960)^2(0.5(1 - 0.05))}$$

$$n = 77.60$$

$$n = 78$$

De acuerdo al resultado de n, el tamaño de la muestra son 78 prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Azogues.

Cálculo de la muestra 2

$$\frac{N \cdot Z^2(q \cdot p)}{d^2(N - 1) + (z)^2(p \cdot q)}$$
$$\frac{(2328)(1.960)^2(0.5(1 - 0.5))}{0.05^2(2328 - 1) + (1.960)^2(0.5(1 - 0.05))}$$

$$n = 329,74$$

$$n = 330$$

De acuerdo al resultado de n, el tamaño de la muestra son 330 personas.

Cálculo de la muestra 3

$$\frac{N \cdot Z^2(q \cdot p)}{d^2(N - 1) + (z)^2(p \cdot q)}$$
$$\frac{(400)(1.960)^2(0.5(1 - 0.5))}{0.05^2(400 - 1) + (1.960)^2(0.5(1 - 0.05))}$$

$$n = 196.21$$

$$n = 196$$

De acuerdo al resultado de n, el tamaño de la muestra son 196 personas de la parroquia Cojitambo.

3.5. Técnicas e instrumentos de investigación.

Para la recopilación de la información de la oferta y demanda ligada al Qhapaq Ñan, recurrimos a fuentes primarias como la observación directa y la aplicación de encuestas, instrumentos que permitieron explicar la variable independiente, el primer cuestionario se aplicó a los prestadores de servicios de la ciudad de Azogues poblado más cercano que dispone de estos servicios, cuestionario que consta de 19 preguntas; el segundo cuestionario se aplicó a las personas que llegan a Cojitambo con fines de ocio y turismo, este cuestionario consta de 22 preguntas con escala de Linkert. (Ver anexo 1)

Para recopilar parte de la información de la variable Potencial Turístico del Qhapaq Ñan, de manera específica de los atractivos turísticos relacionados con el Qhapaq Ñan, utilizamos fuentes secundarias como las fichas de inventario de atractivos turísticos MINTUR (2017), información levantada por el GAD Municipal del Cantón Azogues en el 2017.

Para recopilar la información de la variable dependiente y generar las estrategias de desarrollo local, utilizamos una encuesta que se aplicó a la población que vive en los territorios por donde atraviesa el Qhapaq Ñan, es decir en el casco Parroquial y en la

comunidad de San José Alto; cuestionario que consta de 20 preguntas. (Ver anexo 3)

3.6. Análisis e interpretación de la información.

La información de los atractivos turísticos identificada en cada ficha fue comprobada In-situ para su actualización, luego se presenta en un matriz resumen, esta mostrará el nombre del atractivo, categoría, tipo y jerarquía. Luego se generó un mapa de ubicación de los atractivos turísticos ligados al Qhapaq Ñan y algunos recursos turísticos ligados a estos.

Una vez recopilada la información de los prestadores de servicios, turistas que visitan la parroquia Cojitambo y la población local, se procedió a la tabulación, análisis e interpretación de resultados, utilizando la herramienta informática IBM SPSS Statistics 20.

Resultado de este análisis de datos, se determinó el estado actual de la oferta turística cercana al Qhapaq Ñan, la demanda turística de la parroquia Cojitambo y características relevantes de la población local para la generación de estrategias de desarrollo local.

3.7. Análisis del instrumento

El software que se utilizó es el IBM SPSS Statistics 20, la fiabilidad del instrumento se midió aplicando el coeficiente Alfa de Cronbach, Como criterio general, George y Mallery (2003, p.231) indica:

Coeficiente Alfa > 0.9 es excelente

Coeficiente Alfa > 0.8 es bueno

Coeficiente Alfa > 0.7 es aceptable

Coeficiente Alfa > 0.6 es cuestionable

Coeficiente Alfa > 0.5 es pobre

Coeficiente Alfa < 0.5 es inaceptable

3.8. Validación de los instrumentos de investigación.

La metodología utilizada fue el Alfa de Cronbach, análisis que demuestra los siguientes resultados:

Tabla 4. *Estadísticos de fiabilidad encuesta Turistas.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,836	32

El coeficiente de Alfa de Cronbach es 0.836 diciendo así que es un buen instrumento para poder aplicar y caracterizar la demanda turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

Tabla 5. *Estadísticos de fiabilidad encuesta Población.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,807	17

El coeficiente de Alfa de Cronbach es 0.807 diciendo así que es un buen instrumento para poder aplicar a los pobladores de la parroquia Cojitambo y generar estrategias de desarrollo local.

Tabla 6. *Estadísticos de fiabilidad encuesta Prestadores de Servicios.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,788	9

El coeficiente de Alfa de Cronbach es 0.788 con lo cual corroboramos que es un instrumento aceptable para poder aplicar entre los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Azogues, poblado más cercano al Qhapaq Ñan, y diagnosticar la oferta turística del Qhapaq Ñan.

3.9. Análisis Descriptivo

El software que se utilizó para el análisis descriptivo fue el IBM SPSS Statistics 20.

Este análisis consiste en la presentación de datos en forma de tablas y gráficas. Esta comprende cualquier actividad relacionada con los datos y está diseñada para resumir o

describir los mismos, sin factores pertinentes adicionales: esto es, sin intentar inferir nada que vaya más allá de los datos (Aushay, 2012).

La presentación de los datos se realizó de la siguiente manera:

Tablas de frecuencia: Es una ordenación en forma de tabla de los datos estadísticos, asignando a cada dato su frecuencia correspondiente.

Gráfica de barras: Es una gráfica de distribución, se representó en el eje de ordenadas las respuestas obtenidas de la escala de Likert y en el eje de las abscisas la frecuencia relativa, teniendo así una primera vista general del estudio, es mayormente recomendada para preguntas cuantitativas discretas de más de 4 variables.

Gráfica de sectores: Es una gráfica para representar los datos en un círculo, de modo que la frecuencia de cada valor viene dada por un trozo de área del círculo. Así, el círculo queda dividido en sectores cuya amplitud es proporcional a las frecuencias de los valores, es mayormente recomendada para preguntas que tengan 3 o menos opciones de respuesta.

Histograma: Es una gráfica de distribución, se representó en el eje de ordenadas las respuestas obtenidas y en el eje de las abscisas la frecuencia relativa, teniendo así una primera vista general del estudio, es mayormente recomendada para preguntas cuantitativas continuas de más de 4 variables.

3.10. Análisis de Correspondencia múltiple

El software que se utilizó fue el IBM SPSS Statistics 20.

Es una técnica descriptiva o exploratoria cuyo objetivo es resumir una gran cantidad de datos en un número reducido de dimensiones, con la menor pérdida de información posible. Su objetivo percibir el comportamiento de los individuos estudiados, salvo que en el caso del análisis de correspondencias el método se aplica sobre variables categóricas u ordinales (Santiago de la Fuente Fernández, 2011, p. 3).

3.11. Nube de palabras

La función principal de una nube de palabras es anunciar los términos más utilizados en preguntas abiertas. Para los investigadores se trata de conocer los temas más relevantes,

los diferentes componentes de contenido que existen y acceder a cada uno de estos temas simplemente interactuando con dicha nube.

El software que utilizamos para este análisis es el Wordart.

3.12. Comprobación de hipótesis

Para determinar el tipo de estadístico a utilizar durante la comprobación de las hipótesis, primero realizamos la prueba de normalidad de los datos de las distintas variables contenidas en las hipótesis, para eso, utilizamos la prueba de significación estadística de Kolmogorov-Smirnov, mismo que se utiliza cuando el tamaño muestral es mayor de 50; esta comprobación la realizamos utilizando el software SPSS (Romero-Saldaña, 2016).

Para el análisis aplicamos los siguientes pasos:

- Generamos las siguientes hipótesis para cada variable.
H0= Las variables sigue una distribución normal.
H1= Las variables no sigue una distribución normal.
- Determinamos el valor de significancia, $\alpha=0,05$, dato proporcionado por el autor (Kolmogorov-Smirnov).
- Utilizando el software SPSS, se calculó el “P valor” o nivel de significancia, mismo que nos permite saber si los datos que contienen las variables estudiadas siguen una distribución normal. De acuerdo a esto, se obtuvo las siguientes tablas de resultados.

Prueba de normalidad para variables tomadas de la encuesta aplicada a los turistas:

Tabla 7. *Prueba de normalidad para variables tomadas de la encuesta de turistas*

Variables	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	P valor
Tipo de turismo que le gusta realizar (Turismo Cultural)	,208	326	,000
Percepción por servicios generales (Información)	,196	326	,000
Percepción por servicios generales (Señalización)	,244	326	,000
Percepción por servicios generales (Ocio y diversión)	,182	326	,000
Percepción por servicios generales (Alojamiento)	,199	326	,000
Percepción por servicios generales (Alimentación)	,214	326	,000
Percepción por servicios generales (Guías locales certificados)	,232	326	,000
Percepción por servicios generales (Actividades programadas)	,215	326	,000
Conoce el Qhapaq Ñan de Cojitambo	,396	326	,000
Tipo de turismo que le gusta realizar (Turismo de Aventura)	,280	326	,000
Tipo de turismo que le gusta realizar (Ecoturismo)	,266	326	,000
Tipo de turismo que le gusta realizar (Turismo rural)	,381	326	,000
Tipo de turismo que le gusta realizar (Turismo religioso)	,428	326	,000
Tipo de turismo que le gusta realizar (Turismo gastronómico)	,289	326	,000
Tipo de turismo que le gusta realizar (Agroturismo)	,377	Para	,000
Tipo de turismo que le gusta realizar (Compra productos locales)	,336	326	,000

Elaborado por: Paúl Gualpa

Tabla 8. *Prueba de Normalidad para variables tomadas encuesta de Población local.*

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	P valor
Motivo por el cuál llegan los turistas (Turismo de Aventura)	,328	170	,000
Motivo por el cuál llegan los turistas (Turismo Cultural)	,227	170	,000
Motivo por el cuál llegan los turistas (Ecoturismo)	,208	170	,000
Motivo por el cuál llegan los turistas (Turismo religioso)	,279	170	,000
Motivo por el cuál llegan los turistas (Gastronomía)	,368	170	,000
Motivo por el cuál llegan los turistas (Agroturismo)	,402	170	,000
Motivo por el cuál llegan los turistas (Compra de productos locales)	,280	170	,000
Motivo por el cuál llegan los turistas (Fiestas locales)	,261	170	,000
Turismo contribuye al desarrollo local	,538	170	,000
Actividad turística que le gustaría emprender	,176	170	,000

Elaborado por: Paúl Gualpa

- Se estableció la regla de decisión, siendo la siguiente: **Si $P \text{ valor} > \alpha$, H_0 no se rechaza.**
- Toma de decisión: De acuerdo al P valor (,000) obtenido en todas las variables de estudio, este es menor al valor de α (0.05), por lo tanto, la variable H_0 se rechaza y se acepta H_1 , es decir las variables del estudio no siguen una distribución normal.

Al tener variables que no siguen una distribución normal, es posible trabajar con estadísticos no paramétricos; de esta forma para la comprobación de hipótesis se utilizó el estadístico de Ji-cuadrado ya que vamos a probar independencia con variables cualitativas discretas (percepción de las personas) obtenidas de las encuestas aplicadas a la muestra (Tinoco, 2008).

Se realiza un test de independencia ya que estamos trabajando con variables categóricas; los datos categóricos aparecen cuando una variable se mide en una escala que solo incluye a los posibles encuestados en un número limitado de grupos. Por ejemplo, una encuesta donde se recoge información sobre variables como el género, estado civil o afiliación política (Tinoco, 2008).

Por lo tanto, consideramos que el estadístico de Ji-cuadrado es el más adecuado para la comprobación de las hipótesis planteadas.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.

4.1.1. Diagnóstico de la oferta turística del Qhapaq Ñan para determinar el potencial turístico.

Para conocer cuál es el potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, es necesario presentar el estado actual de oferta turística ligada a este atractivo turístico, por este motivo, a continuación, presentamos los principales atractivos turísticos y su jerarquía de acuerdo al MINTUR (2017), seguido a esto presentamos los servicios turísticos que dispone la parroquia Cojitambo.

4.1.1.1. Atractivos turísticos y su jerarquización

Utilizando las fichas del inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo, metodología del año 2017, se procedió a realizar la caracterización de atractivos turísticos ligados al Qhapaq Ñan.

Tabla 9. *Atractivos turísticos naturales y culturales ligados al Qhapaq Ñan.*

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO	JERARQUIA
CERRO COJITAMBO	Atractivos Naturales	Montañas	III
COMPLEJO ARQUEOLÓGICO	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	III
IGLESIA SAN ALFONSO	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	II
PICAPEDRERA	Manifestaciones Culturales	Acervo Cultural y Popular	III
QHAPAQ ÑAN	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	II

Fuente: Ministerio de Turismo (2019)

Elaborado por: Paúl Guallpa

Se establecen 1 atractivo natural de Jerarquía III y 4 manifestaciones culturales de jerarquías II y III, incluyendo al Qhapaq Ñan entre los atractivos culturales.

Tabla 10. *Valoración y jerarquización de atractivos turísticos.*

CRITERIO	VARIABLE	CANTIDAD	%
Categoría	Sitios Naturales	1	20%
	Manifestaciones culturales	4	80%
TOTAL		5	100%
Estado de conservación	Conservado	1	20%
	Alterados	4	80%
TOTAL		5	100
Jerarquía	I	0	0%
	II	2	40%
	III	3	60%
	IV	0	0%
	Sin Jerarquía	0	0%
	TOTAL		5

Fuente: Elaboración propia. (2020).

En resumen, en la parroquia Cojitambo, existen 5 atractivos turísticos relevantes, de los cuales 1 pertenece a la categoría sitios naturales y representan el 20%; mientras que 4 corresponden a la categoría manifestaciones culturales y representan el 80%.

Respecto al estado de conservación de los atractivos, se señala que 1 se encuentran en estado conservado y representan el 20%; mientras que 4 atractivos se registran como alterados y representan el 80%.

Según la jerarquía, 2 atractivos corresponden a la jerarquía II que representa el 40% y 3 atractivo corresponde a la categoría III con el 60% de representatividad.

De acuerdo a la metodología empleada en la evaluación del potencial turístico de la zona en estudio, se define el significado de la jerarquía, de la siguiente manera:

Jerarquía IV: Atractivo excepcional y de gran significado para el mercado turístico nacional e internacional, capaz por si solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

Jerarquía III, Atractivos con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por si solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

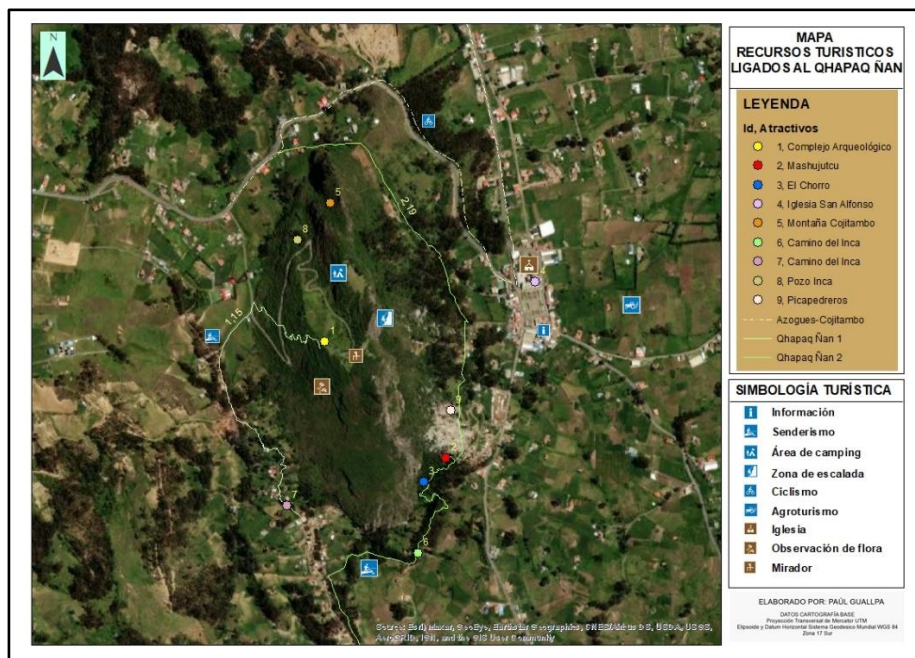
Jerarquía II, atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Jerarquía I, atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elemento que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

De acuerdo a las características mencionadas, el turismo en la parroquia Cojitambo está definido en función de los atractivos turísticos de importancia natural y cultural, con énfasis en el Cerro Cojitambo, el Complejo Arqueológico y el Qhapaq Ñan, iconos a nivel nacional de jerarquías III y II respectivamente, de este modo, la parroquia Cojitambo es un territorio predilecto, su riqueza cultural está presente en la herencia histórica y arqueológica de las culturas Cañari e Inca. Su riqueza Natural deslumbra de manera sobresaliente en el horizonte de la cordillera Oriental con la presencia del cerro Cojitambo.

4.1.1.2. Mapa de atractivos turísticos

Figura 1. Mapa de atractivos turísticos



Elaborado por: Paúl Guallpa.

En la figura 1 es posible ver los atractivos turísticos principales (Qhapaq Ñan, Iglesia de San Alfonso, Complejo Arqueológico y el cerro Cojitambo y Picapedreros) de la parroquia Cojitambo y algunos recursos turísticos complementarios cercanos a los tramos del Qhapaq Ñan (El chorro, el Mashujutcu, el pozo Inca y el valle de las Huacas).

4.1.1.3. Prestadores de servicios turísticos

Los prestadores de servicios turísticos más cercanos al Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, son los que se encuentran en la ciudad de Azogues, mismos que están registrados en el catastro turístico del año 2022, realizado por el GAD Municipal del cantón Azogues (Ver Anexo 3), a continuación, detallamos los servicios turísticos que existen en el territorio:

4.1.1.3.1. Prestadores de servicios de hospedaje

Tabla 11. *Prestadores de servicios de hospedaje*

TIPO	N°	HAB	PLAZAS
Hotel	5	175	203
Hostal	3	40	92
Hostería	1	7	14
TOTAL	9	222	309

Fuente: Catastro 2022.

Son 9 los prestadores del servicio de alojamiento, están divididos en 3 tipos, hoteles, hostales y hostería, los cuales tienen 222 habitaciones disponibles y capacidad para 309 personas.

4.1.1.3.2. Prestadores de servicios de alimentación

Tabla 12. *Prestadores de servicios de alimentación*

TIPO	N°	N° MESAS
Restaurantes	28	491
Cafeterías	15	186
Fuentes de soda	7	39
TOTAL	50	716

Fuente: Catastro 2022.

El servicio de alimentación, cafeterías y fuentes de zona es el que más destaca en la ciudad de Azogues, con 50 establecimientos en funcionamiento y 716 mesas disponibles y aproximadamente 2864 plazas disponibles.

4.1.1.3.3. Prestadores de servicios de transporte

Tabla 13. *Prestadores de servicios de transporte*

Tipo	N°	N° unidades
Transporte turístico	7	67
Transporte público	1	N/A

Fuente: Catastro 2022.

En cuanto al servicio de transporte, existen 7 empresas de transporte turístico terrestre, que tienen 67 unidades operativas, el transporte turísticos en su mayoría realizan traslados de personas al aeropuerto de Guayaquil y viajes turísticos a las provincias del Azuay y Loja en su mayoría; a la vez también existe el servicio de transporte urbano, proporcionado por la empresa de transporte Panamericano, que realiza el recorrido desde la terminal de la ciudad de Azogues hasta el cantón Deleg, y en su trayecto pasa por la parroquia Cojitambo, este servicio está disponible todos los días desde las 6H30 hasta las 18H00, cada 30 minutos. El servicio urbano tiene un costo de \$0.60 ctvs. hasta el centro de la parroquia Cojitambo o a la entrada hacia el Complejo Arqueológico de Cojitambo, el recorrido dura alrededor de 25 minutos.

4.1.1.3.4. Prestadores de servicios de agenciamiento y operación turística.

Tabla 14. *Agencias y operadores turísticos.*

TIPO	CATEGORÍA	CANTIDAD
Agencias de viajes	Internacional	7
Agencias de viajes	Dual	6
Agencias de viajes	Operadoras	2
TOTAL		15

Fuente: Catastro 2022.

En la ciudad de Azogues existen 7 agencias de viajes internacionales, 6 duales y 2 operadoras de turismo, estas en su mayoría prestan los servicios de venta de tiques aéreos y asesoramiento para la obtención de visas.

4.1.1.3.5. Prestadores de servicios de intermediación.

Tabla 15. *Servicios de intermediación*

TIPO	Nº
Salas de baile	2
Recepción y banquetes	6
Bares	4
Discoteca	3
Banearios	1
TOTAL	16

Fuente: Catastro 2022.

Dentro del grupo de prestadores de servicios de intermediación están considerados las salas de baile, centros de recepción y banquetes, bares, discotecas y balnearios; en total son 16 prestadores de servicios que en su mayoría se activan los fines de semana, desde el día jueves hasta el domingo.

4.1.1.4. Infraestructura de apoyo

Tabla 16. *Infraestructura de apoyo*

INFRAESTRUCTURA	DETALLE	CANTIDAD
Vialidad	Autopista Cuenca Azogues hasta el casco parroquial de Cojitambo.	4.1 km de vía asfaltada.
Centro educativo	8 Centros educativos ubicados en diferentes comunidades.	1 colegio y 1 escuela ubicados en el casco parroquial y 6 escuelas restantes ubicadas en diferentes comunidades.
Salud	Centro de Salud ubicado en el casco parroquial de Cojitambo, atiende las 8 horas diarias.	2 médicos generales. 2 odontólogo 2 médicos en familia 3 consultorios. 3 camas hospitalarias
Telefonía e internet	El servicio de telefonía e internet es proporcionado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT).	Telefonía fija e internet: CNT. Telefonía celular: Claro y movistar

Fuente: PD y OT, 2019.

Entre la infraestructura de apoyo para la actividad turística, la parroquia Cojitambo tiene conexión con el cantón Azogues y otras provincias a través de una vía asfaltada de 4.1 km, es importante destacar la conexión que existe entre esta vía y la autopista Azogues Cuenca, tramo que forma parte de la carretera Panamericana que une las provincias de la sierra norte con las del sur del Ecuador. Los servicios de educación, salud y telefonía, y sus

infraestructuras presentes en el territorio, se encuentran en funcionamiento y son considerados como buenos por la mayoría de los pobladores.

4.2. Análisis de datos obtenidos mediante los instrumentos de investigación.

Para cumplir los objetivos propuestos de la presente investigación, a continuación, presentamos los datos obtenidos mediante los instrumentos de investigación aplicados a las diferentes unidades de investigación propuestas (Prestadores de servicios de la ciudad de Azogues, a los visitantes que llegan a la parroquia Cojitambo y a la población de Cojitambo).

4.2.1. Análisis de la encuesta aplicada a Prestadores de Servicios Turísticos

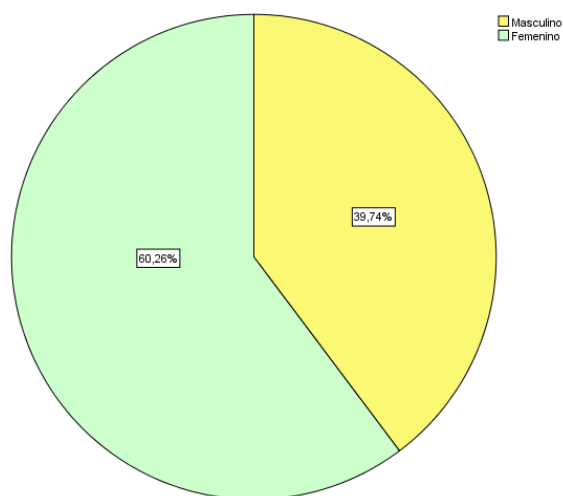
Pregunta 1.1. Género

Tabla 17. *Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	31	39,7	39,7	39,7
	Femenino	47	60,3	60,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 2. *Género*



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 60.26% de los prestadores de servicios encuestados son de sexo femenino, mientras que el 39.74% son de sexo masculino.

