



**República del Ecuador**  
**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil**  
**Facultad de Posgrado e Investigación**

**Tesis en opción al título de Magister en:**  
**Gestión de Empresas Turísticas**

**Tema de Tesis:**  
**Turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad del cantón**  
**Azogues, provincia del Cañar**

**Autora:**  
**Ing. Diana Elisabeth Tenezaca Camas**

**Director de Tesis:**  
**Lcdo. Gorki Aguirre Torres, MgSc**

**Diciembre 2020**  
**Guayaquil - Ecuador**

2020

**Turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad del cantón  
Azogues, provincia del Cañar**



## **DECLARACIÓN EXPRESA**

**Yo, Tenezaca Camas Diana Elisabeth**

### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Tesis, **Turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad del cantón Azogues, provincia del Cañar** en opción al título de **Magister en Gestión de Empresas Turísticas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del trabajo de tesis referido y brindo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil (UTEG).

**LA AUTORA**

---

**Ing. Diana Elisabeth Tenezaca Camas**

## **DEDICATORIA**

Con el amor más grande a mis padres (Esperanza y Segundo) quienes me enseñaron que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para cumplir mis objetivos, gracias por ser incondicionales en cada paso, en cada decisión, en cada sueño son mi ejemplo de vida y mi orgullo los amo con todo mi corazón.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud a todas las personas que fueron parte de este proceso de formación, a mi tutor MSc. Gorki Aguirre Torres por su constante orientación en el desarrollo de esta tesis.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo “Proponer un sistema de promoción estratégico con enfoque al turismo religioso que permita ayudar y colaborar al desarrollo turístico para superar la estacionalidad del Cantón Azogues, provincia del Cañar. Para ello, se empleó un diseño no experimental, su alcance se direccionó mediante una investigación exploratoria con un enfoque mixto donde se analizaron los datos cualitativos y cuantitativos, a través del levantamiento de información mediante las encuestas aplicadas a los turistas que visitan el cantón, así como las entrevistas a las autoridades locales, encargados de los bienes religiosos y empresarios turísticos para conocer la situación actual en cuanto a la afluencia de visitantes, el manejo de los recursos turísticos y el estado del patrimonio cultural a través de la observación directa en la zona de estudio. Luego de recopilar y analizar la información se identificó que el turismo religioso tiene una enorme acogida por parte de los visitantes, el sector turístico privado también manifestó su disponibilidad para promocionar Azogues como un destino religioso. Como resultado se establecieron los factores claves, para proponer un plan de acción promocional en base a las necesidades identificadas tanto en la oferta como de la demanda turística. Por lo que se planteó el diseño de un circuito turístico, así como también la elaboración de paquetes turísticos en los que se promociona los lugares religiosos más icónicos que poseen las características necesarias para que los turistas conozcan más a fondo el valor e historia que encierran cada una de las edificaciones religiosas de la ciudad, para que no solo se diversifique el mercado y la oferta turística de Azogues sino también se logre el desarrollo y progreso del cantón basándose en el trabajo mutuo tanto del sector público como del sector privado.

**Palabras claves:** estacionalidad, turismo religioso, estrategias de promoción, desarrollo turístico, destino, atractivo.

## ABSTRACT

The present research work aims to “Propose a strategic promotion system with a focus on religious tourism that allows helping and collaborating in tourism development to overcome the seasonality of the Cantón Azogues, province of Cañar. For this, a non-experimental design was used, its scope was directed through an exploratory research with a mixed approach where qualitative and quantitative data were analyzed, through the gathering of information through surveys applied to tourists who visit the canton, as well such as interviews with local authorities, those in charge of religious assets and tourism entrepreneurs to learn about the current situation in terms of the influx of visitors, the management of tourism resources and the state of cultural heritage through direct observation in the area study. After collecting and analyzing the information, it was identified that religious tourism has a huge reception by visitors, the private tourism sector also expressed its availability to promote Azogues as a religious destination. As a result, the key factors were established to propose a promotional action plan based on the needs identified in both tourism supply and demand. For this reason, the design of a tourist circuit was proposed, as well as the elaboration of tourist packages in which the most iconic religious places are promoted that have the necessary characteristics so that tourists know more in depth the value and history that each contains. one of the religious buildings of the city, so that not only the market and the tourist offer of Azogues are diversified, but also the development and progress of the canton dependent on the mutual work of both the public and private sectors is achieved.

**Keywords:** seasonality, religious tourism, promotion strategies, tourism development, destination, attractiveness.

## Índice General

<b>DECLARACIÓN EXPRESA</b> .....	3
<b>DEDICATORIA</b> .....	4
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	5
<b>RESUMEN</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	7
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	10
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	11
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	12
<b>CAPÍTULO I</b> .....	16
<b>1.1. Antecedentes de la investigación</b> .....	16
<b>1.2 Problema de Investigación</b> .....	18
<b>1.2.1 Planteamiento del problema de investigación:</b> .....	18
<b>1.2.2 Formulación del problema:</b> .....	19
<b>1.2.3 Sistematización del problema:</b> .....	19
<b>1.3 Objetivos de la investigación:</b> .....	20
<b>1.3.1 Objetivo general:</b> .....	20
<b>1.3.2 Objetivos específicos:</b> .....	20
<b>1.4 Justificación de la investigación:</b> .....	20
<b>1.5: Marco de referencia de la investigación:</b> .....	22
<b>1.5.1 Historia y Evolución del turismo Religioso:</b> .....	22
<b>1.5.2 Marco Teórico</b> .....	24
<b>1.5.3 Turismo Religioso en el Ecuador:</b> .....	28
<b>1.5.5. Marco conceptual:</b> .....	35
<b>1.5.6. Marco Filosófico-Antropológico</b> .....	46
<b>CAPITULO II</b> .....	48
<b>2. Marco Metodológico</b> .....	48
<b>2.1. Diseño, alcance y enfoque de la investigación</b> .....	48
<b>2.1.1. Diseño de la investigación</b> .....	48
<b>2.1.2. Alcance de la investigación</b> .....	48
<b>2.1.3. Enfoque</b> .....	48
<b>2.2. Metodología de la investigación</b> .....	49

2.2.1.    Métodos Lógicos de la Investigación.....	49
2.3.    Unidad de análisis, población y muestra .....	49
2.3.1.    Unidad de análisis .....	49
2.3.2.    Población.....	49
2.3.3 Tamaño de la muestra .....	50
2.4. Variables de investigación, operacionalización.....	52
2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información.....	54
2.5.1. Técnicas de la investigación.....	54
2.5.2. Técnicas de recolección de datos .....	54
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>56</b>
3.1. Análisis de la situación actual .....	56
3.1.1. Ambiente político administrativo.....	56
3.1.2. Estacionalidad turística del Cantón Azogues.....	57
3.1.3. Catastro turístico del Cantón Azogues .....	59
3.1.4. Factores que inciden en la estacionalidad turística de Azogues.....	61
3.1.4.1. Clima.....	61
3.1.4.2. Factores de decisión humana .....	62
3.1.4.3. Presión social y moda.....	62
3.1.4.4. Estaciones deportivas.....	62
3.1.4.5. Inercia y tradición.....	62
3.1.5. Información turística de los atractivos religiosos del cantón Azogues .....	63
3.1.6. Diagnóstico de las ventajas competitivas de los atractivos turísticos de Azogues .....	67
3.2. Análisis Comparativo, Evolución, Tendencias y Perspectivas.....	68
3.3. Presentación de resultados y discusión.....	73
<b>CAPITULO IV.....</b>	<b>96</b>
<b>PROPUESTA.....</b>	<b>96</b>
4.1. Justificación.....	96
4.2.    Propósito General .....	96
4.2.1 Equipo responsable de la Propuesta .....	97
4.2.1.    Estrategia de promoción y comercialización turística del cantón Azogues con enfoque al turismo religioso. ....	98
4.3.    Desarrollo .....	99
4.3.1.    Plan de Acción promocional del turismo religioso del cantón Azogues. ....	99

<b>CONCLUSIONES</b> .....	106
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	107
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	108
<b>ANEXOS</b> .....	112

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población total de la investigación .....	50
Tabla 2. Muestra para la encuesta a los empresarios.....	51
Tabla 3. Muestra para la encuesta a los turistas .....	51
Tabla 4. Variables de la investigación.....	53
Tabla 5. Calculo de ingreso de visitantes a los centros de información turística de Azogues 2017 .....	57
Tabla 6. Identificación de la estacionalidad turística según los meses del año: .....	59
Tabla 7. Agencia de Viajes y Operadoras Turisticas de Azogues.....	60
Tabla 8. Establecimientos Turisticos y de Esparcimiento de Azogues .....	60
Tabla 9. Establecimientos de Alojamiento .....	61
Tabla 10. Ventajas competitivas de Azogues.....	67
Tabla 11. Nivel de satisfacción .....	95
Tabla 12. Identificación de la demanda turística cantón Azogues .....	100
Tabla 13. Circuitos turísticos del cantón Azogues .....	101
Tabla 14. Prioridades promocionales por atractivo.....	102
Tabla 15. Esquema estratégico publicitario.....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Cuadro estadístico del I-TUR SAN FRANCISCO.....	58
Gráfico 2. Cuadro estadístico del I-TUR UNIDAD DE TURISMO.....	58
Gráfico 3. Cuadro de porcentaje por tipo de visitantes .....	59
Gráfico 4. Gestiones para el progreso de la actividad turística .....	74
Gráfico 5. Aplicación de procesos para aumentar la actividad turística .....	75
Gráfico 6. Implementación de estrategias para desarrollar el turismo religioso .....	75
Gráfico 7. Alianzas con el sector turístico del cantón Azogues .....	76
Gráfico 8. Proyecto para promover el turismo local del cantón.....	76
Gráfico 9. Percepción del turismo religioso para superar la estacionalidad del cantón .....	77
Gráfico 10. Servicios que ofrece su empresa .....	81
Gráfico 11. Temporadas altas y bajas de sus negocios .....	81
Gráfico 12. Tipo de turista que recibe .....	82
Gráfico 13. Ayuda que recibe del gobierno.....	82
Gráfico 14. Aplicación de procesos para incrementar la oferta turística en temporadas bajas .....	83
Gráfico 15. Manejo de paquetes turísticos que incluyen patrimonio religioso .....	84
Gráfico 16. Disposición para participar en eventos promocionales .....	84
Gráfico 17. Disposición de promocionar Azogues con una propuesta turística religiosa....	85
Gráfico 18. Atractivos turísticos religiosos del cantón Azogues .....	85
Gráfico 19. Recomendaciones para mejorar la afluencia turística .....	86
Gráfico 20. Sexo de los encuestados .....	87
Gráfico 21. Edad de los encuestados.....	87
Gráfico 22. Nacionalidad de los encuestados.....	88
Gráfico 23. Frecuencia con la que visitan el cantón.....	88
Gráfico 24. Con quienes viajan los encuestados .....	89
Gráfico 25. Medio que utilizan para trasladarse.....	89
Gráfico 26. Motivos por los que viaja.....	90
Gráfico 27. Tiempo de permanencia .....	90
Gráfico 28. Medios por los que obtuvo información del cantón.....	91
Gráfico 29. Tipos de turismo que realizaría .....	91
Gráfico 30. Mejoras turísticas que deberían realizarse .....	92
Gráfico 31. Calificación en cuanto a la promoción turística del cantón .....	92
Gráfico 32. Disposición a visitar Azogues si se propone un atractivo turístico religioso....	93
Gráfico 33. Turismo religioso como alternativa de diversificación de mercado para el cantón .....	93

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Factores de estacionalidad .....	44
Figura 2. Fases para promocionar el turismo religioso en Azogues.....	105

## INTRODUCCIÓN

Uno de los sectores que más ha tenido crecimiento a nivel mundial es el turismo, dado que se utilizan diferentes recursos para atraer a los visitantes o turistas a que experimenten experiencias en un ambiente controlado en el que se trata de que ellos formen parte de vivencias revitalizadoras para sus vidas y salgan de sus actividades cotidianas.

De allí que este sector se vea obligado a someterse a un proceso de adquisición de nuevas tendencias y preferencias con el fin de llegar a más personas como es el caso del diseño de rutas turísticas religiosas, las cuales tienen mucho peso por la doctrina católica, dado que sus inmediaciones ofrecen un atractivo turístico llamativo no solo para sus creyentes sino también para los turistas que visitan aquellas ciudades en donde se encuentran edificaciones, monumentos, iglesias o sectores que tienen algo que contar o transmitir, ya sea simplemente por cultura, religión o simple curiosidad.

En el caso de Ecuador, el turismo religioso tiene mucha influencia debido a las diferentes iglesias católicas que están establecidas en cada ciudad, así como la historia de cada una de ellas en lo que concierne a la doctrina del catolicismo. Tanto que según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) manifestó que entre diciembre del 2018 y febrero del 2019 más del 40% de ecuatorianos realizaron turismo interno. De allí se pudo identificar que, en el país, las ciudades con edificaciones significativas se encuentran en Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato, sin embargo, existen otras inmediaciones que son pocas conocidas pero que si son correctamente promocionadas pueden convertirse en atractivos turísticos significativos no solo para los habitantes sino también para los turistas extranjeros.

Como parte de esta situación, el gobierno nacional y las empresas turísticas han impulsado proyectos turísticos con la finalidad de incrementar las visitas que no solo generarían rentas, sino que serían una vía para ofrecer más empleo en el país. Sin embargo, existen retos que se deben asumir como por ejemplo los cambios en las preferencias de los turistas que buscan otra forma de experimentar su espíritu viajero, pues ya no solo basta con ofrecer destinos tradicionales como senderismo y playa sino más bien redescubrir nuevos sitios que despierten su interés.

En cuanto al turismo religioso que puede ofrecer el cantón Azogues en la provincia del Cañar cabe destacar que este tiene múltiples atractivos como: la Catedral principal, el Santuario de la Virgen de la Nube, Iglesia de Taday, Iglesia San Francisco de Azogues, entre otros, en los que se pueden hacer visitas, celebraciones religiosas, peregrinaciones, canonizaciones, etc. pero a pesar de que sus edificaciones poseen un alto valor cultural no son muy conocidos y por ende los turistas no concurren a estos lugares.

Por tal motivo, mediante la presente investigación se pretende analizar la potencialidad que puede brindar el turismo religioso de Azogues al ofrecer a los turistas un producto turístico en la búsqueda de experiencias nuevas cuando visiten espacios sagrados, dando a conocer sus múltiples atractivos, así como también proponer la creación y desarrollo de una ruta turística religiosa con la finalidad de aumentar la cantidad de visitantes, aumentar y desarrollar la economía y el comercio y dar un valor agregado a los recursos turísticos con los que cuenta el cantón.

El capítulo I comprende el desarrollo del Marco Teórico Conceptual en el que se especifican los antecedentes de la investigación, se plantea el problema con su respectivo diagnóstico, formulación y sistematización, así como el establecimiento de los objetivos, la

justificación y el marco de referencia en el que se desglosan conceptos para encontrar información relevante y de utilidad para este trabajo investigativo.

En el capítulo II se desarrolla el Marco Metodológico en el que se describe el tipo de diseño, su alcance y el enfoque que tomará la investigación, así como también se especificarán los métodos de investigación, unidad de análisis, la población y muestra involucrada, así como las variables identificadas y el tratamiento que se le dio a los datos tabulados.

El capítulo III hace alusión a los Resultados y Discusión de la información obtenida a través de un análisis de la situación actual, una comparación de la evolución, tendencias y perspectivas de la investigación en la que se presentan los resultados de forma ordenada y eficiente.

En el capítulo IV se desarrolla la Propuesta que pretende dar solución a la problemática identificada en esta investigación, en el que se elabora un plan que contiene objetivos, justificación y el desarrollo de la misma.

Seguido de ello, se encuentran las conclusiones en la que se recopila toda la información importante correspondiente a cada objetivo específico que se haya planteado, así como las respectivas recomendaciones que se realizan directamente a los involucrados en esta investigación.

Y finalmente, en los últimos apartados se describen las referencias bibliográficas que se hayan empleado de libros, tesis doctorales, revistas científicas, entre otras, para desarrollar esta investigación y los anexos que comprenden las evidencias (fotografías, documentos, etc.) de la realización de esta tesis de maestría.

## CAPÍTULO I

### 1.1. Antecedentes de la investigación

En el artículo científico los autores Vázquez, & Pérez (2017) quienes investigaron: “El turismo religioso en distintas zonas geográficas de España: características de los turistas” donde su objetivo es dar a conocer el perfil del turista en distintos destinos religiosos de España e identificar sus particularidades, se demostró que el turismo religioso ha aumentado en los últimos años a nivel global, convirtiéndose en un motor de desarrollo para muchas zonas, por lo cual hay que dedicar los recursos y esfuerzos necesarios para asegurar que los servicios de alojamiento se gestionen correctamente en cada destino, marcando una diferencia en el motivo que impulsa de manera parcial o exclusivamente por razones religiosas. En esta perspectiva, una de las cuestiones más debatidas entre los autores es la distinción entre turistas y peregrinos.

En el artículo científico de Ramón (2014), titulado “La Estacionalidad Turística y sus Potenciales Impactos”, describe de forma teórica un ejemplo de estacionalidad en el que se comparan dos regiones, una con gran estacionalidad y otra con estacionalidad casi nula, pretende con ello remarcar que problemas sociales son achacables a este hecho y como se atenuarían al reducir la variación de la actividad turística entre las distintas temporadas. Concluyendo que la estacionalidad genera baja rentabilidad y problemas en la contratación del personal, en donde el único elemento positivo es que permite descansar, reparar o mejorar la infraestructura y el entorno. Así mismo que lo más importante no es reducir la estacionalidad del turismo sino activar otros sectores que impulsen el sector económico en el entorno donde se pretende reivindicar la actividad turística.

En la tesis doctoral de Sánchez, Ramírez & Mota (2017), quienes investigaron sobre si “las peregrinaciones rurales impulsan el desarrollo local análisis en San Miguel del Milagro, Tlascala México” exponen que en las últimas décadas se transita del modelo turismo convencional al alternativo, en donde una de las iniciativas es el turismo religioso mediante las peregrinaciones que no demandan un presupuesto alto mismas que se dan en espacios urbanos y rurales relacionándose directamente con el desarrollo local de la zona y jugando un papel importante el sector turístico.

Se concluye que las peregrinaciones contribuyen a incrementar las ventas en los espacios cercanos al santuario y que es necesario incrementar la estadía del peregrino creando productos relacionados con la fe religiosa, respetando su cultura y tradiciones.

De acuerdo a Valencia & García (2015), en la tesis doctoral con el tema “ Valoración de la infraestructura de los edificios religiosos para el turismo accesible en Villahermosa, Tabasco, México”, trata de demostrar la importancia del turismo religioso y accesible que ha promovido conciencia social, aprendizaje, salud y crecimiento económico debido al desplazamiento masivo de sus practicantes, por ese motivo fueron valorizados los edificios religiosos , para determinar si su infraestructura es incluyente con este segmento de turistas. El resultado fue que los templos valorados cumplen de manera parcial con los requisitos de accesibilidad, esto significa que las necesidades de los turistas no fueron consideradas apropiadamente. por lo que consideran pertinente aplicar la normatividad para la adecuación de la infraestructura y equipamiento no sólo de este tipo de edificios sino para cualquiera.

## **1.2 Problema de Investigación**

### **1.2.1 Planteamiento del problema de investigación:**

El sector turístico en el Ecuador se caracteriza por su dinamismo y constante evolución, teniendo que adaptarse al continuo cambio que esto representa y a las necesidades que puede tener este mercado. Cada año, turistas internos y externos visitan diferentes lugares del país para conocer y disfrutar sus atractivos naturales y culturales mismos que a nivel mundial son muy apreciados por su valor e historia, sin embargo de acuerdo a las investigaciones que él (MINTUR, 2018) ha realizado se ha podido establecer que en muchas de las ciudades del Ecuador se genera una fuerte e inherente estacionalidad turística misma que está relacionada a una distribución desigual del uso del tiempo libre de los visitantes, esto se debe a diversos factores tales como: naturales (el clima de verano e invierno), institucionales (por fechas en el calendario, ya sean feriados o vacaciones escolares), en donde los recursos turísticos han sido explotados en su máximo rendimiento.

San Francisco de Peleusí de Azogues ubicada dentro de la provincia del Cañar, al centro sur de la sierra ecuatoriana, fue declarada patrimonio cultural y urbano del Ecuador en el año 2000, cuenta con importantes atractivos turísticos que en la actualidad son admirados por propios y extraños, sin embargo, a pesar de contar con esta ventaja de acuerdo con la información proporcionada por el cabildo y la administración, el cantón Azogues no ha podido mantener un equilibrio en el flujo turístico en los últimos años, enfrentándose así a una marcada estacionalidad turística, lo que ha causado pérdidas económicas al sector privado que depende de esta actividad, esto se ve reflejado en la disminución de sus ingresos durante la conocida temporada baja (meses de marzo, abril, septiembre,

noviembre y en vacaciones región sierra) padeciendo un estancamiento en el flujo de la demanda y evitando así el desarrollo turístico progresivo del cantón.

Por tal razón se considera de vital importancia plantear preguntas que permitan ser respondidas durante la investigación, con el propósito de obtener resultados que aporten a la identificación de una solución a la problemática de la estacionalidad turística en el cantón Azogues y así poder gestar las estrategias más adecuadas que permitan catapultar la actividad turística local, mediante el turismo religioso como alternativa de solución.

### **1.2.2 Formulación del problema:**

¿Cómo en el Cantón Azogues de la provincia del Cañar, se podría superar la estacionalidad turística, aplicando como alternativa el turismo religioso?

### **1.2.3 Sistematización del problema:**

- ¿Cuál es la situación actual turística del cantón Azogues de acuerdo a su flujo turístico?
- ¿Qué ventajas presenta el turismo religioso del cantón Azogues frente a otros recursos turísticos ofrecidos en este lugar?
- ¿Qué tipo de estrategias serán las más idóneas para promover el turismo religioso en el cantón Azogues?
- ¿De qué forma deberá plantearse un sistema de promoción para que contribuya en la reducción de la estacionalidad turística del cantón Azogues?

### **1.3 Objetivos de la investigación:**

#### **1.3.1 Objetivo general:**

Proponer un sistema de promoción estratégico con enfoque al turismo religioso que permita ayudar y colaborar al desarrollo turístico para superar la estacionalidad del Cantón Azogues, provincia del Cañar.

#### **1.3.2 Objetivos específicos:**

- Analizar la situación actual de la estacionalidad turística del cantón Azogues, provincia del Cañar considerando el análisis de flujo de turistas
- Determinar las ventajas competitivas y el aporte que proporciona el desarrollo turístico religioso frente a otras modalidades turísticas del cantón Azogues, provincia del Cañar.
- Definir las estrategias que permitan fortalecer la promoción y comercialización del turismo religioso del cantón Azogues, provincia del Cañar.
- Elaborar un plan de acción basado en las estrategias de promoción para impulsar el turismo religioso y contribuir a la reducción de la estacionalidad turística en el cantón Azogues, provincia del Cañar.

### **1.4 Justificación de la investigación:**

En la actualidad el turismo juega un papel importante en los diversos sectores productivos y económicos, lo que permite el surgimiento de nuevas formas de promocionar los diferentes tipos de servicios que ofrecen ciertos lugares en los que las personas pasan tiempo ya sea por ocio, por feriado o vacaciones, de allí que existan lugares turísticos con diferentes actividades que los visitantes, sean internos o externos, pueden disfrutar.

Si bien es cierto, los lugares más concurridos son las playas, los ríos, las montañas, visitas a museos, malecones, galerías de arte, etc., se está dejando de lado un sector que posee mucho potencial, el turismo religioso. Se puede indicar que es poco utilizado a pesar de que posee una gran ventaja, pues este tipo de turismo es recurrente, es decir, que existen muchas actividades relacionadas a este de forma periódica, además de ser un turismo fiel y generacional.

Este aspecto hace que este tipo de turismo sea rentable, pues como es de conocimiento, existen muchas actividades que los turistas pueden realizar, tales como visitas a las iglesias, monumentos y eventos, los cuales atraen a un gran número de creyentes devotos, lo que permite que se generen ingresos, así como que exista el comercio e intercambio de bienes materiales y servicios.

Existen algunos aspectos que también fue necesario mencionar:

Esta investigación es innovadora y autentica pues este tipo de turismo no se ha llevado a cabo en el cantón Azogues en la actualidad, por lo tanto, es realista pensar que las actividades relacionadas a este sector proporcionan alternativas efectivas para el desarrollo económico, cultural y social no solo de las ciudades vecinas sino a todo el Ecuador.

Esta investigación sirve social y económicamente pues con el desarrollo de la propuesta, lo que se pretende es contribuir a que las personas conozcan otro lado del país, o, mejor dicho, una cara diferente del turismo, así como también se pueda dinamizar las economías locales, regionales y nacionales que involucren no solo una inclusión social, sino también generen empleos y beneficios económicos.

Además, se la puede poner en práctica a nivel macro pues actualmente este tipo de turismo ofrece una amplia acogida turística influyendo en el sistema de la oferta y

demanda. En cuanto a nivel micro, también es factible pues le ofrece al turista la oportunidad de disfrutar de los atractivos que este ofrece, así como vivir nuevas experiencias recreativas.

Por tal razón, el desarrollo de esta investigación pretende proponer un sistema de promoción estratégica hacia el turismo religioso de Azogues, provincia del Cañar con la finalidad de que permita colaborar y ayudar a desarrollar este sector poco concurrido, a través de un análisis de la situación actual turística de este lugar, así como también se definirán estrategias que permitan el fortalecimiento de los lugares religiosos emblemáticos a fin de disminuir la estacionalidad que se presenta actualmente y de manera directa beneficiar a los habitantes de este cantón.

## **1.5: Marco de referencia de la investigación:**

### **1.5.1 Historia y Evolución del turismo Religioso:**

Una de las maneras que desde siempre ha utilizado el hombre para reencontrar ese equilibrio ha sido el caminar. Por eso se trata brevemente de examinar cómo “ha caminado” el hombre a lo largo de la historia, analizando las raíces de esa propensión al camino. Un caminar que, orientado hacia la divinidad, hacia el espacio-tiempo sagrado perdido, se convierte en viaje “turístico” religioso por cuanto hay un desplazamiento fuera del marco habitual de residencia por una motivación no ligada a la pura necesidad de subsistencia. La pretensión de ser como dioses, la añoranza de la inmortalidad perdida en el Edén, el ansia de divinidad lo que origina la “peregrinación” hacia el Paraíso donde los hombres fueron como dioses. (Tardío, 2015)

En ese sentido, el primer desplazamiento tuvo un origen religioso y por ello esa primera peregrinación fue el primer viaje turístico. Desde entonces, el viaje religioso ha

experimentado muchísimas vicisitudes y adaptaciones a las circunstancias de tiempo y lugar, aunque, en esencia, siga siendo igual (Tardío, 2015).

El tipo de viajes de este sector suele corresponder a estancias cortas, de tres o cuatro días, generalmente coincidentes con fines de semana o puentes. Hay varias posturas respecto a que se incluye dentro de este tipo de turismo, pero en general puede considerarse que abarcar tanto la visita a santuarios o lugares sagrados como a las peregrinaciones, además, visitas a tumbas de santos, asistencia y participación en celebraciones religiosas. Un poco más discutidas son las canonizaciones, visitas a líderes religiosos, congresos eucarísticos, años santos, etc. (Tardío, 2015).

Su viabilidad se asienta en la existencia de un tiempo sagrado distinto al tiempo profano, de un tiempo consagrado a los dioses, es decir a la dimensión espiritual del hombre, frente al tiempo consagrado a la materia, es decir a la profanidad de la subsistencia. La viabilidad del turismo moderno también se asienta en la diferenciación entre tiempo de ocio y tiempo de neg-ocio o de trabajo, tiempos que se oponen entre sí, siendo aquél el que posibilita el viaje turístico (Ordoñez, 2016).

Y al igual que el espacio religioso es un espacio sagrado distinto del espacio profano, un espacio considerado como “lugar” donde se manifiesta un “poder” que transgrede las leyes de la naturaleza –siendo el lugar y el poder las claves del territorio sagrado-, el turismo precisa de unos espacios de ocio diferentes de los de trabajo. Por estas razones básicas, los viajes turísticos actuales están imbuidos de los mismos elementos que sustentan el viaje religioso. (Ordoñez, 2016)

Por otra parte, es sabido que el mismo hecho religioso ha estado siempre sometido a intentos de aprovechamiento material por el hombre. Ya fuera para justificar un poder, ya para obtener una ganancia material o un reconocimiento social, ya para ayudar a la mera subsistencia, alrededor de todo hecho religioso, es decir del espacio y del tiempo sagrados, flota una contaminación materialista y profana que entra en clara contradicción con la esencia espiritual propia de la sacralidad. Esta contaminación aparece en los entornos profanos de los espacios sagrados, pero sobre todo se manifiesta en mayor medida en los cultos “externos”, es decir en aquellas celebraciones en que lo sagrado sale de su espacio específico y se desplaza al espacio profano. (Tardío, 2015).

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, deporte y religión. Ya en la Edad Media tanto el cristianismo como el islam extenderían el turismo religioso, más precisamente "las peregrinaciones" a mayor número de creyentes y los desplazamientos serían mayores. (Tardío, 2015).

### **1.5.2 Marco Teórico**

La (OMT), teniendo en cuenta que el turismo religioso aumenta año tras año, promueve su gran potencial y su capacidad para fomentar el entendimiento entre las distintas fes y culturas, concluyen que el turismo religioso es uno de los motores que une a personas de distintos orígenes en una misma causa: la admiración y protección del patrimonio material e inmaterial así mismo enfatizaron la contribución del turismo religioso al desarrollo económico y el rol del turismo religioso como valor añadido en la oferta turística de ciudades, pueblos y regiones.

Las principales razones para el desarrollo del Turismo cultural según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2009)

- Valorar y preservar la herencia
- Desarrollo económico y crecimiento del empleo
- Regeneración económica y medioambiental
- Fortalecimiento y/o diversificación del turismo
- Retener la población en su lugar de origen.

Así mismo, la Organización mundial de Turismo “OMT” durante la conferencia en Utrecht (Países bajos 2016) con el tema “Patrimonio Religioso y Turismo” con el objetivo de destacar el potencial que tiene este segmento para impulsar el crecimiento del sector y a la vez fomentar el entendimiento intercultural. celebró en cooperación con la Agencia de Patrimonio Cultural de los Países Bajos, el Museo Catharijneconvent, el Centro de Cultura y Arte Religioso (Flandes) y el Programa neerlandés Future for Religious Heritage. Destaco que uno de los principales motivos para viajar es la visita a lugares religiosos, elementos fundamentales de la historia y la cultura de la humanidad.

En el siglo XXI el llamado turismo cultural, así como una de sus subcategorías, los turismo religiosos se han consolidado como tipologías turísticas mostrándose, además, en una constante evolución y crecimiento (Gil A, 2006). Viajar por razones culturales nos permite conocer no sólo el arte, la historia, la literatura y antropología, sino acercarnos un poco más a lo que somos como seres humanos, ayudándonos a fundamentar algunas prácticas e ideologías que adquieren un valor universal (Gil de Arriba, 2006) tal y como señala la propia definición que da la UNESCO de Patrimonio Mundial. El turismo religioso

se está mostrando como uno de los nichos del mercado turístico en constante evolución y crecimiento, según la OMT en el 2015.

En el mismo ámbito, la International Council of Sites and Monuments (ICOMOS) (1976), conceptualiza al Turismo Cultural como, aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico – artístico. Esta forma de Turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada. Ahora bien, sobre el turismo religioso, aquellos lugares de apogeo costumbrista, poseen un valor arquitectónico o de agrupación de magnas obras de arte representativas canónicas o esculturales, con un plus propio, fundamentado en la incitación determinada y las necesidades espirituales de la visita. El turismo religioso es, como el cultural, un turismo basado en experiencias (Bond, Packer y Ballantyne, 2014).

Según ellos se plantea la siguiente categorización:

- Lugares de gran valor turístico: catedrales históricas, grandes conjuntos monumentales.
- Lugares de peregrinación o santuarios
- Festivales y fiestas religiosas: eventos anuales con significación religiosa.

Durante la conferencia Patrimonio Religioso y Turismo celebrada a inicios de diciembre en España, Taleb Rifai, secretario de la OMT, afirma que el turismo religioso “es un valioso instrumento para concienciar la importancia de salvaguardar el propio patrimonio y el de la humanidad, y puede ayudar a conservar estos importantes enclaves para las generaciones futuras”. (La Prensa, 2016) así mismo se estima que cada año se movilizan cerca de 330 millones de turistas por motivos específicamente religiosos. Aunque el 40%

de los viajes a centros de peregrinación y meditación se da en Europa, en Latinoamérica se ha reportado un incremento en los últimos años, en especial en México que con su propuesta de turismo religioso recibe anualmente más de 10 millones de personas que viajan a ese país para conocer sus monumentos religiosos, como la catedral de Guadalupe.

Para (Chatwin 1970). en Australia donde él conoció la mitología de las tribus nómadas, según esta, los dioses, caminando y cantando crearon al mundo. Así caminar es una práctica religiosa, es un ritual, no son nada despreciables estas ideas de los indígenas australianos pues inevitablemente nos recuerdan las procesiones religiosas donde tradicionalmente el viaje se hace caminando. Todo esto evoca los pasajes de la Biblia con gran simbolismo que habla de viajes, la fuga de los israelitas a Egipto, el viaje de la familia sagrada después del nacimiento de Jesús.

De entre los edificios históricos, que se ubican en los centros históricos de los destinos maduros, se encuentran, tanto construcciones públicas como privadas: plazas, palacios, edificios monumentales, parroquias, iglesias, Catedrales, museos, entre otros. Evidentemente las motivaciones que llevan a los turistas a visitar dichos espacios son múltiples como la fe que profesan y por tanto la visita a un edificio religioso es parte fundamental de su viaje, o bien si son sencillamente consumidores de un producto turístico (Cánoves y Valiente, 2006).

Por otro lado, el ecumenismo (movimiento que busca la restauración de la unidad de los cristianos) es una propensión que se presta en atención cada vez más a este tipo de turismo; va de la mano con el espiritual y favorece el conocimiento de otras religiones y culturas. Las plazas turísticas o ciudades santas son propicias al encuentro y al coloquio interreligioso e intercultural. Las construcciones turísticas, la hermosura y el sosiego de los

monumentos culturales y de las regiones naturales facilitan este encuentro. Las reuniones ecuménicas, en particular entre los jóvenes, deberían beneficiar en el marco de los alientos de diálogo interreligioso e intercultural.

### **1.5.3 Turismo Religioso en el Ecuador:**

Ecuador al ser un país privilegiado en recursos culturales históricos, al poseer una riqueza arquitectónica en iglesias, capillas, conventos, museos y demás sitios de la fe católica en el país, constituyen un gran legado patrimonial, dando lugar al desarrollo potencial del turismo religioso, es así que podemos hablar del Ecuador como un destino turístico importante y mencionar a sus principales religiosos: en Quito capital del Ecuador existen grandes iglesia, museos, conventos, catedrales, monasterios, de estos varios fueron declarados patrimonio cultural de la nación, dedico a que datan de hace varios siglos atrás, el enorme conglomerado de edificios y tradiciones cristianas hacen de Quito una ciudad donde fructífera el turismo religioso. Un ejemplo de ello son las 36.561 personas que visitaron Quito en la pasada Semana Santa, según cifras de Quito Turismo, la mayoría de las cuales provenían del propio país, sin embargo, el 37,6% sí que provenían de otros países, como Argentina, Estados Unidos y la Unión Europea.

Los lugares que más demanda tienen son los aledaños de la Plaza Grande: la Catedral, la Compañía y San Francisco son las 'joyas de la Corona'. La Iglesia de la Compañía, con sus más de 150.000 visitantes anuales, según datos de la Fundación, es el segundo lugar turístico más visitado del país, tan solo superado por las islas Galápagos.

Por otro lado, en la región Andina existen más iglesias y complejos religiosos, en comparación al resto del país. Quito encabeza la lista de mayor cantidad de iglesias, museos y conventos católicos. Esto se debe a que, desde la época de la Colonia, la capital

ecuatoriana fue el epicentro religioso y administrativo del país, esto dio lugar a que la mayoría de los ecuatorianos sean practicantes de fe católica, lo que llevo al Ecuador a ser considerado el séptimo país de América Latina en poseer mayor cantidad de iglesias católicas en su territorio.

Según datos de Population Pyramid, en el 2017 el país cuenta con 16,2 millones de habitantes. Del total de la población, 13,1 se consideran practicantes de fe católica, según información del portal web de Ecuavisa. El Ecuador es considerado el séptimo país de América Latina en poseer mayor cantidad de iglesias católicas en su territorio, de acuerdo al mismo sitio web. El mismo portal señala que en el país existen 25 circunscripciones y 1.301 parroquias católicas a lo largo y ancho de sus cuatro regiones geográficas.

Por otro lado, según datos del documento “INEC presenta por primera vez estadísticas sobre religión”, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC): “8 de cada 10 ecuatorianos que dicen tener una filiación religiosa, son católicos”. El documento señala que “en lo que se refiere a la filiación religiosa, los datos demuestran que el 91,95% de la población afirma tener una religión, de los cuales el 80,4% pertenece a la religión católica”.

Finalmente, el informe del INEC indica que “tres de cada diez creyentes afirmaron asistir por lo menos una vez a la semana a algún culto religioso (cultos, misas, reuniones, etc.); dos de cada diez una vez al mes y el 15,9% asiste solo en ocasiones especiales”, señala el documento.

Estas cifras demuestran la importancia de la religión católica en el país, en donde el fervor religioso es notorio en reiteradas ocasiones a lo largo del año, a través de manifestaciones como masivas procesiones. También expresa su fe en las iglesias grandes,

medianas y pequeñas que hay en las 24 provincias del país. El legado histórico y cultural que el catolicismo exhibe en territorio continental ecuatoriano es muy extenso. Las iglesias, capillas, conventos, museos y demás sitios de la fe católica en el país, constituyen un gran legado patrimonial.

#### **1.5.4. Principales templos y peregrinaciones religiosas del Ecuador:**

##### **1.5.4.1. Iglesia La Balbanera en Colta, Chimborazo:**

El nombre completo del templo es “iglesia de la Virgen María Natividad de La Balbanera”. Se sitúa al pie de la vía Panamericana Sur, a 20 kilómetros al sur de Riobamba y a 2 kilómetros del cantón Colta en Chimborazo.

Es el primer santuario católico construido en territorio ecuatoriano. Tiene una antigüedad de 481 años. Fue erigida el 15 de agosto de 1534, durante el período colonial español. Cerca del 90% de su estructura original se mantiene casi intacta. El interior de la iglesia puede ser visto desde unas rendijas exteriores, por motivos de seguridad. Desde allí existe una vista impresionante del volcán Chimborazo.

##### **1.5.4.2. Santuario y peregrinación de El Quinche, Pichincha:**

Es un templo muy importante a nivel nacional debido a que el 21 de noviembre de cada año se realiza una peregrinación y adoración a la Virgen del Quinche. La tradición se inició cuando se trasladó a la imagen de la Virgen del Quinche desde el poblado de Oyacachi, el 10 de marzo de 1604.

Este es uno de los santuarios más visitados por los feligreses y romeriantes en Ecuador. La peregrinación dura entre 6 y 8 horas en promedio. El recorrido tiene una longitud de 30 km partiendo desde la zona del valle de Cumbayá y Tumbaco. La parroquia El Quinche

está ubicada a una hora al este de la zona urbana del Distrito Metropolitano de Quito, una visita muy importante tuvo lugar en julio de este año, cuando el Papa Francisco I visitó este santuario durante su visita al país latinoamericano. Allí congregó a miles de feligreses en una celebración eucarística, así como también tuvo la oportunidad de observar de cerca la imagen de la milagrosa Virgen.

#### **1.5.4.3. Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa en Baños, Tungurahua:**

Se sitúa en la plaza central de la ciudad de Baños. Su construcción comenzó el 11 de febrero de 1904 por Fr. Thomas Halflants, párroco de Baños, y fue terminada totalmente Fray Sebastián Acosta en 1944.

El templo es bastante grande ya que se divide en 3 naves. Su estilo arquitectónico es semi-gótico y su forma es rectangular con grandes columnas y arcos ojivales. Toda la decoración y los lienzos que adornan las paredes fueron trabajados por el artista oriundo de Imbabura, Fray Enrique Mideros.

#### **1.5.4.4. Santuario Nacional Santa Narcisa de Jesús en Nobol, Guayas:**

Se ubica en el cantón Nobol, a 40 minutos de Guayaquil, Guayas. La Narcisa de Jesús Martillo Morán es venerada por fieles de todo el país e incluso en otros países del mundo. Se realizó su Beatificación en 1992, lo que motivó la construcción del templo en Nobol, su tierra natal.

Su figura estuvo inmersa en un proceso de canonización, proclamado por el Papa Benedicto XVI, el 12 de octubre de 2008 en la Plaza de San Pedro en Roma, Italia.

#### **1.5.4.5. Procesión del Cristo del Consuelo: Guayaquil, Guayas:**

La Procesión del Cristo del Consuelo es considerada una de las más importantes y multitudinarias del país. Simboliza la pasión, muerte y resurrección de Jesucristo, que se efectúa desde hace más de medio siglo (54 años) en Semana Santa, la mañana del Viernes Santo.

La Procesión se ha convertido en una de las más emblemáticas a nivel nacional e internacional. Su origen se remonta al 15 de abril de 1960, cuando la imagen del Cristo del Consuelo llegó al sitio cuando el lugar era una pampa de manglar y agua.

#### **1.5.4.6. Procesión de Jesús del Gran Poder: Quito, Pichincha:**

La procesión de Jesús del Gran Poder nació hace 53 años. Estuvo a cargo del padre Francisco Fernández, con la denominada Sociedad de Jesús del Gran Poder.

#### **1.5.4.7. Procesión de la Virgen del Cisne en Catamayo, Loja:**

El santuario de El Cisne se sitúa a 72 km de la ciudad de Loja, capital de la provincia del mismo nombre. Esta es la distancia que recorre cada año la imagen tallada por Diego de Robles hace cuatro siglos. Las fiestas inician en El Cisne y el 17 de agosto llegan a San Pedro de la Bendita, según información recabada por la Federación Hotelera del Ecuador en el 2018.

Miles de feligreses de todo el Ecuador, e incluso del norte de Perú, acuden a la multitudinaria romería para pagar promesas, pedir curaciones y milagros, así como para acompañar a la imagen y expiar pecados. En cada parada de la peregrinación existen puestos de comida tradicional lojana: tamales, chanfaina, repe y bizcochuelo de achira, según el portal web.

#### **1.5.4.8. Santuario de la virgen de la nube San francisco de Azogues:**

La gran obra empieza el 10 de junio de 1912, siendo esta edificación construida a base de piedra labrada traída del cerro Abuga, destacándose el simétrico juego de escalinatas, que de izquierda a derecha suman un total de 407 peldaños o escalones para llegar al templo.

El Altar Mayor del Santuario Franciscano, está totalmente tallado en madera fina cubierto con pan de oro. En la parte céntrica de dicho Altar, se encuentra la imagen de la Santísima Virgen de la Nube, tallada en madera.

Las dos fechas más importantes donde se realiza la procesión con la imagen es el 31 de mayo y primero de enero de cada año en donde grupos de sacerdotes de todos los conventos acuden a brindar ayuda a los religiosos de esa fraternidad para satisfacer las demandas espirituales de las innumerables caravanas de peregrinos, turistas locales, nacionales e internacionales acuden para ser partícipes de este acto religiosos.

#### **1.5.4.9. Majestuoso arte Quiteño:**

El centro histórico de Quito, máximo exponente del arte quiteño, posee una superficie de 375,2 hectáreas. Alberga más de 130 edificaciones monumentales, dentro de las que se cuentan más de 60 iglesias, conventos, capillas, claustros y salas capitulares. A este distrito histórico se lo conoce como el “Claustro de América”.

Las iglesias más importantes de Quito son: San Francisco, Catedral Metropolitana, Santo Domingo, San Agustín, La Compañía de Jesús, Guápulo. Todas estas iglesias pueden ser visitadas debido a que existen horarios de apertura al público para los templos, sus bellos conventos, salas capitulares y magníficos museos de arte religioso.

La imaginería Quiteña (esculturas o imágenes religiosas), tuvo a los siguientes representantes: Diego De Robles, Francisco Del Castillo, El Padre Carlos, Bernardo De Legarda, autor de la famosa Virgen de Legarda, con su réplica a gran escala: la Virgen del Panecillo; Pampite, Francisco Tipán, Manuel Chili (Caspicara), Menacho, y Zangurima, entre los principales.

#### **1.5.4.10. Iglesia Compañía De Jesús:**

Considerada como el mejor edificio religioso de las tres Américas, por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura, (UNESCO), por sus siglas en inglés. “La Compañía de Jesús fue construida entre 1605 y 1765. Su diseño arquitectónico tomó referencias de dos emblemáticos templos jesuitas de Roma, Il Gesú y San Ignacio.

#### **1.5.4.11. Iglesia y Convento de San Francisco:**

Es el convento religioso más grande de toda América Latina. La plaza de San Francisco es una planicie de piedra volcánica, en la que se encuentra la imponente iglesia con sus dos torres y el gigantesco convento, el cual alberga en su interior el museo de arte religioso “Fray Pedro Gocial”.

El museo exhibe un magnífico legado artístico, el cual consiste en una de las colecciones más bellas y completas del Arte Quiteño entre los siglos XVI, XVII y XVIII. Alberga piezas pictóricas y escultóricas magníficas, que representan la gran influencia hispánica y religiosa en la época colonial, que ha sido conservada hasta la actualidad, según información del portal del Sistema de Museos y Centros Culturales de Quito.

### **1.5.5. Marco conceptual:**

#### **1.5.5.1.Ocio**

Uno de los referentes teóricos en la conceptualización básica de turismo y ocio, es la de Dumazedier (1971), quién definió el ocio “como un conjunto de actividades a las que el individuo puede dedicarse de una manera completamente voluntaria, ya sea para descansar, para divertirse, para desarrollar su información o formación desinteresada, una vez que se ha liberado de sus obligaciones profesionales, familiares y sociales,”.

Para otros autores, como Boniface y Cooper (1987), sostienen que, al fin y al cabo, el ocio no deja de ser “una medida de tiempo que se usa habitualmente para significar el tiempo sobrante después del trabajo, el sueño y los quehaceres personales y domésticos”.

Burkart y Medlik (2008) mencionan que: “ofrecen una descripción sobre el concepto que lo ve como aquellos desplazamientos cortos y temporales que realizan las personas fuera del lugar donde residen o trabajan y realizando actividades diversas que las que acostumbran”

Mathieson y Wall (2008) por su parte explican que se llama así al movimiento temporal de gente a lugares lejanos a su residencia y por períodos menores a un año.

#### **1.5.5.2.Turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el turismo consiste en aquellas actividades que las personas realizan durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su Entorno Habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros.

En sociedades como la nuestra, sólo una parte del tiempo libre puede dedicarse a las actividades recreativas (Álvarez, 1994), es decir, aquellas actividades emprendidas por

placer durante el tiempo de ocio (Boniface y Cooper, 1994), siendo, el turismo una de las principales actividades recreativas en el mundo actual. Sobre todo, después de la Segunda Guerra Mundial, cuando empieza a configurarse un nuevo orden socio-económico postindustrial, basado en una economía de consumo, dónde es muy importante la disponibilidad de un tiempo libre para el ocio, para que la sociedad pueda consumir y el sistema perviva.

Glucksmann (1929), quién definió el turismo como un vencimiento del espacio por personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia”. En la misma línea, pero agregándole algunos matices, Morgenroth (1929), definió el turismo como “el tránsito de personas, que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos personales de diversos tipos, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales”. Pocos años después, el mismo Glucksmann (1935), sostendría que “el movimiento de forasteros (aludiendo a los viajeros) es la suma de las relaciones entre las personas que realizan su estancia circunstancialmente en un lugar y los habitantes habituales del mismo.

Todas estas definiciones son un abanico de conocimientos donde las diferentes posiciones de los autores y ayuda a profundizar más los conocimientos sobre el turismo y lo que conlleva esta actividad.

### **1.5.5.3. Religión**

Otro de los conceptos a ser analizados es El término "religión" proviene del latín "religio", que Cicerón derivaba del verbo "relegere", "releer", conjunto de ceremonias y actos sagrados cuyo éxito depende de la exactitud con que se realicen. Según otros el

término proviene del verbo "religare", que significa "unir", "atar". En griego no existe una palabra equivalente a "religio", lo más cercano es "eusebeia", que significa "piedad", y en los libros bíblicos judíos lo más cercano a la palabra religión es "fe".