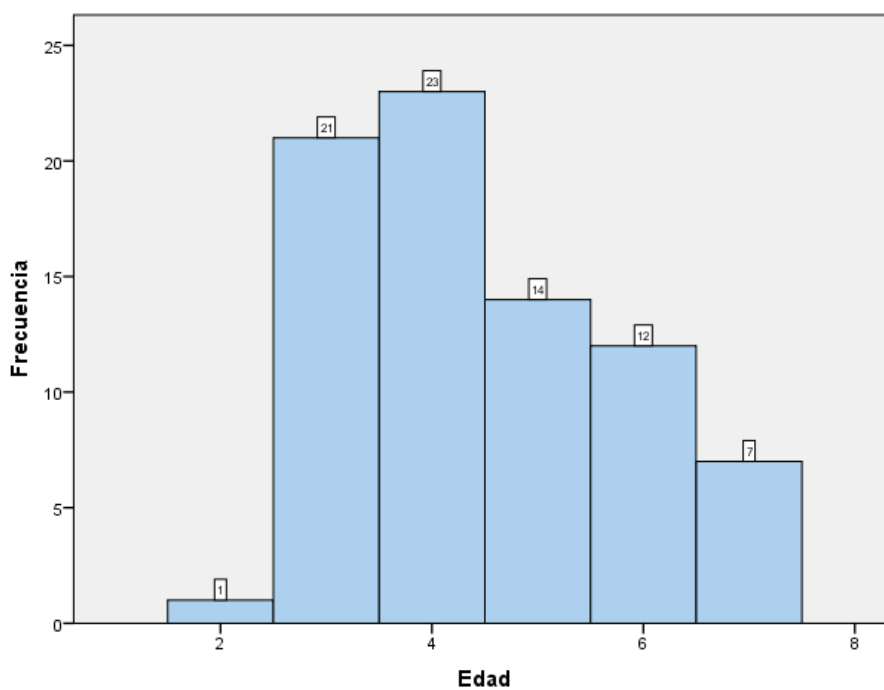
Pregunta 1.2. Edad

Tabla 18. *Edad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
< 19 años	1	1,3	1,3	1,3
20-29	21	26,9	26,9	28,2
30-39	23	29,5	29,5	57,7
Válidos 40-49	14	17,9	17,9	75,6
50-59	12	15,4	15,4	91,0
≥ 60	7	9,0	9,0	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 3. *Edad*



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 29.5% de los prestadores de servicio que respondieron la encuesta tienen la edad comprendida entre 30 y 39 años, el 26.9% tienen entre 20 y 29 años, el 17.9% tiene entre 40 y 49 años, el 15.4% tiene entre 50 y 59 años, el 9% es mayor de 60 años y el 1.3% es menor a 19 años.

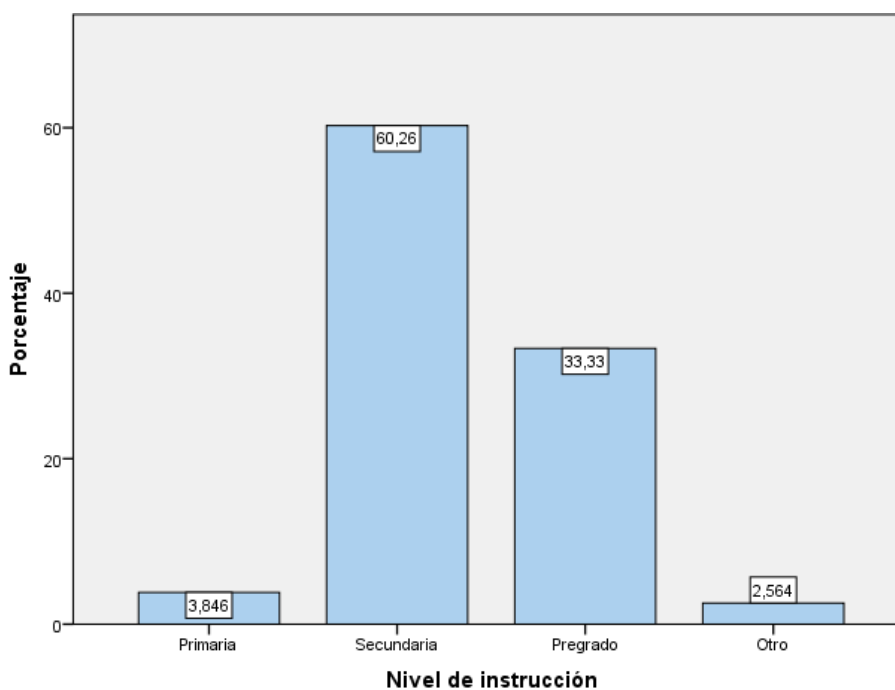
Pregunta 1.3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Tabla 19. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	3	3,8	3,8	3,8
Secundaria	47	60,3	60,3	64,1
Válidos Pregrado	26	33,3	33,3	97,4
Otro	2	2,6	2,6	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios turísticos. (2021)

Figura 4. ¿Cuál es su nivel de instrucción?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 60.26% de los prestadores de servicios que respondieron la encuesta tienen instrucción secundaria, en 33.33% pregrado, el 3.85% primaria y el 2.56% otro tipo de instrucción.

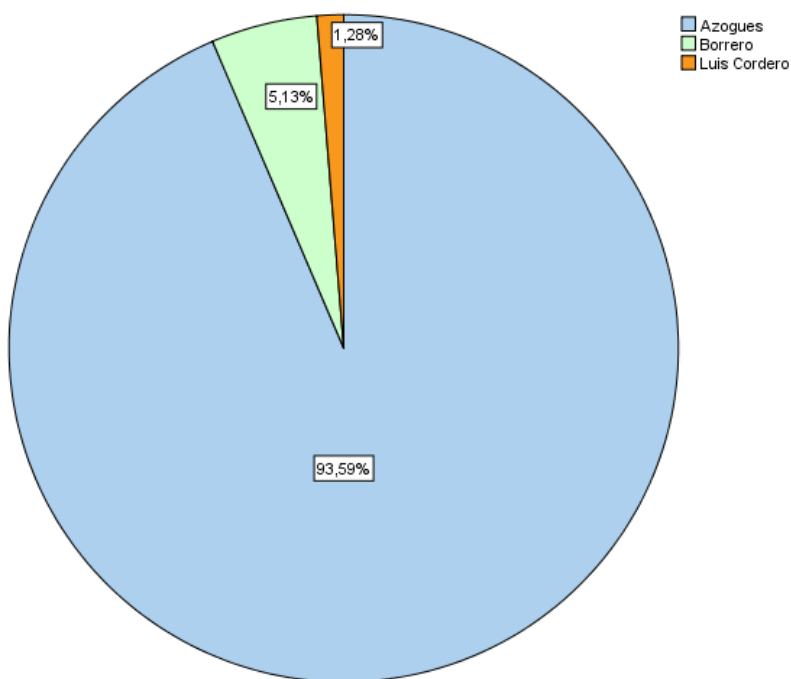
Pregunta 2.1. ¿Parroquia a la que pertenece?

Tabla 20. ¿Parroquia a la que pertenece?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Azogues	73	93,6	93,6
	Borrero	4	5,1	98,7
	Luis Cordero	1	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios turísticos. (2021)

Figura 5. ¿Parroquia a la que pertenece?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 93.59% de los prestadores de servicios que respondieron la encuesta pertenecen azogues, el 5.1% a la parroquia Borrero y el 1.3% a la parroquia Luis Cordero.

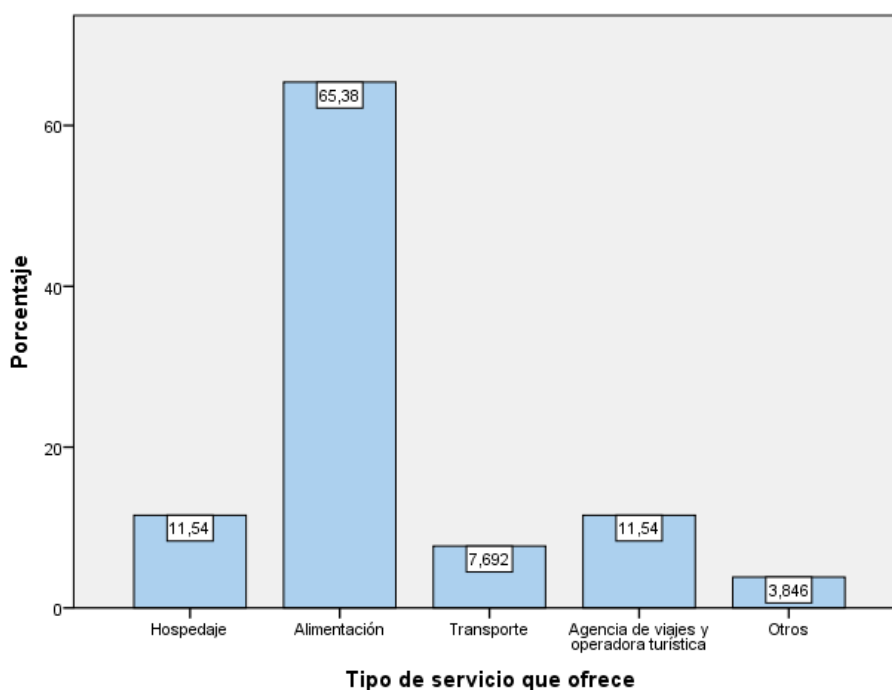
Pregunta 2.2. ¿Cuál es el tipo de servicio turístico que Ud. ofrece?

Tabla 21. ¿Cuál es el tipo de servicio turístico que Ud. ofrece?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hospedaje	9	11,5	11,5	11,5
Alimentación	51	65,4	65,4	76,9
Transporte	6	7,7	7,7	84,6
Válidos Agencia de viajes y operadora turística	9	11,5	11,5	96,2
Otros	3	3,8	3,8	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 6. ¿Cuál es el tipo de servicio turístico que Ud. ofrece?



Fuente: Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 65.38% de los prestadores de servicios que respondieron la encuesta prestan servicio de alimentación, el 11.54% hospedaje al igual que agencias de viajes y operadoras turísticas, el 7.69% de transporte y el 3.85% se dedica a dar otros servicios.

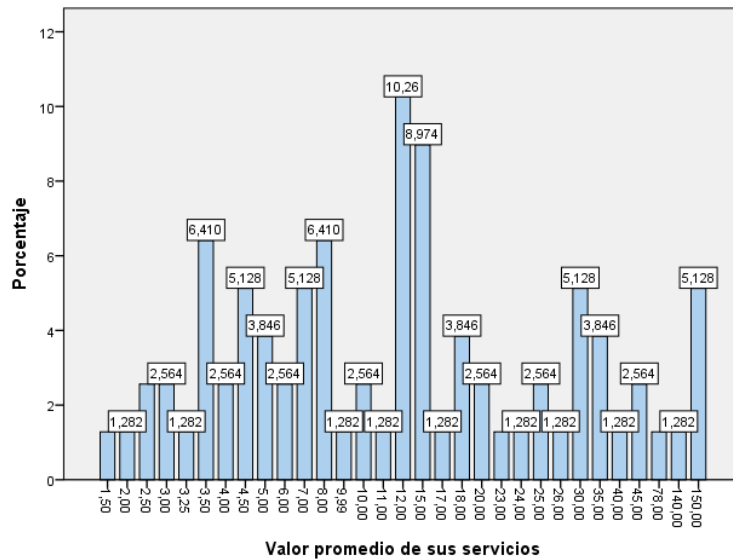
Pregunta 2.4. ¿Cuál es el valor de sus servicios?

Tabla 22. ¿Cuál es el valor de sus servicios?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1,50	1	1,3	1,3	1,3
2,00	1	1,3	1,3	2,6
2,50	2	2,6	2,6	5,1
3,00	2	2,6	2,6	7,7
3,25	1	1,3	1,3	9,0
3,50	5	6,4	6,4	15,4
4,00	2	2,6	2,6	17,9
4,50	4	5,1	5,1	23,1
5,00	3	3,8	3,8	26,9
6,00	2	2,6	2,6	29,5
7,00	4	5,1	5,1	34,6
8,00	5	6,4	6,4	41,0
9,99	1	1,3	1,3	42,3
10,00	2	2,6	2,6	44,9
11,00	1	1,3	1,3	46,2
Válidos 12,00	8	10,3	10,3	56,4
15,00	7	9,0	9,0	65,4
17,00	1	1,3	1,3	66,7
18,00	3	3,8	3,8	70,5
20,00	2	2,6	2,6	73,1
23,00	1	1,3	1,3	74,4
24,00	1	1,3	1,3	75,6
25,00	2	2,6	2,6	78,2
26,00	1	1,3	1,3	79,5
30,00	4	5,1	5,1	84,6
35,00	3	3,8	3,8	88,5
40,00	1	1,3	1,3	89,7
45,00	2	2,6	2,6	92,3
78,00	1	1,3	1,3	93,6
140,00	1	1,3	1,3	94,9
150,00	4	5,1	5,1	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

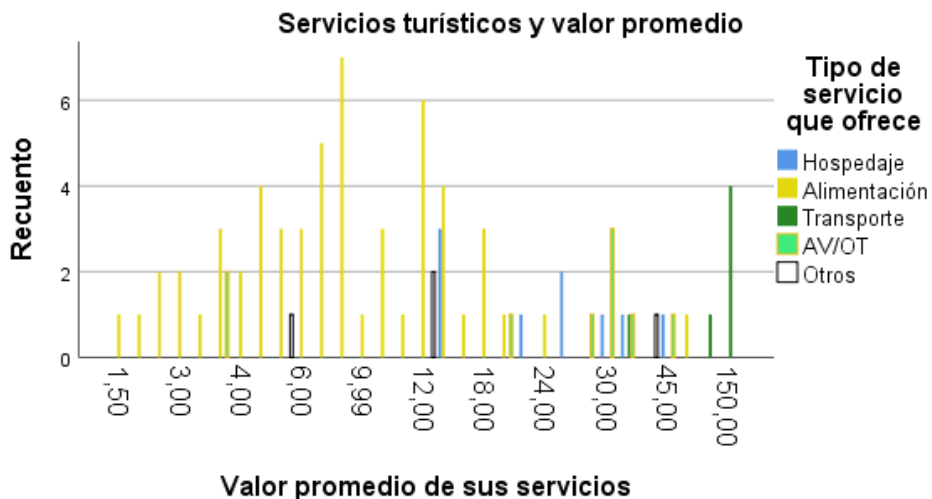
Figura 8. ¿Cuál es el valor de sus servicios?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

En promedio los prestadores de servicio cobran 23.14 dólares por sus servicios, el 10.26% cobra 12 dólares, el 8.97% cobra 15 dólares, el 6.41% cobra 3.50 dólares al igual que 8 dólares y 5.13% cobran 30 dólares al igual que otro grupo 150 dólares por prestar sus servicios.

Tabla 23. Valor promedio por servicio



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El valor promedio del servicio de alimentación es de \$8,00; del servicio de hospedaje es de \$15,00, de transporte es de \$150 y el servicio de operación y venta de tickets es de \$30,00.

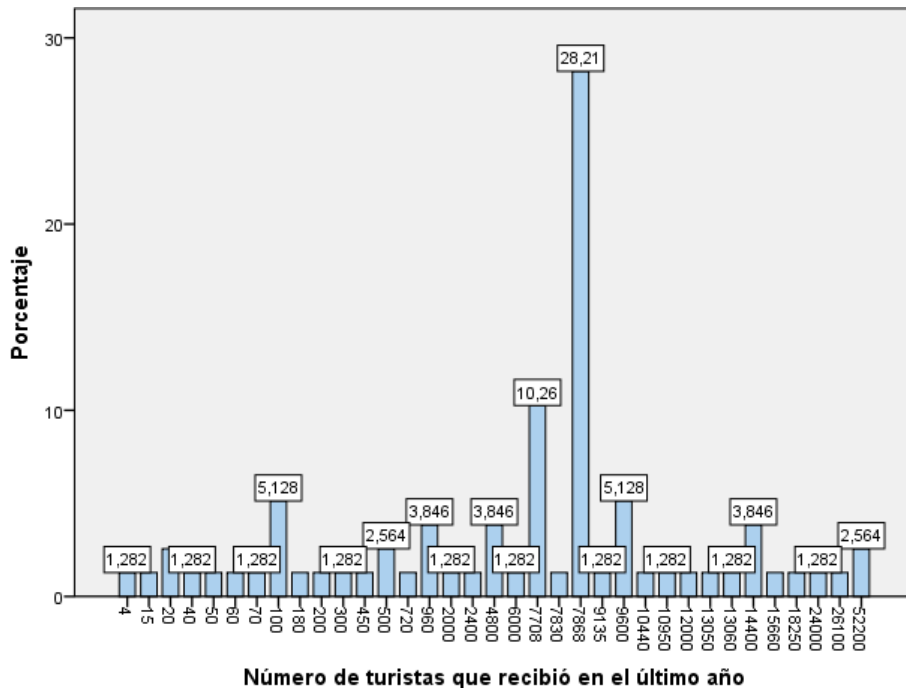
Pregunta 2.5. ¿Cuál es número de turistas que ha recibido durante el último año?

Tabla 24. ¿Cuál es número de turistas que ha recibido durante el último año?

	Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	4	1	1,3	1,3	1,3
	15	1	1,3	1,3	2,6
	20	2	2,6	2,6	5,1
	40	1	1,3	1,3	6,4
	50	1	1,3	1,3	7,7
	60	1	1,3	1,3	9,0
	70	1	1,3	1,3	10,3
	100	4	5,1	5,1	15,4
	180	1	1,3	1,3	16,7
	200	1	1,3	1,3	17,9
	300	1	1,3	1,3	19,2
	450	1	1,3	1,3	20,5
	500	2	2,6	2,6	23,1
	720	1	1,3	1,3	24,4
	960	3	3,8	3,8	28,2
	2000	1	1,3	1,3	29,5
	2400	1	1,3	1,3	30,8
Válidos	4800	3	3,8	3,8	34,6
	6000	1	1,3	1,3	35,9
	7708	8	10,3	10,3	46,2
	7830	1	1,3	1,3	47,4
	7868	22	28,2	28,2	75,6
	9135	1	1,3	1,3	76,9
	9600	4	5,1	5,1	82,1
	10440	1	1,3	1,3	83,3
	10950	1	1,3	1,3	84,6
	12000	1	1,3	1,3	85,9
	13050	1	1,3	1,3	87,2
	13060	1	1,3	1,3	88,5
	14400	3	3,8	3,8	92,3
	15660	1	1,3	1,3	93,6
	18250	1	1,3	1,3	94,9
	24000	1	1,3	1,3	96,2
	26100	1	1,3	1,3	97,4
	52200	2	2,6	2,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 9. ¿Cuál es número de turistas que ha recibido durante el último año?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

En promedio los prestadores de servicio que respondieron la encuesta recibieron 7852 turistas en el último año, de los cuales el 28.21% recibió 7868 turistas, el 10.26% recibió 7708 turistas y el 5.13% recibió 100 turistas y otro grupo con el mismo porcentaje 9600 turistas las cuales son las más representativas.

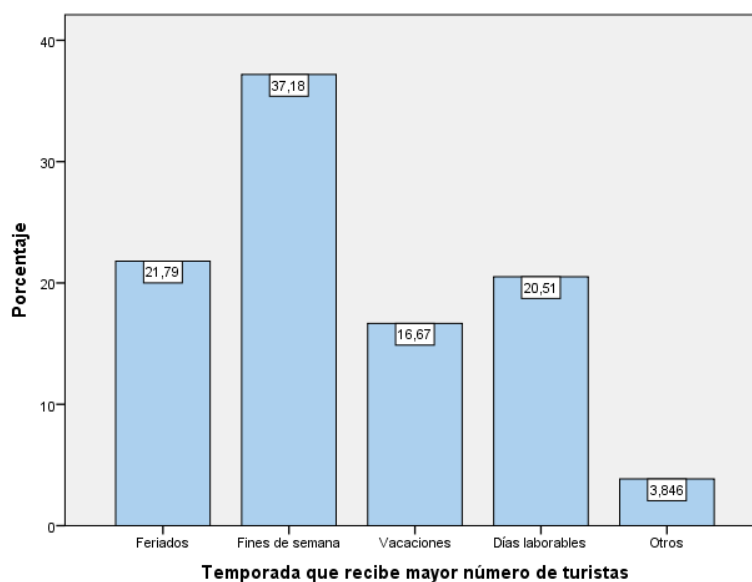
Pregunta 2.6. ¿Cuál es la temporada que recibe mayor número de turistas en su establecimiento?

Tabla 25. Temporada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Feriados	17	21,8	21,8	21,8
Fines de semana	29	37,2	37,2	59,0
Vacaciones	13	16,7	16,7	75,6
Días laborables	16	20,5	20,5	96,2
Otros	3	3,8	3,8	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 10. Temporada



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 37.18% de los prestadores de servicios que contestaron las encuestas manifestaron que reciben más clientes los fines de semana, el 21.79% recibe turistas en feriados, el 20.51% en días laborales, el 16.67% en vacaciones y el 3.85% en otras temporadas del año.

Pregunta 2.7. ¿Cuál es su capacidad máxima instalada?

Tabla 26. Capacidad máxima instalada por tipo de servicio.

Cantidad	Tipo de servicio que ofrece								
	Hospedaje	Sum	Alimentación	Sum	Transporte	Sum	AV/OT	Sum	Otros
8	0	0	0	0	1	8	0	0	0
12	0	0	1	12	0	0	0	0	0
20	0	0	1	20	0	0	0	0	0
22	0	0	2	44	0	0	1	22	0
24	0	0	4	96	0	0	0	0	0
25	0	0	2	50	0	0	0	0	0
28	0	0	6	168	0	0	1	28	0
30	3	90	5	150	0	0	0	0	0
34	0	0	3	102	0	0	0	0	0
35	0	0	1	35	0	0	0	0	0
36	0	0	2	72	0	0	0	0	0
38	1	38	2	76	0	0	0	0	0
40	1	40	3	120	0	0	0	0	0
42	0	0	2	84	0	0	0	0	0
45	0	0	2	90	0	0	0	0	1
46	0	0	2	92	0	0	0	0	0
48	1	48	1	48	0	0	0	0	0
50	1	50	3	150	0	0	0	0	0
55	0	0	1	55	0	0	0	0	0
60	0	0	6	360	0	0	0	0	0
72	0	0	0	0	1	72	0	0	0
77	0	0	0	0	1	77	0	0	0
80	1	80	3	240	1	80	0	0	0
86	0	0	0	0	1	86	0	0	0
90	0	0	1	90	0	0	0	0	0
96	0	0	1	96	0	0	0	0	0
120	1	120	0	0	0	0	0	0	0
140	0	0	0	0	1	140	0	0	0
200	0	0	1	200	0	0	0	0	0
300	0	0	0	0	0	0	0	0	1
450	0	0	1	450	0	0	0	0	0
500	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Total	9	466	56	2900	6	463	2	50	3
PROMEDIO		52		52		77,17		25	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El promedio de capacidad máxima instalada del servicio de hospedaje es de 52 personas, del servicio de alimentación es de 52 personas, el servicio de transporte es de 77 personas y el de agencia de viajes es de 25 personas.

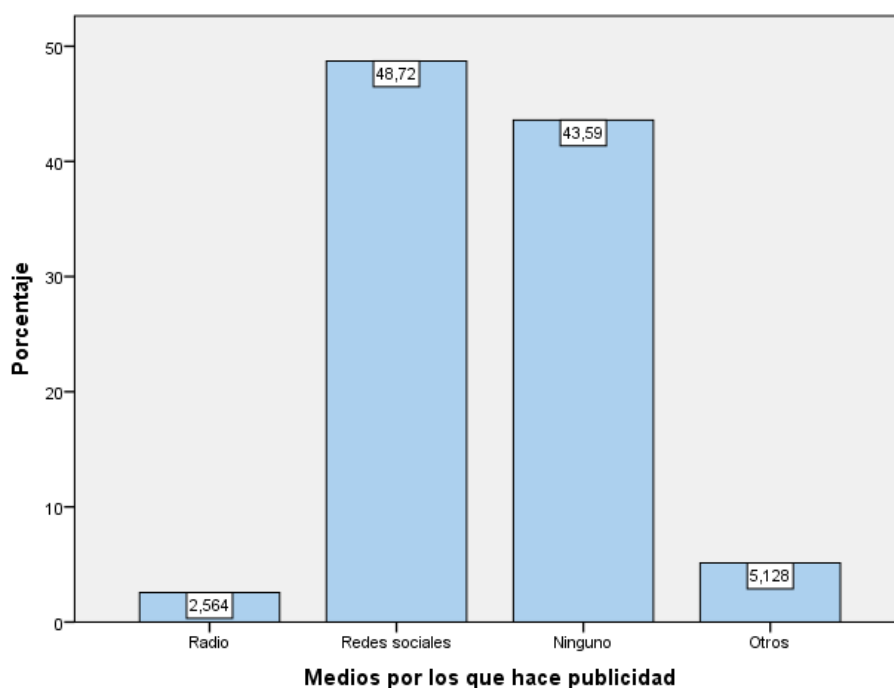
Pregunta 2.8. ¿Por qué medios hace publicidad de sus servicios?