Durkheim (1912) dice que, desde una perspectiva funcionalista, defiende que no hay y no puede haber habido una sociedad sin religión. Los diferentes sistemas simbólicos de la religión cumplen la función social de dar sentido a la existencia individual y colectiva del ser humano, y de reforzar el sentimiento de solidaridad y cohesión social. La religión simboliza así la conciencia que la sociedad tiene de sí misma como entidad irreductible.

- **Marketing religioso.** Se entiende por mercadeo religioso al conjunto de acciones que toma la organización religiosa para estimular la participación de los individuos en la creencia de una confesión. El Marketing Religioso se concentra en la adquisición y retención de fieles Acacio (2011)
- **Peregrinación turística:** El turismo moderno se ha originado desde las primeras peregrinaciones, por lo que turismo y peregrinación son fenómenos sociales con dinámicas relacionadas. Esta descendencia retoma hoy su vigor en virtud de la proliferación de individuos móviles (peregrinos, turistas, turistas religiosos) que comparten el mismo deseo de vivir una experiencia auténtica (Collins y Kreiner, 2010).

#### **1.5.5.4. Flujo turístico y Estacionalidad turística**

El consumo y la producción turística se dan simultáneamente, esto implica que la demanda debe desplazarse al lugar donde se encuentra el recurso de atracción turística, que ha sido convertido por los agentes socio-económicos en producto turístico. Por lo tanto, no

podemos entender el turismo sin el desplazamiento de personas desde un lugar de origen hacia un lugar de destino, donde se ofrecen unos atractivos y servicios que han motivado su elección. Este desplazamiento realizado por motivos vacacionales o de ocio, se le llama flujo turístico, el cual cierra el funcionamiento sistémico del espacio turístico al conectar a los países emisores con los receptores Callizo (1991).

Los flujos tienen una estructura determinada dependiendo de los factores tiempo y espacio. El factor tiempo es un valor a tener en cuenta, puesto que una de las características del fenómeno turístico es la estacionalidad, la cual produce una demanda elástica, desigual en el tiempo, que desequilibra la interacción oferta-demanda (Calabuig y Ministrál, 1994). Desde esta óptica, podemos distinguir dos tipos de flujos: los estacionales (se concentran básicamente durante una época del año) o los constantes (se reparten de forma más o menos homogénea a lo largo del año).

La estacionalidad siempre evidencia una pérdida de oportunidad para el destino turístico, que se concreta en una infrautilización de sus recursos, menos puestos de trabajo y riqueza. En España es una situación muy ligada a la estrella de su oferta turística, el sol y la playa, donde el factor climático es decisivo. Si reducir el peso que en la industria tiene el turismo de costa es uno de los objetivos, la tendencia es positiva (Alonso 2016)

La estacionalidad turística hace referencia al hecho por el cual la afluencia de turistas a una zona o área se produce solo dentro de unas fechas señaladas, épocas concretas del año como verano, Semana Santa o Navidades y que se produce de forma periódica año tras año (Comtur Global SLU 2011)

Así mismo, los flujos tienen una variable espacial, en base a la cual se han realizado diversas clasificaciones. Por ejemplo, en función del espacio de origen y destino del flujo, Lozato-Giotart (1990) distingue entre flujos turísticos emisores y receptores, los cuales según el número de turistas pueden ser a su vez clasificados en: flujos mayores (por lo menos 5 millones de turistas al año) y flujos menores (menos de 5 millones de turistas al año).

Otras clasificaciones se centran en el espacio recorrido por el flujo turístico. En este sentido, tal y como apuntan Calabuig y Ministrál (1994), se puede hablar de flujos: intercomarcales (cuando se producen entre comarcas distintas), interregionales (cuando se desplazan a otra región o comunidad), internacionales (cuando el punto de destino se encuentra en otra nación o estado), intercontinentales (cuando los viajes se realizan a otro continente) o trasatlánticos (cuando el desplazamiento implica cruzar un océano).

Al tocar el tema estacionalidad, es fundamental referirnos a una distribución desigual del uso en el tiempo, la cual es uno de los problemas más generalizados con el tiempo libre, la recreación y el turismo (Manning y Powers, 1984). Esta idea de que la estacionalidad está inextricablemente vinculada con el turismo es sugerida por numerosos autores, como, por ejemplo, Koc y Altınay (2007), quienes afirman que la estacionalidad no es una característica particular de un solo destino, sino que se experimenta en mayor o menor medida en todo el mundo.

En general existe un gran consenso sobre la premisa de que el turismo es un fenómeno estacional, sus variaciones estacionales se han llegado a considerar como una cualidad inherente al fenómeno turístico, lo cual algunos autores como Garau (2000), lo señalan

como un factor que ha podido limitar en cierta forma, el interés por el estudio de la estacionalidad. Por otra parte, el hecho estacional dadas sus repercusiones sociales, económicas y ambientales, da lugar a un importante estado de opinión que contribuye a fomentar el interés científico (Aguiló y Sastre, 1984).

La estacionalidad del turismo ha estado ligada más a un enfoque práctico más no teórico, esto llevo a señalan a Hinch y Jackson (2000) o Lundtorp (2001), la inexistencia de una teoría científica sobre la estacionalidad turística. No existe una definición generalmente aceptada de la estacionalidad con referencia al turismo (Köenig y Bischoff, 2004).

Baron (1975) público el primer estudio sobre la estacionalidad del turismo, desde entonces una gran cantidad de artículos y estudios de casos relativos a diversos aspectos de la estacionalidad han sido publicados. Estos van desde aportaciones generales sobre la estacionalidad y su medición a temas tales como el turismo deportivo y la estacionalidad (Higham y Hinch, 2002, 2011) o el perfil de los visitantes según la temporada (Calantone y Johar, 1984; Bonn, Furr y Uysal, 1992). A pesar de que la importancia de la estacionalidad en el turismo es ampliamente reconocida, en ocasiones se argumenta que sigue siendo uno de los fenómenos menos entendidos (Higham y Hinch, 2002).

Allcock (1994) apunta como el aspecto más significativo de la estacionalidad, la concentración de los flujos turísticos en períodos relativamente cortos del año. Baron (1975) destaca que este comportamiento se produce cada año durante el mismo tiempo y magnitud, con lo cual una de las características distintivas de la estacionalidad es su regularidad. Todas estas definiciones enfatizan el movimiento a lo largo del año, identificándolo como un patrón sistemático que se produce año tras año. Hartmann (1986)

argumenta que esta recurrencia fiable y predecible de los flujos turísticos, justifica que el turismo es, por naturaleza, de temporada.

Varias son las definiciones realizadas mismas que varían según los elementos a considerar, Por ejemplo, Allcock (1989), define la estacionalidad como “la tendencia que tienen los flujos turísticos a concentrarse en períodos relativamente cortos del año”.

Así mismo encontramos la definición propuesta por Aguiló y Sastre (1984), quienes apuntan que la estacionalidad puede definirse como “un fenómeno de distribución desigual de una determinada variable (el número de turistas llegados) a través del tiempo, básicamente el año natural”, o la propuesta de Butler (1994), quien explica la estacionalidad como “un desequilibrio temporal en el fenómeno del turismo, que se puede expresar en términos de dimensiones mediante el número de visitantes, gasto de los visitantes, tráfico por carretera y otros medios de transporte, el empleo, entradas a lugares de interés”.

Por otra parte, en la actualidad, la mayoría de estaciones de esquí, además de sus actividades invernales, han desarrollado una oferta para los meses de verano (deportes de aventura), con la finalidad de atraer turistas durante esa época del año, posibilitando un segundo pico de demanda, lo cual permite identificar dos picos.

Finalmente, podemos encontrar destinos sin un pico pronunciado, como puede ser el caso de determinados destinos urbanos, cuyo comportamiento, con sus altibajos, es similar a lo largo del año. En consecuencia, existe un cierto consenso sobre el hecho de que los destinos urbanos, suelen ser menos vulnerables a los efectos de la estacionalidad (Witt y Moutinho, 1994; Butler y Mao, 1997).

Los factores que influyen en la estacionalidad del turismo, están interrelacionados e interactúan entre ellos, formando un sistema de relaciones complejas que hacen de la estacionalidad un fenómeno difícil de superar (Butler y Mao, 1997). Esto es importante porque, esencialmente, es esta complejidad de las interrelaciones e interacciones entre las regiones emisoras y las receptoras, lo que los diferentes agentes sociales implicados en el sector turístico intentan gestionar.

En general se asume que la rentabilidad socio-económica y la viabilidad ambiental de los destinos, depende de su grado de estacionalidad. Con lo cual, es evidente que para que su gestión sea eficaz, previamente deben conocerse con exactitud cuáles son los mecanismos explicativos de este fenómeno.

Lohmann y Kaim (1999) descubrieron que, para los viajeros alemanes durante el verano, el paisaje y el precio son los primeros y segundos atributos más importantes en la elección de un destino para vacaciones. Sin embargo, Lundtorp, Rassing y Wanhill (1999), utilizando datos recopilados a lo largo de un año, no encontraron diferencias entre las estaciones (estaciones principales, laterales y fuera de temporada) en las preferencias de naturaleza y paisaje entre los turistas principalmente daneses y suecos.

Rosselló, Riera y Sansó (2004) mencionan algunas variables económicas que influyen en la estacionalidad la renta de los turistas, los precios relativos del destino y, en relación a los precios, el tipo de cambio vigente, si la renta de los turistas es elevada y los precios relativos del destino bajos la estacionalidad es menos acusada, ya que las personas con mayor renta disponible tienden a dividir sus vacaciones a lo largo del año entre destinos que les resulten económicamente atractivos.

Según Williams y Lawson (2001). Dos elementos a tener en cuenta a la hora de analizar el efecto del turismo en la sociedad son el volumen de turistas y el grado de estacionalidad de las llegadas, la estacionalidad puede deberse a factores naturales o institucionales, en especial al clima, pero también puede deberse a presiones sociales, temporadas o deportivas.

La estacionalidad natural será la razón más importante para la concentración de la demanda registrada en un destino, especialmente en aquellos lugares con diferencias climáticas observadas más pronunciadas y, en particular, cuya imagen y los beneficios correspondientes buscados se refieren principalmente a algunos productos estacionales, como el sol y el mar. (Koutra y Karyopouli (2013).

Dicen que los destinos con latitudes más alejadas del ecuador, particularmente en las regiones más periféricas y remotas, donde la estacionalidad parece ser más difícil de superar; concluyen que estos factores están limitando del desarrollo turístico del destino.

Desde el punto de vista geográfico, el viaje hacia los lugares de culto religioso, hoy en día mayoritariamente turísticos (Nolan 1992), relaciona de forma directa prácticas religiosas y lugares valorados como atractivos por hallarse asociados con reliquias, santos o con la propia divinidad y valor sagrado asignado a lugares tales como grandes templos, monasterios, centros especializados, ciudades y santuario.

Otros autores dividen las causas de la estacionalidad de formas distintas o tienen en cuenta otros elementos. Lundtorp, Rassing y Wanhill (1999) dividen las causas en factores Push (clima, temporada deportiva, eventos, etc.) y Pull (institucional, calendario, modas, etc.). Butler y Mao (1997) distinguen entre causas en origen y en destino, las cuales están

interrelacionadas e interactúan entre sí. Baum y Hagen (1999) tienen en cuenta la fuerza laboral disponible y los usos alternativos de los recursos, y Frechtling (1996) añade los efectos del calendario (fiestas, vacaciones, etc.).

El resultado, independientemente de las causas, es que sólo durante uno o varios cortos periodos de tiempo es posible la actividad turística. Este hecho tiene efectos eminentemente negativos en la sociedad local que se unen a la problemática habitual de los destinos turísticos.

### 1.5.5. Factores que actúan en la estacionalidad:

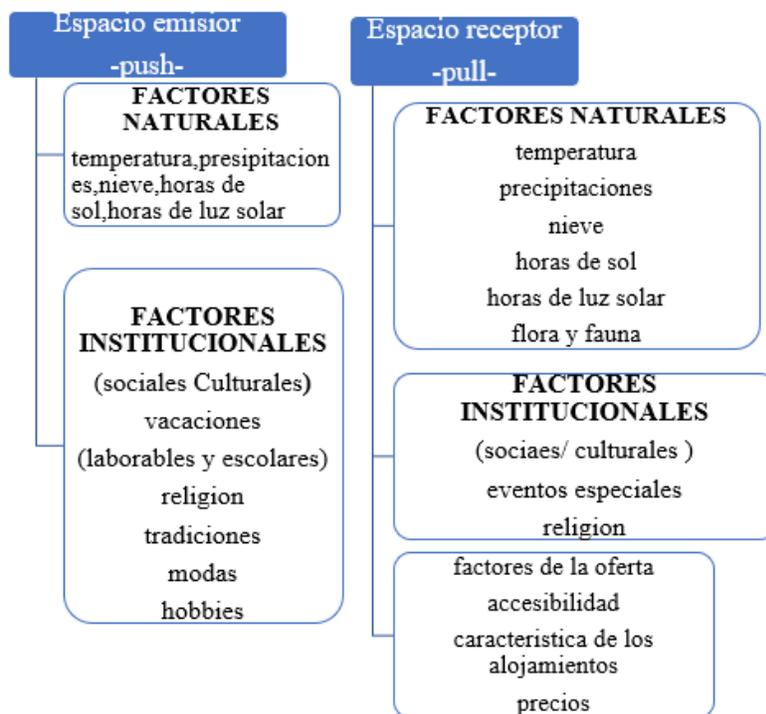


Figura 1 Factores de la estacionalidad. Miguel Ángel Coll, A partir del modelo de Butler y Mao (2018)

La estacionalidad ha sido uno de los aspectos característicos del turismo en muchas partes del mundo: en general es vista como uno de los principales problemas que enfrenta

“la industria”. Butler (1994, p. 332) la define como “un desequilibrio temporal que puede expresarse en términos del número de visitantes, del tráfico en las calles y otras formas de transporte, en los empleos y en las entradas a atracciones turísticas”.

De acuerdo con (Panosso, 2012), las causas principales de que la demanda turística se produzca siempre en unas mismas fechas en unos destinos particulares son:

**Clima:** las variaciones climáticas y las estaciones del año hacen que las personas tengan una mayor tendencia a tomar vacaciones en época de verano, aunque también se observan picos menores en invierno (practicar algún deporte como el esquí). (Panosso, 2012)

**Factores de decisión humana:** vacaciones institucionalizadas, como las vacaciones escolares y las de los trabajadores asalariados, que generalmente son en verano.

**Presión social y moda:** adolescentes que van a Disney en las vacaciones de medio año.

**Estaciones deportivas:** mundiales de fútbol, competencias de pesca, juegos olímpicos.

**Inercia y tradición:** algunas personas toman vacaciones en épocas específicas porque es cuando, históricamente, las han tomado. (Panosso, 2012)

La estacionalidad se ve influida por factores espaciales y está más acentuada en zonas rurales y en regiones remotas que en los grandes centros urbanos. Estos últimos presentan más atracciones no estacionales, además de más viajes de negocios y, en muchos casos, son menos vulnerables a los cambios climáticos (Godínez, 2014).

La estacionalidad puede considerarse benéfica en algunos aspectos. En el caso del medio ambiente, la estación “no turística” permite que la flora y la fauna se recuperen de la época en la que existe una demanda turística alta. En el caso de los habitantes locales, los periodos sin turistas permiten que estos tengan una vida “normal” durante una parte del año. En este caso, algunos servicios pueden discontinuarse o reducirse en función de la falta de demanda ocasionada por la reducción del número de turistas (Godínez, 2014).

### **1.5.6. Marco Filosófico-Antropológico**

Toda práctica humana lleva implícita una concepción de ser humano y de mundo, (Freire 1990) señala, refiriéndose a la educación toda práctica educativa implica por parte del educador, una posición teórica. Esta posición, a su vez, implica una interpretación del hombre y del mundo, de ahí parte el interés de conocer la forma de supervivencia de los primeros seres humanos y sus pueblos.

Freire enfatiza que es fundamental partir de la idea de que el hombre es un ser de relaciones y no sólo de contactos, no sólo está en el mundo sino con el mundo (Freire 1976) El ser humano no puede considerarse como un ser incluido (en), sino que, a partir de su característica humana, de su conciencia, de su existencia y permanencia en el mundo, establece una relación que lo lleva a estar en y con el mundo, de ahí desde sus orígenes el ser humano marca la diferencia ya que es un ser constructor de conocimientos.

Desde el punto de vista evolutivo el ser humano depende para su supervivencia de sus dotaciones genéticas y de las habilidades que pueda desarrollar en su entorno. Es por eso que desde sus orígenes el ser humano fue nómada. El concepto está vinculado a la persona que está en constante viaje o desplazamiento y se opone a la noción de sedentario, esta forma de vida implica una organización social, administrativa y económica muy particular que se adapta a esta manera de vivir (Marks 2007).

Con este sustento podemos expresar que el ser humano tiene la capacidad de querer conocer siempre nuevos lugares que estén fuera de su entorno habitual, el viaje permite enfrentar muchas enfermedades de carácter psicológico resultado del estrés de la vida cotidiana, con el viaje también buscamos alivio espiritual, el viaje es un movimiento original de la literatura con una relación entre viaje y el lenguaje (Fuentes 1995), ya que

después de regresar el viajero va a narrar sus experiencias provocando un gran impulso en la gente para realizar un viaje en busca de ese lugar idealizado.

## **CAPITULO II**

### **2. Marco Metodológico**

#### **2.1. Diseño, alcance y enfoque de la investigación**

##### **2.1.1. Diseño de la investigación**

El diseño identificado fue de tipo no experimental, ya que se ejecuta sin manipular deliberadamente las variables. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. (Palella & Martins 2010)

Por tal motivo, esta investigación se fundamentó en la observación de la situación actual que se estaba presentando en el sector turístico del cantón Azogues en cuanto a la promoción que se le daba al turismo religioso. Por otro lado, el trabajo de campo, las indagaciones y el amplio abanico de material informativo serán los principales instrumentos metodológicos para llevar a cabo este trabajo.

##### **2.1.2. Alcance de la investigación**

Se direccionó mediante una investigación exploratoria misma que según (Sampieri, 2010), busca examinar temas poco estudiados donde se facilite la familiarización con el tema de estudio y la identificación de diversos conceptos o situaciones, destacando aquellos aspectos de mayor relevancia y buscando las soluciones más adecuadas a la problemática.

##### **2.1.3. Enfoque**

El estudio tuvo un enfoque mixto “cualitativo y cuantitativo”, con el fin de utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, expandiendo los datos e información mediante la

utilización de encuestas y entrevistas realizadas a los agentes públicos y privados, así como a los peregrinos que asisten a los eventos y actividades relacionadas a sus creencias.

## **2.2. Metodología de la investigación**

### **2.2.1. Métodos Lógicos de la Investigación**

La investigación fue trabajada mediante el método lógico inductivo, viendo la necesidad de realizar un análisis profundo sobre la estacionalidad turística del cantón Azogues, para de esta manera generar conclusiones generales en base a teorías. así mismo dentro de este método se trabajará con el objeto de proponer las estrategias adecuadas que permitan poner al turismo religioso como una alternativa de mercado turístico.

## **2.3. Unidad de análisis, población y muestra**

### **2.3.1. Unidad de análisis**

La presente investigación toma como unidad de análisis a los actores turísticos que están llevado a cabo la actividad en el cantón Azogues, como es el Ministerio de Turismo de la Provincia, GAD Municipal, empresarios turísticos locales, responsables de la de los bienes religiosos y los turistas que visitan Azogues, quienes también forman parte de la unidad de análisis para potenciar al turismo religiosos como alternativa para superar la estacionalidad del cantón.

### **Población**

A continuación, en la siguiente tabla se muestra la población total involucrada en este estudio:

Tabla 1.

*Población total de la investigación*

	Detalle	Cantidad
1	Director encargado del MINTUR del cantón Azogues	1
2	Jefa de la Unidad de Turismo del GAD de Azogues	1
3	Empresarios turísticos locales	16
4	Responsables de la Gestión de los bienes religiosos	1
5	Turistas que visitan el cantón	2327
	<b>TOTAL</b>	<b>2346</b>

**Fuentes:** GAD Municipal (2020); MINTUR de Azogues (2020)

**Elaborado por:** La autora

### **2.3.3 Tamaño de la muestra**

Como se ha podido observar en la tabla 1, existen diferentes tipos de muestras, para lo cual se procede a realizar diferentes recolecciones de información.

#### **Entrevistas**

Primero, se realizarán 3 entrevistas, una al director encargado del MINTUR del cantón Azogues, otra a la jefa de la Unidad de Turismo del GAD de Azogues y la tercera al director encargado del Santuario Franciscano bien religioso de mayor afluencia turística del cantón, dado que ellos proporcionarán información relevante para conocer la incidencia del turismo en el cantón, así como los atractivos que más visitan las personas y así establecer una solución viable.

#### **Encuestas**

Segundo, se encuestarán a los Empresarios turísticos locales (dueños de hoteles y agencias de Viajes del cantón Azogues), siendo este un total de 16 personas el fin de saber el flujo turístico y las fechas de estacionalidad.

Tabla 2.

*Muestra para la encuesta a los empresarios*

	Detalle	Cantidad
1	Empresarios turísticos locales	16
	TOTAL	16

**Fuente:** MINTUR de Azogues (2020)

**Elaborado por:** La autora

Y tercero, esta muestra involucra a los turistas que visitan el cantón y para ello también se les encuestará. Dado que la población supera los 100, aquí si se procede a realizar el cálculo de la muestra, tal como se detalla a continuación:

Tabla 3.

*Muestra para la encuesta a los turistas*

	Detalle	Cantidad
1	Turistas con interés religioso	2327
	TOTAL	2327

Fuentes: GAD Municipal (2020); MINTUR de Azogues (2020)

Elaborado por: La autora

Por ello se tomó en cuenta la cuantía de los 2327 turistas que visitan el cantón anualmente, además se empleará una muestra con un nivel de confiabilidad de noventa y cinco por ciento (95%) a través de la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

z= Nivel de la confiabilidad (95%) según la tabla de valores = 1,96

P= Probabilidad de ocurrencia 0,5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 0,5

N= Población

e= Error de muestra 5% 0.05

**Reemplazando:**

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (2327)}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + (2327) (0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,84) (0,5) (0,5) (2327)}{(3,84) (0,5) (0,5) + (2327) (0,0025)}$$

$$n = \frac{1094.6208}{0,96 + 5,8175}$$

$$n = \frac{1094.6208}{6,7775}$$

$$n = 161.5$$

La Muestra para la investigación es de 162 personas encuestadas.

**2.4. Variables de investigación, operacionalización**

En el siguiente cuadro se especifica la unidad de estudio seleccionada y las técnicas para la recolección de la información. (Tabla 4)

Tabla 4.

*Variables de la investigación*

<b>Tema:</b> Turismo Religioso como alternativa para superar la estacionalidad del cantón Azogues, provincia del Cañar							
<b>Objetivo general:</b> Proponer un sistema de promoción estratégico con enfoque al turismo religioso que permita ayudar y colaborar al desarrollo turístico para superar la estacionalidad turística del Cantón Azogues, provincia del Cañar							
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>VARIABLES</b>		<b>CONCEPTUALIZACIÓN</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTES</b>	<b>TÉCNICAS</b>
<p>1. Determinar las ventajas competitivas y el aporte que proporciona el desarrollo turístico religioso frente a otras modalidades turísticas del cantón Azogues, provincia del Cañar.</p> <p>2. Definir las estrategias que permitan fortalecer la promoción y comercialización del turismo religioso del cantón Azogues, provincia del Cañar.</p> <p>3. Analizar la situación actual de la estacionalidad turística del cantón Azogues, provincia del Cañar considerando el análisis de flujo de turistas</p> <p>4. Elaborar un plan de acción basado en las estrategias de promoción para impulsar el turismo religioso y contribuir a la reducción de la estacionalidad turística en el cantón Azogues, provincia del Cañar.</p>	VI	Turismo religioso	<p>Desplazamiento por motivos religiosos y culturales que genera el interés a visitar lugares Sagrados, de Valor Histórico y arquitectónico.</p> <p>Peregrinaciones motivadas por la fe</p>	Bienes culturales Tangible	1.Monumentos históricos /infraestructura	<p>GAD / INPC MINTUR</p> <p>Empresarios turísticos Locales” hoteles, agencias de viajes”</p> <p>Responsables de la gestión de los bienes religiosos del Cantón</p>	<p>Análisis documental</p> <p>Observación directa</p> <p>Entrevista</p> <p>Encuesta</p>
				Bienes culturales Intangibles	2.Patrones de comportamiento “peregrinaciones” “fiestas populares” 3.Historia 4.Localidad “contexto rural y urbano”		
	VD	Estacionalidad turística	Afluencias de turistas en Épocas concretas del año limitando el desarrollo turístico del atractivo y localidad.	Oferta	5.Inventario turístico 6.Planta turística 7.Promoción	<p>GAD MINTUR</p> <p>Empresarios turístico Locales “Agencias de viajes y Hoteles”</p>	<p>Entrevistas</p> <p>Encuestas</p> <p>Análisis Documental</p>
				Demanda	8.Estadísticas del flujo turístico		

Nota: La autora (2020)

## **2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información**

### **2.5.1. Técnicas de la investigación.**

Dentro de esta investigación se realizará el levantamiento de información obtenida directamente de dos formas: la primera será de las entidades públicas, tales como el Ministerio de Turismo y la Unidad de Turismo de la Municipalidad de Azogues; y la segunda contempla al sector privado en los que se incluyen: los propietarios de hoteles, agencias de viajes y autoridades religiosas de cada edificación relevante del cantón.

### **2.5.2. Técnicas de recolección de datos**

- **Observación:** Empleando esta técnica se recolectará datos confiables, misma que mediante una previa planificación se elaborará el guion a usar in situ, las visitas se realizarán a todas edificaciones religiosas más importantes del Cantón Azogues con el propósito de constatar la calidad y mantenimiento de las infraestructuras.
- **Entrevistas:** Esta técnica nos permitirá adquirir información personal mediante el diálogo entre los actores, de manera anticipada se elaborará un banco de preguntas dirigidas a los responsables de la gestión de bienes religiosos de los representantes del MINTUR Y GAD del cantón Azogues. El fin sería identificar la situación actual de la actividad turística del lugar de estudio.
- **Encuestas:** Esta técnica facilita conocer la opinión pública sobre un tema específico es fundamental realizar de manera previa el documento impreso a ser utilizado, mediante una ficha que permita recolectar datos relevantes para la investigación, Las encuestas se realizan a los actores turísticos del sector privado, a los turistas y visitantes dentro de cada atractivo religioso, con el objeto de analizar, describir y contrastar la calidad de los servicios ofrecidos y motivos de viaje.

- **Análisis documental:** Esto nos ayuda a estructurar el plan propuesto es así que nos apoyamos en la recolección de datos de fuentes secundarias como: revistas, artículos científicos y libros, relevantes para la investigación en proceso.

## **CAPITULO III**

### **3.1. Análisis de la situación actual**

El territorio donde se llevó a cabo el levantamiento de información es el cantón Azogues, perteneciente a la provincia del Cañar de la sierra ecuatoriana., oficialmente San Francisco de Peleusí de Azogues y capital de la provincia de Cañar, así como la segunda urbe más grande y poblada de la misma, territorialmente está organizada en 4 parroquias urbanas y 8 parroquias rurales, sus límites se extienden en aproximadamente 1200 Km<sup>2</sup>,

Se localiza al centro-sur de la Región interandina del Ecuador, en la hoya del río Paute, atravesada por el río Burgay, a una altitud de 2518 msnm y con un clima andino de 16°C en promedio, en el censo de 2011 tenía una población de 33.848 habitantes, lo que la convierte en la cuadragésima segunda ciudad más poblada del país, para el desarrollo de su actividad económica, social y comercial está ligada a Cuenca. Los límites geográficos son:

- Norte: la provincia del Chimborazo y Morona Santiago
- Este y Sur: con la provincia del Azuay
- Oeste con los cantones Déleg y Biblián

#### **3.1.1. Ambiente político administrativo**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Azogues, es la entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central. La municipalidad está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde, y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal, al ser Azogues la capital de la provincia es sede de la Gobernación y de la Prefectura de la provincia.

El poder legislativo de la ciudad es ejercido por el Concejo Cantonal que se constituye al igual que en los demás cantones mediante la disposición del artículo 253 de la Constitución Política Nacional, Azogues posee 7 concejales, los cuales son elegidos mediante sufragio y duran en sus funciones 4 años pudiendo ser reelegidos indefinidamente. De los siete ediles, 4 representan a la población urbana mientras que 3 representan a las 8 parroquias rurales. El alcalde y el vicealcalde presiden el concejo en sus sesiones.

### 3.1.2. Estacionalidad turística del Cantón Azogues

La Unidad de Turismo municipal señala que el promedio anual de visita desde el 2009, es de 8.821 turistas nacionales, los cuales utilizaron los centros de hospedaje en el canton de Azogues y servicios complementarios, mientras que 1.706 fueron locales y sólo 409 eran visitantes extranjeros. Lo que significa que el sector hotelero de la capital cañari sólo tiene el 0.86 por ciento de participación en el mercado nacional ecuatoriano. A continuación se exponen los índices de afluencia turística resumidos desde el GAD Municipal de Azogues y confirmados en la Dirección Regional del MINTUR.

Tabla 5.

*Calculo de ingreso de visitantes a los centros de información turística de Azogues 2017*

I-TUR SAN FRANCISCO	
TIPO DE VISITANTES	# PAX
LOCALES	68
NACIONALES	1185
EXTRANJEROS	198
TOTAL	1451
I-TUR UNIDAD DE TURISMO	
TIPO DE VISITANTES	# PAX
LOCALES	98
NACIONALES	119
EXTRANJEROS	22
TOTAL	239
TOTAL	

TIPO DE VISITANTES	# PAX
LOCALES	166
NACIONALES	1304
EXTRANJEROS	220
TOTAL	1690

Nota: GAD Municipal (2017); MINTUR de Azogues (2017)

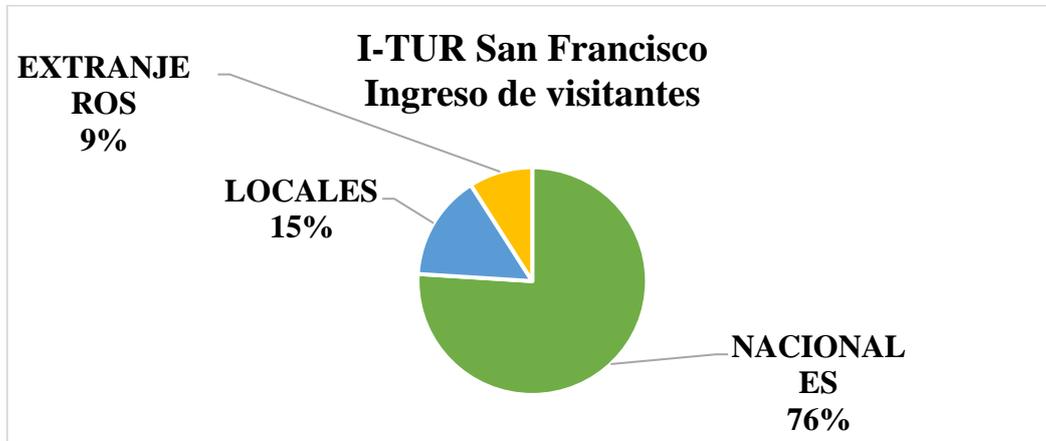


Gráfico 1. Cuadro estadístico del I-TUR SAN FRANCISCO

**Análisis:** en este gráfico se muestran los porcentajes en cuanto al tipo de visitantes que llegan al cantón basándose en los datos recopilados por el I-TUR San Francisco en el que se obtuvo que el 76% son nacionales, el 15% locales, y el 9% extranjeros. Lo que indica que la mayoría de los turistas llegan de las diferentes partes del Ecuador y existe poca influencia extranjera.

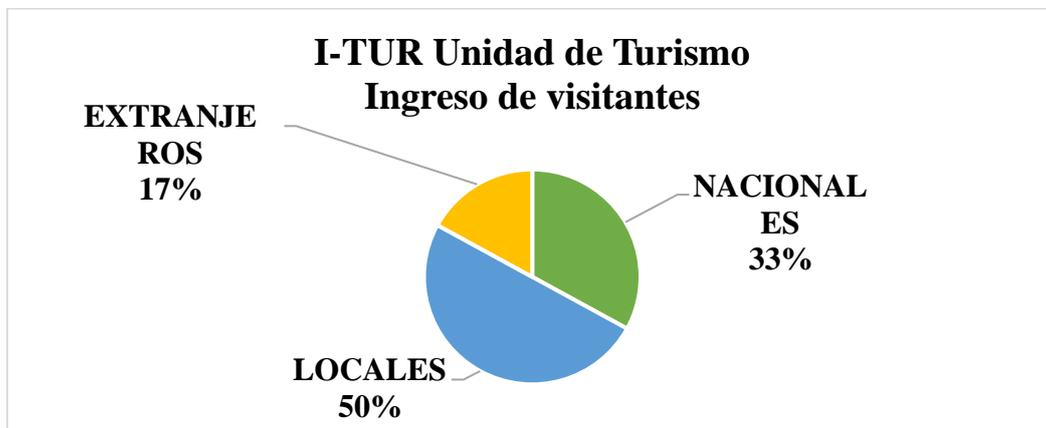


Gráfico 2. Cuadro estadístico del I-TUR UNIDAD DE TURISMO. GAD Municipal (2017); MINTUR de Azogues (2017)

**Análisis:** de acuerdo con los datos basados en el I-TUR Unidad de Turismo, la concurrencia de los visitantes nacionales es del 33%, locales el 50% y el de extranjeros 17%.

Por lo que se concluye que existe una diferencia de datos, dado que en este gráfico los turistas locales supera a los nacionales y extranjeros.

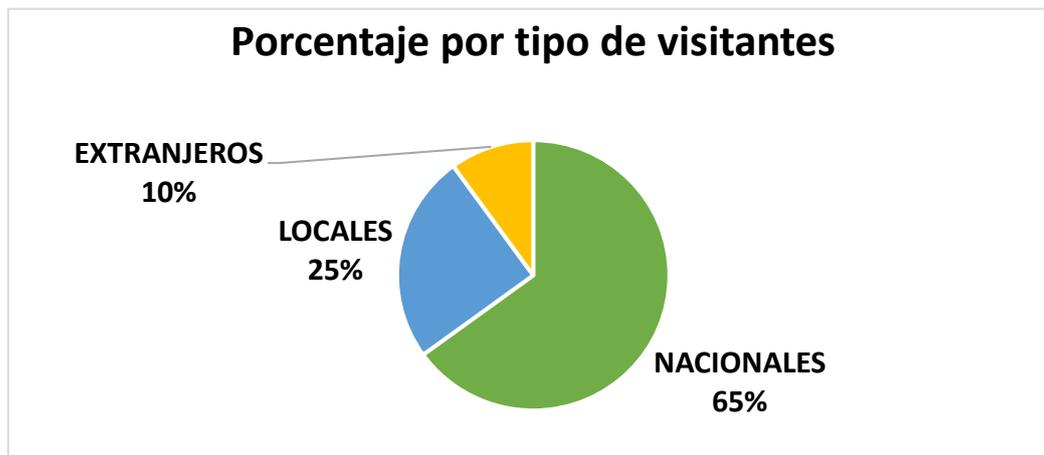


Gráfico 3. Cuadro de porcentaje por tipo de visitantes. GAD Municipal (2017); MINTUR de Azogues (2017)

**Análisis:** el siguiente gráfico muestra un porcentaje general en base a las dos fuentes de las que se obtuvo la cantidad de visitantes al cantón Azogues, obteniéndose que el 65% de turistas es nacional, el 25% es local y el 10% extranjero. Por lo que puede concluirse que quienes predominan en el turismo son los habitantes de las diferentes partes del Ecuador.

### 3.1.3. Catastro turístico del Cantón Azogues

En este apartado se describe la estacionalidad turística, las agencias y lugares dedicadas a ofertar servicios turísticos en el cantón:

Tabla 6.

*Identificación de la estacionalidad turística según los meses del año*

Nivel de temporada	Meses	Motivación
Alta	Mayo, diciembre, febrero, julio y agosto	Procesiones Virgen de la Nube, mes de la madre, carnaval, temporada escolar de vacaciones.
Media	Septiembre, abril y octubre.	Fiestas del cantón.
Baja	Enero, junio, marzo y noviembre	Visitas ocasionales.

Nota: Gremio, Aso de Operadores turísticos de Azogues; estadísticas de flujo del GAD Municipal  
Realizado por: La autora

Tabla 7.  
*Agencia de Viajes y Operadoras Turísticas de Azogues*

Establecimiento	Categoría
Coquelicot viajes cia ltda	Internacional
Delgado Travel	Internacional
Macabell	Internacional
Bless travel	Internacional
Karfertours	Internacional
Caranleos travel	Internacional
Rinakaru tours	Internacional
Latinoamerica tours	Dualidad
American Travel	Dualidad
Kanaratours SA	Dualidad
Azotravel Cia LTda	Dualidad
Vicubel	Operadora

Nota: GAD Municipal de Azogues (2020)

Tabla 8.  
*Establecimientos Turísticos y de Esparcimiento de Azogues*

Establecimiento	Categoría	Actividad
La Cascada	Segunda	Salas de Baile
La Colina	Segunda	Salas de Baile
Happy land	Segunda	Salas de Baile
Jardin del Nonje	Tercera	Salas de Recepción
La sazón de la Abuela	Tercera	Salas de Recepción
Tayles Eventos	Tercera	Salas de Recepción
Claro de Luna	Tercera	Salas de Recepción
Rancho San Andrés	Tercera	Salas de Recepción
Quinta Santa Ana Recepciones	Tercera	Salas de Recepción
El Che	Tercera	Bares
La Otra	Tercera	Bares
La 16	Tercera	Bares
Terminales de las Nives	Segunda	Balneario
Eclipse	Tercera	Discoteca

El mirador Tercera Discoteca

Nota: GAD Municipal de Azogues (2020)

Tabla 9.  
*Establecimientos de Alojamiento*

Nombre	Categoría
Hotel Paraíso	4 estrellas
Hotel El Che	4 estrellas
Hotel César Palace	3 estrellas
Hotel Cordillera	2 estrellas
Hostal Guzmán Internacional	2 Estrellas
Pensión Tropical	2 estrellas

Nota: GAD Municipal de Azogues (2020)

### **3.1.4. Factores que inciden en la estacionalidad turística de Azogues**

Al momento de hablar de estacionalidad turística dentro del cantón Azogues, se debe ahondar mucho para conocer las causas principales de este factor, en un sondeo que se realizó mediante la observación directa se puede mencionar el escaso manejo promocional de los atractivo, la falta de diversificación de mercado, la no identificación de un mercado meta y la poca relación entre el sector público y privado, todo esto lleva a que el cantón no tenga un equilibrio en su demanda, así mismo se analiza otros factores de estacionalidad en Azogues.

#### **3.1.4.1. Clima**

Las altas variaciones climatológicas y las estaciones del año hacen que las personas tengan una mayor tendencia a tomar vacaciones o desarrollen visitas al cantón de Azogues en época de verano. En Azogues, los veranos son cortos, frescos y nublados y los inviernos son cortos, fríos y parcialmente nublados. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 6 °C a 16 °C y rara vez baja a menos de 3 °C o sube a más de 19 °C.

#### **3.1.4.2. Factores de decisión humana**

En base a la puntuación de turismo, la mejor época del año para visitar Azogues se relaciona con las vacaciones institucionales y escolares

#### **3.1.4.3. Presión social y moda**

Azogues se podría identificar con la época de practicar escala en roca en el cerro Cojitambo del canton Azogues actualmente es considerada una de las mejores paredes de latinoamerica, fechas relacionadas seria junio por la fiesta del maiz

#### **3.1.4.4. Estaciones deportivas**

No aplica

#### **3.1.4.5. Inercia y tradición**

Las romerías y peregrinaciones, la mas connotada es en la colina del Calvario, el Santuario de la Virgen de la Nube, imagen que cada año realiza una importante peregrinación que reúne a 50.000 personas motivados principalmente por la fe . En este caso, la procesión tiene lugar el primero de enero, desde las primeras horas de la mañana. Los patios y escaleras del colegio San Diego de Alcalá, junto al Santuario de San Francisco, albergan a este número de personas; luego de una solemne misa es cargada por un grupo de hombres llamados Los Caballeros de la Virgen, que pasean a la Virgen que porta al Niño Jesús en sus brazos.

Otro factor seria el espacial, en donde Azogues se identifica con este aspecto ya que es una ciudad pequeña, aislada de las grandes ciudades en donde es mas facil que la estacionalidad este presente.

### 3.1.5. Información turística de los atractivos religiosos del cantón Azogues

El Ministerio de Educación y Cultura, mediante acuerdo Nro. 2829 del 31 de octubre de 2000, en su artículo primero, declara al cantón Azogues patrimonio cultural y urbano del Ecuador gracias a los invaluable recursos que posee mismos que son valorados en historia, cultura y religión, así mismo Azogues fue elegido como la ciudad más amable y más segura del país, durante el concurso premios Ecuador Potencia Turística 2015, organizado por el Ministerio de Turismo.

Entre sus principales atractivos turísticos tenemos las edificaciones y templos religiosos, algunas de ellas construidas en piedra amarilla extraída de la antigua cantera del cerro Abuga, con diseños de arcos de medio punto y con un estilo arquitectónico renacentista, que en la actualidad tienen un valor invaluable para el desarrollo turístico del cantón. Tal como se muestra a continuación:

- **Iglesia La Catedral de Azogues:** La iglesia Catedral, está localizada en la parte central de la ciudad, entre las calles: Matovelle, Bolívar, Serrano y Solano, la construcción de esta iglesia empezó a finales de siglo XIX en este lugar se venera la imagen del Señor de Burgos, y cuenta con un cementerio en la parte izquierda de la iglesia.

Las características arquitectónicas de su construcción constan, la fachada frontal o principal, la misma que está construida en piedra amarilla extraída de la antigua cantera, situada en el cerro Abuga, su diseño se complementa con arcos de medio punto que le dan la característica especial para este tipo de edificaciones. El altar mayor de la iglesia, está tallado en madera fina, por obreros de San Antonio de Ibarra. La parte interna de la Iglesia está integrada por imágenes, con diferentes tipos

de materiales como lienzo, madera, mármol, plata. Existen imágenes como el Señor de Burgos, El Corazón de Jesús, Purísimo Corazón de María, San Francisco de Asís, El Señor de los Azotes, y el cuadro de San José. La Iglesia Catedral tiene un estilo romano clásico y en su parte posterior tiene un estilo moderno, que conserva la línea de construcción.

Para llegar a este lugar tenemos como opción el servicio de transporte urbano el mismo que tiene su estación en el terminal terrestre y que ofrece su servicio todo el día.

- **Santuario Franciscano:** El Santuario Franciscano se encuentra situado en la parte oriental de la Capital Cañari. Templo de singular y hermosa construcción de época Republicana, toda el de piedra labrada del totémico cerro Abuga, llamando la atención el simétrico juego de escalinatas, que de izquierda a derecha suman un total de 407 peldaños o escalones para llegar al templo. El Altar Mayor del Santuario Franciscano, está totalmente tallado en madera fina y todo el conjunto tallado está cubierto con pan de oro. En la parte céntrica de dicho Altar, se encuentra la imagen de la Santísima Virgen de la Nube misma que fue tallada en madera por obreros de la ciudad de Azogues, la gran obra empieza el 10 de junio de 1912 con la bendición de la primera piedra a cargo del Obispo Pólit. La Fiesta de la Virgen de la Nube se celebra en el Santuario levantado en su honor, sobre la pequeña colina del calvario, el 1 de Enero y el 31 de Mayo de cada año, la festividad congrega a millares de romeriantes tanto nacioanles como extranjeros.
- **Iglesia del Señor de Flores:** La iglesia del Señor de las Flores, está localizada en la parroquia Bayas, en las faldas del Cerro Abuga, a 1 km. de la ciudad de Azogues, esta iglesia es un patrimonio religioso que posee una historia muy rica a cerca de de la

vida religiosa de la ciudad, ya que se dice que la misma fue una de las primeras en ser construidas, así como también fue edificada sobre asentamientos cañaris, este atractivo, es uno de los componentes del Patrimonio Cultural religioso de Azogues que además de su importancia intrínseca, es pionero en lo que es la cronología histórica.

Para llegar a este lugar tenemos como opción el servicio de transporte urbano el mismo que tiene sus paradas en diferentes lugares de la ciudad.

- **Iglesia de San Miguel de Porotos:** La iglesia de San Miguel de Porotos se encuentra localizada a 9Km, al Sureste de la ciudad de Azogues. La iglesia al parecer fue construida en 1850, pero no se tiene verificada esta fecha ya que no consta en los archivos de la iglesia. La construcción esta trabajada con materiales de hace más de medio siglo, como; cimentación de piedra de cantera, robustas paredes de bahareque y blanqueadas con cal, en la parte frontal su construcción es de piedra de cantera. Al ingresar en el templo es deslumbrante el conjunto de decoración, integrados de lienzos al óleo de gran formato que se encuentran a los costados adheridos a sus paredes murales al temple pintados directamente, estos están completados por una oficiosa decoración de simbología griega en el cielo raso. Este suntuoso recinto esta levantado en honor al Arcángel San Miguel, patrono de la parroquia, el mismo que está ubicado en el altar mayor de la iglesia.

Para llegar al lugar tenemos el servicio de transporte interparroquial a traves de la Cooperativa de transportes Javier Loyo que tiene su parada en el terminal interprovincial.

- **Iglesia de San Alfonso:** La Iglesia de San Alfonso se encuentra ubicada en la Parroquia de Cojitambo, al Oeste de la Ciudad de Azogues. Construida en el año de 1957, se caracteriza por tener una estructura de estilo grecorromano, edificada de piedra en su totalidad y engalanada en su interior por hermosas piezas de piedra labrada, cuya materia prima se extrajo de las canteras del cerro Cojitambo.

Para acceder al lugar se tiene la opción del bus interprovincial panamericano que sale desde el terminal terrestre de la ciudad.

- **Iglesia de Taday:** La fachada principal está constituida por una torre de aproximadamente 47 metros de altura, que alberga en su parte superior el campanario, su interior está constituido por naves laterales y una central, arcos de piedra y vitrales de vistosos colores distribuidos en paredes superiores y laterales. Los bloques de piedra de paredes, arcos decorativos y pilares están unidos con una mezcla de arena y cal.

La iglesia de Taday se encuentra ubicada en la parroquia del mismo nombre y es una de las más antiguas del Ecuador, tiene alrededor de 457 años, se menciona que su construcción inicia en 1557 con la duración de aproximadamente 10 años.

La iglesia se caracteriza por estar concebida en una planta que sigue cánones de la arquitectura religiosa paleocristiana y románica, el templo es de belleza singular, hacia su interior, la estrecha relación entre el espacio de las naves y el material que muestra su máxima calidad de expresión, la convierte en especial muestra de la concepción especial de la que goza.

- **Monumento de la Virgen de la Nube en el cerro Abuga:** El monumento a la Virgen de la Nube, se encuentra localizado en la Cima del Cerro Abuga o Huacayñan, desde

hace años surgió la idea de Fray Manuel García oriundo de nuestro terruño, con la colaboración de la Fundación Virgen de la Nube. El 18 de octubre de 2009, se realizó la gran Inauguración del Monumento en la cima del cerro a 3.100 metros de altura, sobre un pedestal de hormigón de 5 metros de alto, la estructura de hierro y aluminio con 25 metros hacia arriba, lo que lleva a totalizar el monumento en los 30 metros; construido en terrenos mediante donación de la Familia Castillo y otros, obra quien preside en la actualidad la Comunidad Franciscana.