Tabla 27. *Publicidad*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio	2	2,6	2,6	2,6
Redes sociales	38	48,7	48,7	51,3
Válidos Ninguno	34	43,6	43,6	94,9
Otros	4	5,1	5,1	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 11. *Publicidad*

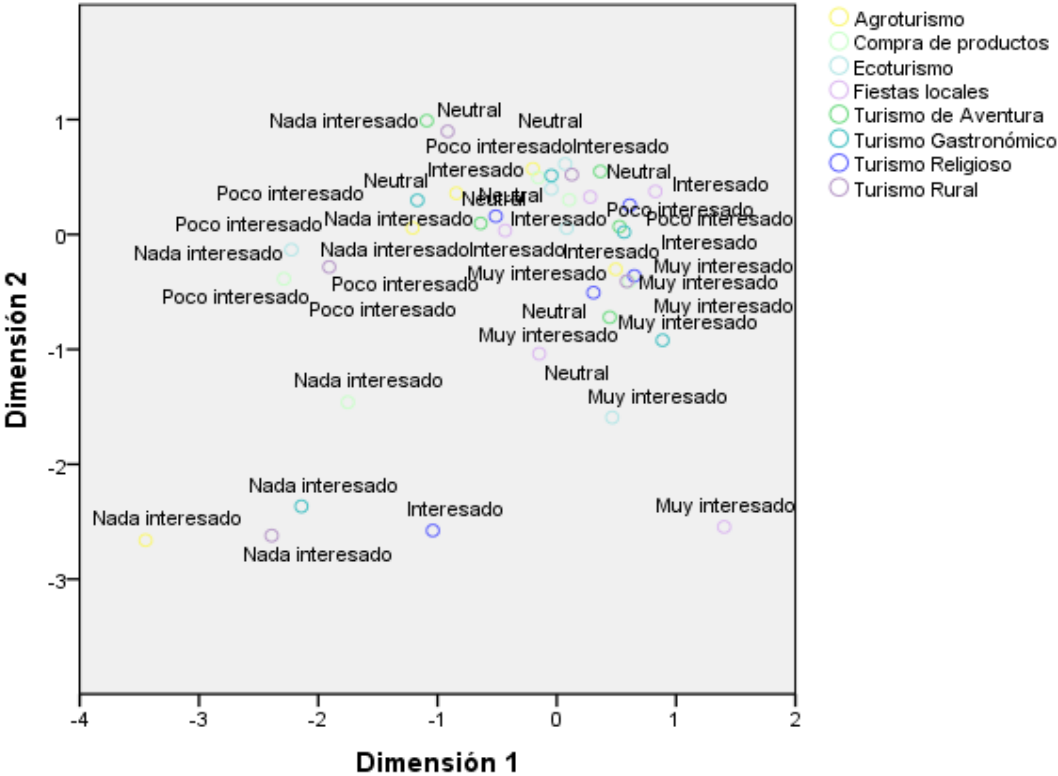


Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 48.72% de los prestadores de servicios encuestado manifestaron que realizan publicidad mediante las redes sociales, el 43.59% manifiesta que ninguna, el 5.13% otros medios y el 2.56% usa radio para promocionar sus servicios.

Pregunta 2.9. ¿Cuál cree que es el principal motivo que los turistas visitan el cantón Azogues? siendo 5 interés alto y 1 no le interesa.

Figura 12. *Visitas del cantón Azogues*



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Podemos observando en el mapa perceptual que un porcentaje de prestadores de servicios que respondieron las encuestas exponen que es poco interesante para los turistas los tipos de turismos que se practican, también se observa que exponen que es muy interesante el turismo religioso, gastronómico, rural, así como el turismo de aventura, las fiestas locales, la compra de productos y el agroturismo, dejando de ultimo el ecoturismo.

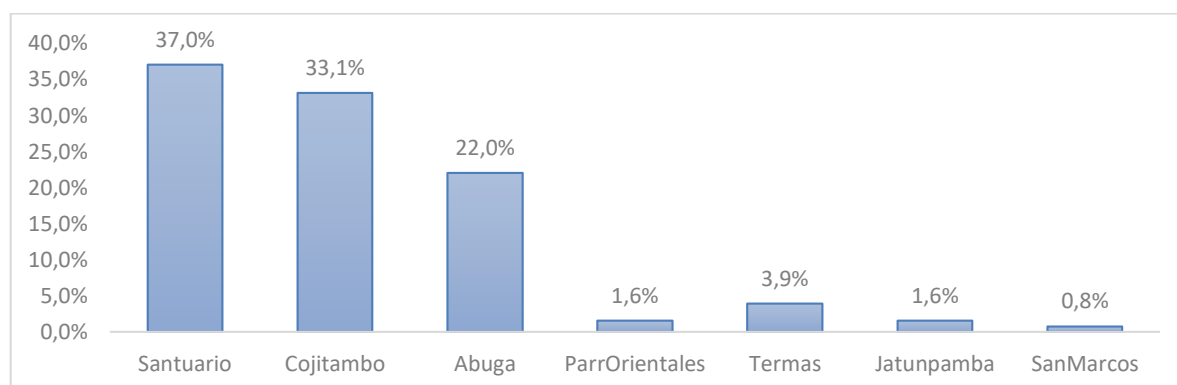
Pregunta 2.10. ¿Qué sitio recomienda visitar en el cantón Azogues?

Tabla 28. ¿Qué sitio recomienda visitar en el cantón Azogues?

	N	Porcentaje	Máximo	Media	Desv. típ.
Santuario	47	37,0%	1	1,00	0,000
Cojitambo	42	33,1%	2	1,99	0,000
Abuga	28	22,0%	3	3,00	0,000
ParrOrientales	2	1,6%	4	4,00	0,000
Termas	5	3,9%	5	5,00	0,000
Jatunpamba	2	1,6%	6	5,97	0,000
SanMarcos	1	0,8%	7	7,00	0,000

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 13. ¿Qué sitio recomienda visitar en el cantón Azogues?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 37% de los prestadores de servicios recomienda visitar el Santuario de la Virgen de la Nube, el 33.1% Cojitambo, 22% Abuga, el 3.9% Termas, el 1.6 Jatunpamba y con el mismo porcentaje las parroquias Orientales y el 0.8% la parroquia San Marcos.

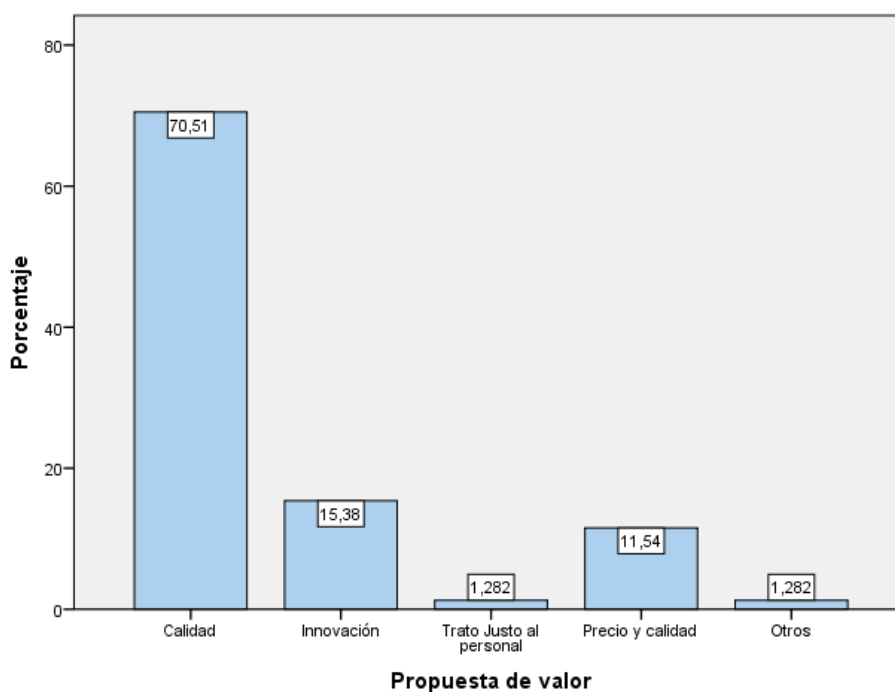
Pregunta 2.11. ¿Cuál es su propuesta de valor que le diferencia de la competencia?

Tabla 29. ¿Cuál es su propuesta de valor que le diferencia de la competencia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Calidad	55	70,5	70,5	70,5
Innovación	12	15,4	15,4	85,9
Trato Justo al personal	1	1,3	1,3	87,2
Precio y calidad	9	11,5	11,5	98,7
Otros	1	1,3	1,3	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 14. ¿Cuál es su propuesta de valor que le diferencia de la competencia?

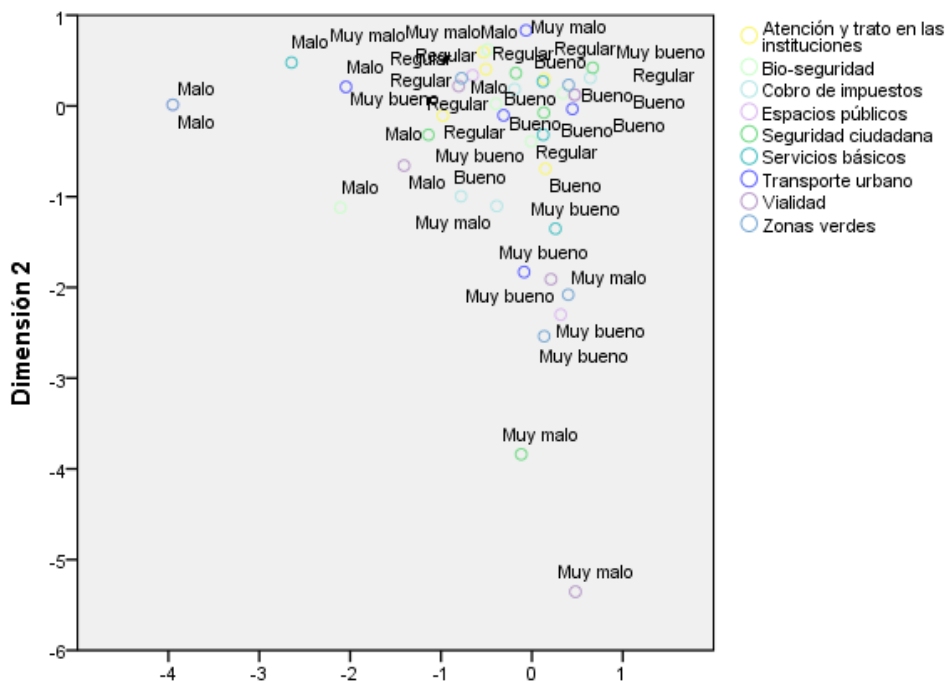


Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 70.51% de los prestadores de servicios encuestados mencionan que la calidad es lo que les diferencia de la competencia, el 15.38% mencionan la innovación, el 11.54% el precio y el 1.28% mencionan que el trato justo y en un mismo porcentaje indican que otros.

Pregunta 3.1. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales del cantón Azogues?

Figura 15. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales del cantón Azogues?

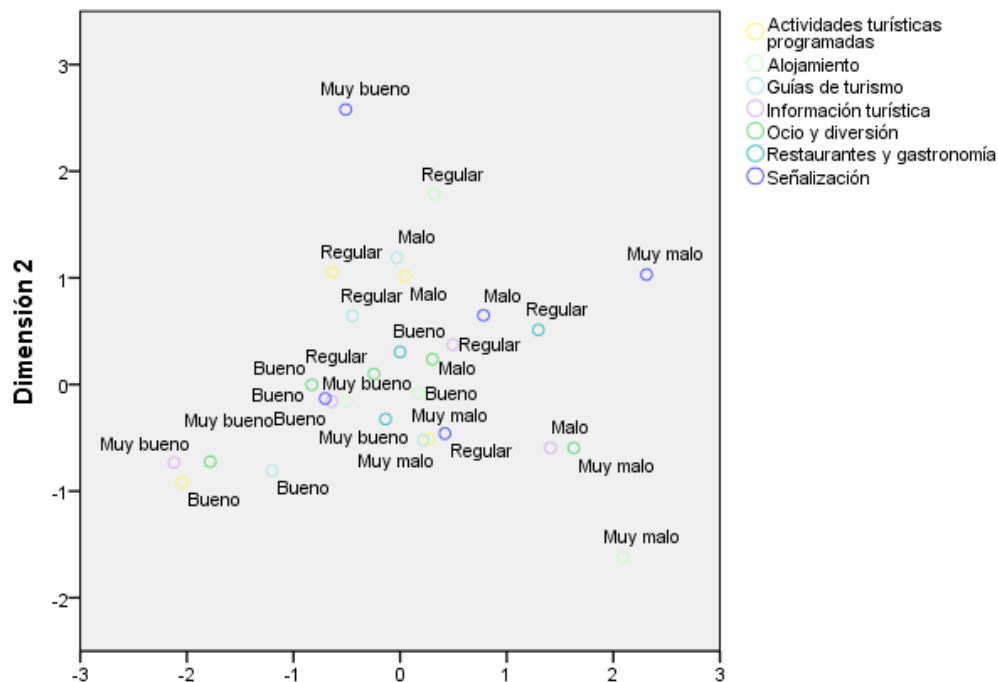


Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Podemos observar en el mapa perceptual con claridad que los prestadores de servicios manifiestan que los servicios generales como los servicios básicos, zonas verdes, espacios públicos, seguridad ciudadana, bio-seguridad, atención y trato en las instituciones, transporte urbano, vialidad y cobro de impuestos del cantón Azogues son buenos.

Pregunta 3.2. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios turísticos del cantón Azogues?

Figura 16. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios turísticos del cantón Azogues?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Podemos observando en el mapa perceptual que un porcentaje de prestadores de servicios mantienen opiniones dispersas de los servicios turísticos del cantón Azogues que los servicios turísticos del cantón Azogues la Información turística, señalización, alojamiento, restaurantes y gastronomía dicen en mayor porcentaje que es buena, las actividades turísticas programadas, el ocio y diversión dicen que es malo dentro del cantón Azogues.

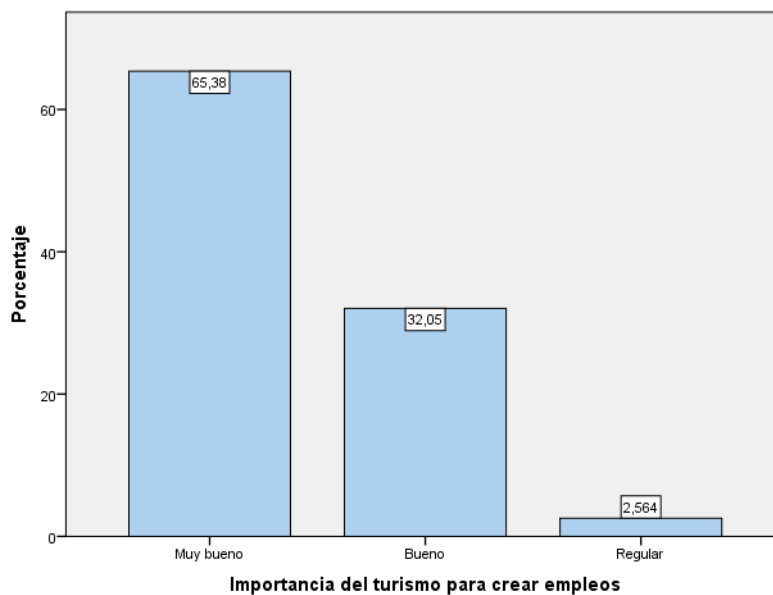
Pregunta 4.1. ¿Cuál cree que sea el grado de importancia del turismo para la creación de nuevos empleos?

Tabla 30. ¿Cuál cree que sea el grado de importancia del turismo para la creación de nuevos empleos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bueno	51	65,4	65,4	65,4
	Bueno	25	32,1	32,1	97,4
	Regular	2	2,6	2,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 17. ¿Cuál cree que sea el grado de importancia del turismo para la creación de nuevos empleos?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 65.38% de los prestadores de servicios que respondieron la encuesta creen que el turista es muy importante para la creación de nuevos empleos, el 32.05% que importante y el 2.56% dicen que es poco importante.

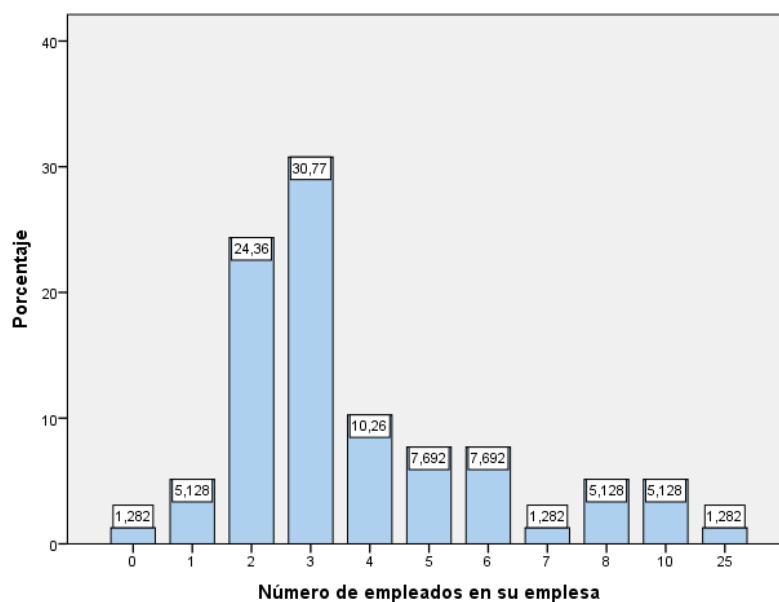
Pregunta 4.2. ¿Cuántos empleados tiene en su empresa o emprendimiento?

Tabla 31. ¿Cuántos empleados tiene en su empresa o emprendimiento?

	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	1	1,3	1,3	1,3
	1	4	5,1	5,1	6,4
	2	19	24,4	24,4	30,8
	3	24	30,8	30,8	61,5
	4	8	10,3	10,3	71,8
	5	6	7,7	7,7	79,5
	6	6	7,7	7,7	87,2
	7	1	1,3	1,3	88,5
	8	4	5,1	5,1	93,6
	10	4	5,1	5,1	98,7
	25	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 18. ¿Cuántos empleados tiene en su empresa o emprendimiento?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Los prestadores de servicios encuestado cuentan con 4 empleados en promedio de los cuales el 30.77% cuenta con 3 empleados, el 24.36% con 2 empleados, el 10.26% con 4 empleados, el 7.69% cuanta con 5 empleados igual que los prestadores que cuentan con 6 empleados.

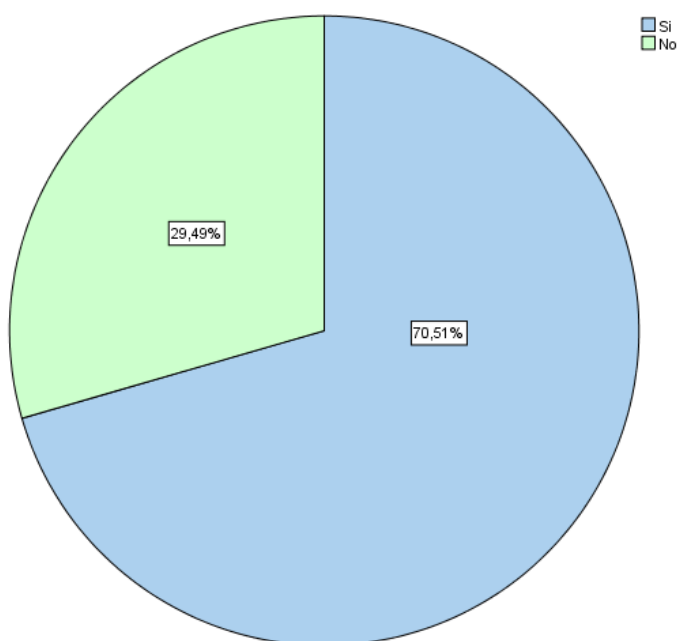
Pregunta 4.3. ¿Capacita a su personal?

Tabla 32. ¿Capacita a su personal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	55	70,5	70,5	70,5
	No	23	29,5	29,5	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 19. ¿Capacita a su personal?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 70.51% de los prestadores encuestados manifestaron que, si capacitan a sus trabajadores, mientras que el 29.49% dicen que no capacitan a su personal.

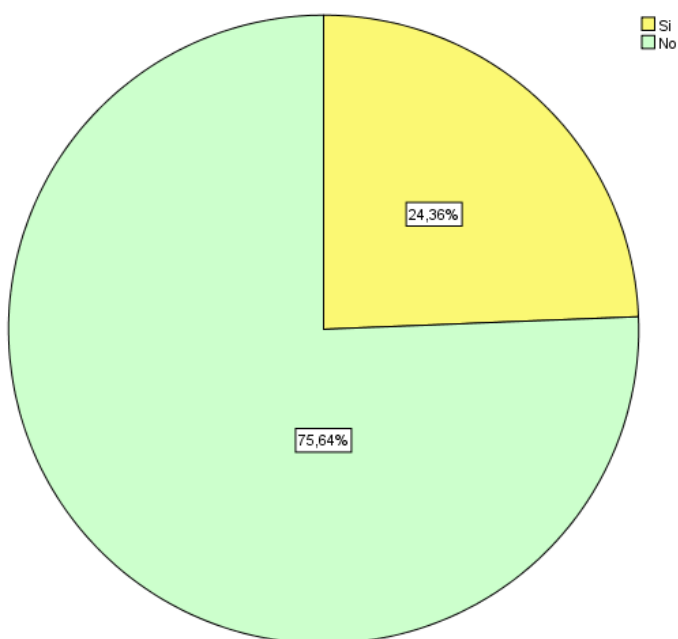
Pregunta 4.4. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?

Tabla 33. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	19	24,4	24,4	24,4
	No	59	75,6	75,6	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

Figura 20. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?



Fuente: Encuesta de prestadores de servicios. (2021)

El 75.64% de los prestadores de servicios encuestados si conocen Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, el 24.36% dicen no conocer Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

4.2.1.1. Caracterización de la oferta turística ligada al Qhapaq Ñan

Al no disponer de prestadores de servicios turísticos en la parroquia Cojitambo, el instrumento se aplicó en el poblado más cercano al Qhapaq Ñan, la ciudad de Azogues, de estos observamos que el 60.3% es de género femenino, el mayor porcentaje se comprende de 30 a 39 años de edad, en mayor cantidad prestan el servicio de alimentación, con un valor promedio de \$8,00, el servicio de hospedaje tiene un valor promedio de \$15,00, el servicio de transporte de \$150,00 y el servicios de operación turística de \$30,00, manifestando también que la temporada en la que existe mayor afluencia de turistas son los fines de semana, en promedio la capacidad instalada de los hoteles y restaurantes es de 52 personas, estos tienen en promedio 4 empleados en su mayoría, el 70,5% capacita a su personal, ellos manifiestan que los servicios generales como los servicios básicos, zonas verdes, espacios públicos, seguridad ciudadana, bio-seguridad, transporte urbano, vialidad y cobro de impuestos del catón Azogues son buenos, ratificando lo que manifiestan los pobladores de la parroquia Cojitambo en relación a los servicios que se prestan en el cantón, y por último el 76% de prestadores de servicios turísticos no conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

4.2.2. Análisis y caracterización de la demanda turística del Qhapaq Ñan.

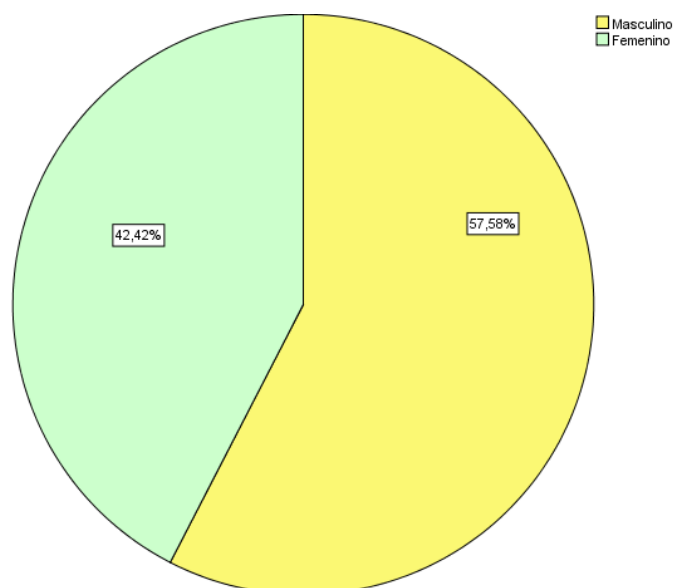
Pregunta 1. Género

Tabla 34. *Género.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	190	57,6	57,6
	Femenino	140	42,4	100,0
	Total	330	100,0	100,0

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 21. *Género*



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El 57.58% de los turistas encuestados, que visitaron la parroquia Cojitambo son de género masculino y el 42.42% son de género femenino.

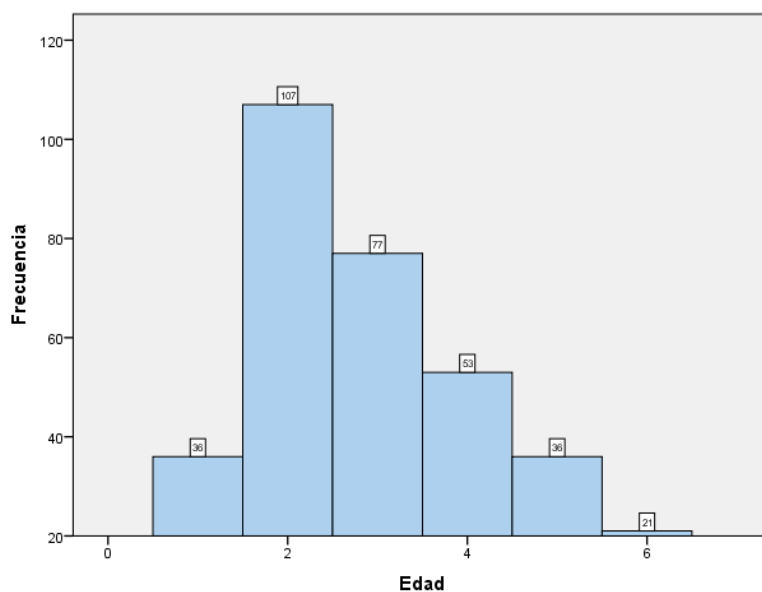
Pregunta 2. Edad

Tabla 35. *Edad*

Rangos de edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
< 19	36	10,9	10,9	10,9
20-29	107	32,4	32,4	43,3
30-39	77	23,3	23,3	66,7
Válidos 40-49	53	16,1	16,1	82,7
50-59	36	10,9	10,9	93,6
> 59	21	6,4	6,4	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 22. *Edad*



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El 10.9% de las personas encuestadas son menores a 19 años, el 32.4% pertenece al grupo de edad de 20 a 29 años, 23.3% pertenece a los 30 a 39 años, el 16.1% de los turistas encuestados pertenecen al grupo de 40 a 49 años, el 10.9% pertenece al grupo de 50 a 59 años y el 6.4% pertenecen al grupo de mayores de 59 años.

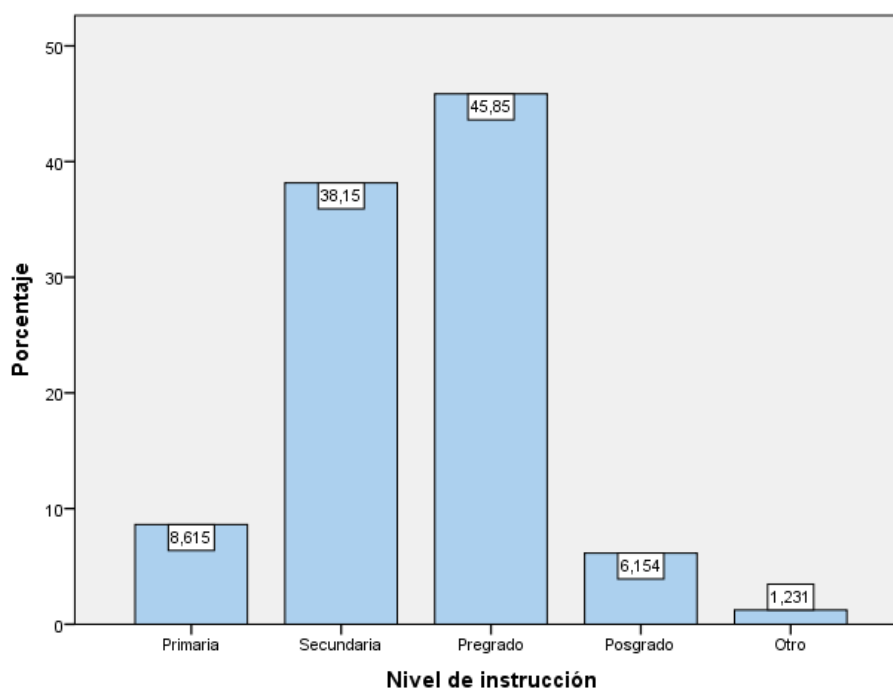
Pregunta 3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Tabla 36. Nivel Instrucción.

Instrucción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	28	8,5	8,6
	Secundaria	124	37,6	46,8
	Pregrado	149	45,2	92,6
	Posgrado	20	6,1	98,8
	Otro	4	1,2	100,0
Total	325	98,5	100,0	
Perdidos	Sistema	5	1,5	
Total	330	100,0		

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 23. Nivel Instrucción



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El nivel de instrucción del 45.85% de los turistas encuestados es pregrado, el 38.15% ha concluido la secundaria, el 8.62% la primaria, el 6.15% tiene instrucción de posgrado y el 1.35% otro nivel de instrucción.

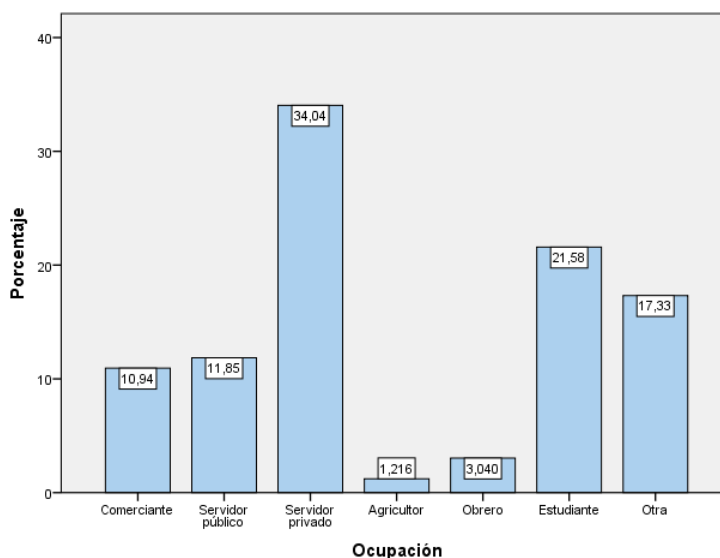
Pregunta 5. ¿Cuál es su ocupación?

Tabla 37. *Ocupación*

	Ocupación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comerciante	36	10,9	10,9	10,9
	Servidor público	39	11,8	11,9	22,8
	Servidor privado	112	33,9	34,0	56,8
	Agricultor	4	1,2	1,2	58,1
	Obrero	10	3,0	3,0	61,1
	Estudiante	71	21,5	21,6	82,7
	Otra	57	17,3	17,3	100,0
	Total	329	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
	Total	330	100,0		

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 25. *Ocupación*



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El 34.04% de los turistas encuestados son servidores privados, el 21.58% son estudiantes, el 17.33% otra profesión, 11.58% son servidores públicos, el 10.94% son comerciantes, el 3.4% obreros y el 1.22% son agricultores.

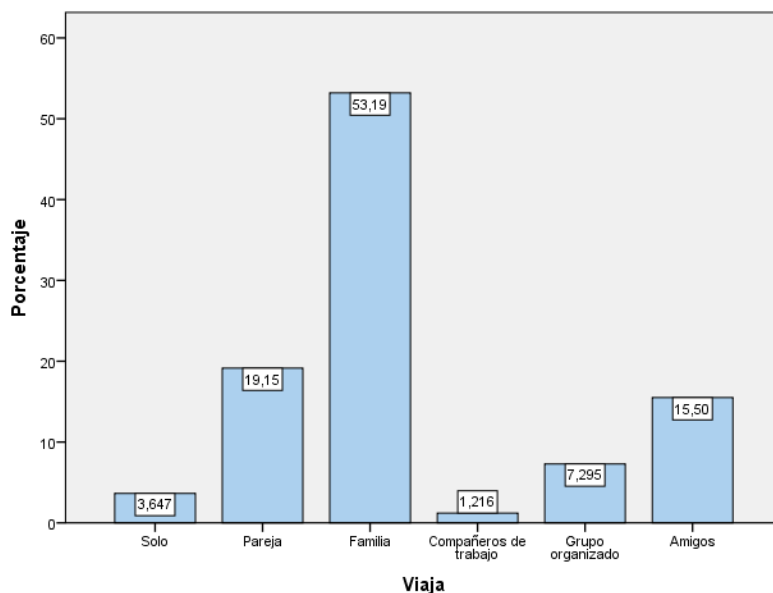
Pregunta 6. ¿Con quién viaja?

Tabla 38. Con quién viaja

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Solo	12	3,6	3,6	3,6
Pareja	63	19,1	19,1	22,8
Familia	175	53,0	53,2	76,0
Válidos	Compañeros de trabajo	4	1,2	77,2
Grupo organizado	24	7,3	7,3	84,5
Amigos	51	15,5	15,5	100,0
Total	329	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3	
Total	330	100,0		

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 26. Con quién viaja



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El 53.19% de los turistas que visitan la parroquia Cojitambo viajan con su familia, el 19.15% viajan en pareja, el 15.50% viaja con amigos, el 7.30% con grupos organizados, el 3.65% solo y el 1.22% con sus compañeros de trabajo.

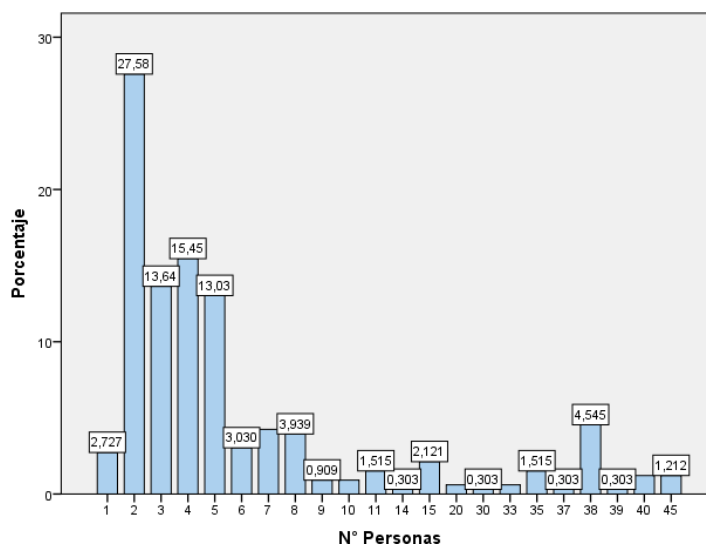
Pregunta 6.1. Número de personas

Tabla 39. *Número de personas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	1	9	2,7	2,7
	2	91	27,6	30,3
	3	45	13,6	43,9
	4	51	15,5	59,4
	5	43	13,0	72,4
	6	10	3,0	75,5
	7	14	4,2	79,7
	8	13	3,9	83,6
	9	3	,9	84,5
	10	3	,9	85,5
	11	5	1,5	87,0
Válidos	14	1	,3	87,3
	15	7	2,1	89,4
	20	2	,6	90,0
	30	1	,3	90,3
	33	2	,6	90,9
	35	5	1,5	92,4
	37	1	,3	92,7
	38	15	4,5	97,3
	39	1	,3	97,6
	40	4	1,2	98,8
	45	4	1,2	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 27. *Número de personas*



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

En promedio los turistas encuestados viajan en grupos de 8 personas de las cuales el 27.58% viajan en pareja, el 15.45% viaja en grupos de 4 personas, el 13.64% viaja entre 3 personas, el 13.03% se encuentra en grupos de 5 personas, el 4.55% están en grupos de 38 personas.

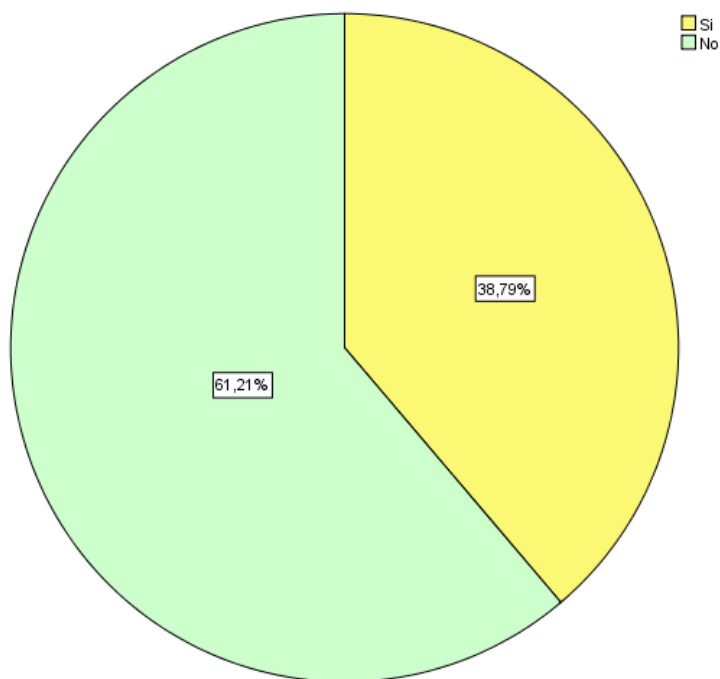
Pregunta 7. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?

Tabla 40. *Conoce el Ohapaq Ñan de la parroquia Cojitambo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	128	38,8	38,8	38,8
	No	202	61,2	61,2	100,0
	Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 28. *Conoce el Ohapaq Ñan de la parroquia Cojitambo*

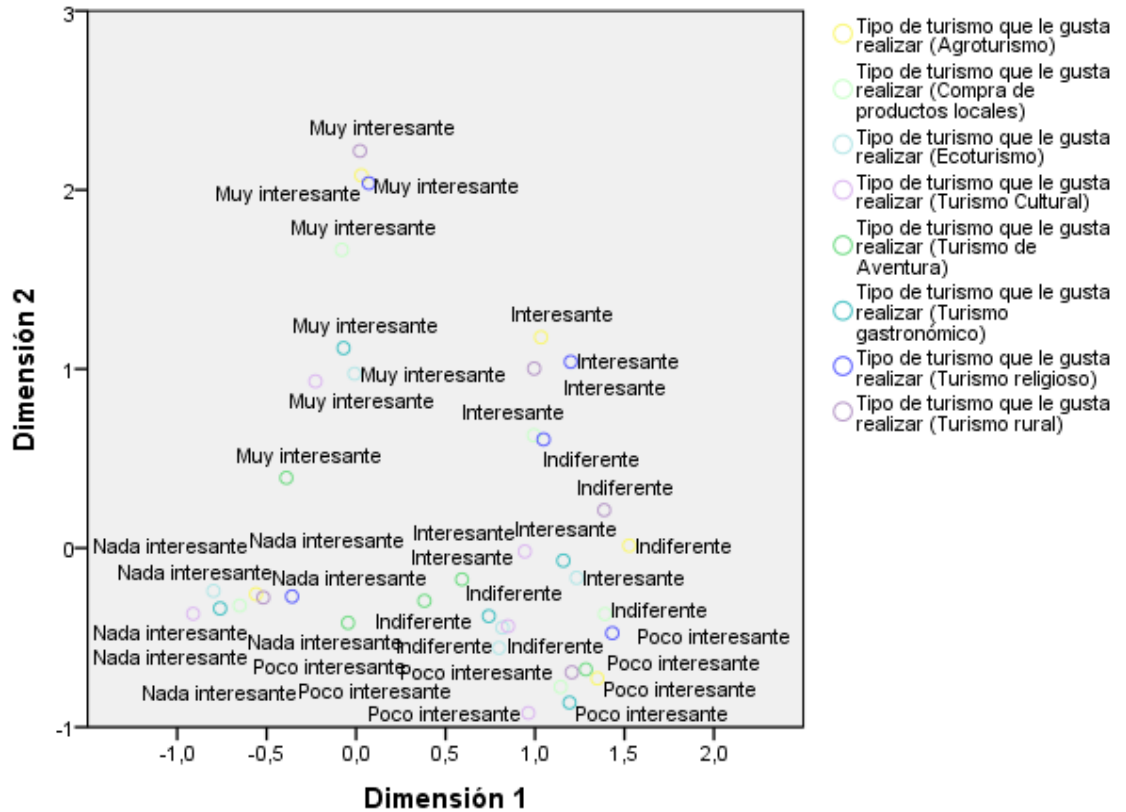


Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El 61.21% de los turistas encuestados dicen que no conoce el Ohapaq Ñan de la parroquia Cojitambo y el 38.79% si lo conocen.

Pregunta 9. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en la parroquia Cojitambo? siendo 5 interés alto y 1 no le interesa.

Figura 30. Mapa Perceptual “Percepción de los turistas”



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Podemos observar en el mapa perceptual que los turistas que respondieron tener un alto interés en realizar turismo de aventura, también desearían realizar turismo de cultura, compra de productos locales, turismo gastronómico, mientras que los que manifestaron realizar turismo religioso, también desearían realizar turismo agrícola y turismo rural.

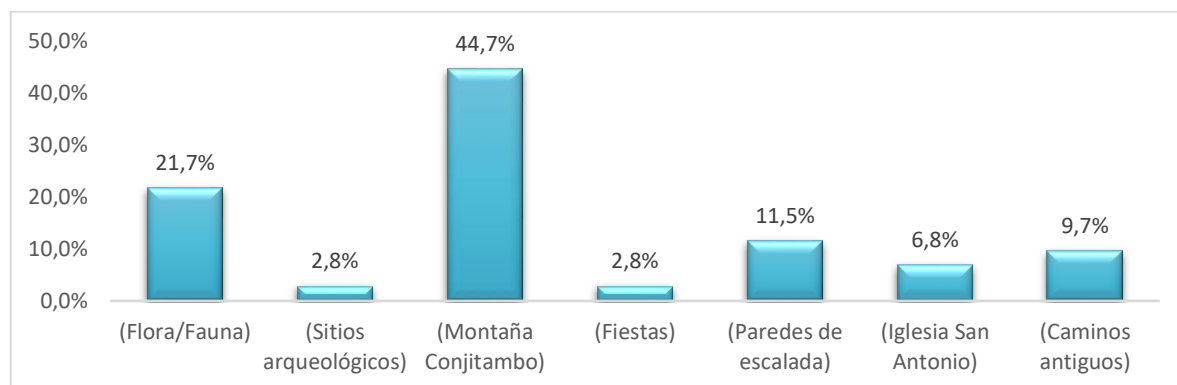
Pregunta 10. ¿Qué atractivos le llama la atención en el sector de Cojitambo?

Tabla 41. ¿Qué atractivos le llama la atención en el sector de Cojitambo?

Atractivos	N	Porcentaje	Máximo	Media	Desv. típ.
(Flora/Fauna)	108	21,7%	1	1,00	0,000
(Sitios arqueológicos)	14	2,8%	2	1,99	,085
(Montaña Cojitambo)	222	44,7%	3	3,00	0,000
(Fiestas)	14	2,8%	4	4,00	0,000
(Paredes de escalada)	57	11,5%	5	5,00	0,000
(Iglesia San Antonio)	34	6,8%	6	5,97	,171
(Caminos antiguos)	48	9,7%	7	7,00	0,000

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 31. ¿Qué atractivos le llama la atención en el sector de Cojitambo?



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El 44.7% de los turistas encuestados dijeron que lo que más les llama la atención en el sector de Cojitambo es la Montaña Cojitambo, el 21.7% la flora y fauna, el 11.5% las paredes de escala, el 9.7% los caminos antiguos, el 6.8% la iglesia San Antonio y el 2.8% dicen las fiestas al igual que los sitios arqueológicos.

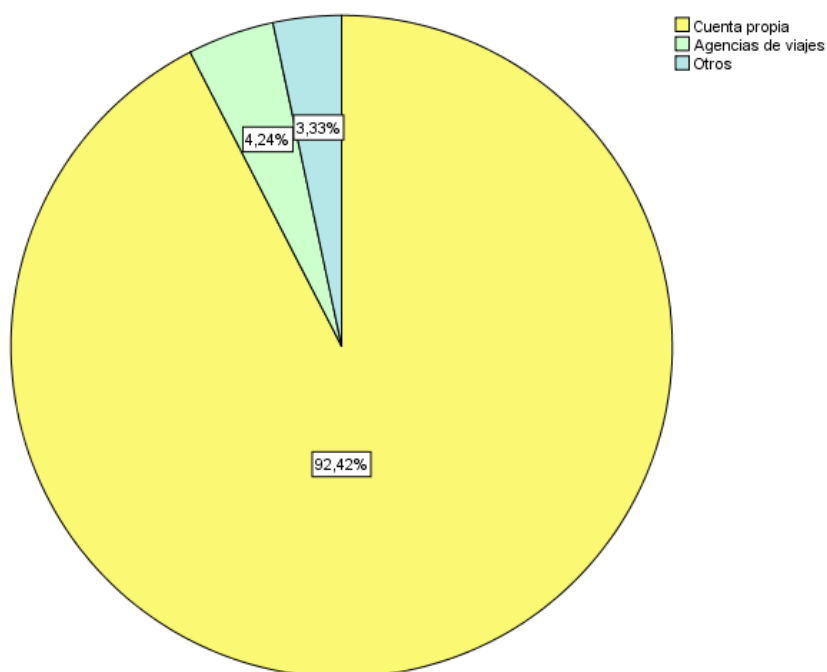
Pregunta 11. ¿Cómo organizó su viaje?

Tabla 42. ¿Cómo organizó su viaje?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Cuenta propia	305	92,4	92,4	92,4
Agencias de viajes	14	4,2	4,2	96,7
Otros	11	3,3	3,3	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 32. ¿Cómo organizó su viaje?



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El 92.42% de los turistas encuestados organizaron su viaje por cuenta propia, el 4.24% mediante agencia de viajes y el 3.33% por otros.

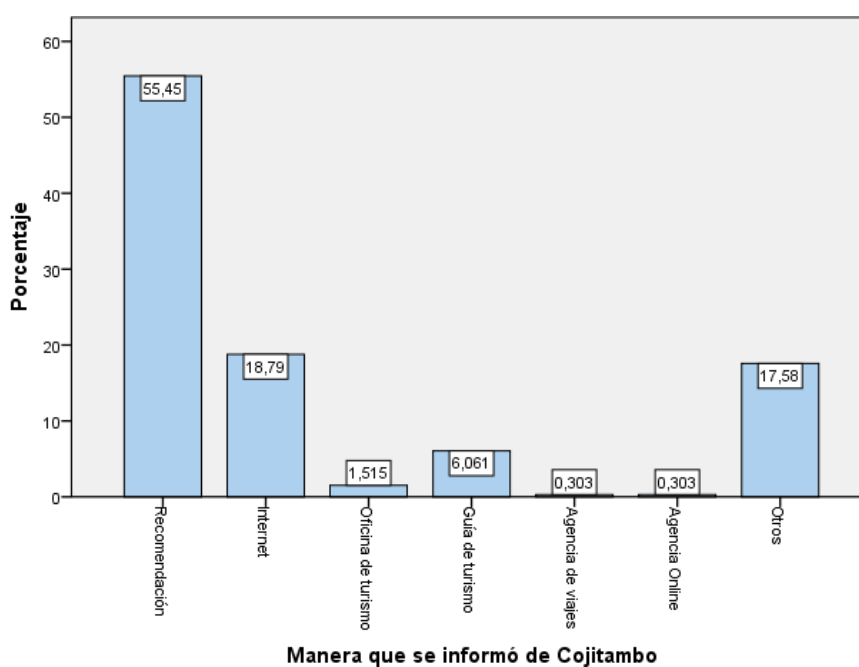
Pregunta 12. ¿Por qué medio se informó sobre la parroquia Cojitambo?

Tabla 43. ¿Por qué medio se informó sobre la parroquia Cojitambo?

Medio de información	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Recomendación	183	55,5	55,5	55,5
Internet	62	18,8	18,8	74,2
Oficina de turismo	5	1,5	1,5	75,8
Guía de turismo	20	6,1	6,1	81,8
Agencia de viajes	1	,3	,3	82,1
Agencia Online	1	,3	,3	82,4
Otros	58	17,6	17,6	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 33. ¿Por qué medio se informó sobre la parroquia Cojitambo?



Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

El 55.45% de los turistas se informó sobre la parroquia Cojitambo por recomendación, el 18.79% mediante el internet, 17.58% de otras personas, el 6.06% mediante guía de turismo, el 1.52% en oficinas de turismo y el 0.3% en agencia de viajes al igual que en agencia online.