### 3.1.6. Diagnóstico de las ventajas competitivas de los atractivos turísticos de Azogues

Para poder analizar la capacidad de competitividad turística del cantón Azogues, vale la pena conocer las atracciones que el destino turístico religioso tiene, según Fyall, Leask, Garrod y Wanhill (2008), mencionan que sin esos elementos no tendrían razón de ser un recurso turístico:

Tabla 10.  
*Ventajas competitivas de Azogues*

Factores	Descripción	Azogues
Componentes de un espacio natural.	montañas sagradas, lagos, huertos e islas a diferencia de los atractivos naturales, los atractivos religiosos tienen un valor espiritual, para la persona creyente.	SI
Edificios, estructuras y sitios realizados por el hombre para propósitos religiosos	Estas edificaciones pueden ser atractivas para los turistas y no necesariamente tienen que ser creyentes, sin embargo el atractivo no fue diseñado con la intencionalidad de atraer personas.	SI

Edificios hechos por el hombre con tema religioso	este tiene la finalidad de atraer turistas, para este proposito se generan historias o elementos que causen interés y curiosidad por parte de las personas, viendose en la necesidad de acudir.	SI
Combinacion de estos 3 elementos	este tipo de espacios suelen cumplir con las características de los otros tipos de atractivos, sin embargo se presentan en etapas, es decir no se presentan al mismo tiempo las características, sino de forma paulatina.	SI
Eventos especiales con significado religioso	La celebración de festividades es al mismo tiempo una motivación, vale la pena mencionar que la esta fiesta de carácter espiritual no necesariamente tiene que desarrollarse en un sitio de carácter religioso	SI

---

Nota: La autora

De acuerdo al cuadro, se puede decir que Azogues cumple con los atractivos requeridos para convertirse en un destino turístico, cuenta con Montañas sagradas como es el caso del cerro Abuga, donde actualmente se encuentra el monumento de la Virgen de Nube, así mismo las edificaciones religiosas del cantón tienen un valor único en historia, construcción y espiritualidad es por eso que la ciudad fue declarada patrimonio cultural del Ecuador, y por último tiene eventos especiales con significado religioso una de ellas es la celebración de la procesión con la Imagen de Virgen de la Nube por las calles principales de la ciudad, todo esto hacen de Azogues un lugar para desarrollar un destino turístico religioso próspero.

### 3.2. Análisis Comparativo, Evolución, Tendencias y Perspectivas

A continuación se exponen 3 referentes o hot spots turísticos religiosos de gran reconocimiento a nivel mundial.

- **Basílica de Santa María de Guadalupe:** Esta importante basílica de la ciudad de México, recibe el nombre oficial de Insigne y Nacional Basílica de Santa María de Guadalupe. Este santuario está dedicado íntegramente a la Virgen María en su

advocación de Guadalupe (alusión mística relativa a dones, apariciones, o atributos de la Virgen María), lo que la convierte en un importante lugar de la Iglesia Cristiana. Esta basílica también es conocida como «Nuestra Señora del Tepeyac» o «La Virgen de Guadalupe», y la idea de su construcción fue basada en el suceso de la aparición de la Virgen al campesino indígena llamado Juan Diego en la colina de Tepeyac (al norte de la ciudad de México) en 1531, la cual le pidió que se construyera un templo en ese lugar en su honor.

La Basílica justamente se encuentra ubicada al pie del Cerro del Tepeyac y es considerada como uno de los principales recintos católicos de toda América. Su construcción fue realizada por el arquitecto Pedro de Arrieta en el año 1695 y se concibió como un lugar de veneración a la Virgen de Guadalupe. La basílica abrió sus puertas de manera oficial el 1 de mayo de 1709 con una novena.

Actualmente la Basílica es visitada por más de 12 millones de fieles cada año, razón por la cual es considerada como la segunda iglesia con mayores visitas del mundo luego de la Basílica de San Pedro en el Vaticano. Uno de sus estategias a sido la adecuada planificacion turistica, mantienen una ruta turistica religiosa bien posecionada.

- **Basílica de San Pedro:** La Basílica de San Pedro es uno de los edificios más grandes del mundo y es la mayor entre las basílicas papales, registra unos 15 millones de visistas al año haciendo de este lugar uno de los mas importantes dentro del turismo religioso a nivel mundial.

Esta basílica ha sido considerada como una obra arquitectónica de gran importancia sea por la magnitud de su fachada que por la calidad de su trabajo, anualmente recibe personas de diversos países del mundo quienes acuden a su interior

para admirar las mejores esculturas de los todos los tiempos y apreciar una obra que ha tenido siglos de construcción.

La basílica de San Pedro se encuentra en la ciudad del Vaticano, y es la sede universal de la iglesia católica además de la morada del papa. Su recorrido nos muestra el arte, la fe y la espiritualidad donde podremos no solo admirar la magnificencia de la construcción, sino también recorrer sus pasillos, visitar las capillas y disfrutar de la belleza de las numerosas obras de arte, como La Piedad de Michelangelo. Actualmente es posible visitar las tumbas de los Papas situadas en las Grutas del Vaticano, y es posible ver la tumba de San Pedro y sus sucesores.

- **La Basílica de Nuestra Señora Aparecida:** Registra 12 millones de turistas anualmente, es una basílica menor dedicada a la advocación de Nuestra Señora Aparecida, la patrona de Brasil. Se halla en la ciudad de Aparecida, en el estado de São Paulo, al suroeste de Brasil. Es parte central del conjunto del Santuario Nacional de Aparecida, siendo la iglesia más grande de América y la segunda más grande del mundo, siendo un poco más pequeña que la Basílica de San Pedro de la Ciudad del Vaticano.

La basílica tiene forma de cruz griega, las naves tienen 40 metros de altura y la cúpula, 70 m de altura y 78 de diámetro. Tiene una torre de 100 m de altura y una superficie cubierta de 18.000 metros cuadrados, lo que lo convierte en el templo más grande de América. La basílica está atendida pastoralmente por los misioneros de la Congregación del Santísimo Redentor

Como parte del análisis de los resultados se presenta un caso de estudio internacional que puede ayudar en la investigación.

- **Turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las javieradas como caso de estudio:** En concordancia con la necesidad de transformar los recursos en auténticos productos turísticos, el Gobierno de Navarra (comunidad foral española situada en el norte de la península ibérica) oferta una ruta en la que se integra buena parte de los atractivos como: Sangüesa, Castillo de Javier, monasterio de Leire, Foces de Lumbier y Arbayún y Valle de Roncal.

Resulta, a su vez, necesario hacer mención a las distintas empresas de actividades turísticas que, sobre todo recientemente, han ido surgiendo en este ámbito geográfico (Sangüesa Tour, Mar del Pirineo, Mirua, etc.).

Pero, es evidente que, más allá de la existencia de recursos, servicios y equipamientos turísticos, un aspecto crucial radica en la información y asesoramiento proporcionados a turistas y visitantes, en su mayor parte con intereses de índole religioso. En este sentido, existen dos oficinas de información turística en el entorno próximo al castillo de Javier: una, junto a la explanada y, otra, en Sangüesa, ambas integradas en la red de Oficinas de Información Turística del Gobierno de Navarra.

Asimismo resulta digno de elogio el gran esfuerzo que se ha hecho en los últimos años en cuanto a la comercialización y difusión del turismo Navarro a través de Internet. En el ámbito objeto de estudio éste se ha visto acrecentado por el acicate que ha supuesto la celebración del V Centenario de San Francisco Javier el cual, entre otras cosas, ha conducido a la publicación de un vasto y cuidado material informativo, al diseño de páginas webs, a entender, de gran calidad, y a la celebración de un amplio abanico

El desarrollo turístico experimentado en los valles transversales pirenaicos de Navarra concebido como instrumento de revitalización económica y social ha sido abordado, por

ejemplo en el artículo: Déficit demográfico, declive de actividades agrarias y diferentes ritmos de desarrollo turístico en los Valles Pirenaicos transversales de Navarra.

Haciendo un boceto tipo Benchmarking competitivo, interno y funcional del esquema turístico religioso en Navarra, podemos asentar nuevas líneas estratégicas de acción para el cantón Azogues.

1. Estructuración de 2 rutas de promoción turística que lleve a contemplar sitios de interés religioso del cantón, más sus actividades complementarias, especificando su desarrollo en temporadas esenciales que logren romper la estacionalidad turística.
2. Desarrollo de material de promoción estratégica y canales de comercialización.
3. Proponer un sistema de elaboración de productos y servicios tipo servucción local o cadena de gestores turísticos
4. La sensibilización de los funcionarios de la administración pública y privada, a través de la trasmisión de la cultura de la calidad y la formación adecuada de todo el personal en temática de gestión turística religiosa.
5. Implantar un sistema de autoevaluación y de mejora de los departamentos con incidencia. Las bases de una gestión pública turística moderna son: servicio, cliente/usuario y estrategia organizativa. Una gestión pública moderna, basada en criterios de calidad y excelencia, no solo conformarse con ofrecer servicios basados en la legalidad, en el mismo aspecto, la inversión privada. Esta premisa no es suficiente, ya que sus metas deben estar ligadas a altos resultados que satisfagan la pronta y eficaz resolución de los problemas de los clientes y la cobertura de sus expectativas, logrando así su máxima satisfacción.

Los pilares en que debe basarse la gestión pública y privada del turismo en una nomenclatura de promoción religiosa para alcanzar altos niveles en la calidad, son los

siguientes: servicio, cliente y óptima organización. En base al buen servicio y con un enfoque al cliente, deben perfilarse, con criterios y vocación de mejora continua, una estrategia organizativa adecuada y basada en los siguientes fundamentos:

- Respuesta a las necesidades del ciudadano, turista local y extranjero con intereses en el turismo religioso local.
- Máxima accesibilidad a información sobre los servicios turísticos en este tipo de turismo.
- Comunicación continua y clara con los activistas turísticos, para que comprendan el funcionamiento de los procesos y también sus derechos y deberes.
- Ajuste y optimización de recursos y costos.
- La adopción de sistemas de gestión turística normalizada o modelos de excelencia a nivel ecuatoriano sobre este tipo de turismo.

Existen formas efectivas de avanzar hacia el objetivo de prestar servicios a los ciudadanos desde la administración pública, con las mejores garantías de eficacia y productividad, como por ejemplo: asentar un proceso de certificación por competencias laborables, en perfiles allegados a las sub actividades turísticas, implementar un sistema de Gestión Integral, lograr la acreditación en sistemas de gestión normalizados, como las normas ISO, certificación de rutas, peregrinaje y romerías, o adoptar modelos de excelencia considerados desde la OMT.

Estos sistemas, además de dotar de prestigio a los ojos de los ciudadanos a los servicios y departamentos que los acreditan, son de gran utilidad para detectar problemas y áreas de mejora, ya sea con sistemas de autoevaluación o mediante auditorías externas.

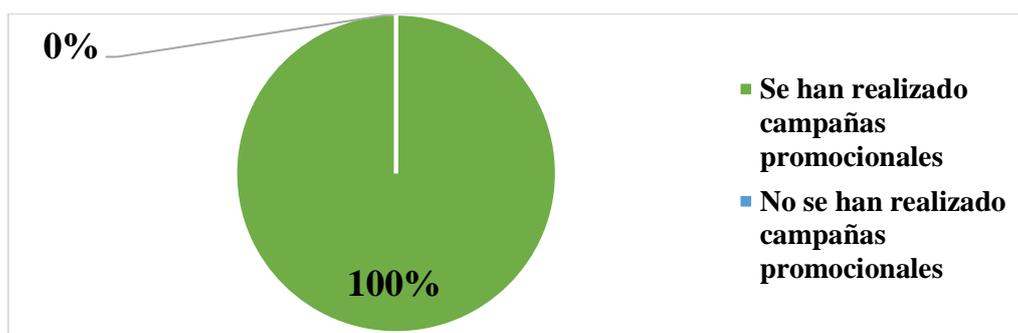
### **3.3. Presentación de resultados y discusión**

A continuación, se presentan los análisis de la información obtenida durante las entrevistas aplicadas al director del MINTUR, a la jefa de la Unidad de Turismo del GAD de Azogues y

al encargado de los bienes religiosos con el objetivo de levantar información entre los gestores del cantón y así conocer la situación actual del turismo local. También se procedió a aplicar la encuesta aplicada a los turistas:

### **Entrevista al director encargado del MINTUR y a la jefa de la Unidad de Turismo del GAD de Azogues**

**1. ¿En relación al progreso de actividad turística que tipo de gestiones se han implementado desde la institución a la que representa?**



*Gráfico 4. Gestiones para el progreso de la actividad turística.*

**Análisis:** Sí se han desarrollado campañas promocionales, unificadas a nivel nacional y promocionándolas en plataformas institucionales y digitales como las redes sociales por parte del Mintur. A su vez el Gad local designó para el año 2020 un presupuesto de 110.000 para la inversión en el sector turístico, sin embargo, por la emergencia sanitaria únicamente se otorgó 80.000 mismos que serán destinados para cubrir una etapa del “proyecto implementación de infraestructura y facilidades turísticas en el cerro Abuga”

**2. ¿El departamento en el que labora aplica procesos orientados a aumentar la oferta turística en temporada baja?**

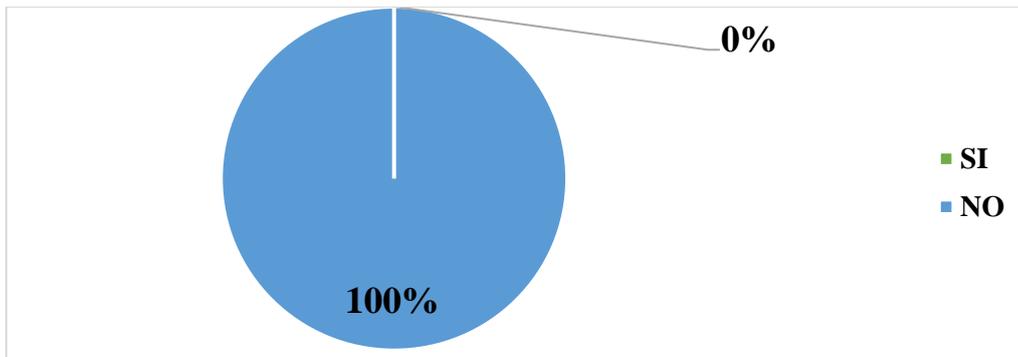


Gráfico 5. Aplicación de procesos para aumentar la actividad turística.

**Análisis:** Anualmente se desarrollan campañas promocionales, pero específicamente en temporada baja no, manifiestan que se realiza acciones de promoción digital incentivando la visita al destino y por ende al consumo de servicios. Además, brindan asesoría técnica a fin de apoyar en la inversión del sector

**3. ¿Se ha implementado alguna estrategia de promoción en beneficio del desarrollo turístico religioso en el cantón?**

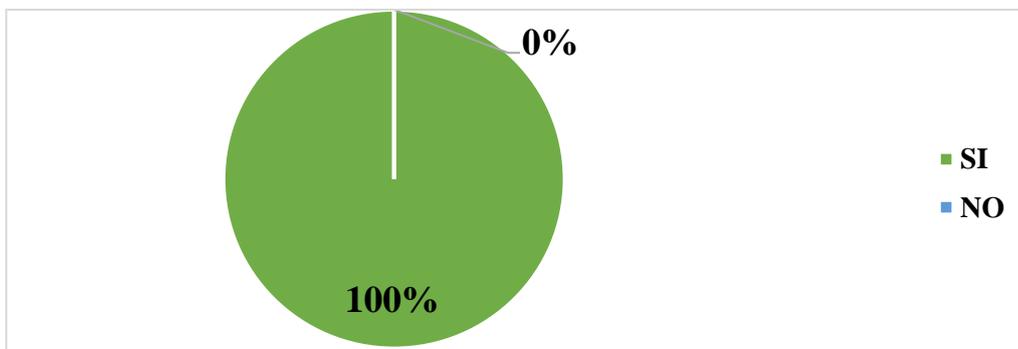


Gráfico 6. Implementación de estrategias para desarrollar el turismo religioso.

**Análisis:** Sí, en las campañas se promociona al cantón Azogues con todos sus atractivos, esta promoción on-line se hace a través de redes sociales Instagram, Facebook, Twitter, pinteres, videos promocionales y apoyo a las actividades que la comunidad religiosa organiza.

**4. ¿Existen algún tipo de alianza o convenio con el sector turístico privado del cantón, orientado al desarrollo de la actividad?**

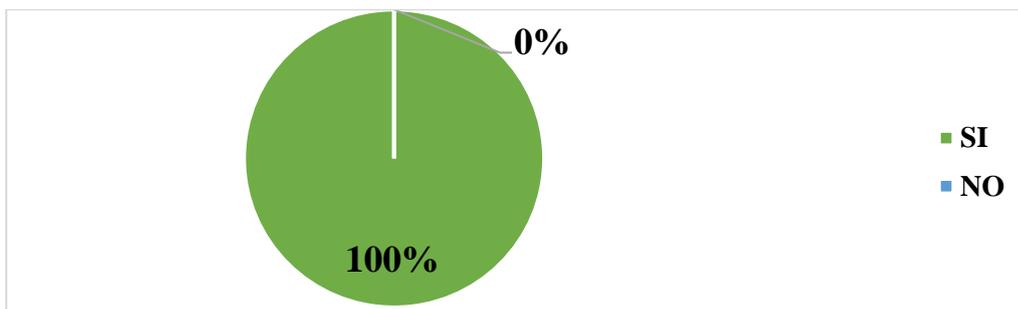


Gráfico 7. Alianzas con el sector turístico del cantón Azogues.

**Análisis:** Si, Existe el Consejo Cantonal de Turismo, ente creado a través de ordenanza en donde se integra el sector público y privado a fin de hacer un trabajo integral para el desarrollo del sector, se les facilita los trámites para la gestión de permisión y documentación que es obligatoria para el buen funcionamiento de la actividad y por ultimo manifiestan que se debe plantear nuevas propuestas institucionales, para difundir la provincia como destino turístico con el apoyo de la policía nacional, casa de la cultura, agencia nacional de tránsito, MINTUR y GAD local.

**5. ¿Existe algún tipo de proyecto con proyección al turismo local, desde la institución que representa?**

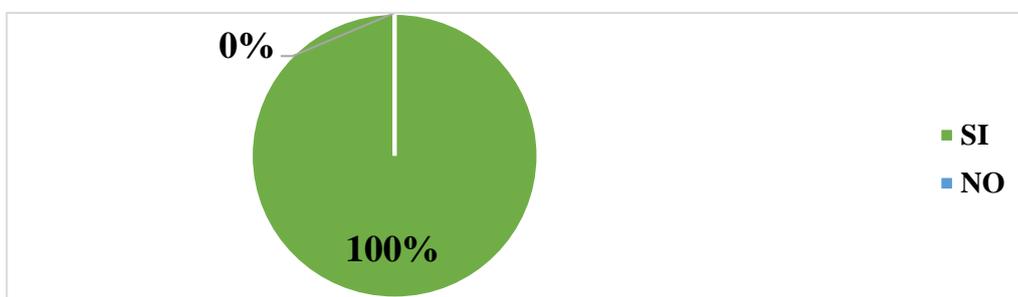


Gráfico 8. Proyecto para promover el turismo local del cantón

**Análisis:** Si, Al momento han presentado al Banco de Desarrollo Ecuatoriano el proyecto de “Implementación de infraestructura y facilidades turísticas para el cerro Abuga” a fin de contar con fondos no reembolsables por el valor de 100.000, han aplicado al programa

Pueblos Mágicos del Ecuador en el cual están en la segunda fase de incorporación y proyectos de capacitación on-line para los prestadores de servicios turísticos.

**6. ¿Cuál es su percepción sobre el turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad turística del cantón?**

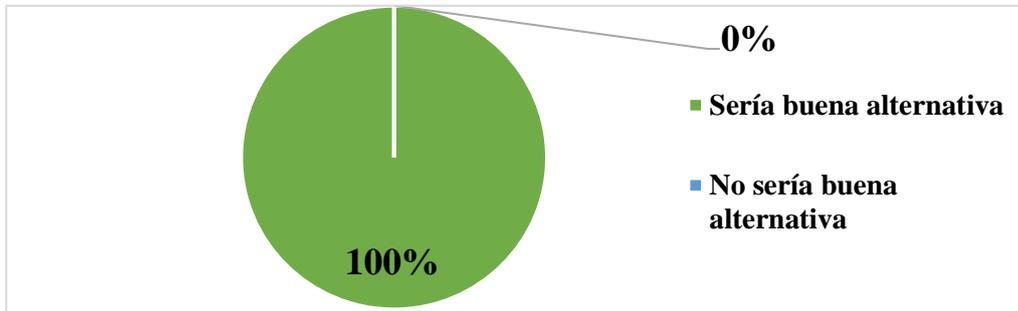


Gráfico 9. Percepción del turismo religioso para superar la estacionalidad del cantón

**Análisis:** En el cantón Azogues el turismo religioso es el principal motivo de visita por lo que se considera una alternativa oportuna para Azogues, dado que es un cantón rico en atractivos turísticos culturales, la actividad religiosa podría ser una oportunidad única de crecer como destino turístico, actualmente no se han generado algún tratamiento especial para esta actividad, pero si se da, también sería fundamental contar con atractivos complementarios como el cerro Cojitambo, lleno de arqueología y actualmente su pared de piedra es considerada la mejor para a nivel nacional para practicar escalada.

**7. ¿Cuáles son los principales sitios religiosos que usted identifica en la ciudad de Azogues?**

**Análisis:** Santuario Franciscano, Monumento a la Virgen de la Nube en el cerro Abuga el centro histórico de Azogues, su catedral magnífica, la iglesia de Chacapamba, Iglesia del Señor de Flores, Iglesia de San Miguel de Porotos, Iglesia de San Alfonso forman parte importante del patrimonio del cantón Azogues.

**Entrevista al encargado de los bienes religiosos del cantón Azogues**

Debido a la naturaleza de la investigación se vio la necesidad de contar con la opinión de uno de los responsables de la gestión de los bienes religiosos y que a su vez están frente a uno

de los atractivos más importantes del Cantón Azogues como es el caso del Santuario Franciscano en donde se venera la imagen de la Virgen de la Nube, el propósito es tener el sustento que permita mejorar la propuesta de turismo religioso.

Tal como se muestra en las siguientes interrogantes planteadas:

### **1. ¿Cuáles son las fechas Religiosas con mayor afluencia de fieles para el santuario?**

Se realizó una entrevista al Padre José Julio Jaramillo, hermano de la orden franciscana de la ciudad de Azogues, con 25 años perteneciendo a esta congregación quien manifiesta que las fechas tradicionales en la cual los fieles llegan al santuario es enero, mayo y diciembre, hablando de un turista nacional, y en relación al visitante local la afluencia se da los fines de semana en horas en las que se celebra la eucaristía, uno de los actos más importantes de devoción es el 31 de mayo y 1 de enero de cada año en donde se celebra la procesión con la imagen de la Virgen de la Nube denominada Santa María madre de Dios.

Afirma que la devoción fue traída desde Quito por el padre José Julio María Matovelle en donde la primera imagen que se tiene de la Virgen es un cuadro pintado por el famoso pintor Quiteño Juan Pinto, cuadro que fue realizado por celebrarse 200 años de la manifestación de la Virgen y que en la actualidad se mantiene en el convento de San Francisco Azogues.

### **2. ¿Qué tipo de visitantes recibe el santuario por lo general?**

De acuerdo a lo que manifestó, la mayoría de los visitantes son personas devotas, de los diferentes sectores del país, mientras que la minoría son turistas extranjeros que encuentran interesante las edificaciones del cantón.

### **3. ¿Cómo manifiestan los fieles su fe en el Santuario?**

Entre las manifestaciones de fe que se dan por parte de los fieles indica que es la celebración de la eucaristía, compra de artículos religiosos, colocan veladoras, bendición de los carros y la principal las confesiones por los creyentes, otro de los actos religiosos más relevantes a nivel internacional expresa que es la devoción que se ha llevado a los Estados

Unidos en donde han formado una asociación de la Virgen de la Nube, del coro y de caballeros en donde cada año un sacerdote Franciscano viaja para acompañar estos actos religiosos en el exterior como ayuda espiritual.

**4. ¿Qué atractivos turísticos religiosos cree usted que se venderían turísticamente en el Cantón?**

Manifestó que en los últimos meses les han pedido enviar una imagen en la India para extender en ese país la devoción a la Virgen, de igual forma otro país donde mantienen la devoción es Lima en donde la imagen sale en procesión solemne en andas junto a la imagen del señor de los Milagros, en donde acuden millones de fieles y por ultimo tienen un cuadro en tierra Santa en la Basílica de la Anunciación en donde se expone como una de las manifestaciones de María y como representación de los Ecuatorianos ya que le conocen como la madre del Ecuatoriano ausente.