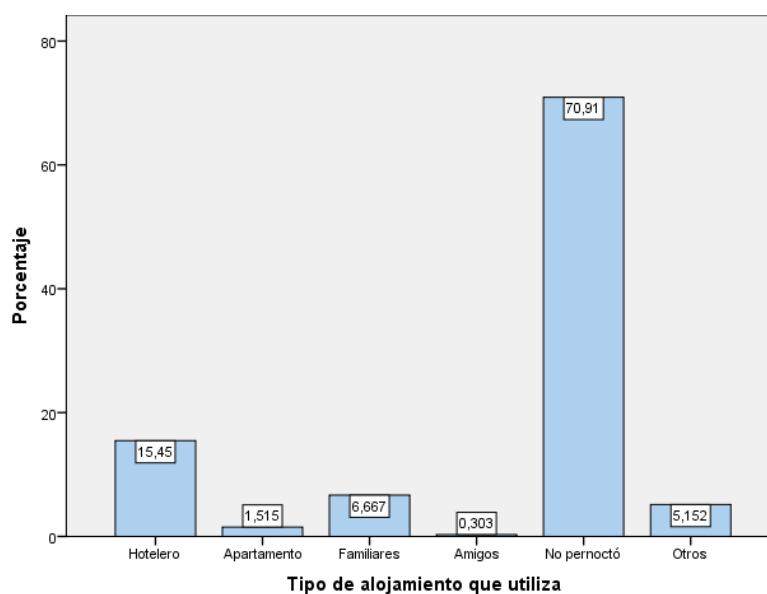
Pregunta 13. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?

Tabla 44. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?

Alojamiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hotelero	51	15,5	15,5	15,5
Apartamento	5	1,5	1,5	17,0
Familiares	22	6,7	6,7	23,6
Válidos Amigos	1	,3	,3	23,9
No pernoctó	234	70,9	70,9	94,8
Otros	17	5,2	5,2	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 34. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?



Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

El 70.91% dice que no pernocta en sus viajes, el 15.45% se aloja en hoteles, el 6.66% visita a familiares, el 5.15% dice que otros, el 1.52% se hospeda e apartamentos y el 0.3% con amigos.

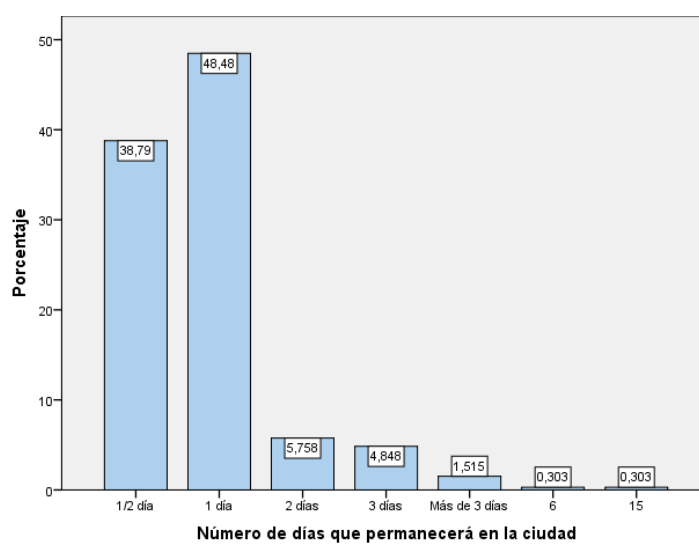
Pregunta 13.1 ¿Cuántos días se quedaría en la parroquia Cojitambo o cantón Azogues?

Tabla 45. ¿Cuántos días se quedaría en la parroquia Cojitambo o cantón Azogues?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1/2 día	128	38,8	38,8	38,8
1 día	160	48,5	48,5	87,3
2 días	19	5,8	5,8	93,0
3 días	16	4,8	4,8	97,9
> 3 d	5	1,5	1,5	99,4
6	1	,3	,3	99,7
15	1	,3	,3	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de turistas. (2021)

Figura 35. ¿Cuántos días se quedaría en la parroquia Cojitambo o cantón Azogues?



El 48.48% de los turistas dice que le gustaría pasar un día en Cojitambo, el 38.79% medio día, el 5.76% pasaría 2 días, el 4.85% pasaría 3 días, el 1.52% pasaría más de 3 días y el 0.3% pasaría de 6 a 15 días.

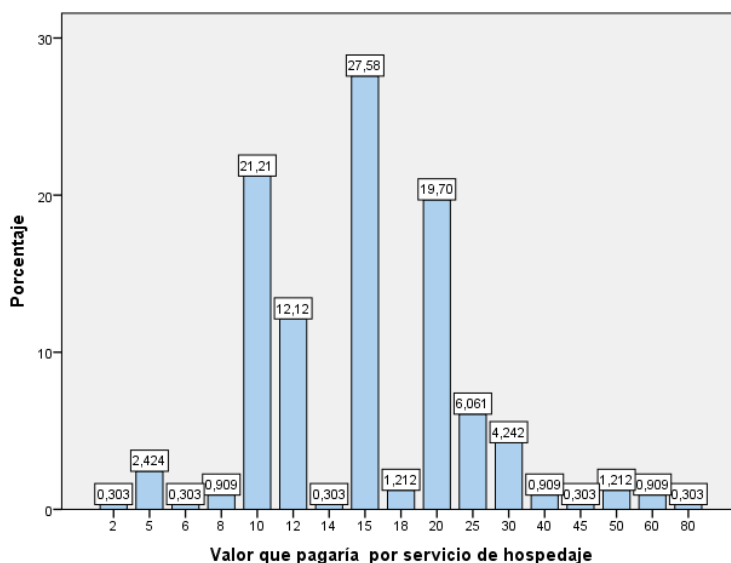
Pregunta 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje, por persona?

Tabla 46. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje, por persona?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	2	1	,3	,3
	5	8	2,4	2,7
	6	1	,3	3,0
	8	3	,9	3,9
	10	70	21,2	25,2
	12	40	12,1	37,3
	14	1	,3	37,6
	15	91	27,6	65,2
Válidos	18	4	1,2	66,4
	20	65	19,7	86,1
	25	20	6,1	92,1
	30	14	4,2	96,4
	40	3	,9	97,3
	45	1	,3	97,6
	50	4	1,2	98,8
	60	3	,9	99,7
	80	1	,3	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

Figura 36. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?



Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

En promedio los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar 16,81 dólares por servicio de hospedaje de los cuales el 27.58% estarían dispuestos a pagar 15 dólares por persona, el 19.70% pagaría 20 dólares, el 21.21% pagaría 10 dólares, el 12.12% pagaría 12 dólares por persona.

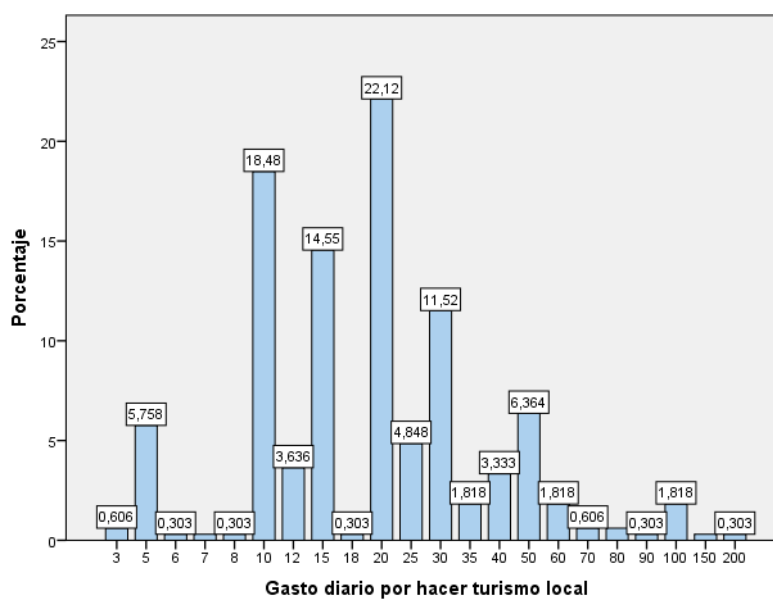
Pregunta 15. ¿Cuál es el gasto diario que Ud. realiza por realizar turismo local?

Tabla 47. ¿Cuál es el gasto diario que Ud. realiza por realizar turismo local?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	3	2	,6	,6
	5	19	5,8	6,4
	6	1	,3	6,7
	7	1	,3	7,0
	8	1	,3	7,3
	10	61	18,5	25,8
	12	12	3,6	29,4
	15	48	14,5	43,9
	18	1	,3	44,2
	20	73	22,1	66,4
	25	16	4,8	71,2
Válidos	30	38	11,5	82,7
	35	6	1,8	84,5
	40	11	3,3	87,9
	50	21	6,4	94,2
	60	6	1,8	96,1
	70	2	,6	96,7
	80	2	,6	97,3
	90	1	,3	97,6
	100	6	1,8	99,4
	150	1	,3	99,7
	200	1	,3	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

Figura 37. ¿Cuál es el gasto diario que Ud. realiza por realizar turismo local?

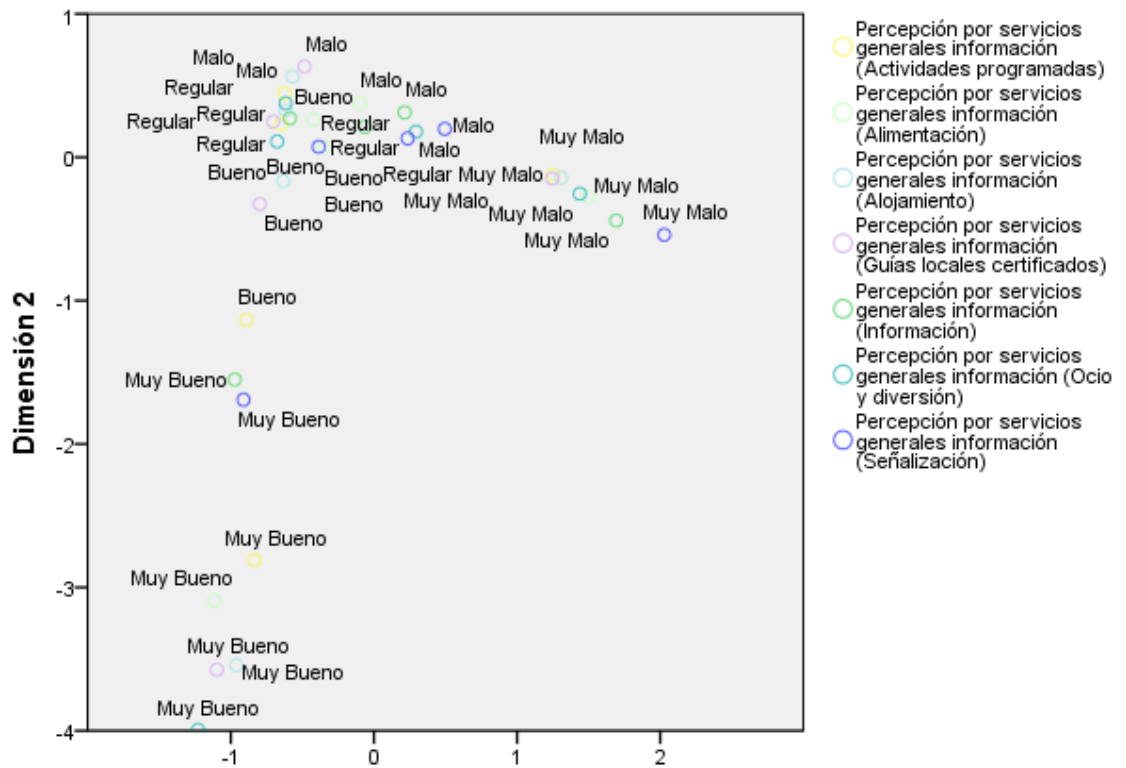


Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

En promedio los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar 24.28 dólares en un día de turismo de los cuales el 22.12% dice que gasta 20 dólares diarios en un turismo local, el 18.48% gasta 10 dólares, el 14.55% gasta 15 dólares, el 11.25% gasta 30 dólares, el 6.37% gasta diaria en turismo local 50 dólares.

Pregunta 16. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales de la parroquia Cojitambo?

Figura 38. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales de la parroquia Cojitambo?

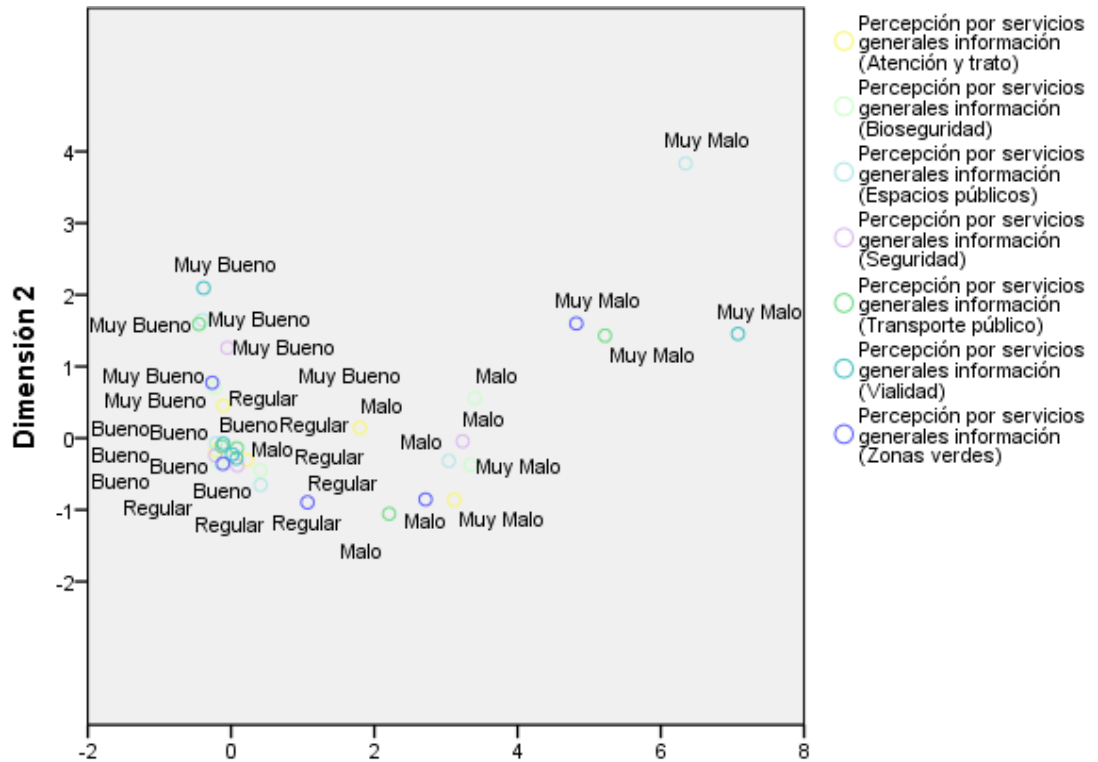


Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

Podemos observando en el mapa perceptual que desde el punto de vista de los turistas en su gran mayoría mencionan que las actividades programadas, alimentación, alojamiento, guías locales certificados, información, ocio y diversión y señalización son malos o regulares, teniendo un grupo muy pequeño que mencionan que las actividades son muy buenas.

Pregunta 17. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales de la parroquia Cojitambo?

Figura 39. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales de la parroquia Cojitambo?



Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

Podemos observando en el mapa perceptual que los turistas que en su mayoría mencionan que los espacios públicos son muy malos, la atención y trato a los turistas, la bioseguridad, la seguridad, el transporte público, la vialidad y las zonas verdes son buenos y regulares como se observa en la nube de puntos central.

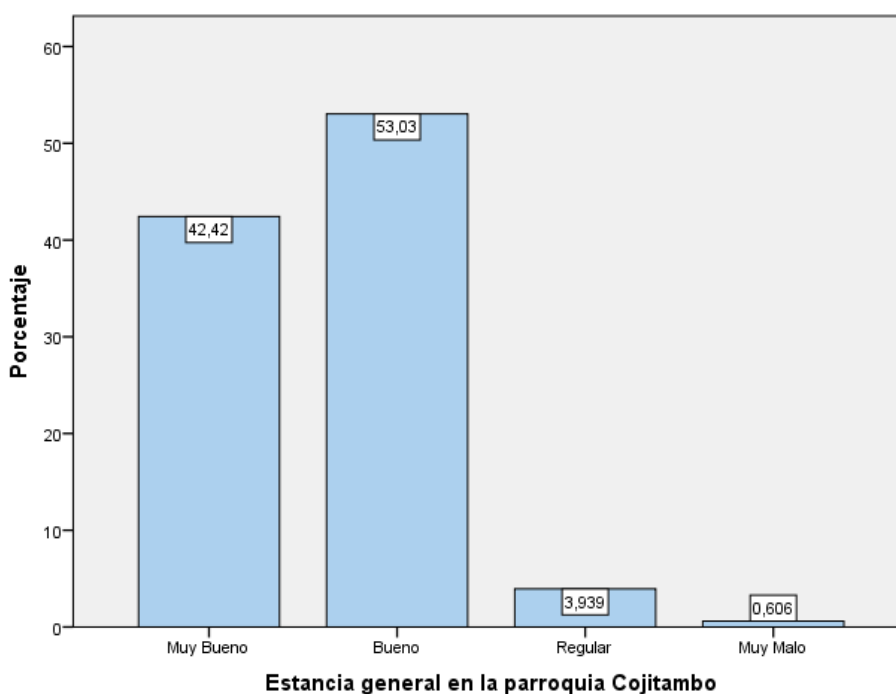
Pregunta 18. ¿Cómo califica Ud. la estancia en la parroquia Cojitambo?

Tabla 48. ¿Cómo califica Ud. la estancia en la parroquia Cojitambo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	140	42,4	42,4	42,4
Bueno	175	53,0	53,0	95,5
Válidos Regular	13	3,9	3,9	99,4
Muy Malo	2	,6	,6	100,0
Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

Figura 40. ¿Cómo califica Ud. la estancia en la parroquia Cojitambo?



Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

El 53.03% de los turistas califican la estancia en la parroquia Cojitambo como buena, el 42.42% dijo que muy buena, el 3.94% regular y el 0.61% muy mala.

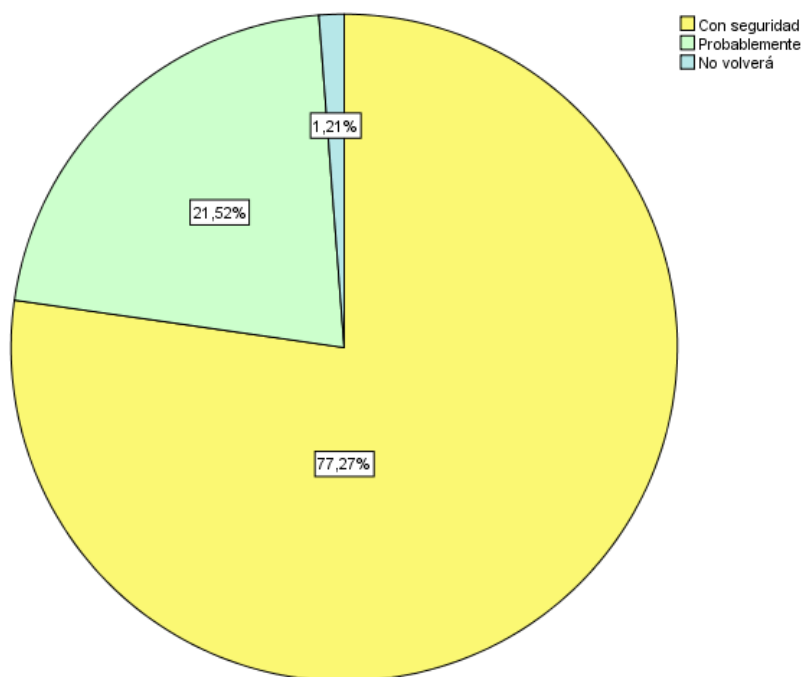
Pregunta 19. ¿Ud. volvería a visitar la parroquia Cojitambo?

Tabla 49. *Percepción de retorno del turista.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Con seguridad	255	77,3	77,3	77,3
	Probablemente	71	21,5	21,5	98,8
	No volverá	4	1,2	1,2	100,0
	Total	330	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

Figura 41. *Percepción de retorno del turista.*



Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

El 77.27% dijo que volvería don seguridad a Cojitambo, el 21.52% probablemente y el 1.21% no volverá a Cojitambo.

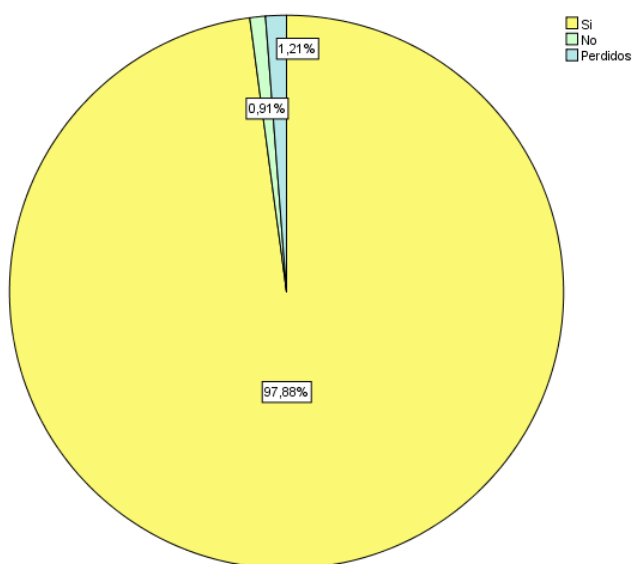
Pregunta 20. ¿Recomendaría a otras personas visitar la parroquia Cojitambo?

Tabla 50. ¿Recomendaría a otras personas visitar la parroquia Cojitambo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	323	97,9	99,1	99,1
	No	3	,9	,9	100,0
	Total	326	98,8	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,2		
Total		330	100,0		

Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

Figura 42. ¿Recomendaría a otras personas visitar la parroquia Cojitambo?



Fuente: Encuesta a turistas. (2021)

El 97.88% de los turistas encuestados si recomendaría a otras personas visitar la parroquia Cojitambo, el 1.21% no respondió y el 0.91% no lo recomendaría.

4.2.2.1. Caracterización de la demanda turística de la parroquia Cojitambo

Tomando los resultados del análisis descriptivo podríamos decir que el 57.58% de turistas que visitan Cojitambo son hombres, su edad está en un rango de 20 a 29 años, su nivel de instrucción es de pregrado, la mayoría de personas acuden de la ciudad de Cuenca, perteneciendo al sector privado el 34.04%, un gran porcentaje dice que viaja en compañía de su familia y en pareja, en grupo promedio de 8 personas, llegan a Cojitambo por cuenta propia el 92.4%, el 56% se enteró de Cojitambo por recomendación de otras personas, el 70% no pernoctó en el lugar, el 49% visita el sitio en 1 día y el 38,5% en medio día, su gasto diario promedio por hacer turismo local es de \$24,28, de los turistas encuestados el 61.21% dicen que no conocen el Qhapaq Ñan de Cojitambo y le gustaría que se implementen rutas de senderismo, visitas guiadas, gastronomía, sitios de alojamiento y deportes de aventura de los más mencionados, también decir que los turistas que respondieron tener un alto interés en realizar turismo de aventura, también desearían realizar turismo cultura, compra de productos locales, turismo gastronómico, mientras que los que manifestaron realizar turismo religioso, también desearían realizar turismo agrícola y turismo rural, el atractivo que más le llamó la atención fue el cerro Cojitambo un 44,7%, los visitantes consideran que las actividades programadas, la alimentación, el servicio de alojamiento, guía, información, ocio y diversión malos o regulares; consideran que la atención y trato, la bioseguridad, la seguridad, las vías de acceso y las zonas verdes son buenas, y la percepción general de su visita a la parroquia Cojitambo fue buena en un 53%, de este modo el 77,3% manifiesta que con seguridad volverá a visitar la parroquia y el 99% recomendará a otras personas visitar Cojitambo.

4.2.3. Análisis de la encuesta aplicada a la población cercana al Qhapaq Ñan, aspectos importantes para la generación de estrategias de desarrollo local.

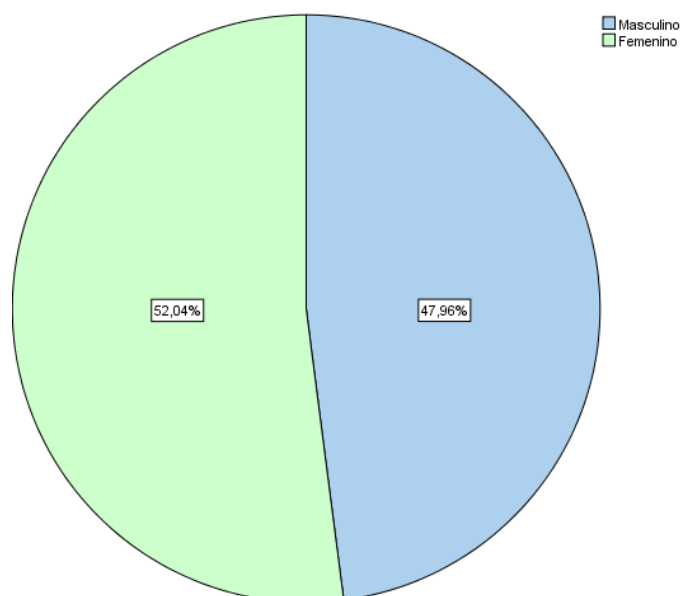
Pregunta 1.1. Género

Tabla 51. *Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	94	48,0	48,0	48,0
	Femenino	102	52,0	52,0	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 43. *Género*



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 52,04% de la población encuestada es de género femenino, el 47,96% de la población encuestada es de género masculino.

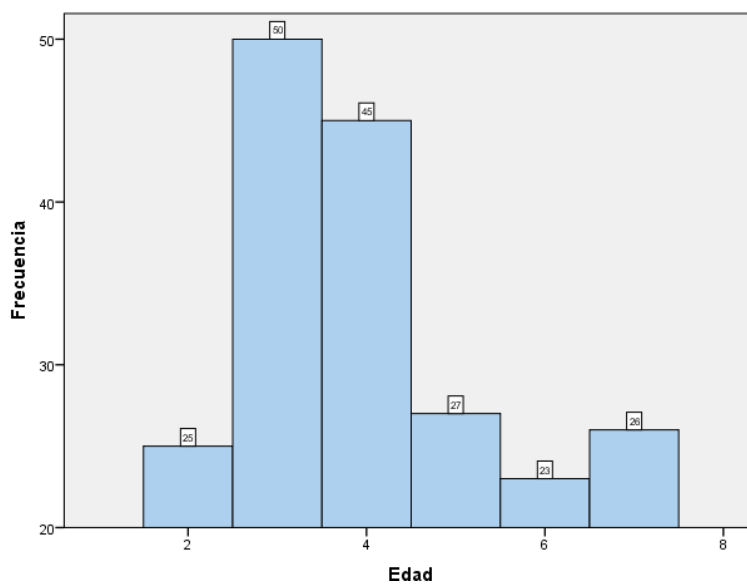
Pregunta 1.2. Edad

Tabla 52. *Edad*

	Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	< 19 años	25	12,8	12,8	12,8
	20-29	50	25,5	25,5	38,3
	30-39	45	23,0	23,0	61,2
	40-49	27	13,8	13,8	75,0
	50-59	23	11,7	11,7	86,7
	> 60 años	26	13,3	13,3	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 44. *Competencias a los profesionales del sector turístico.*



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 25.51% de la población encuestada tiene una edad comprendida entre 20 a 29 años, el 22.96% tiene de 30 a 39 años, el 13.78% tiene de 40 a 49 años, el 13.27% tiene más de 60 años, el 12.76% es menor a 19 años y el 11.73% tiene una edad comprendida entre 50 a 59 años.

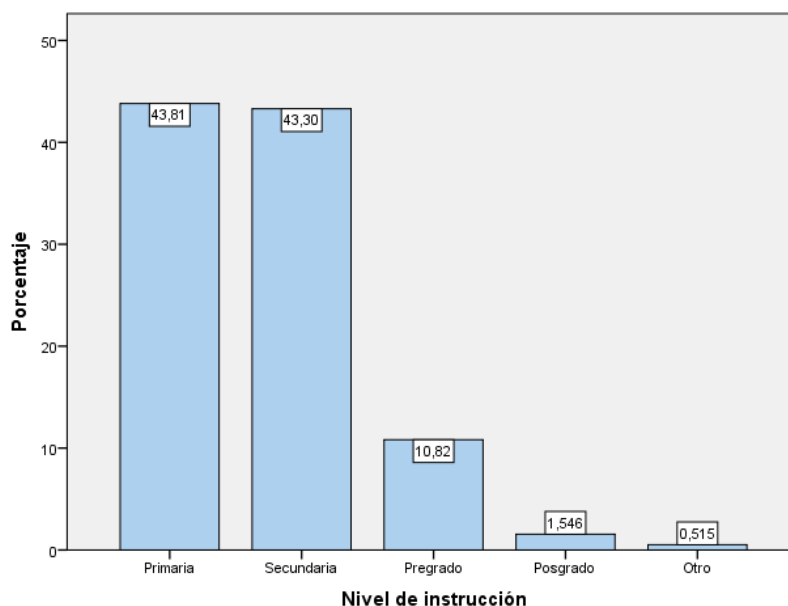
Pregunta 1.3. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Tabla 53. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	85	43,4	43,8	43,8
	Secundaria	84	42,9	43,3	87,1
	Pregrado	21	10,7	10,8	97,9
	Posgrado	3	1,5	1,5	99,5
	Otro	1	,5	,5	100,0
	Total	194	99,0	100,0	
Perdidos	Sistema	2	1,0		
Total		196	100,0		

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 45. ¿Cuál es su nivel de instrucción?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 43.81% de los pobladores encuestados poseen instrucción primaria, el 43.30% son bachilleres, el 10.82% poseen pregrado, el 1.55% posgrado y el 0.52% de los pobladores encuestados otra instrucción.

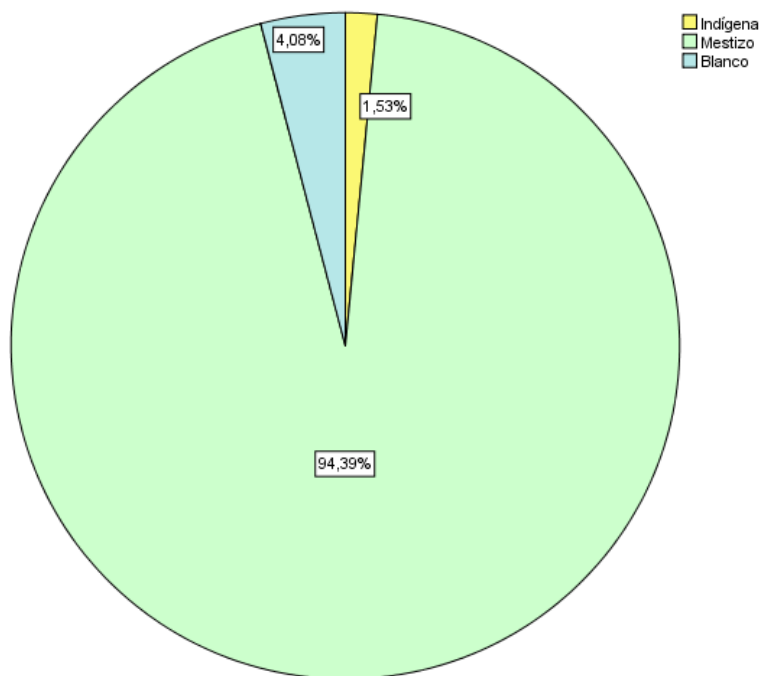
Pregunta 1.4. ¿Cómo se auto identifica?

Tabla 54. ¿Cómo se auto identifica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Indígena	3	1,5	1,5	1,5
	Mestizo	185	94,4	94,4	95,9
	Blanco	8	4,1	4,1	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 46. ¿Cómo se auto identifica?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 94.39% de las personas encuestadas son mestizos, el 4.08% se considera blanco y el 1.5% se identifica como indígena.

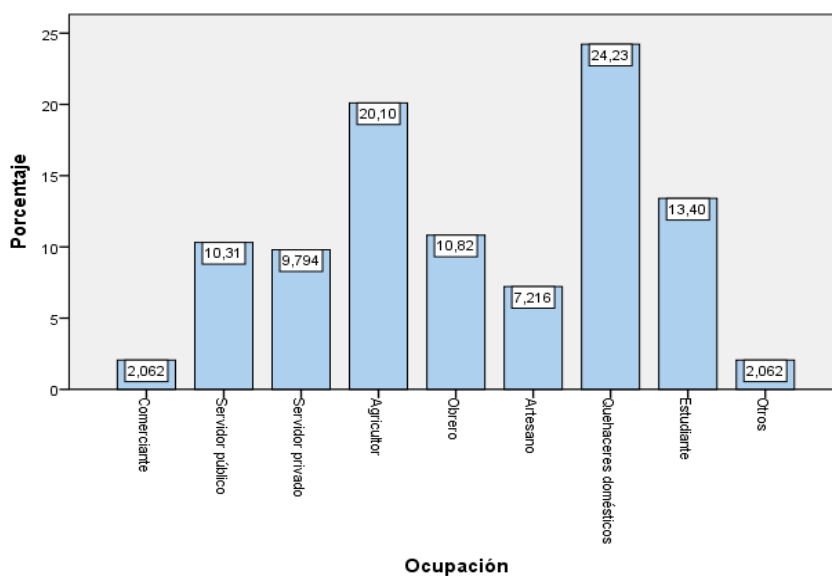
Pregunta 2.1. ¿Cuál es su ocupación?

Tabla 55. ¿Cuál es su ocupación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comerciante	4	2,0	2,1
	Servidor público	20	10,2	12,4
	Servidor privado	19	9,7	22,2
	Agricultor	39	19,9	42,3
	Obrero	21	10,7	53,1
	Artesano	14	7,1	60,3
	Quehaceres domésticos	47	24,0	84,5
	Estudiante	26	13,3	97,9
	Otros	4	2,0	100,0
	Total	194	99,0	100,0
Perdidos	Sistema	2	1,0	
	Total	196	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 47. ¿Cuál es su ocupación?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 24.23% de los pobladores encuestados de Cojitambo se dedican a quehaceres domésticos, el 20.10% es agricultor, el 13.40% es estudiante, el 10.82 obrero, el 10.31 es servidor público, el 9.79% es servidor privado, el 7.22% de los pobladores encuestados son artesanos y el 2.06% son comerciantes y con el mismo porcentaje se dedican a otra actividad.

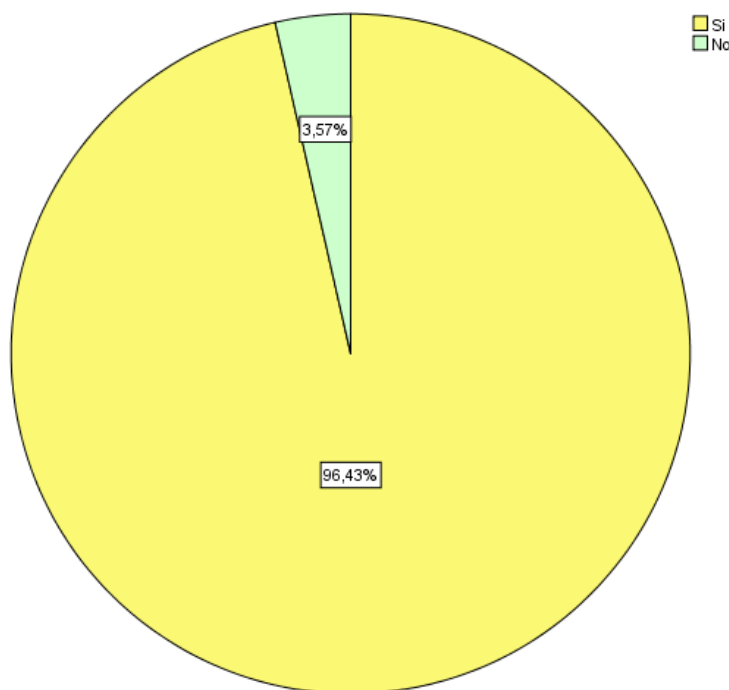
Pregunta 2.2. ¿Piensa que el turismo contribuye al desarrollo local de la parroquia?

Tabla 56. ¿Piensa que el turismo contribuye al desarrollo local de la parroquia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	189	96,4	96,4	96,4
No	7	3,6	3,6	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 48. ¿Piensa que el turismo contribuye al desarrollo local de la parroquia?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 96.43% de la población encuestada piensa que el turismo si contribuye al desarrollo local de la parroquia y el 3.57% piensa que no contribuye.

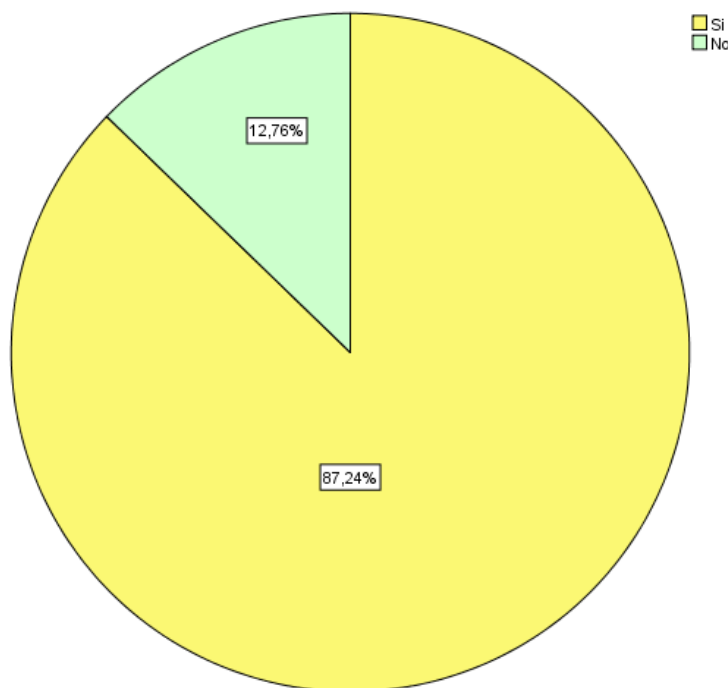
Pregunta 2.3. ¿Le gustaría emprender en actividades de turismo en la parroquia?

Tabla 57. ¿Le gustaría emprender en actividades de turismo en la parroquia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Si	171	87,2	87,2	87,2
No	25	12,8	12,8	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 49. ¿Le gustaría emprender en actividades de turismo en la parroquia?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 87.24% de la población encuestada si le gustaría emprender en actividades de turismo en la parroquia mientras que el 12.76% dice que no le gustaría emprender en actividades de turismo.

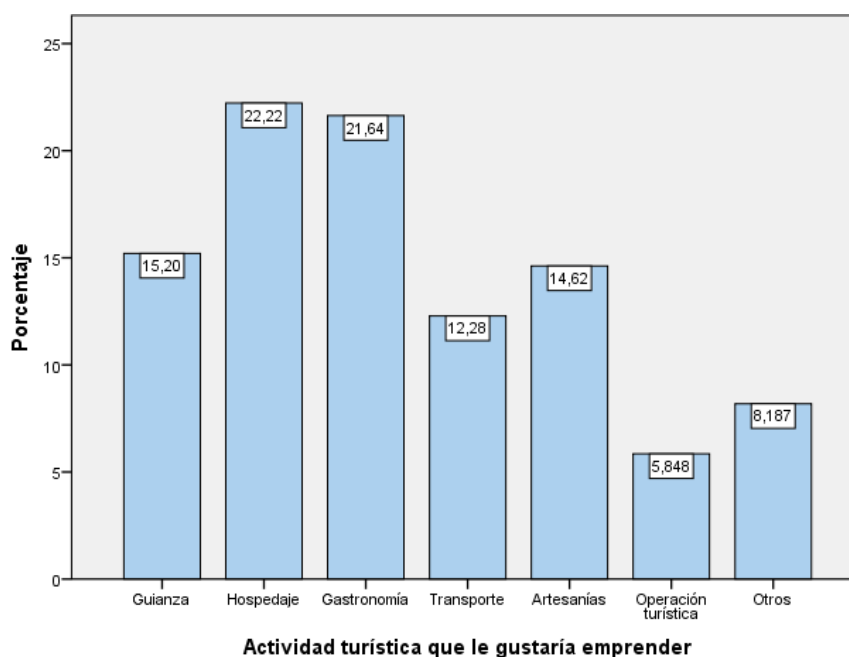
Pregunta 2.4. ¿En qué actividad le gustaría emprender?

Tabla 58. ¿En qué actividad le gustaría emprender?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Guianza	26	13,3	15,2
	Hospedaje	38	19,4	22,2
	Gastronomía	37	18,9	21,6
	Transporte	21	10,7	12,3
	Artesanías	25	12,8	14,6
	Operación turística	10	5,1	5,8
	Otros	14	7,1	8,2
	Total	171	87,2	100,0
Perdidos	Sistema	25	12,8	
Total		196	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 50. ¿En qué actividad le gustaría emprender?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 22.22% de la población encuestada le gustaría emprender en Hospedaje, el 21.64% le gustaría emprender en gastronomía, el 15.20% en guianza, el 14.62% en artesanías, el 12.28% transporte, el 8.18% otros y el 5.85% de la población turística le gustaría emprender en operación turística.

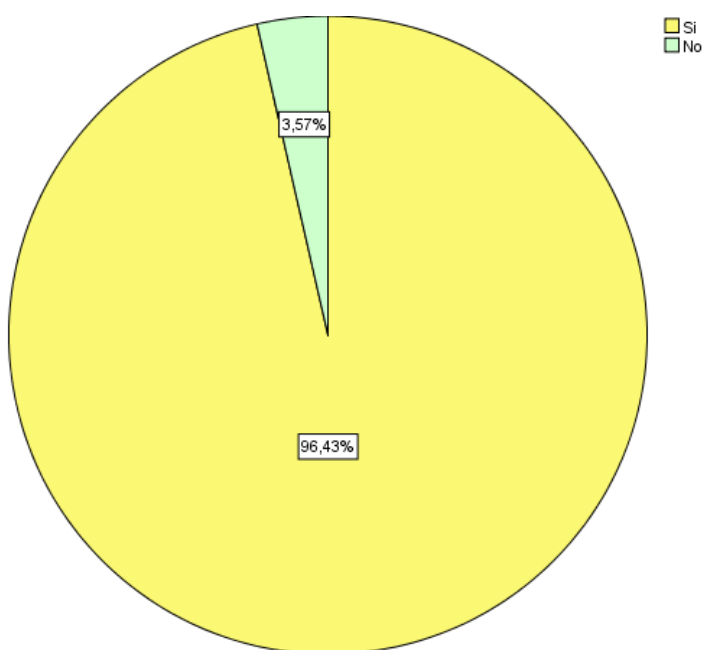
Pregunta 2.5. ¿Piensa que las tradiciones culturales de la comunidad (festividades, agricultura, gastronomía, artesanía) deben ser aprovechadas para el turismo?

Tabla 59. *Tradiciones culturales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	189	96,4	96,4	96,4
	No	7	3,6	3,6	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 51. *Tradiciones culturales*



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 96.43% de los pobladores encuestados piensan que las tradiciones culturales de la comunidad si deben ser aprovechadas para el turismo, mientras que el 3.57% piensa que no.

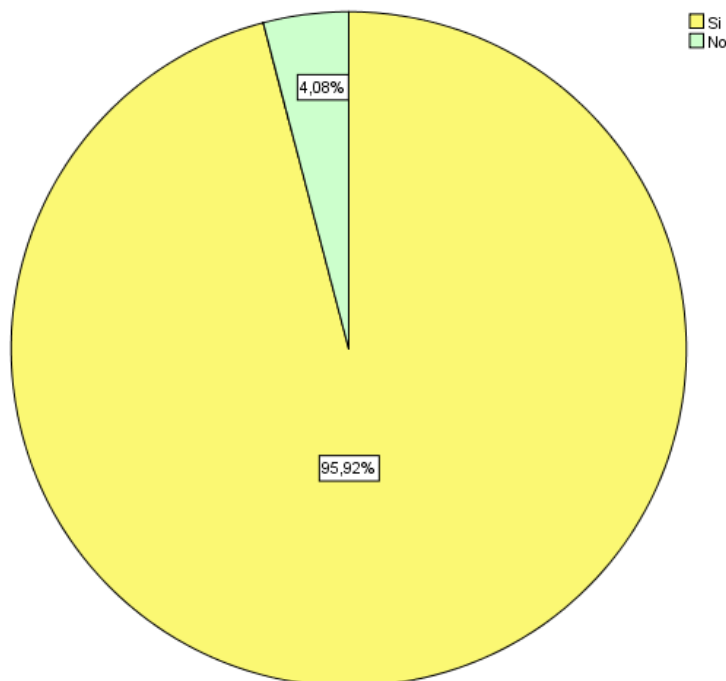
Pregunta 2.6. ¿Piensa usted que la parroquia posee una alta potencialidad para desarrollarse turísticamente?

Tabla 60. ¿Piensa usted que la parroquia posee una alta potencialidad para desarrollarse turísticamente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	188	95,9	95,9	95,9
	No	8	4,1	4,1	100,0
	Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 53. ¿Piensa usted que la parroquia posee una alta potencialidad para desarrollarse turísticamente?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 95.92% de la población encuestada piensa que la parroquia si posee una alta potencialidad para desarrollarse turísticamente, mientras que el 4.08% piensa que no.

Pregunta 2.6.1. ¿Por qué posee una alta potencialidad?

Figura 54. *¿Por qué posee una alta potencialidad?*



Fuente: Encuesta de población. (2021)

Los pobladores de Cojitambo piensan que tiene un gran potencial turístico por el cerro Cojitambo, la gastronomía, la historia, las ruinas, los atractivos del lugar, poder escalar, los lugares arqueológicos.

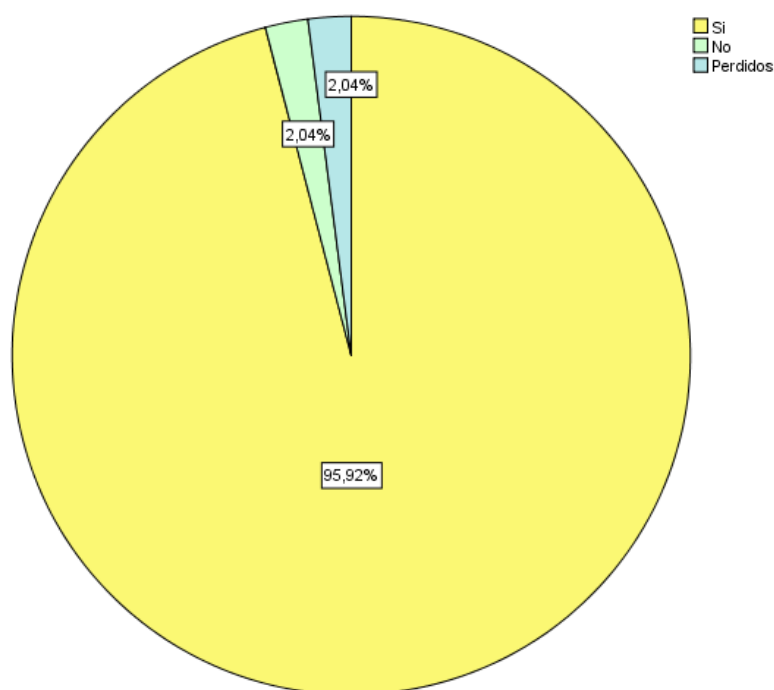
Pregunta 2.7. ¿Apoya usted a la parroquia en la idea de incursionar en el turismo?

Tabla 61. ¿Apoya usted a la parroquia en la idea de incursionar en el turismo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	188	95,9	97,9	97,9
	No	4	2,0	2,1	100,0
	Total	192	98,0	100,0	
Perdidos	Sistema	4	2,0		
Total		196	100,0		

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 55. ¿Apoya usted a la parroquia en la idea de incursionar en el turismo?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 95.92% de la población apoya la idea de incursionar en el turismo, mientras que el 2.04% o respondió al igual que las personas que consideran que no les gustaría incursionar en el turismo.

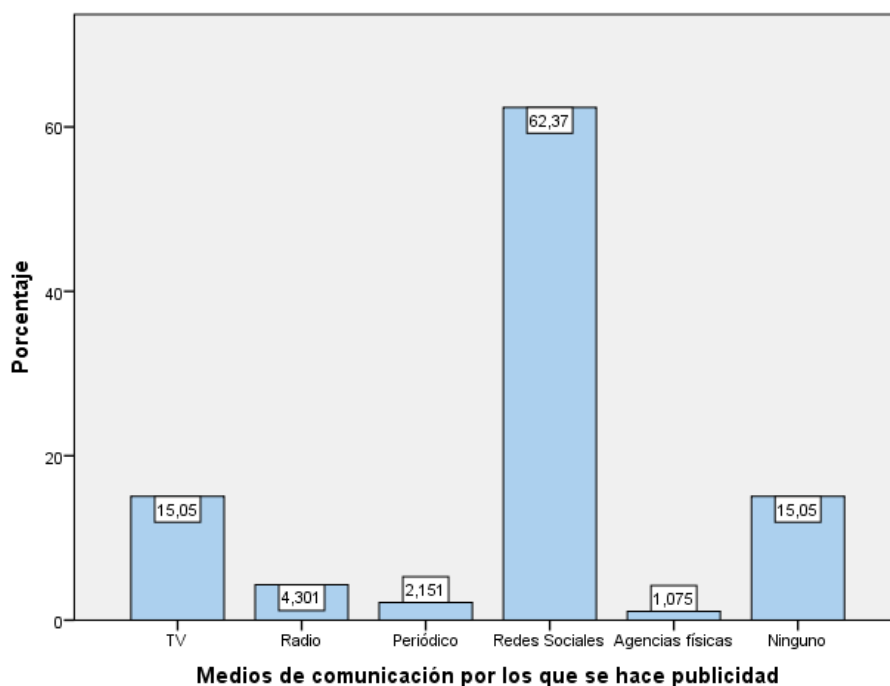
Pregunta 2.8. ¿Por qué medios se hace publicidad de la parroquia?