**5. Aparte de los atractivos religiosos, ¿qué otros servicios complementarios creen usted que se deberían incluir dentro de un recorrido turístico en el Cantón?**

Durante la entrevista expresó que ve mucho potencial en promocionar al cantón Azogues como destino turístico religioso, manifestó que ellos como encargados del Santuario están dispuestos en apoyar esta actividad, así mismo indicó que dentro del convento franciscano tienen el servicio de hospedaje para peregrinos a precios muy económicos, que en la actualidad por la emergencia sanitaria está cerrado, pero que luego a ellos les gustaría convertir este espacio en un hotel que brinde el servicio de alojamiento, aclarando que tiene que ser para un mercado exclusivo, porque al ser un sitio religioso no podrá acoger a todo tipo de turista sino más bien al huésped que aprecie estas actividades.

Indicó que cuentan con aproximadamente 300 plazas con baño privado y baño compartido, comedor, salón de actos e incluso ascensor para mejorar la movilidad de las personas, así como también cuentan con el espacio incluso para abrir una cafetería, librería o

un museo porque existen artículos de gran valor religioso como libros del siglo XVI, XVII XVIII Y XX.

**6. ¿Qué tipo de ayuda recibe el Santuario del gobierno local y cada cuánto tiempo?**

No reciben ningún tipo de ayuda del gobierno local, con ellos únicamente se gestionan los permisos del plan de contingencia para que se dé la posesión de la Virgen de la Nube, las 2 veces al año, en mayo y enero junto con los bomberos.

**7. ¿En relación a la temporada baja: las autoridades turísticas del cantón aplican procesos orientados a aumentar la oferta turística?**

No hacen ningún tipo de promoción en temporada baja, lo único que han realizado a través del GAD es la colocación un banner grande en la autopista con la foto de la virgen de la nube y el santuario Franciscano.

**8. ¿Estaría usted dispuesto a participar en eventos promocionales pro mejoras del turismo religioso en el Cantón Azogues?**

De acuerdo con lo que expresé, están dispuestos en unir esfuerzos con las autoridades competentes para lograr este propósito ya que hasta el momento no se ha dado ningún tipo de acercamiento entre ellos.

**9. ¿Qué recomendación daría usted para mejorar la afluencia turística en el Cantón Azogues?**

Promover lugares emblemáticos religiosos que ofrezcan la capacidad para acoger a los turistas y le permitan al visitante compartir un momento de paz, silencio, reflexión y sobre todo de vivir la experiencia de estar en un sitio declarado Patrimonio Nacional del Ecuador.

**Encuesta aplicada a empresarios turísticos locales:**

Se realizó esta encuesta con la finalidad de que la información obtenida permita el desarrollo de una propuesta que contribuya al desarrollo turístico religioso de Azogues. A

continuación, se presentan las preguntas que se aplicaron a los empresarios turísticos del cantón, con el respectivo análisis de lo obtenido:

### 1. ¿Qué cantidad de personas adquieren sus servicios diariamente en su empresa?

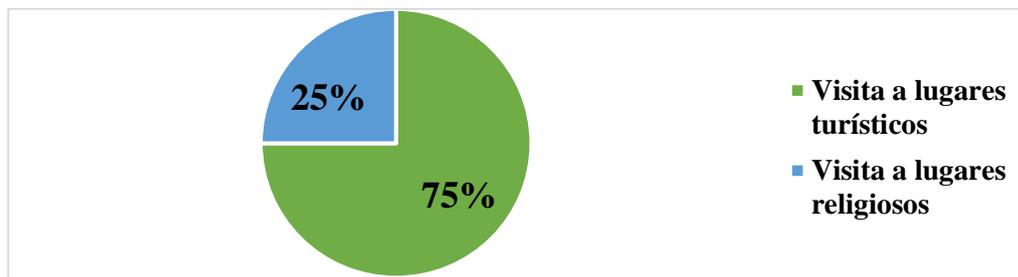


Gráfico 10. Servicios que ofrece su empresa. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** De acuerdo a la encuesta aplicada, se pudo verificar que la mayoría de las agencias que existen en el cantón Azogues están bien posesionadas, mantienen una alta afluencia de clientes diariamente en donde su interés por viajar y conocer nuevos atractivos es evidente, así mismo manifiestan que la demanda receptiva una minoría tiene interés por realizar turismo religioso, pero que dentro de la ciudad no existe una ruta específica que cumpla las necesidades de este mercado, en cuanto al servicio de hospedaje los entrevistados expresan que la mayor demanda que ellos manejan son el visitante que llega al cantón por negocios.

### 2. ¿Cuáles son las temporadas identificadas como altas y bajas en su negocio?

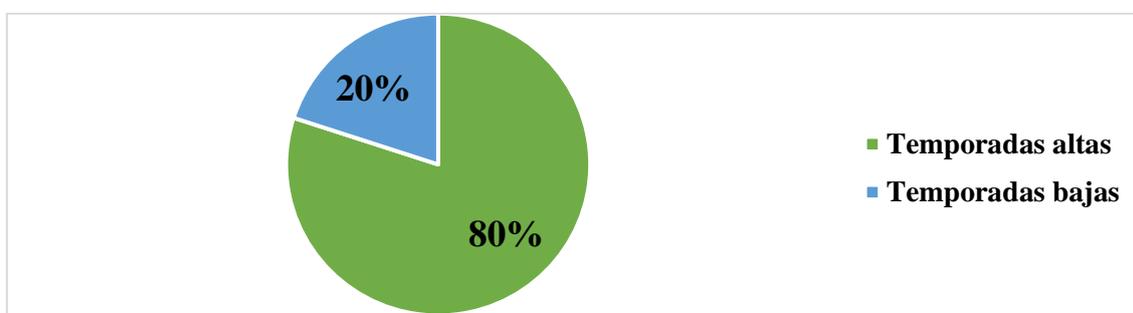


Gráfico 11. Temporadas altas y bajas de sus negocios. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** Con respecto a las temporadas identificadas como altas y bajas la mayoría de los entrevistados identifican que mayo, diciembre, febrero, julio y agosto son los meses con un

alto registro de turistas, relacionados a que en mayo y diciembre se dan actos religiosos como la procesión con la imagen de la Virgen de la Nube donde los fieles en su mayor parte son nacionales, febrero está relacionada a la fiesta del carnaval mes donde existen diferentes actos festivos como el desfile del taita Carnaval y por ultimo julio y agosto meses de vacaciones escolares de la sierra lo que genero un alta demanda de turistas.

### 3. ¿Qué tipo de turista recibe por lo general?

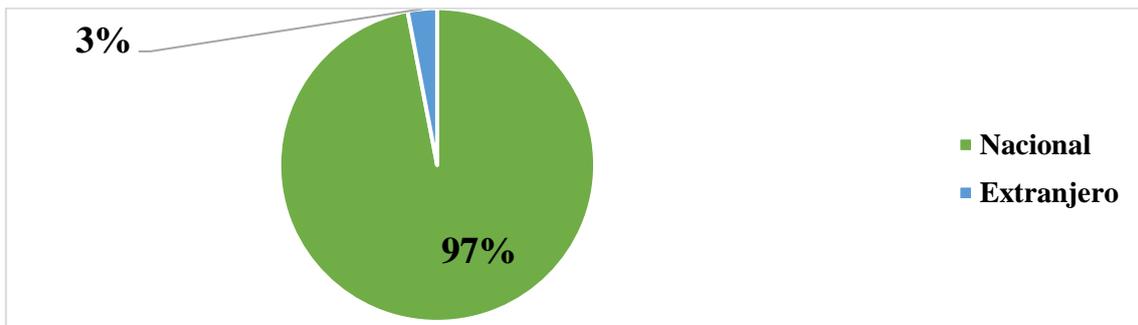


Gráfico 12. Tipo de turista que recibe. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** En relación a los porcentajes de la demanda turística que reciben las agencias de viaje indican que un 97 % son nacionales y únicamente el 3% internacionales, de este porcentaje indican que su mayoría más se acercan a las oficinas buscando folletería turística y por recomendaciones sobre los servicios de hospedaje y alimentación muy pocos se interesan en los atractivos que posee la ciudad.

### 4. ¿Qué tipo de ayuda recibe su negocio desde el gobierno local y cada cuánto tiempo?

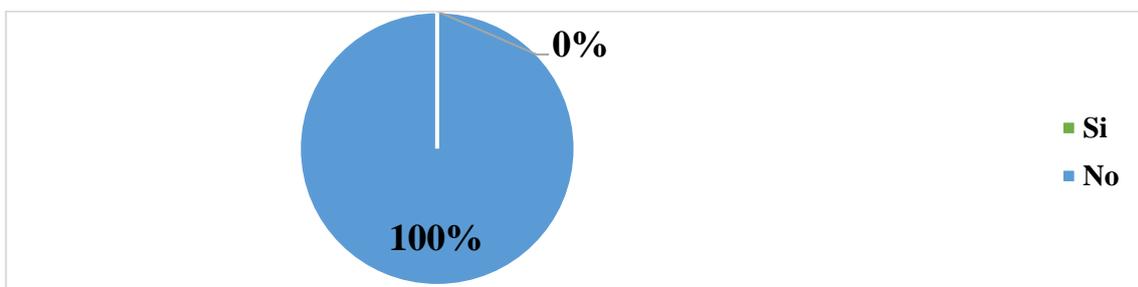


Gráfico 13. Ayuda que recibe del gobierno. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** Todos los encuestados expresaron que no reciben ningún tipo de ayuda de parte del gobierno local hecho que ha perjudicado de manera notable el desarrollo de la actividad

turística, manifiestan que el progreso del turismo está en unir esfuerzos entre el sector público y privado manejando un programa adecuado de promoción turística de manera constante para alcanzar el objetivo, indican que la difusión de los atractivos deben ser más predominantes en temporada baja que es cuando el flujo de visitantes disminuye de tal manera que perjudica a los empresarios locales.

**5. ¿El gobierno turístico del cantón aplica procesos orientados a incrementar la oferta turística durante la temporada baja?**

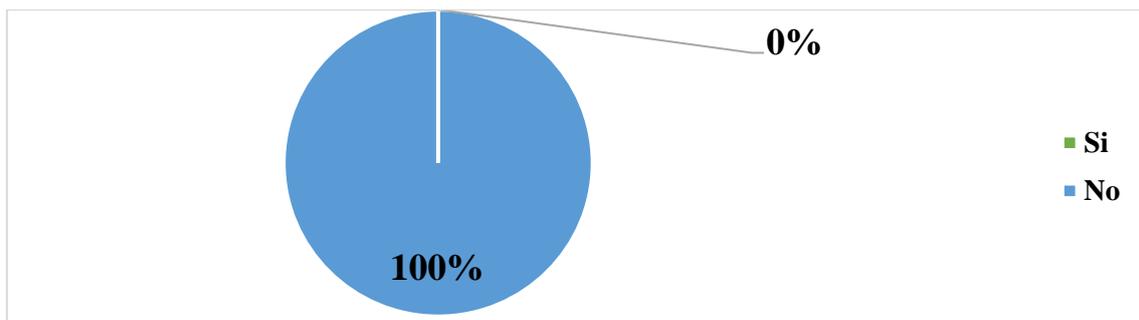


Gráfico 14. Aplicación de procesos para incrementar la oferta turística en temporadas bajas. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** De acuerdo con la información recopilada, el gobierno no está aplicando eficientemente procesos que logren incrementar la oferta turística durante la temporada baja. Lo que les afecta significativamente a los ingresos de los empresarios pues sus esfuerzos por promoverse turísticamente no llegan completamente al objetivo.

**6. ¿Maneja usted paquetes turísticos que incluyan el patrimonio religioso del cantón?**

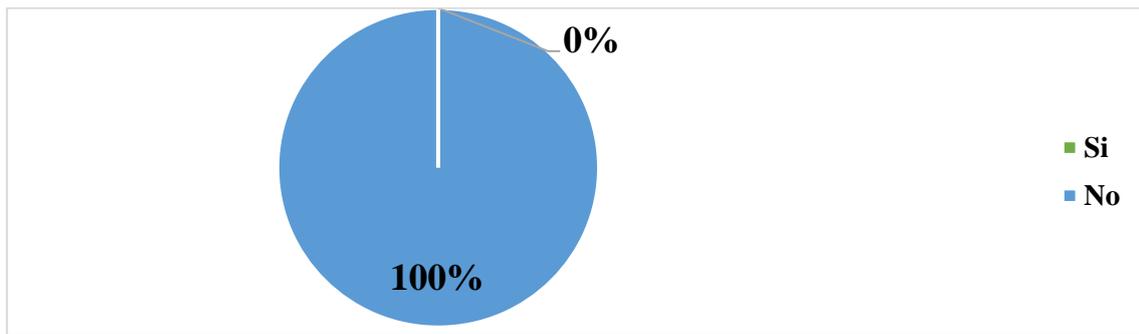


Gráfico 15. Manejo de paquetes turísticos que incluyen patrimonio religioso. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** Así mismo declaran que al momento ninguna operadora ofrece paquetes turísticos que incluyan los atractivos religiosos del cantón Azogues ni otros lugares, lo que más ellos comercializan es un turismo emisión, tres de los entrevistados indica que los turistas que llegan Azogues hacen su propio recorrido y su único interés es conocer el santuario Franciscano.

**7. ¿Estaría usted dispuesto a participar en eventos promocionales pro mejoras del turismo religioso en el Cantón Azogues?**

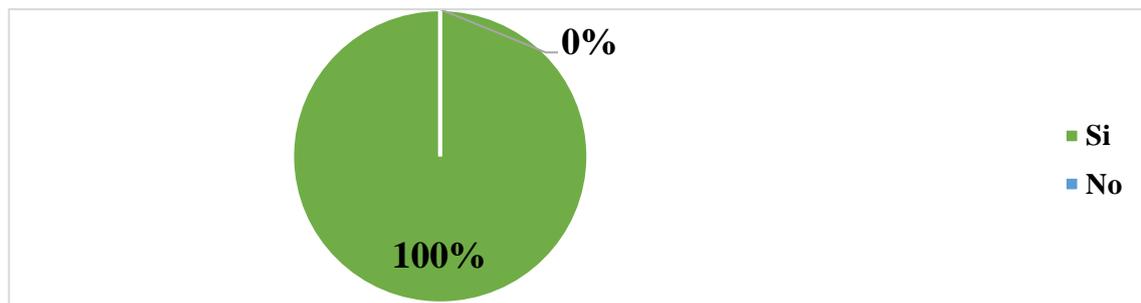


Gráfico 16. Disposición para participar en eventos promocionales. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** Un elemento en común entre todos los entrevistados fue completa disposición a participar en eventos promocionales que aporten al desarrollo del turismo religioso y de aprovechar también los demás atractivos que posee la ciudad, expresan que con las

estrategias adecuadas sí se podría ver en el futuro al cantón Azogues como un producto de turístico religioso.

**8. ¿Estaría dispuesto a vender a Azogues como una propuesta de turismo Religioso?**

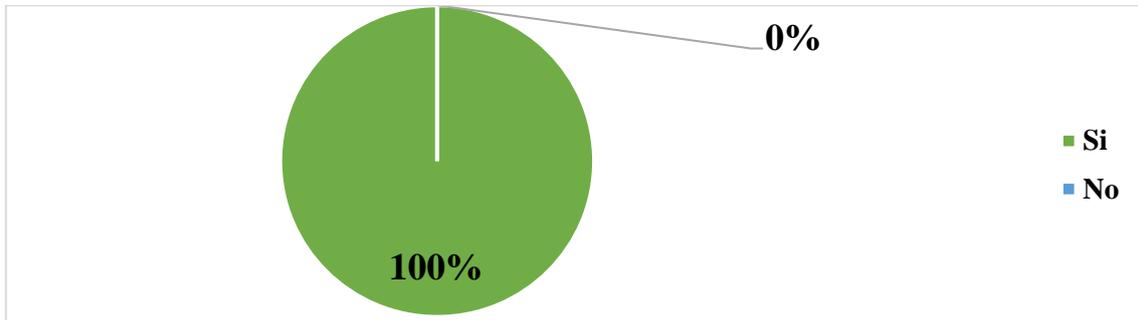


Gráfico 17. Disposición de promocionar Azogues con una propuesta turística religiosa. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** La mayoría indicó que está dispuestos a vender y a participar en actividades que promueva el turismo religioso, pues de esa manera, los turistas podrán disfrutar del cantón no solo en fechas específicas.

**9. ¿Qué atractivos turísticos religiosos cree usted que se venderían turísticamente en el Cantón?**

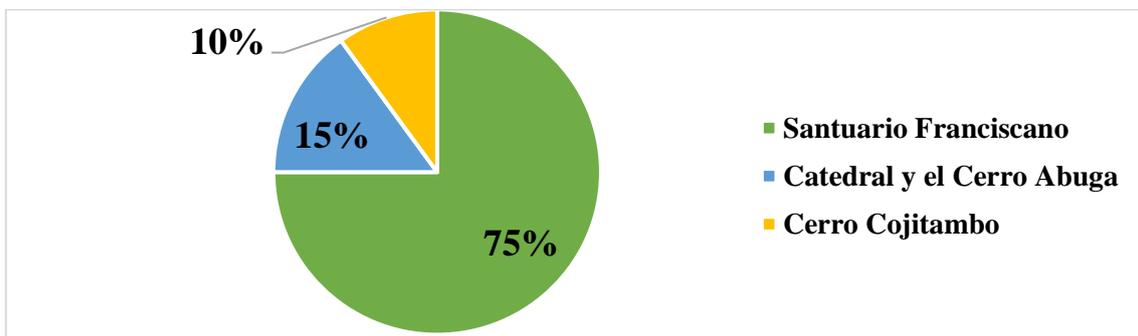


Gráfico 18. Atractivos turísticos religiosos del cantón Azogues. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** La mayoría indica que el principal atractivo es el Santuario franciscano, seguido de la catedral Cojitambo y el cerro Abuga, dos de los entrevistados mencionan que Jatumpamba sería otro lugar que se debería incluir en el recorrido, uno de los entrevistados

menciona que el cerro Cojitambo sería otro atractivo ya que últimamente debido a que se presta para practicar deporte como la escalada el flujo de visitantes se ha incrementado en la parroquia.

#### 10. ¿Qué recomendación daría usted para mejorar la afluencia turística en el Cantón Azogues?

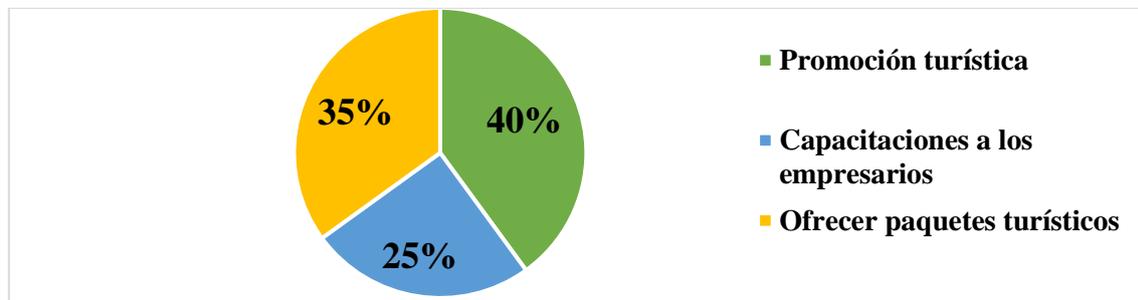


Gráfico 19. Recomendaciones para mejorar la afluencia turística. Empresarios turísticos del cantón Azogues (2020)

**Análisis:** Entre las recomendaciones que los entrevistados dan todos concuerdan que la promoción turística del cantón Azogues sería un factor importante y primordial para su desarrollo, otro elemento expresa que serían las capacitaciones para que los empresarios locales puedan armar programas turísticos, también manifestaron que se debería aprovechar al visitante que llega por negocio para ofrecerle paquetes y así impulsarlo.

#### Encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón

Finamente luego de haber realizado las entrevistas se procedió a la aplicación de las encuestas, con el propósito de conocer el perfil turístico del cantón Azogues.

## 1. Sexo:

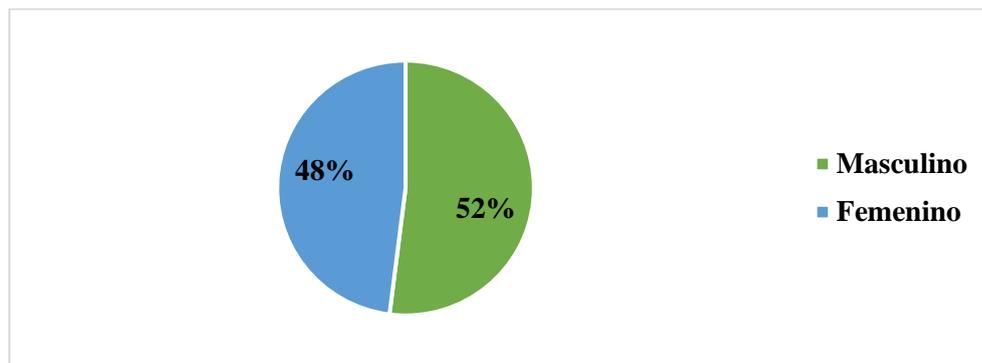


Gráfico 20 Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** del proceso de recolección de datos el 52% fueron masculinos y el 48% eran Femeninos.

## 2. Edad:

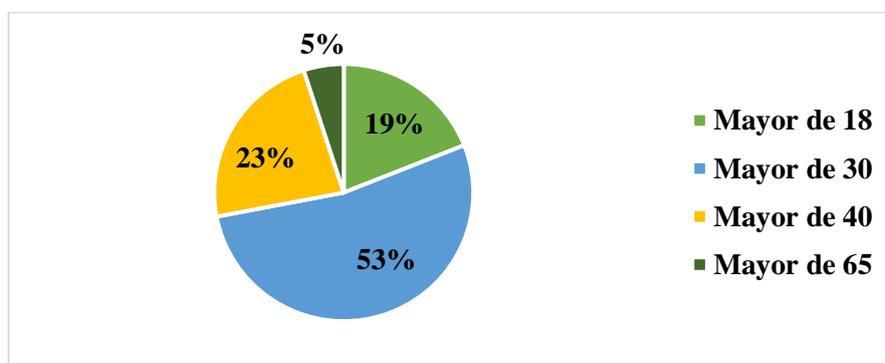


Gráfico 21 Edad de los encuestados. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, se obtuvo que el rango de edad esta con el 53% es mayor de 30 años, el 23% mayor de 40 y el tercer rango están los de 18 años con el 19%, mayor de 65 años 5%.

### 3. Nacionalidad

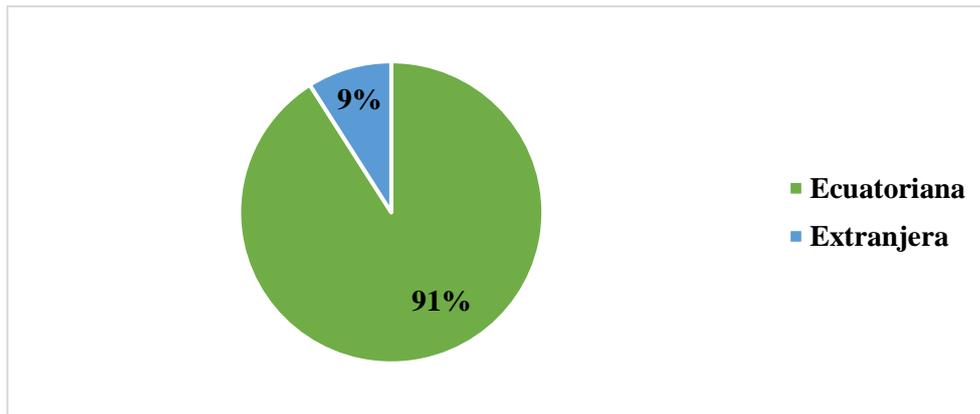


Gráfico 22 Nacionalidad de los encuestados. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, se identificó que el 91% son de nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 9% restante de turistas son de nacionalidad extranjera.