Tabla 62. ¿Por qué medios se hace publicidad de la parroquia?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TV	28	14,3	15,1	15,1
Radio	8	4,1	4,3	19,4
Periódico	4	2,0	2,2	21,5
Válidos Redes Sociales	116	59,2	62,4	83,9
Agencias físicas	2	1,0	1,1	84,9
Ninguno	28	14,3	15,1	100,0
Total	186	94,9	100,0	
Perdidos Sistema	10	5,1		
Total	196	100,0		

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 56. ¿Por qué medios se hace publicidad de la parroquia?

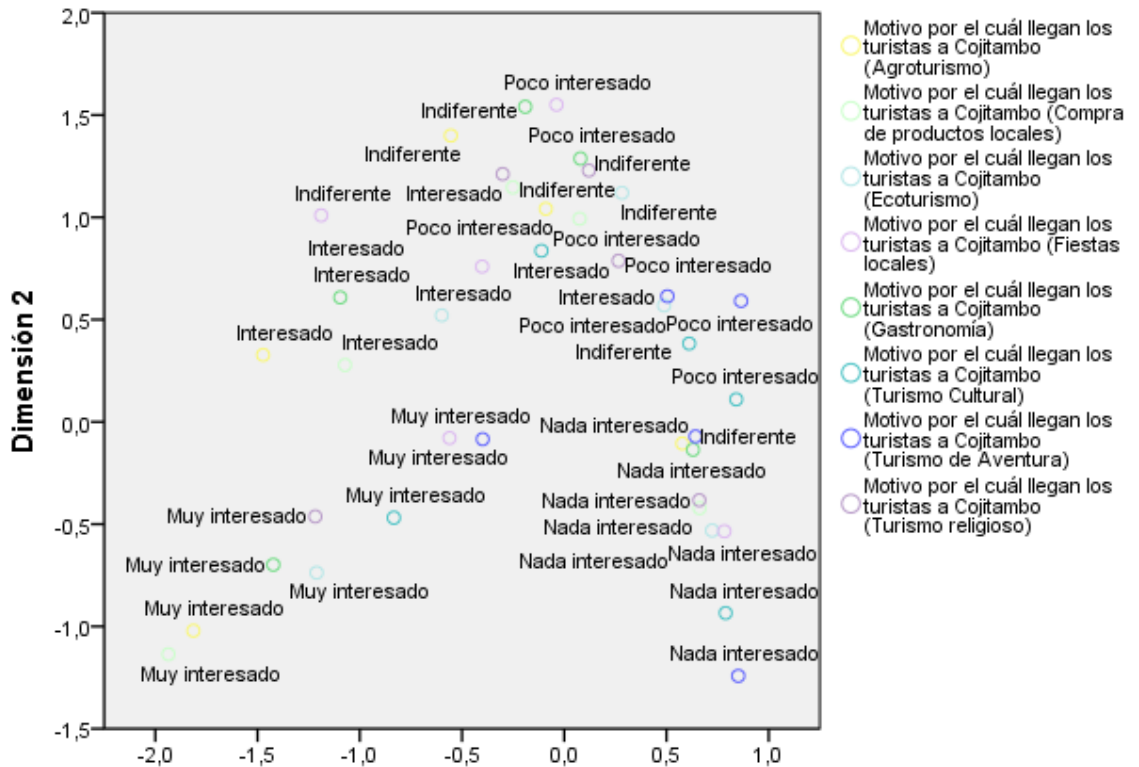


Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 62.37% de la población menciona que se promocionan por las redes sociales, el 15.05% por la televisión al que los que mencionan que ninguno, el 4.03% por el radio, el 2.15% por el periodico y el 1.08% por la agencias de viajes.

Pregunta 2.9. ¿Cuál cree que es el principal motivo que los turistas visita la parroquia Cojitambo? siendo 5 interés alto y 1 no le interesa.

Figura 57. Motivo por el cual los turistas visitan la parroquia Cojitambo

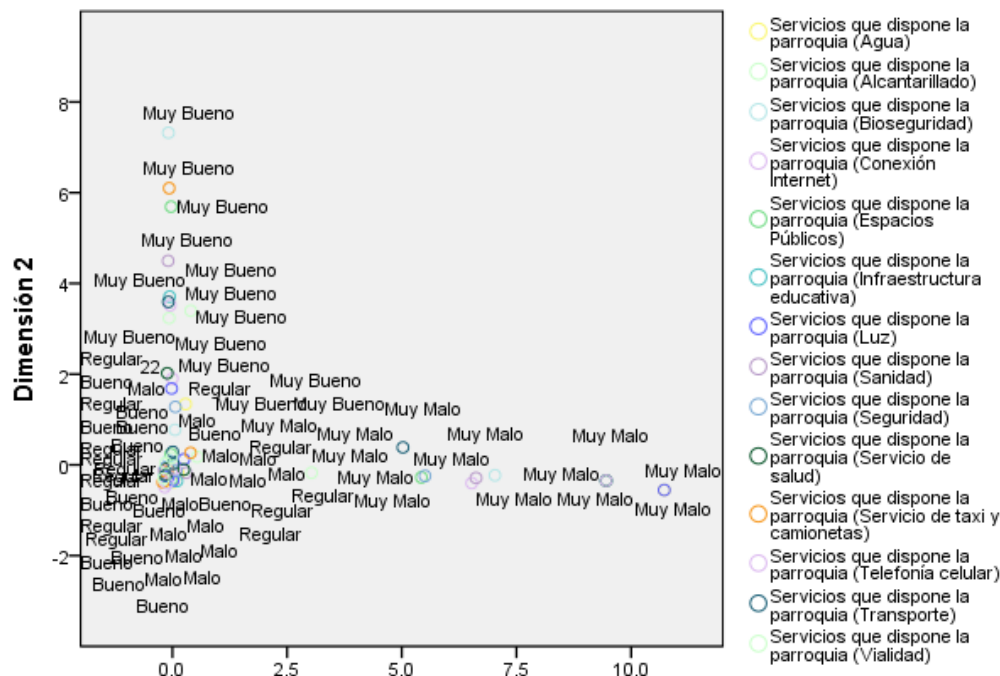


Fuente: Encuesta de población. (2021)

Podemos observando en el mapa perceptual que los pobladores de la parroquia de Cojitambo piensan en su gran mayoría que es poco interesante el agroturismo, la compra de productos locales, el ecoturismo, las fiestas locales, la gastronomía, el turismo cultural, el turismo de aventura y el turismo religioso, los pobladores de la parroquia de Cojitambo piensan en una menor cantidad que los atractivos turísticos son muy interesantes.

Pregunta 3.1. ¿Qué servicios dispone la parroquia Cojitambo?

Figura 59. Servicios



Fuente: Encuesta de población. (2021)

Podemos observando en el mapa perceptual que los pobladores de la parroquia de Cojitambo mencionaron que, en servicio de agua potable, alcantarillado, bioseguridad, conexión a internet, espacios públicos, infraestructura educativa, luz eléctrica, sanidad, seguridad, servicio de salud, servicio de taxi y camionetas, telefonía celular, transporte y vialidad son muy buenos, siendo pocos los que dicen que es malo y muy malo.

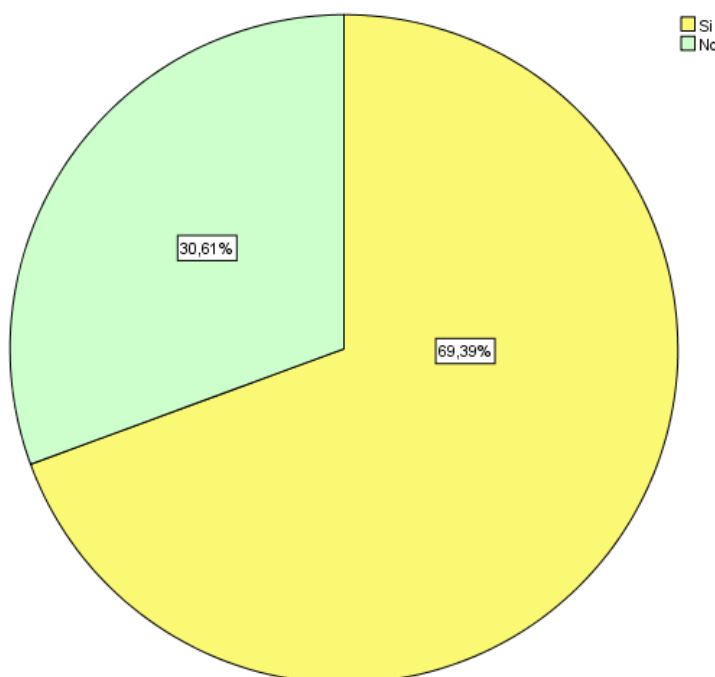
Pregunta 3.2. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?

Tabla 63. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	136	69,4	69,4
	No	60	30,6	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de población. (2021)

Figura 60. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo?



Fuente: Encuesta de población. (2021)

El 69.39% de los pobladores de Cojitambo conocen Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, el 30.61% dicen no conocer Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

4.2.3.1. Aspectos importantes de la población local con respecto al turismo en la parroquia Cojitambo.

En el análisis de la encuesta aplicada a la población de la parroquia Cojitambo observamos que el 52.45% son mujeres, es una población joven de 20 a 39 años de edad, su nivel de instrucción es de primaria y secundaria en su mayoría, el 94% son mestizos, se dedican a los quehaceres de la casa y la agricultura, en una de las preguntas clave de nuestra investigación el 96.4% manifestaron que el turismo contribuye al desarrollo local de la parroquia, en su gran mayoría respondió que si quiere emprender en turismo siendo con un 22.22% en hospedaje, el 21.64 gastronomía y el 15.20% en guianza siendo los más opinados, el 95,92% de la población piensa que la parroquia Cojitambo posee alta potencialidad para desarrollarse turísticamente, esto gracias al cerro, la gastronomía, los sitios arqueológicos y más atractivos y el 97, 9% apoya la incursión del territorio en el turismo, e invitan a visitar el cerro, la iglesia, el complejo arqueológico y el camino del Inca, en relación a los servicios básicos e infraestructura, los pobladores manifiestan que los servicios de agua potable, alcantarillado, bioseguridad, conexión a internet, espacios públicos, infraestructura educativa, luz eléctrica, sanidad, seguridad, servicio de salud, servicio de taxi y camionetas, telefonía celular, transporte y vialidad son muy buenos, siendo pocos los que dicen que es malo y muy malo, y por último el 69,4% de la población si conoce el Qhapaq Ñan.

4.3. Prueba de hipótesis.

El instrumento aplicado es bueno para recopilar la información, asegurando así que las respuestas obtenidas son confiables para el presente estudio.

4.3.1. Prueba de Hipótesis General:

H₀: El potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, es independiente en el desarrollo local del cantón Azogues.

H₁: El potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influyen significativamente en el desarrollo local del cantón Azogues.

Como habíamos mencionado, para la prueba de la hipótesis utilizamos el estadístico de prueba Ji-Cuadrado, mismo que debe ser aplicado en 4 pasos, de este modo los resultados son los siguientes:

1. Nivel de significancia

$$\alpha=0.05$$

2. Estadístico de prueba Ji- Cuadrado

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

3. Regla de decisión

Si $P > \alpha$ Ho no se rechaza

$x^2 =$	Prueba Ji-Cuadrado
$O_i =$	Frecuencia
Observada	
$E_i =$	Frecuencia
Esperada	

Tabla 64. Regla de decisión

Combinación de variables		P-value	Decisión
Independiente	Dependiente		
Turismo Cultural	Información	0.018	H ₀ se rechaza
	Señalización	0.005	H ₀ se rechaza
	Ocio y diversión	0.000	H ₀ se rechaza
	Alojamiento	0.000	H ₀ se rechaza
	Alimentación	0.000	H ₀ se rechaza
	Guías locales	0.000	H ₀ se rechaza
	Actividades programadas	0.000	H ₀ se rechaza

Fuente: Elaboración propia. (2021)

4. Toma de la decisión

Existe suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula, es decir el potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influyen significativamente en el desarrollo local del cantón Azogues, desde el punto de vista de los turistas.

4.3.2. Hipótesis específicas

4.3.2.1. Prueba de Hipótesis 1:

H₀: La oferta turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, es independiente para el desarrollo local de la parroquia Cojitambo.

H₁: La oferta turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influyen significativamente en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo.

1. Nivel de significancia

$$\alpha=0.05$$

2. Estadístico de prueba

Ji- Cuadrado

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

x^2 = Prueba Ji-Cuadrado

O_i = Frecuencia Observada

E_i = Frecuencia Esperada

3. Regla de decisión

Si $P > \alpha$ H_0 no se rechaza

Tabla 65. Regla de decisión

Combinación de variables		P-value	Decisión
Dependiente	Independientes		
El turismo contribuye al desarrollo local de la parroquia.	Turismo de Aventura	0.000	H_0 se rechaza
	Turismo Cultural	0.520	H_0 no se rechaza
	Ecoturismo	0.431	H_0 no se rechaza
	Turismo Religioso	0.303	H_0 no se rechaza
	Turismo Gastronómico	0.057	H_0 no se rechaza
	Turismo Agroturismo	0.749	H_0 no se rechaza
	Compra de productos locales	0.922	H_0 no se rechaza
	Fiestas locales	0.373	H_0 no se rechaza

Fuente: Elaboración propia. (2021)

4. Toma de la decisión

Desde el punto de vista de los pobladores, los turistas llegan a Cojitambo para realizar deportes de aventura como la escalada, etc., de este modo consideran que esta modalidad de turismo como oferta turística, influye significativamente al desarrollo local de la parroquia y el Cantón. Mientras que, al no existir más oferta turística local, consideran que los otros tipos de turismo no han influido significativamente en su desarrollo local.

Por tanto, no existe suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula, ya que, desde el punto de vista de los pobladores, el turismo de aventura es la única modalidad de turismo que actualmente influye significativamente en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo, el turismo cultural, el ecoturismo, el turismo religioso, el turismo gastronómico, el agroturismo, las fiestas locales y la compra de productos locales, por el momento no influyen en el desarrollo local.

4.3.2.2. Prueba de Hipótesis 2:

H_0 : La demanda turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, es independiente con respecto al aprovechamiento de su potencial turístico.

H_1 : La demanda turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influye significativamente en el aprovechamiento de su potencial turístico.

1. Nivel de significancia

$\alpha=0.05$

2. Estadístico de prueba

Ji- Cuadrado

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

3. Regla de decisión

Si $P > \alpha$ H_0 no se rechaza

$x^2 =$ Prueba Ji-Cuadrado	
$O_i =$	Frecuencia
Observada	
$E_i =$	Frecuencia
Esperada	

Tabla 66. Regla de decisión

Combinación de variables		P-value	Decisión
Independiente	Dependiente		
Conoce el Qhapaq Ñan	Turismo de Aventura	0.000	H_0 se rechaza
	Turismo Cultural	0.000	H_0 se rechaza
	Ecoturismo	0.000	H_0 se rechaza
	Turismo Rural	0.000	H_0 se rechaza
	Turismo Religioso	0.004	H_0 se rechaza
	Turismo Gastronómico	0.000	H_0 se rechaza
	Agroturismo	0.000	H_0 se rechaza
	Compra de productos locales	0.000	H_0 se rechaza

Fuente: Elaboración propia. (2021)

4. Toma de la decisión

Existe suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula, es decir la demanda turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, influye significativamente en el aprovechamiento de su potencial turístico.

4.3.2.3. Prueba de Hipótesis 3:

H_0 : Las estrategias de desarrollo local, son independientes en la activación turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

H₁: Las estrategias de desarrollo local, influyen significativamente en la activación turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

1. Nivel de significancia

$\alpha=0.05$

2. Estadístico de prueba

Ji- Cuadrado

$$x^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

$x^2 =$ Prueba Ji-Cuadrado

$O_i =$ Frecuencia Observada

$E_i =$ Frecuencia Esperada

3. Regla de decisión

Si $P > \alpha$ Ho no se rechaza

Tabla 67. Regla de decisión

Combinación de variables		P-value	Decisión
Independiente	Dependiente		
Actividad turística en la que desea emprender	Turismo Cultural	0.000	H ₀ se rechaza

Fuente: Elaboración propia. (2021)

4. Toma de la decisión

Existe suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula, es decir que el emprendimiento como estrategia de desarrollo local, influye en la activación turística del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

- Considerando la llegada de turistas a la parroquia Cojitambo incentivados por conocer el Qhapaq Ñan y la práctica de las diferentes modalidades de turismo que son posibles realizar en esta parroquia, su potencial turístico influye significativamente al desarrollo local del cantón Azogues, tomando en consideración que los prestadores de servicios se encuentran en esta ciudad.
- La oferta turística actual ligada al Qhapaq Ñan, se encuentra en la ciudad de Azogues, en su mayoría prestan el servicio de alimentación, con un valor promedio de \$8,00, el servicio de hospedaje con un valor promedio de \$15,00 y el servicios de operación turística de \$30,00, en promedio su capacidad instalada es de 52 personas; al encontrarse en la ciudad de Azogues, no influye significativamente en el desarrollo local de la parroquia Cojitambo, sin embargo, puede servir de apoyo para su planificación turística local.
- La demanda del Qhapaq Ñan está representada por el 9.7% de todos los turistas que llegan a la parroquia Cojitambo y tienen como atractivo principal los caminos antiguos, por tanto, es una demanda que no influye significativamente en el aprovechamiento del potencial turístico parroquial, sin embargo, las características de la demanda general que tiene la parroquia Cojitambo son importantes para el aprovechamiento del potencial turístico parroquial, pudiendo también incluir al Qhapaq Ñan como parte de los itinerarios y actividades programadas destinadas a esta demanda, de este modo mostrar su grado de importancia cultural y turística, ampliando el interés del visitante y su puesta en valor.
- Las estrategias de desarrollo local en el ámbito turístico de la parroquia Cojitambo deben ir dirigidas al fortalecimiento de capacidades de la población local a través de la capacitación y certificación como guías locales, prestadores de servicios de hospedaje y alimentación, generando también redes de trabajo con instituciones públicas y privadas, bajo un marco normativo que promueva el desarrollo local y la protección del patrimonio natural y cultural de esta parroquia.

5.2. Recomendaciones.

- Se recomienda institucionalizar la planificación turística dentro del GAD parroquial de Cojitambo, con el fin de aprovechar el potencial turístico, impulsar el desarrollo local y la protección de los recursos naturales y culturales existentes en la parroquia para su conservación.
- Se recomienda a las instituciones locales de la parroquia Cojitambo y el cantón Azogues, crear las condiciones necesarias para la generación de emprendimientos turístico y la prestación de servicios a los visitantes en la parroquia Cojitambo, tomando como base la necesidad de guías locales, sitios de hospedaje, restaurantes y actividades programadas.
- Se recomienda planificar el turismo en la parroquia Cojitambo de acuerdo a las necesidades identificadas de la demanda y los segmentos claves que visitan la parroquia Cojitambo, buscando el posicionamiento a través de alianzas con instituciones públicas y privadas para promover la llegada de visitantes de manera organizada, de tal manera que la población local forme parte de la oferta de servicios turísticos que utilizan los visitantes.
- Se recomienda la ejecución de las estrategias de desarrollo local propuestas en esta investigación, dirigidas al fortalecimiento de capacidades de la población a través del emprendimiento y la creación de rutas de turismo, para incursionar en este ámbito, integrando a sus pobladores como parte de la oferta turística de Cojitambo, trasmitiendo el sentido de pertenencia y revalorización de sus recursos.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Título.

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO LOCAL PARA POTENCIALIZAR EL QHAPAQ ÑAN DE LA PARROQUIA COJITAMBO.

6.2. Antecedentes.

El Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo forma parte una extensa red de caminos construidos por culturas prehispánicas, especialmente por los Incas, entre 1200 a 1520 d.C y fue declarado en 2014 como patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO; es un atractivo de jerarquía II, de acuerdo al MINTUR (2017), considerado como un atractivo con rasgos llamativos, capaz de interesar a visitantes que hubieren llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas nacionales. El Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo a pesar de ser un atractivo cultura con potencial turístico, actualmente se encuentra en estado de deterioro.

A nivel local, existen diferentes problemas que tienen estrecha relación con el Qhapaq Ñan y los servicios e infraestructura turística de la parroquia Cojitambo, entre ellos, no se evidencia servicio de alojamiento, alimentación, guías locales certificados, ni organizaciones que generen emprendimientos turísticos; no disponen de un registro de visitas por lo que no se puede evidenciar la demanda turística, y el mayor problema identificado es que, los pobladores del sector han desmantelado tramos del Qhapaq Ñan, tomando sus materiales para uso doméstico, y en algunos casos utilizando maquinaria pesada, han abierto vías para ingresar a sus terrenos, demostrando de esta manera el desconocimiento del valor cultural y patrimonial que posee este recurso (GADM Azogues, 2019)

Por otro lado, la pandemia ha incidido para que en los primeros meses del año 2021 aumenten los índices de desempleo a nivel local con 7 de cada 10 personas desempleadas, en consecuencia, el repunte de la salida de personas al exterior (GAD Cojitambo, 2021); datos alarmantes que permite ver la necesidad imperante de nuevas alternativas de desarrollo económico local para parroquia Cojitambo y el cantón Azogues.

A esto se suma el desconocimiento de la existencia de este recurso turístico y cultural, tanto para el 61,21% de turistas que llegan a la parroquia Cojitambo y para el 30,61% de la población local.

6.3. Justificación.

En la parroquia Cojitambo, recursos turísticos como el Qhapaq Ñan, con características patrimoniales relevantes y altas posibilidades a ser visitado, se deteriora porque no se le ha dado la importancia necesaria por parte de las instituciones y la población local; en este sentido, luego de haber investigado esta problemática en territorio, es necesario la creación de estrategias que mejoren el estado de este patrimonio, a través de su puesta en valor y conservación desde la perspectiva del desarrollo local.

El cerro Cojitambo en donde se encuentran los tramos del Qhapaq Ñan, cada fin de semana es visitado por turistas, quienes vienen desde las ciudades de Cuenca, Azogues y Biblián en su mayoría, los grupos de visitantes que llegan, están conformados en promedio por 8 persona, de los cuales el 53,19% son familias, el 19,15% llegan en pareja y el 15,50% llegan entre amigos; entre las actividades que más les gustaría se implemente están, el senderismo, la degustación gastronómica y las visitas guiadas. Los tipos de turismo que más les interesa es el turismo de aventura, el turismo cultural y el turismo gastronómico, son grupos que llegan a la parroquia por su propia cuenta (92,42%), generan un gasto diario en promedio de \$24,28; estos al momento de retirarse consideran que su estancia general visitando Cojitambo fue buena en un 53% y muy buena en un 42%; el 77,27% manifiesta que con seguridad volverán a visitar la parroquia Cojitambo y por último el 97,88% recomendarán a otras personas para que lo visiten.

Esto demuestra la demanda de visitantes que tiene esta parroquia, y de forma específica la montaña Cojitambo, lugar en donde se encuentra los segmentos del Qhapaq Ñan que pueden ser repotenciado turísticamente para su valorización y conservación, mediante estrategias de desarrollo local.

6.4. Grupo meta.

El grupo meta son las 157 personas de la parroquia Cojitambo que desean emprender en actividades turísticas como hospedaje (22.2%), gastronomía (21.6%), guianza (15.2%) y artesanías (14.6%), quienes se constituirán en los prestadores de servicios turísticos locales referentes de la parroquia Cojitambo y enlace directo con agencias de turismo, hoteles, restaurantes, etc., de otras ciudades, pasando a ser parte de la oferta de servicios turísticos del cantón Azogues y la región.

6.5. Objetivos.

6.5.1. Objetivo General.

Crear estrategias de desarrollo local para impulsar la actividad turística sostenible en el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo.

6.5.2. Objetivos específicos.

Promover el fortalecimiento de capacidades locales a través emprendimiento turístico.

Fortalecer el potencial turístico del Qhapaq Ñan, a través de la creación de rutas de turismo.