### 4. Con que frecuencia visita el Cantón Azogues:

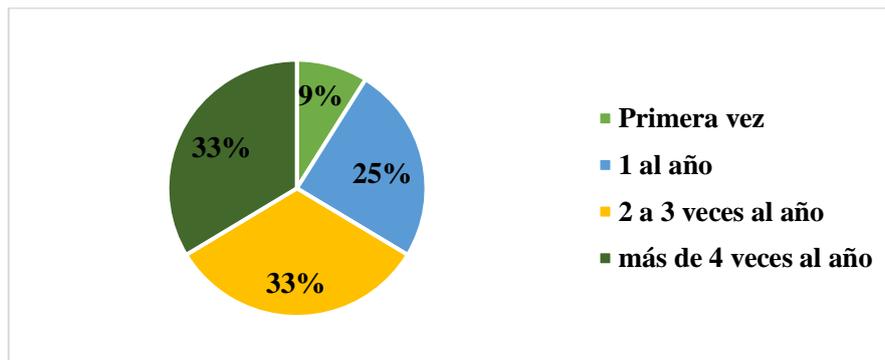


Gráfico 23 Frecuencia de visita al cantón. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, tenemos que el 33% visitan más de 4 veces al año, el 33% de 2 a 3 veces al año, el 25% 1 vez al año y con el 9% lo hacen por primera vez.

## 5. Cuando viaja lo hace:

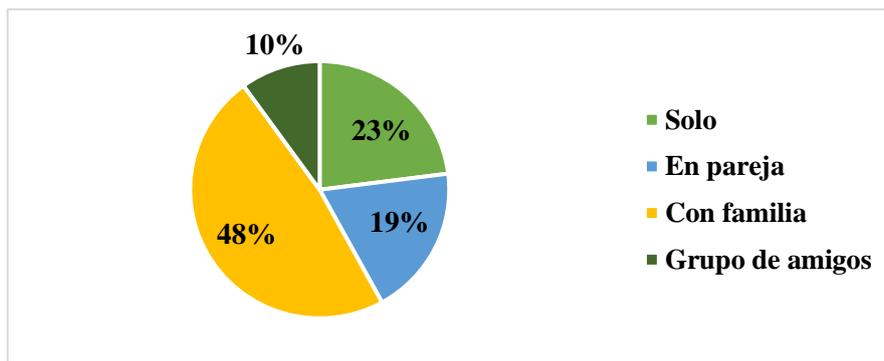


Gráfico 24 Con quienes viajan los encuestados. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, se encontró que el 48% viaja con Familia, luego el 23% lo hace solo, continuamos con que el 19% viaja en pareja y el 10% restante lo hace con grupo de amigos.

## 6. Medio de transporte que utiliza en su viaje:

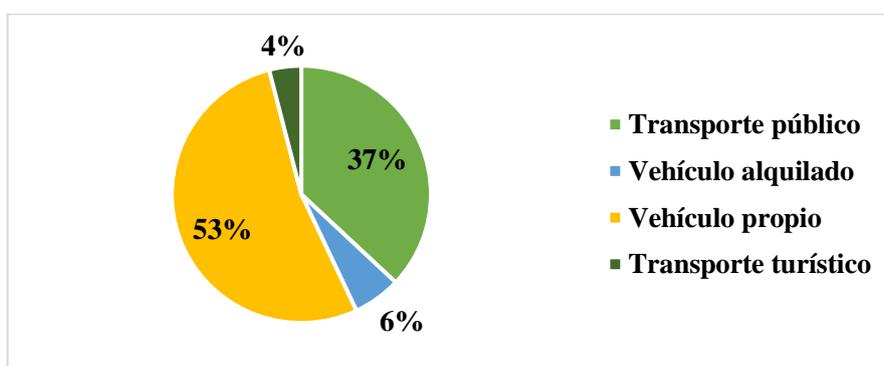


Gráfico 25 Medio que utilizan para transportarse. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, fue posible identificar que el 53% viaja en vehículo propio, mientras que el 33% viaja en transporte público siendo estos los más utilizados, mientras que el transporte alquilado tiene el 6% y el 4% transporte turístico.

## 7. Motivo de su estancia o viaje:

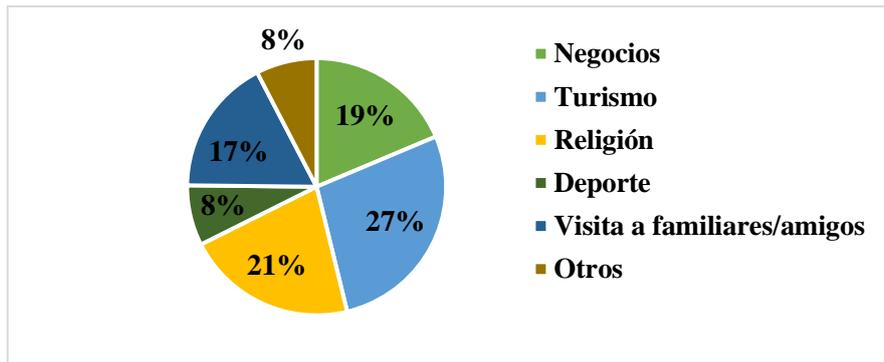


Gráfico 26 Motivo de la estancia o viaje. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, fue posible identificar que el 27% viaja por turismo, mientras que el 21% lo hace por religión, el 19% lo hace por negocios, el 17% lo hace por visita a familia y amigos siendo estos valores los más predominantes en los resultados.

## 8. Tiempo de permanencia en la ciudad

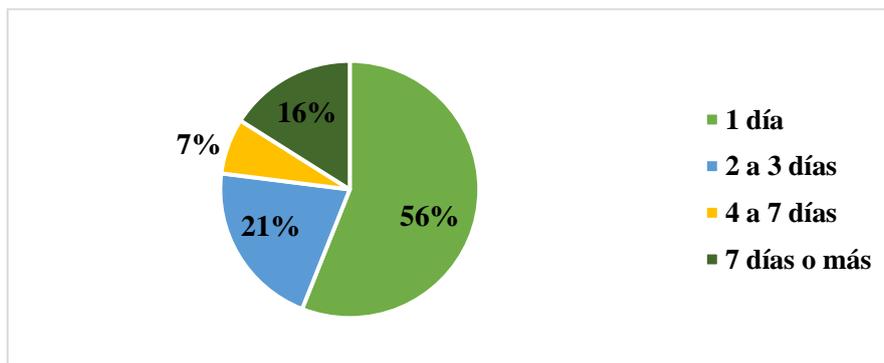


Gráfico 27 Tiempo de permanencia en la ciudad. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, fue posible determinar que el 56% permanece en la ciudad 1 día, el 21% de 2 a 3 días, mientras que el 16% lo hace más de 70 días y por último esta de 3 a 7 días.

### 9. Medios por la cual obtuvo información de Azogues:

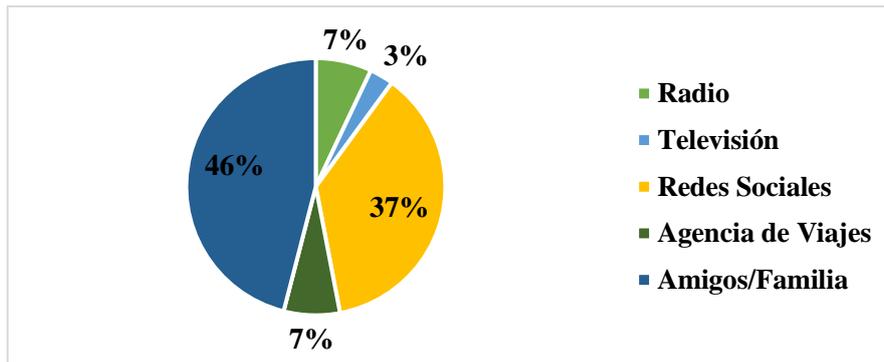


Gráfico 28. Medios por los que obtuvo información. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, en el medio por el cual obtuvieron información esta con el 46% por amigos y familia, el 37% por redes sociales, el 7% tenemos por agencia de viajes y radio, y por último está el medio televisivo 3%.

### 10. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en la ciudad de Azogues?:

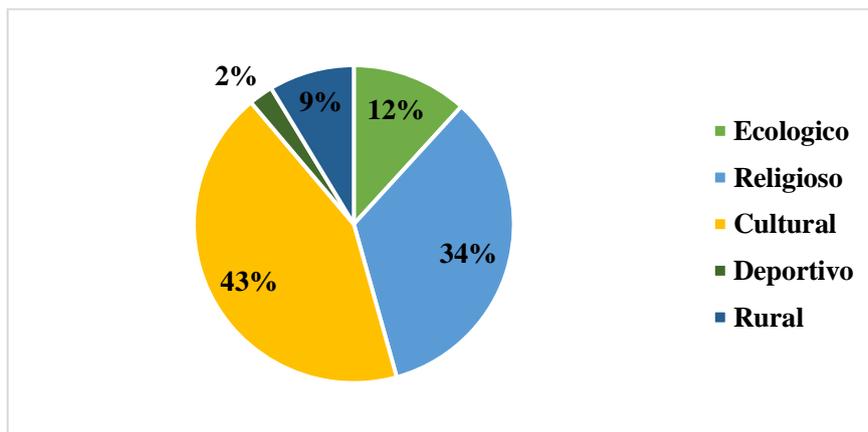


Gráfico 29 Tipos de turismo que realizaría. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, en relación al tipo de turismo fue posible identificar que el 43% tiene interés cultural, el 34% interés religioso, el 12% manifiesta su interés por el turismo ecológico, el 9% su interés por el turismo rural y el 2% su interés es deportivo.

**11. ¿Marque en orden de prioridad del 1 al 6 las subactividades turísticas del canton que deben ser mejoradas?**

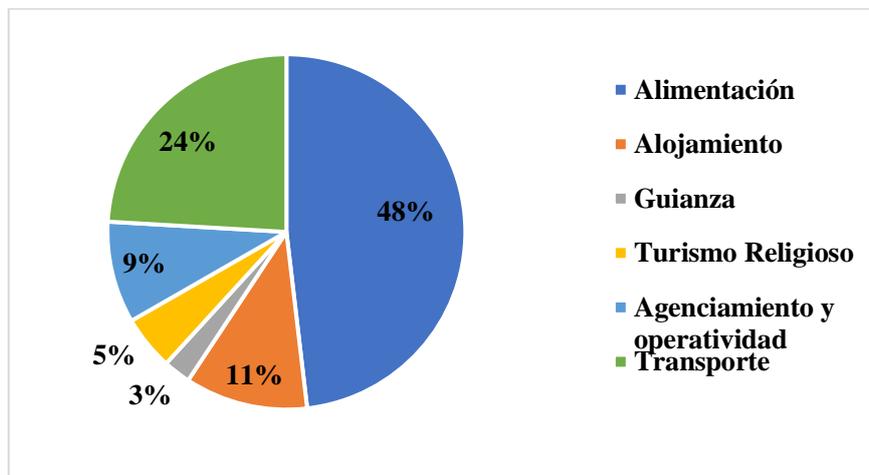


Gráfico 30 Mejoras turísticas que debería realizarse. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, el 48% de los encuestados opina que el servicio de alimentación debe ser mejorado, el 24% indican al servicio de transporte, el 11% el servicio de alojamiento, el 9 % el servicio de agenciamiento y operatividad, el 5% el turismo religioso mientras que el 3% indica el servicio de guianza.

**12. ¿Cómo califica usted el promocional turístico del Cantón Azogues?**

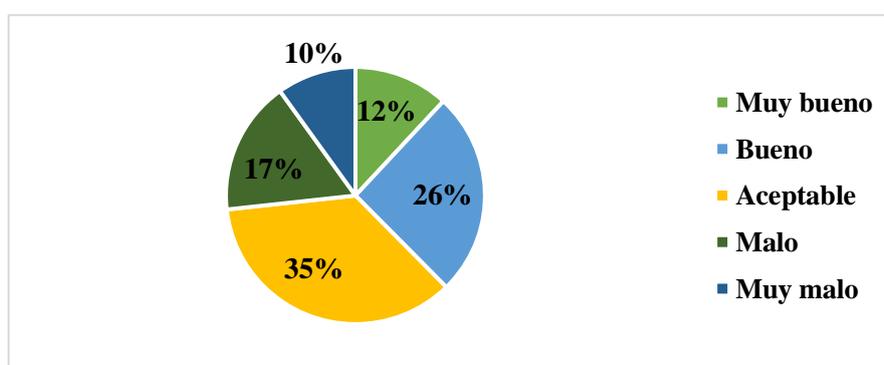


Gráfico 31. Calificación en cuanto a la promoción turística del cantón Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, se encuentra que el 35% considera que el promocional turístico es aceptable, el 26% indica que es bueno, el 17% opina que es malo, mientras que solo el 12% manifiesta que es muy bueno.

### 13. ¿Estaría dispuesto a visitar Azogues como una propuesta de turismo Religioso

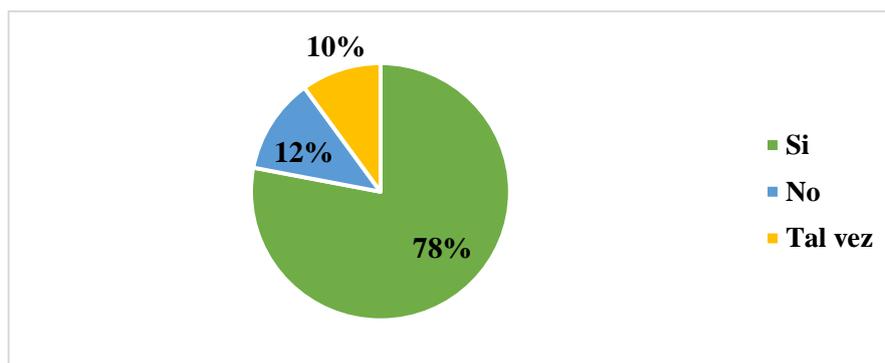


Gráfico 32. Disposición a visitar Azogues si se propone un atractivo turístico religioso Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, el 79% si está dispuesto a visitar Azogues como una propuesta de turismo religioso, el 12% no está dispuesto y el 10% manifiesta que tal vez.

### 14. Considera usted, ¿que el turismo Religioso puede ser una alternativa de diversificación de mercado para el desarrollo turístico del cantón Azogues?

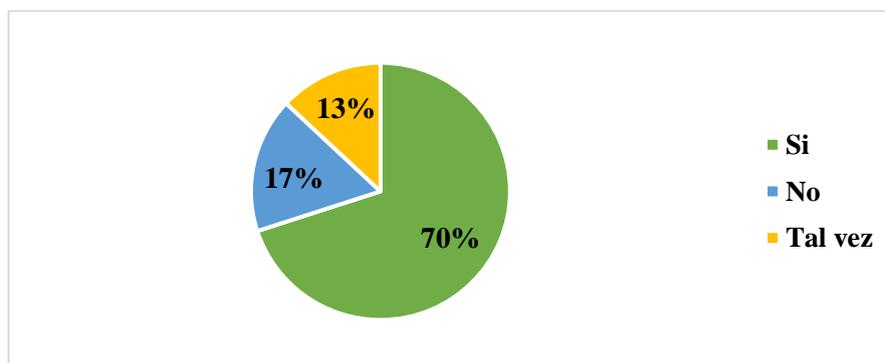


Gráfico 33. Turismo religioso como alternativa de diversificación de mercado para el cantón. Turistas que visitan el cantón (2020)

**Análisis:** Del proceso aplicado para identificar el perfil del turista que visita Azogues, el 70% si considera que el turismo religioso puede ser una alternativa de diversificación de mercado, el 13% considera que no y el 17% opina que tal vez.

Concluida la investigación, y tomando como referencia los antecedentes considerados, la información teórica revisada, y los resultados estadísticos alcanzados a través de las encuestas aplicadas sobre la gestión de la calidad turística desde la administración pública el agenciamiento y la operatividad turística privada, la caracterización cualitativa de las categorías de análisis, muestra la necesidad de la implementación de planes de acción para posicionar, sustentar y rentabilizar el destino turístico religioso en estudio, mejorando las percepciones negativas, potenciando las fortalezas de los atractivos religiosos y los servicios complementarios.

Así como la generación y potenciación de nuevos destinos turísticos anclados al producto estrella. ¿Es posible entonces cambiar las debilidades del destino turístico y potenciar el aprovechamiento de las oportunidades que genera el turismo religioso en Azogues? Queda demostrada la necesidad de crear una Gerencia de Gestión Turística en los entes reguladores públicos y privados y en el organigrama de la Orden Franciscana, así mismo las decisiones se deben tomar en coordinación con todos los implicados.

Ahora bien, por un lado, hay que reconocer que, aunque la motivación principal en una peregrinación tiene un fuerte trasfondo religioso, la persona que realiza el viaje desarrolla, a menudo, actividades no sólo de dicha naturaleza sino también de carácter turístico, sobre todo, durante su estancia en el destino.

Este comportamiento similar de turistas y peregrinos constituye el principal argumento para que algunos estudiosos de estos temas no duden en identificar turismo religioso y peregrinación, esas posibilidades de practicar actividades turísticas a lo largo del trayecto y en el lugar sagrado estarán condicionadas por las características del recorrido y del destino, y más concretamente, por los servicios e infraestructuras turísticas existentes el esta en el que se encuentren el proceso de transformación de los recursos en productos.

A su vez, se constata que son numerosas las peregrinaciones que hoy en día se comercializan siguiendo los cauces tradicionales de promoción turística (agencias de viaje) y también las nuevas estrategias de difusión (con páginas webs especializadas incluso en este tipo de turismo), resultando, por ejemplo, bien conocidas las ofertas relativas a la Ruta Jacobea organizadas por asociaciones especializadas en turismo alternativo.

Tabla 11.

*Nivel de satisfacción*

COMPONENTE	PROMEDIO NUMERO	PROMEDIO CUALITATIVO
Nivel de satisfacción de los turistas	7/10	Medio – alto
Nivel de operadores locales de turismo	7/10	Medio – alto
Nivel de satisfacción con el servicio general ofrecido por los activistas (perspectiva desde los gestores)	7/10	Medio – bajo
Nivel de satisfacción con el servicio general ofrecido por los activistas (perspectiva desde los visitantes)	6/10	Medio – bajo

Nota: encuestas y entrevistas realizadas por la autora (2020)

Existe un margen de discrepancia entre los niveles de satisfacción con el servicio general ofrecido desde ambos puntos (gestor y visitante); se descarta la proyección general que sugería una coincidencia media entre ambos grupos de estudio.

## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1. Justificación**

El esquema propuesto para la promoción del turismo religioso de Azogues, se instaurará desde el agenciamiento y la operatividad turística con regulación y control del ente regulador y las direcciones gubernamentales locales como el GAD de Azogues y Cañar.

Este esquema tendrá por objeto, la planificación de la gestión y de la calidad promocional turística religiosa, la promoción turística sostenible, la realización de evaluaciones pro calidad de los servicios de políticas y programas públicos religiosos, favoreciendo el aprovechamiento adecuado de los recursos públicos turísticos, así como el impulso de la gestión de la calidad de los diferentes servicios complementarios como la hospedería, gastronomía y transporte.

Para desarrollar el fomento de una nueva gestión de la promoción turística religiosa al servicio de los intereses generales, mediante la evaluación y la calidad de los servicios; la promoción empleará un concepto sistémico de la calidad de la acción pública, alineada con el PLANDETUR 2020 y el Plan de Desarrollo Turístico Local.

#### **5.2. Propósito General**

La promoción del turismo religioso en el Cantón Azogues, tiene como objeto: afirmar, alinear, estimular e infundir las líneas estratégicas de promoción por canales de distribución de alto impacto como las redes sociales, mediante un modelo de e-commerce /e-Business;, misma que estará a cargo del sector público local, con el departamento de turismo del municipio de Azogues, junto con los gremios prósperos, justos y resilientes ante la situación del Covid-19, entre las actividades complementarias de alojamiento, gastronomía, agenciamiento, operatividad y transporte.

El esquema de turismo religioso en Azogues, busca ayudar a los activistas turísticos mediante recomendaciones específicas y propuestas de estrategias y programas operativos de éxito para cada infraestructura religiosa participante. Este modelo, no constituye una nueva declaración de política del gobierno central, sino que agrupa y reforma diversas políticas existentes en la comunidad y normas internacionales que se refieren a la calidad en la promoción de este tipo de turismo. Además, la aplicación de principios y herramientas se ilustra en base al diagnóstico preliminar y línea base de la comunidad.

El nuevo modelo de promoción, se relaciona mediante la regulación de la actividad en un plazo relativamente breve, con el fin de iniciar diálogos, asentar acuerdos y compromisos entre los operadores turísticos y sus gremios, y estimular el pensamiento positivo entre ellos. Dado el nuevo entorno dinámico de la administración pública de Azogues, tendrá que convertirse en una herramienta interactiva, en la que sus contenidos puedan ser lidiados, reformados, y cofundados por los participantes.

#### **4.2.1 Equipo responsable de la Propuesta**

El equipo responsable para direccionar la Propuesta estará conformado por la jefa de Unidad de Turismo de la Municipalidad del cantón Azogues e investigadora de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. En la investigación existe una carta de evidencia de la socialización realizada a la persona encargada de turismo dentro del cantón la misma que está de acuerdo con el desarrollo de este plan a futuro. (véase en el anexo 5).

A continuación, se detallan nombres de los responsables:

Tabla 12.

*Equipo responsable*

Responsables	Actividad que desempeñan
Lcda. Diana Araujo V	Profesional de la Unidad de Turismo de la Municipalidad del cantón Azogues. Ejecución de proyectos, Organización de Eventos, Área de información turística Inventario y Regulación y control de los establecimientos
Ing. Diana Tenesaca Camas	Investigadora de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Elaborado por: Autora

**5.2.1. Estrategia de promoción y comercialización turística del cantón Azogues con enfoque al turismo religioso:**

Al ser Azogues Patrimonio Cultural del Ecuador, con innumerables y valiosos recursos culturales que le dan un gran potencial turístico es fundamental el desarrollo de estrategias adecuadas y constantes para hacer de esta ciudad un destino turístico de carácter religioso.

**1. Estrategia comercial**

- Estrategias de mercado “identificación del nicho de mercado “mercado meta”
- Estrategias de producto “estructurar los productos por circuitos”
  - ✓ Diversificación de mercado

**2. Estrategias de comunicación del posicionamiento**

- Promoción enfocada en productos y mercados priorizados
- Promocionar el formato de CIRCUITOS con una estructuración óptima de productos integrales generando “experiencia turística de Azogues”
- Promocionar la idea que siempre se realizara por lo menos 2 tipos de actividades turísticas en el cantón, adjuntando servicios complementarios.

**3. Estrategias de marketing directo y alternativo RR. PP para turismo**

- Estrategias de publicidad y promoción
  - ✓ Promoción turística (identificar los canales de distribución)

- Estrategias de marketing directo y alternativo
- Estrategia de RR. PP
  - Capacitaciones continuas (planta turística y sector público)
  - Alianzas entre el sector público, sector privado, directores de los bienes religioso y sector de transporte público y privado.

Las estrategias antes mencionadas serán un referente para proponer un plan de acción que permita superar la estacionalidad mediante un proceso de desarrollo del turismo religioso en Azogues, diversificando así su mercado actual, mejorar la prestación y la calidad de los servicios turísticos complementarios, instaurando alianzas estratégicas y convenios institucionales fortificando la capacidad de los grupos de interés privados, con el propósito de posesionar al cantón como un destino turístico reconocido a nivel local, nacional e internacional.

### **4.3. Desarrollo**

#### **4.3.1. Plan de Acción promocional del turismo religioso del cantón Azogues.**

##### **Estrategias Comerciales**

**Estrategias de mercado:** dentro de las estrategias de mercado que Ecuador plantea en el plan del marketing integral 2014, habla sobre como clarificar y priorizar nuestros mercados potenciales de acuerdo a 3 criterios:

Es por eso que se inicia con la identificación de mercados claves, de consolidación y de oportunidad con el fin de clarificar la situación actual de Azogues referente a la demanda que maneja y así proyectarnos hacia donde se pretende llegar y fomentar la actividad turística:

1. **Mercados clave:** son los turistas con el mayor número de visitas al cantón Azogues en el cual ya se está presente como un destino turístico, son ellos los que más aportan al desarrollo de la actividad, es ahí donde se debe centrar la difusión de las estrategias de promoción del cantón Azogues.

2. **Mercados de consolidación:** es un mercado significativo, pero no prioritario para el destino, su nivel de aportación no iguala al mercado clave, sin embargo, la promoción estratégica no debe ser menos importante, el propósito es convertirlos de mercado estratégico a clave y así diversificar la demanda actual del cantón.
3. **Mercados de oportunidad:** mercado con poco volumen de visitas, pero de interés para el destino, las promociones a este sector deben ser concretas y con un propósito claro que genere nuevas oportunidades de incrementar el número de visitas a la ciudad de Azogues

Es así que de acuerdo a las estadísticas que maneja la oficina de información del cantón, los datos brindados del sector de operatividad y los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas se ha podido identificar y desarrollar el siguiente esquema en donde Azogues debe aplicar las estrategias de promoción de acuerdo al orden prioritario de demanda actual, como se expone a continuación.