6.6. Estrategias de desarrollo local.

6.6.1. Estrategias 1: Proyecto de fortalecimiento de capacidades locales a través del emprendimiento.

ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES LOCALES.		
Proyecto: Fortalecimiento de capacidades locales a través del emprendimiento turístico.		
<p>Descripción: La parroquia Cojitambo al no disponer de prestadores de servicios turísticos como guías certificados, sitios de hospedaje, restaurantes, actividades programadas, etc., tiene la necesidad de impulsar el emprendimiento local, para ello es necesario la creación del proyecto de “Fortalecimiento de capacidades locales a través del emprendimiento turístico”, mismo que está dirigido a las personas que desean certificarse como guías locales y a las personas que desean emprender como prestadores de servicios de alimentación, hospedaje y operación turística; este proyecto tiene que cumplir con los siguientes aspectos.</p> <p>Planificación del curso de formación y certificación de guías locales.</p> <p>Plan inicial de capacitación para emprendedores, considerando los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modalidades de emprendimientos de acuerdo a las potencialidades del territorio. • Normativa vigente. • Financiamiento, gestión y administración del emprendimiento. • Innovación y creación de productos locales. • Marketing, venta y distribución. 		
<p>Responsables de ejecución:</p> <p>GAD Municipal de Azogues.</p> <p>GAD parroquial de Cojitambo.</p> <p>Ministerio de Turismo.</p> <p>Responsables asociados:</p> <p>Sector comunitario.</p> <p>Sector privado.</p>	<p>Cronograma de acciones:</p> <p>año 2022</p> <p>Elaboración del proyecto.</p> <p>Ejecución.</p> <p>Seguimiento y evaluación.</p>	<p>Periodicidad:</p> <p>El proyecto debe ejecutarse anualmente, actualizando su temática de acuerdo a la realidad turística territorial y las necesidades de los prestadores de servicios locales.</p>
<p>Indicadores de monitoreo:</p> <p>Número de guías de turismo certificados.</p> <p>Número de emprendedores capacitados.</p>	<p>Costo: \$2500</p>	

Observaciones:

6.6.2. Estrategia 2: Fortalecer el potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo a través de la creación de rutas de turismo.

ESTRATEGIA DE FORTALECIMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL QHAPAQ ÑAN.

Proyecto: Fortalecimiento del potencial turístico del Qhapaq Ñan.

Descripción: El Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, a pesar de tener características culturales y turísticas relevantes, es desconocido para el 30.61% de la población local y para el 61,2% de los visitantes que llegan a la parroquia Cojitambo, por este motivo es necesario fortalecer su potencial turístico a través de la creación de rutas de turismo que incluya la visita a este atractivo.

De esta manera el proyecto de fortalecimiento del potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo, debe cumplir con los siguientes aspectos:

- Segmentación de la demanda para la creación de los itinerarios de visita al Qhapaq Ñan y atractivos complementarios.
- Creación de rutas turísticas de acuerdo a las características de la demanda.
- Creación de guiones de acuerdo a los itinerarios programados.
- Crear el cronograma de visitas y ejecución de los itinerarios programados en cada ruta turística.
- Crear alianzas con operadores de turismo y agencias de viaje para incluir las rutas programadas dentro de sus itinerarios turísticos.
- Difusión y marketing.
- Ejecución de las actividades programadas.

- Plan de evaluación y seguimiento.

Responsables de ejecución: GAD Municipal de Azogues. GAD parroquial de Cojitambo. Responsables asociados: Sector comunitario. Sector privado.	Cronograma de acciones: año 2022 Elaboración del proyecto. Ejecución. Seguimiento y evaluación.	Periodicidad: Mensual.
Indicadores de monitoreo: Número de rutas turísticas creadas. Registro de visitas al Qhapaq Ñan.	Costo: \$1000	
Observaciones:		

6.7. Sostenibilidad.

Para continuar fortaleciendo las capacidades de los prestadores de servicios turísticos a través de la capacitación y su sostenibilidad a través del tiempo, la mejor estrategia es la organización con miras a la certificación turística, apoyándose en las instituciones competentes como el Ministerio de Turismo, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural INPC, el GAD Municipal de Azogues y la Prefectura del Cañar.

Para la sostenibilidad de las rutas y programas de senderismo, la mejor estrategia es la creación de alianzas con las operadoras de turismo, hoteles y prestadores de servicios turísticos en general, de este modo expandiremos nuestra red de apoyo para la promoción, venta y operación turística.

La innovación es el factor decisivo al momento de crear programas de turismo en el territorio, al poseer importancia cultural y natural, es posible generar continuamente actividades programadas que inviten la llegada de turistas y sobre todo que incentive a quedarse más de 1 día.

La estrategia para lograr lo establecido en los dos párrafos anteriores es la organización a nivel local, ajustándose a las normas de turismo y cuidado del patrimonio.

A nivel territorial, el buen trato, la innovación, la organización y la conservación del patrimonio, son la carta de presentación y posicionamiento en la mente de los visitantes, quienes en un 55.45% ya se encuentran recomendando visitar Cojitambo a otras personas.

De este modo vemos que las estrategias principales de sostenibilidad son: La organización local, las alianzas estratégicas, el apoyo institucional, la innovación y la conservación del patrimonio natural y cultural.

6.8. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

- Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>
- Aguirre, C. (2016). Puñay el secreto de una pirámide. Tomo 1. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Anguaya Cachimuel, L. & Díaz Gispert, L. I. (2021). Estrategia de turismo comunitario sostenible para el desarrollo local. Comunidad San Miguel Bajo, Otavalo, Ecuador. Universidad de Otavalo. Recuperado a partir de <https://n9.cl/mw5wa>
- Aushay, J.W. (2012). Estadística Aplicada a la Educación Con Actividades de Aprendizaje: Estadística Aplicada a la Educación, 13(1). EAE Editorial Academia Espanola
- Banco Interamericano de Desarrollo, (2021). Evolución del turismo en Perú 2010-2020, la influencia del COVID-19 y recomendaciones pos-COVID-19: nota sectorial de turismo. <https://n9.cl/yzntp>
- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local su conceptualización y procesos. Redalyc.org. <https://n9.cl/5b7rj>
- Casalis, A. (2009, febrero). ¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve? Centro de Estudios para el Desarrollo Local en Argentina, CEDEL. <https://n9.cl/3sko>
- Chavez, C. R., Redroban, P. A., Aguirre, C. P., & Torres, L. (2019). Desarrollo económico enfocado al ámbito turístico en el Camino del Inca. Revista ESPACIOS, 40(25).
- Constante, C.V. (2020). Análisis del potencial turístico como eje de desarrollo local para la parroquia de Alquez, cantón Latacunga [Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración Turística y Hotelera, Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE]. repositorio.espe.edu.ec/. <https://n9.cl/b0pwr>
- Delgado, R. H. E., Patán, Ñ. H. J., Villela, P. J., & Dueñas, V. M. R. (2018). Metodología de la investigación. ¿Cuantitativa? Cualitativa y redacción de la tesis. 5a Edición. Ediciones de la U.

- Egg, E. A. (1995). Técnicas de investigación social (24.a ed.). Ed Lumen (Me).
- Espinoza, E., 2019. Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. Segunda parte. [online] Scielo.sld.cu. <https://n9.cl/okdnz>
- Fernández, S. (2011). Análisis factorial. UAM. <https://n9.cl/spnsg>
- FLACSO. (2016). Etnohistoria de los Pueblos y nacionalidades del Ecuador. Recuperado a partir de <https://n9.cl/zl7k>
- Gambarota, D. M. & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. Revista Geográfica Venezolana, 58(2),346-359. <https://n9.cl/9ynsk>
- Garzón, M. (2004). Los Cañaris Civilizadores de los Andes. Estudio Etnohistórico de los Cañaris en el Perú. (1ª. ed.). Graficas Hernandez.
- George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4thed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Glosario de términos de turismo | OMT. (2020). UNTWO. <https://n9.cl/glqqf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Azogues. (2019). Síntesis de resultados de visitantes registrados en los centros de información turística del GAD Municipal de Azogues 2019.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Azogues. (2016). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2016. Recuperado a partir de <https://n9.cl/6mwib>
- Gobierno de Colombia. (2020). Infraestructura turística. <https://n9.cl/4v765>
- Gutierrez, M. L. (2017). El camino inca del Qhapaq Ñan importancia y propuesta para su gestión. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/640523>
- Hernández R., Fernández, C. y Baptista, M.P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Sexta Edición.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2021). Programa Nacional de Estadística 2017-2021. (s/f). Gob.ec. <https://n9.cl/zii19>
- Lomas, K. R., Trujillo, C. A., & Naranjo, M. (2019). Tradición oral de adultos mayores en el

- camino del Inca-Qhapac-Nän: Un aporte al turismo sustentable del Carchi-Ecuador. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 4(1), 53-80.
- Loor, W., Toala A. G., García, R. N., & Labrada O, M. (2021). Patrimonio Arqueológico como factor de desarrollo turístico en Picoazá: caso Parque Arqueológico Cerros Hojas Jaboncillo. *Revista Internacional De Gestión, Innovación Y Sostenibilidad Turística - RIGISTUR*, 1(1), 1-14. Recuperado a partir de <https://n9.cl/gtkwn>
- Mikery Gutiérrez, M. J., & Pérez-Vázquez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 5(SPE9), 1729-1740. <https://n9.cl/n2cys>
- Ministerio de Turismo, Aguirre, C. (2010). Ruta Arqueológica Andes del Ecuador, reconstruyendo la Historia de la Sabiduría Andina
- Ministerio de Turismo, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2007). Ruta Arqueológica Qhapac Ñan, Reconstruyendo la historia del Tomebamba imperial.
- Ministerio de Turismo. (2017). Guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador 2017. (2.ª ed., 2da Parte). <https://n9.cl/tvqia>
- Ministerio de Turismo. (2017). Guía para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017. (2.ª ed., 1ra Parte). <https://n9.cl/pact>
- Mucha-Hospinal, L., Chamorro, R., Oseda, M. y Alania, R. (2021). Evaluación de procedimientos para determinar la población y muestra: según tipos de investigación. *Desafíos*, 12(1); 44-51. <https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Muñoz, A. M. & Paztaz, W. U. (2021). Los recursos turísticos y el turismo comunitario en las comunidades San Luis de Guachalá y Paquiestancia, cantón Cayambe [Trabajo de titulación previa la obtención del título de Ingeniería en Turismo y Ecoturismo, UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI]. Repositorio.upec.edu.ec. <https://n9.cl/37i4g>
- Navarro, D., (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. [online] Redalyc.org. <https://n9.cl/f50k9>

Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades. (2013, 27 julio). Issuu. <https://n9.cl/bdqo7>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO - ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? (2014). UNESCO. <https://n9.cl/pgfq1>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO World Heritage Centre. (2014). Home. UNESCO. <https://n9.cl/rstev>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. 2021. Main Andean Road - Qhapaq Ñan. Whc.unesco.org. <https://n9.cl/cag1n>

Organización de Naciones Unidad. (2020). Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo. <https://n9.cl/8smx>

Ortega, Y. C. (2018). El turismo una alternativa de desarrollo local. Potencialidades del Corredor del Santa Bárbara, Ecuador. Killkana sociales: Revista de Investigación Científica, 2(4), 9-20.

Ochoa-Pachas, J. (2020). Problemas y Objetivos en la Investigación Científica(I). Consultado el 24 de marzo del 2022. <http://201.234.119.250/index.php/AJP/article/view/286/250>

Pérez, J. & Merino, M. (2021). Definición de Potencial. Definición. de. Consultado el 20 de noviembre del 2021. <https://n9.cl/yiqo4>

Pololikashvili, Z. (2021). Zurab Pololikashvili es Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) | OMT. Organización Mundial de Turismo. <https://n9.cl/ci3bh>

Porras, A. (2020). Diplomado en análisis de información geoespacial. Conceptos básicos de estadística. Consultado 24 de marzo del 2022. <https://n9.cl/0e84>

Prado. (2020, 30 de marzo). Pérdidas en sector turístico de Ecuador se estiman este mes en más de 400 millones de dólares, dice ministra Rosi Prado. El Universo. <https://n9.cl/idmmh>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2017). Plan maestro para la implementación del turismo patrimonial comunitario en el Qhapaq Ñan en Bolivia, Perú y Ecuador. Documento impreso.

Rendón, M. L. (2017). Reconstruyendo el Qhapaq Ñan en Ecuador y Perú.

<http://8.242.217.84:8080/xmlui/handle/123456789/3739>

Reyes-Ruiz, L. & Carmona Alvarado, F. A. (2020). Consideraciones para la elaboración de un informe de investigación. <https://n9.cl/do8jt>

Rojas, V. M. N. (2011). Metodología de la investigación. Ediciones de la U.

Romero-Saldaña, M. (2016). Prueba de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista Enfermería del Trabajo*, 6(3), 105-114. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5633043>

Unwto.org. 2021. Conferencia OMT/UNESCO: El turismo cultural mantiene las comunidades y el patrimonio vivo | OMT. [online] Available at: <<https://www.unwto.org/es/press-release/2018-12-05/conferencia-omtunesco-el-turismo-cultural-mantiene-las-comunidades-y-el-pat>> [Accessed 9 December 2021].


Tinoco, R. (2008). Una aplicación de la prueba chi cuadrado con SPSS. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*. Consultado el 24 de marzo del 2022. <https://n9.cl/ha6b>

User, S. (2021). Visualizador de Información Turística. Ministerio de Turismo del Ecuador. <https://n9.cl/5kewi>

Wttc.org. 2021. Travel & Tourism Economic Impact | World Travel & Tourism Council (WTTC). [online] Available at: <<https://wttc.org/Research/Economic-Impact>> [Accessed 9 December 2021].

ANEXOS.

Anexo 1. Cuestionario para visitantes.

 <p>UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO INSTITUTO DE POSGRADO MAESTRIA DESARROLLO LOCAL MENCIÓN PLANIFICACIÓN TERRITORIAL</p>
CUESTIONARIO
OBJETIVO. - La presente investigación tiene por objetivo conocer el perfil de la demanda que visita la parroquia Cojitambo.
Lea detenidamente las preguntas y marque con una (x) la opción de su preferencia.
1. Género
Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> _____
2. Edad
a. <15 <input type="checkbox"/> b. 15 - 19 <input type="checkbox"/> c. 20-29 <input type="checkbox"/> d. 30-39 <input type="checkbox"/> e. 40-49 <input type="checkbox"/> f. 50-59 <input type="checkbox"/> g. > 60 <input type="checkbox"/>
3. Nivel de instrucción
a. Primaria <input type="checkbox"/> b. Secundaria <input type="checkbox"/> c. Pregrado <input type="checkbox"/> d. Posgrado <input type="checkbox"/> e. Otro _____
4. ¿Cuál es su procedencia? _____
2.1 ¿Cuál es su ocupación?
Comerciante <input type="checkbox"/> servidor público <input type="checkbox"/> Servidor privado <input type="checkbox"/> Agricultura <input type="checkbox"/> Obrero <input type="checkbox"/>
Otros _____
6. ¿Con quién viaja? Solo <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> Familia <input type="checkbox"/> Compañeros de trabajo <input type="checkbox"/>
Grupo organizado <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/>
6.1. Número de personas _____
7. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
8. ¿Qué actividad turística le gustaría que se implemente en la parroquia Cojitambo? _____
9. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en la parroquia Cojitambo? siendo 5 interés alto y 1 no le interesa.
1. Aventura ____ 2. Cultural ____ 3. Ecoturismo ____ 4. Rural ____ 5. Religioso ____ 5. Gastronómico ____ 6. Agroturismo ____ 7. Compra de productos locales ____
10. ¿Qué atractivos le llama la atención en el sector de Cojitambo?
Flora/Fauna <input type="checkbox"/> Sitios arqueológicos <input type="checkbox"/> Montaña <input type="checkbox"/> Fiestas tradicionales <input type="checkbox"/>
Paredes de escalada <input type="checkbox"/> Iglesia <input type="checkbox"/> Caminos antiguos <input type="checkbox"/>



11. ¿Cómo organizó su viaje?

Cuenta propia AV/OT Otros _____

12. ¿Por qué medio se informó sobre la parroquia Cojitambo o el sitio que visita?

Recomendación de otra persona Internet Oficinas de turismo

Guías de turismo Agencias de viajes físicas Agencias de viajes Online (OTAS)

Otros _____

13. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?

Hotelería Apartamento Familiares Amigos No pernoctó en la ciudad

Otros _____

13.2. ¿Cuántos días se quedará en la parroquia Cojitambo o cantón Azogues? _____

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje, por persona? _____

15. ¿Cuál es el gasto diario que Ud. realiza por realizar turismo local? _____

16. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales de la parroquia Cojitambo? Califique en una escala de 1 a 5, considerando 5 como excelente y 1 Muy malo.

Información turística _____ Señalización _____ Ocio y diversión _____

Alojamiento _____ Restaurantes _____ Guías de turismo _____

Actividades Programadas _____

17. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales de la parroquia Cojitambo? Califique en una escala de 1 a 5, considerando 5 como excelente y 1 Muy malo.

Zonas verdes _____ Espacios públicos _____ Seguridad ciudadana _____

Bioseguridad _____ Atención y trato _____ Transporte Urbano _____

Vialidad _____ Otros _____

18. ¿Cómo califica su estancia general en la parroquia Cojitambo?

Muy bueno Bueno Regular Malo Muy malo

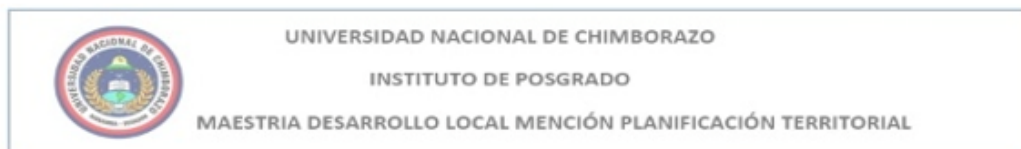
19. ¿Ud. volvería a visitar la parroquia Cojitambo?

Con seguridad Probablemente No volvería

20. ¿Recomendaría a otras personas visitar la parroquia Cojitambo? SI NO

GRACIAS POR SU APORTE

Anexo 2. Cuestionario para pobladores.



CUESTIONARIO

OBJETIVO: La presente investigación tiene por objetivo determinar el potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo y su influencia en el desarrollo local.

Lea detenidamente las preguntas y marque con una (x) la opción de su preferencia.

1.1. Género

Masculino Femenino Otro

1.2. Edad

a. <15 b. 15 - 19 c. 20-29 d. 30-39 e. 40-49 f. 50-59 g. ≥ 60

1.2. Nivel de instrucción

a. Primaria b. Secundaria c. Pregrado d. Posgrado e. Otro _____

1.4 Auto identificación

Indígena Mestizo Blanco Otro _____

2.1 ¿Cuál es su ocupación?

Quehaceres domésticos agricultor artesano servidor público Servidor privado
Obrero Otros _____

2.2. ¿Piensa que el turismo contribuye al desarrollo local de la parroquia?

2.3. ¿Le gustaría emprender en actividades de turismo en la parroquia? SI NO

2.4. ¿En qué actividad le gustaría emprender?

Guianza Hospedaje Gastronomía Transporte Artesanías
Operación turística Otra _____

2.5. ¿Piensa que las tradiciones culturales de la comunidad (festividades, agricultura, gastronomía, artesanía) deben ser aprovechadas para el turismo? SI NO

2.5.1. ¿Por qué las tradiciones deben ser aprovechadas por el turismo?

2.6. ¿Piensa usted que la parroquia posee una alta potencialidad para desarrollarse turísticamente?

SI NO

2.6.1. ¿Por qué posee alta potencialidad?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRIA DESARROLLO LOCAL MENCIÓN PLANIFICACIÓN TERRITORIAL

2.7. ¿Apoya usted a la parroquia en la idea de incursionar en el turismo? SI NO

2.8. ¿Qué servicios turísticos dispone la parroquia?

Guías certificados Hospedaje Restaurantes AV/OT Otros _____

2.9. ¿Por qué medios se hace publicidad de la parroquia?

Televisión Radio Periódico Redes sociales (facebook, instagram, tweeter).

Agencias de turismo físicas Agencias de turismo Online Ninguno Otro _____

2.10. ¿Cuál cree que es el principal motivo que los turistas visita la parroquia Cojitambo? siendo 5 interés alto y 1 no le interesa.

1. Aventura ___ 2. Cultural ___ 3. Ecoturismo ___ 4. Religioso ___ 5. Gastronómico ___
6. Agroturismo ___ 7. Compra de productos locales ___ 8. Fiestas locales ___

2.11. ¿Qué sitio recomienda visitar en la parroquia Cojitambo? _____

3.1. ¿Qué servicios dispone la parroquia Cojitambo? Califique en una escala del 1 al 5, tomando en consideración que 5 es excelente y 1 muy malo.

Luz ___ Agua ___ Alcantarillado ___ Sanidad ___ Telefonía celular ___

Servicio de Salud ___ Infraestructura educativa ___ Conexión internet ___


Espacios públicos ___ Seguridad ciudadana ___ Bioseguridad ___

Transporte ___ Vialidad ___ Servicio de taxis o camionetas ___

3.2. ¿Conoce el Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo? SI NO

GRACIAS POR SU APOORTE

Anexo 3. Cuestionario para prestadores de servicios.

 <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO INSTITUTO DE POSGRADO MAESTRIA DESARROLLO LOCAL MENCION PLANIFICACION TERRITORIAL</p>
<p>CUESTIONARIO</p> <p>OBJETIVO: La presente investigación tiene por objetivo determinar el potencial turístico del Qhapaq Ñan de la parroquia Cojitambo y su influencia en el desarrollo local.</p> <p>Lea detenidamente las preguntas y marque con una (x) la opción de su preferencia.</p>
<p>1. Género</p> <p>Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/></p>
<p>2. Edad</p> <p>a. <19 <input type="checkbox"/> b. 20-29 <input type="checkbox"/> c. 30-39 <input type="checkbox"/> d. 40-49 <input type="checkbox"/> e. 50-59 <input type="checkbox"/> f. ≥ 60 <input type="checkbox"/></p>
<p>3. Nivel de Instrucción</p> <p>a. Primaria <input type="checkbox"/> b. Secundaria <input type="checkbox"/> c. Pregrado <input type="checkbox"/> d. Posgrado <input type="checkbox"/> e. Otro _____</p>
<p>4. Parroquia a la que pertenece</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿Cuál es el tipo de servicio turístico que Ud. ofrece?</p> <p>Hospedaje <input type="checkbox"/> Alimentación <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Guianza <input type="checkbox"/></p> <p>Operación turística <input type="checkbox"/> Otra _____</p>
<p>6. ¿Ud. como prestador de servicio, cuál es su producto o servicio que mejor se vende en su establecimiento?</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿Cuál es el valor de sus servicios?</p> <p>_____</p>
<p>8. ¿Cuál es número de turistas que ha recibido durante el último año?</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿Cuál es la temporada que recibe mayor número de turistas en su establecimiento?</p> <p>Feridos <input type="checkbox"/> Fines de semana <input type="checkbox"/> Vacaciones <input type="checkbox"/> Días laborales <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/></p>
<p>10. ¿Cuál es su capacidad máxima instalada?</p> <p>_____</p>
<p>11. ¿Por qué medios hace publicidad de sus servicios?</p> <p>TV <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> No realiza publicidad <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/></p>



12. ¿Cuál cree que es el principal motivo que los turistas visitan el cantón Azogues? siendo 5 interés alto y 1 no le interesa?

1. Aventura___ 2. Cultural___ 3. Ecoturismo___ 4. Religioso___ 5. Gastronómico___
6. Agroturismo___ 7. Compra de productos locales___ 8. Fiestas locales___

13. ¿Qué sitio recomienda visitar en el cantón Azogues?

14. ¿Cuál es su propuesta de valor que le diferencia de la competencia?

- Calidad en el servicio Innovación constante
Inclusión Trato justo
Otro

15. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios generales del cantón Azogues?

- Muy bueno ~~Buena~~ ~~Buena~~ Malo Muy malo

16. ¿Qué servicios turísticos dispone la parroquia?

- Guías certificados Hospedaje Restaurantes AVIOT Otros _____

2.9. ¿Por qué medios se hace publicidad de la parroquia?

- Televisión Radio Periódico Redes sociales (~~facebook, instagram, twitter,~~
Agencias de turismo físicas Agencias de turismo Online Ninguno Otro _____

17. ¿Cuál cree que es el principal motivo que los turistas visita la parroquia Cojtmambo? siendo 5 interés alto y 1 no le interesa.

- Servicios básicos Zonas verdes
Espacios públicos Seguridad ciudadana
~~Bio~~-seguridad Atención y trato en las instituciones
Transporte urbano Vialidad
Cobro de impuestos



18. ¿Cuál es su percepción sobre los servicios turísticos del cantón Azogues?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Información turística | <input type="checkbox"/> | Señalización | <input type="checkbox"/> |
| Ocio y diversión | <input type="checkbox"/> | Alojamiento | <input type="checkbox"/> |
| Gastronomía | <input type="checkbox"/> | Guías de turismo | <input type="checkbox"/> |
| Actividades turísticas | <input type="checkbox"/> | | |

19. ¿Cuál cree que sea el grado de importancia del turismo para la creación de nuevos empleos?

- Muy importante ~~importante~~ Moderadamente importante
De poca importancia Sin importancia

20. ¿Cuántos empleados tiene en su empresa o emprendimiento?

21. ¿Capacita a su personal?

- SI NO

22. ¿Conoce el Qhapaq Nan de la parroquia Cojitambo? SI NO

GRACIAS POR SU APOORTE |