Tabla 13.

*Identificación de la demanda turística cantón Azogues*

DEMANDA ACTUAL	MERCADO CLAVE	MERCADO DE CONSOLIDACIÓN	MERCADO DE OPORTUNIDADES
Nacional	Azuay		
	Pichincha		
	Guayas		
	Los Ríos		
Internacional	Estados Unidos	Colombia	Perú
	Argentina	Venezuela	Europa
		Chile	
Otros mercados internacionales			Resto de países

Nota: Gremio de agencias y operadoras de viajes Azogues, datos estadísticos del GAD Azogues (2020)

Autora: Diana Tenezaca

**Estrategias del producto:** el formato que plantea el plan integral de marketing turístico del Ecuador (2014), para integrar todos los atractivos a nivel nacional, se toma como referente para aplicarlo a nivel cantonal, con la creación de un circuito turístico, conociendo que un circuito es una estrategia de marketing ya establecido para la posesionar un destino, en donde se puede desarrollar con la siguiente tipología:

- **Formato “Multi-experiencias”:** contiene varios tipos de productos turísticos ofreciendo diversas experiencias a los turistas:
- **Formato “mono-motivación”:** se centra en ofrecer una sola motivación en el destino.

Tabla 14.

*Circuitos turísticos del cantón Azogues*

Paquete turístico 2 días 1 noche Multi-experiencias	Tipos de Actividad	Paquete turístico 1 día mono-motivación	Tipos de Actividad
Incluye: Traslado in/out Hospedaje Alimentación completa Visitas: City Tour, Santuario franciscano, Cerro Cojitambo, Mirador Virgen de la nube, Iglesias parroquiales, parque nacional Sangay, boquerones de San Marcos.	Turismo cultural: religioso arqueológico turismo natural: ecoturismo senderismo	Incluye: Traslado in/out Alimentación Visita: City tour, Santuario Franciscano, mirador Virgen de la Nube e Iglesias parroquiales.	Turismo cultural: religioso arqueológico

Nota: encuestas y entrevistas realizadas por la autora (2020)

Autora: Diana Tenezaca

Tabla 15.

*Prioridades promocionales por atractivo*

Tipologías de producto	Prioridad promocional de productos	Atractivos culturales	Atractivos Naturales
Turismo Cultural: Religioso	Producto clave/estrella	Santuario Franciscano Catedral	Cerro Cojitambo Mirador Abuga Parque Sangay
Turismo Natural: Ecológico		Avenida de la Virgen Iglesias Parroquiales	
Turismo Rural	Producto de consolidación	de Parroquias Orientales	Boquerones de San Marcos
Turismo Deportivo	Productos Oportunidad	de Cerro Cojitambo Ingapirca Cantón Cañar	Bosque la Carbonería

Nota: Encuestas y entrevistas realizadas por la autora (2020)

Autora: Diana Tenezaca

La promoción de los productos debe ser de acuerdo a la prioridad identificada en el cuadro anterior, con esta estrategia se está dando al turista la opción de poder conocer más la diversidad de recursos turísticos naturales y culturales del cantón, es fundamental transmitir mediante esta promoción que Azogues ofrece la oportunidad de desarrollar varias actividades turísticas en un solo destino mejorando sus expectativas a través de un servicio integrado y de calidad, cumpliendo así con uno de los ejes principales del plan nacional de turismo (2030), denominado destinos y calidad donde se apuesta por la innovación y diversificación de mercado con el apoyo de la gestión de calidad en la prestación de servicios turísticos y la inversión en capital humano mediante profesionales calificados por competencias.

Tabla 16.

*Esquema estratégico publicitario “Programa local Azogues”*

<b>Programas</b>	<b>Proyectos</b>	<b>Acciones</b>	<b>Cobertura</b>	<b>Responsable</b>
Programa de soporte con mejorar promocionales	Publicaciones	Diseño y distribución de folletería  Promover el e-commerce y el e-Bussiness	Envío de información y folletería turística actualizada a los principales actores como la prensa local nacional, operadores turísticos, esto puede ser enviada físicamente y utilizando las opciones tecnológicas  Inversión en la contratación de servicios electrónicos, inter operatividad, comercialización y negociación virtual especializado en turismo religioso.	Mintur y gobierno local
Programa de trade turístico	Viajes de familiarización Ferias turísticas	Operadores  Participación en ferias	Con los principales líderes de la operación nacional Establecer contacto con posibles clientes e intermediarios	Gobierno local, Sector público y privado, Mintur y operadores locales
Programa de sensibilización y formación	Capacitaciones locales  Azogues es emprendimiento	Talleres de trabajo para la promoción turística pública y privada  Reconocimiento a la calidad, innovación y emprendimiento	Ejecución de talleres orientados a la creación y fortalecimiento de las capacidades locales de funcionarios públicos de la actividad, actores privados y operadores  Reconocer e incentivar a los propietarios turístico la mejora de la calidad e innovación en el servicio y los emprendimientos, atracción de inversiones, acciones para una mejor implementación de la comercialización del turismo religioso y su negociación	Mintur, municipio local “departamento de cultura y turismo”  Mintur Gobierno local

Programa Azogues turístico	<p>Canales de información y Promoción turística</p> <p>Alianzas de promoción y publicidad</p>	<p>Puntos de información turística para el Consumidor final</p> <p>Cooperadores nacionales</p> <p>Operadores locales y nacionales “workshops”</p> <p>Instaurar alianzas estratégicas y convenios institucionales.</p>	<p>Relacionada a la promoción de turismo local y nacional en puntos específicos, se puede buscar alianzas con empresas privadas turísticas “operadores nacionales, hoteles principales, aeropuertos, transporte turístico.</p> <p>Campañas orientadas a promocionar el turismo en medios como la Radio, televisión, prensa local y nacional, operadoras nacionales, sector privado con el propósito de promover el turismo interno en temporadas bajas y feriados nacionales</p> <p>Incentivar a los operadores locales y nacionales en crear nuevos circuitos turísticos con nuevos destinos para que el ecuatoriano valore y conozca su país, Realizar viajes con líderes locales y nacionales que tengan influencia en el medio, Workshops con operadores turísticos con el fin de mostrar la oferta a las agencias de viajes</p> <p>Proponer en las escuelas, colegios y universidades incorporar contenidos turísticos que promuevan viajes de estudio, familiarización y recreación</p>	<p>Mintur, sector público, sector privado, encargados de los bienes religiosos</p> <p>Mintur, operadores turísticos, agencias de viajes locales, sector público y sector privado</p> <p>Mintur, gobierno local, ministerio de educación y líderes educativos</p>
----------------------------	---	---	---	--

**Autora:** Diana Tenezaca

## Trazabilidad de la Estrategia Promocional del Turismo Religioso en Azogues

Para complementar la propuesta y llevar a cabo las estrategias planteadas como solución se detallan una serie de procesos descritos en la figura 2, tal como se muestra a continuación:

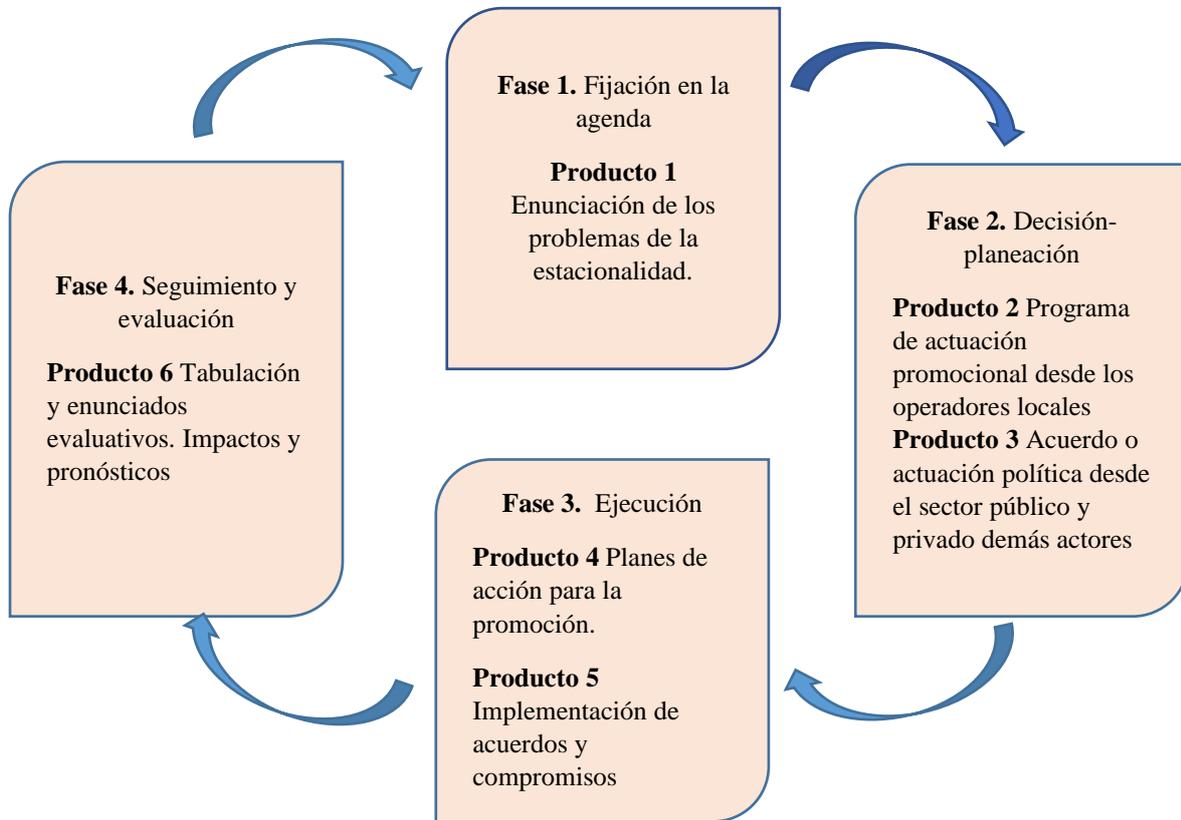


Figura 1. Fases para promocionar el turismo religioso en Azogues. Programa de Capacitación Técnica Empresarial para los Servidores Turísticos de la Provincia de Manabí 2012 (AECID-ADPM)

## CONCLUSIONES

De los resultados obtenidos mediante el análisis del flujo turístico, los datos obtenidos en las entrevistas y encuestas se determinó que Azogues sí enfrenta un desequilibrio estacional relacionado al factor tradición, dado que existe picos altos y bajos en la demanda en ciertas épocas del año como los meses de mayo y diciembre con interés netamente religiosos y vacaciones escolares.

Por medio de las entrevistas realizadas a los encargados del GAD Municipal, Mintur, encargado del bien religioso con mayor afluencia turística, y al ser ciudad patrimonio cultural del Ecuador, se determinó que Azogues posee una alta competitividad turística, ya que sus atractivos culturales como: (edificaciones, iglesia, museos, conventos, catedrales, etc.) tienen un valor inigualable en historia y construcción, Sus características son idóneas para promover el desarrollo turístico religioso en combinación con otras modalidades.

Del proceso de recolección de información aplicada a los propietarios turísticos locales del cantón quienes dieron a conocer su punto de vista en cuanto al desarrollo y manejo turístico que existe en la zona, fue posible establecer algunas estrategias para fortalecer la promoción y comercialización del turismo religioso en el cantón.

En base a los resultados se logró identificar el mercado meta, el producto estrella del cantón y establecer qué medios de promoción serían factibles para promover una adecuada promoción turística, siendo los más idóneos el diseño y distribución de material publicitario, elaboración de circuitos turísticos y la utilización de canales de distribución que ayuden a potencializar este tipo de producto turístico.

Mediante el plan de acción, se propone algunos programas que engloban promoción, distribución y formación para así satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas, diversificando el mercado turístico actual y encontrando un equilibrio en el factor estacionalidad turística identificado.

## RECOMENDACIONES

Este modelo de gestión promocional turística religiosa, se asienta sobre un concepto piloto, el cual está dispuesto a ajustes en cada una de sus fases y dependiendo del compromiso en la gestión en cada uno de sus actores. Se recomienda asentar una bitácora con niveles de impacto y margen de resultados por objetivo ejecutado; así mismo, llevar los indicadores económicos que nos permitan evaluar la situación de cara al futuro, y lo que actualmente está sucediendo en este y otros destinos por la pandemia mundial; la incrementación de turistas abarcaría un crecimiento en cada uno de sus pobladores para poder atraer la masa de turistas religiosos sin provocar impactos negativos en la comunidad de Azogues.

El dar a conocer el potencial de las infraestructuras religiosas mediante un modelo promocional estratégico al turista local – internacional, es un alto compromiso desde el punto de vista caótico mundial por la situación del Covid-19, por lo tanto se recomienda asentar un sistema exitoso y viable de bioseguridad para el manejo de masas turísticas, el cual beneficiaría satisfactoriamente a la población local como a las poblaciones cercanas, con el propósito de garantizar la seguridad de los visitantes, además de socializar la importancia de un “turismo seguro” para dicho lugar y potenciar las actividades y la oferta turística en el destino beneficiando a los habitantes de Azogues.

Se recomienda que la información obtenida sirva de base o punto de partida a la municipalidad de Azogues para una profunda planificación turística especializada en el ámbito religioso y futuros proyectos por parte de los diferentes actores del sector turístico,

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, M. d. (2016). Repositorio Universidad de Cuenca. Recuperado el 20 de octubre de 2016, de Turismo religioso en la Ciudad de Cuenca: [dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1627](https://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1627)
- Aulet, S., & Hakobyan, K. (2016). Turismo religioso y espacios sagrados. *Revista Iberoamericana de Turismo RITUR*, 63,82. Obtenido de <http://bit.ly/29zwoqj>
- Cánoves, G., & Blanco, A. (2017). Turismo Religioso en España: ¿La gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición versus un turismo emergente. *Cuadernos de turismo*, 115-131.
- Cardona, J. (2016). La Estacionalidad Turística e sus Potenciales Impactos. *Rosa dos Ventos*, 6 (3), 446-468.
- Castro, E., & Esther Gómez, E. (2017). Propuesta de Turismo Religioso como una Alternativa para Diversificar la Oferta Turística de Cartagena: Fundación Universitaria Los Libertadores Facultad de Ciencias Administrativas Programa de Administración Turística Cartagena De Indias.
- Coll, M., & Selli, M. (2016). El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes, en caso de Mallorca. *Universidad de las Islas Balsas*, 16.
- Definición ABC. (2016). Peregrinación. Recuperado el Julio de 2016, de <http://www.definicionabc.com/religion/peregrinacion.php>
- Duro, J. & Xavier Farré, F. (2015). Estacionalidad Turística En Las Provincias Españolas. *Cuadernos de Turismo*, (36), 157-174.

- Fernández, M. (SF). (2018) El hombre y el viaje hacia una reflexión ontológica del turismo. *Ciencias y Mar*, (47).
- Gallardo, C. (2018). Un recorrido ancestral y contemporáneo por una tradición festiva del Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador: UDLA. Recuperado el Julio de 2018, de <http://bit.ly/29EqN43>
- Gil de Arriba, C. (2016). Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del monasterio de santo Toribio de Liébana (Cantabria). *Cuadernos de Turismo*, (18), (72-102).
- Godinez, R. C. (2016). *Breve Diccionario de Turismo*. Zapopan, México: Umbral.
- Gomez, R. (2016). Religious Heritage and Tourism “How to increase religious heritage tourism in a changing society” *UNWTO Communications*, 1-7.  
[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/new\\_programme\\_\\_0.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/new_programme__0.pdf)
- Guillen Valencia, L., & Ramón García, A. (2015). Valoración de la infraestructura de los edificios religiosos para el turismo accesible en Villahermosa, Tabasco, México. *Revista Pasos*. 13(3), 491-508.
- INEC. (2018). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Juárez. Sánchez & Ramírez-Valverde, B. & Mota-Vargas, J. (2017). Las peregrinaciones rurales impulsan el desarrollo local. *El Periplo Sustentable*, (33), 428-451
- Martínez, M. (2017). Causas de internacionalidad de las empresas. Gil Albert.
- Martínez, R. (2016). Turismo Espiritual (Primera ed.). México D.F., México. Obtenido de <http://bit.ly/2a0Ula5>

- MINTUR. (04 de Enero de 2018). *Coordinacion General de Estadisticas e Investigacion*.  
Obtenido de Arribo de Turistas a Ecuador 2017: <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>
- Municipalidad de Azogues. (12 de Septiembre de 2018). Obtenido de [www.azogues.gob.ec](http://www.azogues.gob.ec)
- Muñoz Jiménez, J. M. (2017). *Arquitectura, urbanismo y paisaje en los santuarios españoles*. (G. P. S.L., Ed.) Obtenido de Biblioteca UFM: <http://bit.ly/29AhCRt>
- Narest, M. (2017). *Investigación de Mercados (Quinta Edición ed.)*. México: Pearson Education.
- Ordoñez, M. (2016). *Historia y Evolución del Turismo Religioso*. Puebla-México: Universidad Autónoma de Puebla.
- Panosso, A. L. (2018). *Estacionalidad. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014. (2019). *Ministerio de Turismo*, 43-110. <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/c.-2014.-PLAN-INTEGRAL-MARKETING-TURISTICO.pdf>
- Pineda, R. (2017). La concepción de “Ser humano” en Pablo Freire. *Educare*, 7 (1) 47-55.
- Rodríguez, E. (2016). Evolución Histórica del turismo, *Revista vinculando* p. (41-44)
- Rosas Paz, L. & Propin Frejomil, E. (2017). Turismo religioso en la Basílica del Cristo Negro de Esquipulas, Guatemala. *El Periplo Sustentable*, (33), 394-427.
- Santa Palella & Feliberto Martins, 2016. *Tipos y diseños de investigación* pág. 87

- Segarra, E. (17 de octubre de 2018). Turismo religioso en Cuenca. (E. Niveló, L. Suntaxi, Entrevistadores, E. Niveló, & L. Suntaxi, Editores) Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Tardío, M. (2015). *Turismo de Culto Religioso*. México: Universidad Nacional de México.
- Vásquez de la Torre, M., Morales, G., & Pérez, R. (2017). *Turismo Religioso en la Ciudad de Cuenca*. Cuenca: Universidad de Central de Cuenca.
- Varisco, C. (2018). Desarrollo turístico y desarrollo turístico local en la república de Argentina. Obtenido de [http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco\\_c.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf)
- Vázquez, G., Morales, E., & Pérez, L. (2019). Turismo Religioso: Estudio del Camino de Santiago. *Gestión Turística* (13), 9-37. Recuperado el 06 de Julio de 2018, de <http://bit.ly/29YGFgX>

## **ANEXOS**

### **Anexo 1.**

**Entrevistas dirigidas al director encargado del MINTUR y a la jefa del cantón Azogues**

#### **CUESTIONARIO #1**

**Target:** Entrevista a los directores del GAD local y MINTUR

**Tesis:** Turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad del cantón Azogues, provincia del Cañar

**Objetivo:** Levantar información entre los gestores, para conocer sobre la situación actual del turismo local

**NOMBRE DEL GESTOR/EMPRENDEDOR:**

**NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:**

**ACTIVIDAD:**

1. **¿En relación al progreso de actividad turística que tipo de gestiones se han implementado desde la institución a la que representa?**
2. **¿El departamento en el que labora aplica procesos orientados a aumentar la oferta turística en temporada baja?**
3. **¿Se ha implementado alguna estrategia de promoción en beneficio del desarrollo turístico religioso en el cantón?**
4. **¿Existen algún tipo de alianza o convenio con el sector turístico privado del cantón, orientado al desarrollo de la actividad?**
5. **¿Existe algún tipo de proyecto con proyección al turismo local, desde la institución que representa?**
6. **¿Cuál es su percepción sobre el turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad turística del cantón?**
7. **¿Cuáles son los principales sitios religiosos que usted identifica en la ciudad de Azogues?**

**Anexo 2.**

**Entrevista al encargado del Santuario Franciscano el bien religioso con mayor afluencia del cantón Azogues**  
**Cuestionario #2**

**Target:** Entrevista a los directivos de los bienes religiosos del cantón Azogues

**Tesis:** Turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad del cantón Azogues, provincia del Cañar

**Objetivo:** Levantar información entre los gestores, para conocer sobre la situación actual del turismo local

**NOMBRE DEL GESTOR/EMPRENDEDOR:** padre Julio

**NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:** santuario de la Virgen de la Nube

**ACTIVIDAD:**

1. **¿Cuáles son las fechas Religiosas con mayor afluencia de fieles para el santuario?**
2. **¿Qué tipo de visitantes recibe el santuario por lo general?**  
**EN PORCENTAJE:**  
  
    **Nacional:**  
    **Internacional:**
3. **¿Cómo manifiestan los fieles su fe en el Santuario?**
4. **¿Qué atractivos turísticos religiosos cree usted que se venderían turísticamente en el Cantón?**
5. **¿Aparte de los atractivos religiosos, qué otros servicios complementarios creen usted que se deberían incluir dentro de un recorrido turístico en el Cantón?**
6. **¿Qué tipo de ayuda recibe el Santuario del gobierno local y cada cuánto tiempo?**
7. **¿en relación a la temporada baja: las autoridades turísticas del cantón aplican procesos orientados a aumentar la oferta turística?**
8. **¿Estaría usted dispuesto a participar en eventos promocionales pro mejoras del turismo religioso en el Cantón Azogues?**
9. **¿Qué recomendación daría usted para mejorar la afluencia turística en el Cantón Azogues?**

-----  
**FIRMA**

**Anexo 3.**  
**Entrevista a los gestores turísticos del cantón Azogues**

**Cuestionario #3**

**Target:** Entrevista a los gestores turísticos del cantón Azogues

**Tesis:** Turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad del cantón Azogues, provincia del Cañar

**Objetivo:** Levantar información entre los gestores, para conocer sobre la situación actual del turismo local

**NOMBRE DEL GESTOR/EMPREENDEDOR:** .....

**NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:** .....

**ACTIVIDAD:** .....

1. ¿Qué cantidad de personas adquieren sus servicios diariamente en su empresa?
2. ¿Cuáles son las temporadas identificadas como altas y bajas en su negocio?
3. ¿Qué tipo de turista recibe por lo general?  
**EN PORCENTAJE:**  
  
    **Nacional:**  
    **Internacional:**
4. ¿Qué tipo de ayuda recibe su negocio desde el gobierno local y cada cuánto tiempo?
5. ¿El gobierno turístico del cantón aplica procesos orientados a incrementar la oferta turística durante la temporada baja?
6. ¿Maneja usted paquetes turísticos que incluyan el patrimonio religioso del cantón?
7. ¿Estaría usted dispuesto a participar en eventos promocionales pro mejoras del turismo religioso en el Cantón Azogues?
8. ¿Estaría dispuesto a vender a Azogues como una propuesta de turismo Religioso?
9. ¿Qué atractivos turísticos religiosos cree usted que se venderían turísticamente en el Cantón?
10. ¿Qué recomendación daría usted para mejorar la afluencia turística en el Cantón Azogues?

-----  
**FIRMA**

**Anexo 4.**  
**Encuesta a los visitantes**  
**Cuestionario # 4**

**TARGET:** Visitantes

**TESIS:** Turismo religioso como alternativa para superar la estacionalidad del cantón Azogues, provincia del Cañar

**Objetivo:** Conocer el desarrollo de la actividad turística para poder implementar la modalidad de turismo religioso.

**Marque con una X la opción que más se acerque a su realidad**

**1. Sexo:** Masculino \_\_\_ Femenino \_\_\_

**2. Edad:** mayor de 18 \_\_\_ mayor de 40 \_\_\_ mayor de 65 \_\_\_

**3. Nacionalidad:** Ecuatoriana ( ) Extranjera ( )

**4. Con que frecuencia visita el Cantón Azogues:** Primera vez ( ) 1 al año ( ) 2 a 3 veces al año ( ) más de 4 veces al año ( )

**5. Cuando viaja lo hace:** solo ( ) en pareja ( ) con familia ( ) Grupo de amigos ( )

**6. Medio de transporte utilizado en su viaje:**

transporte público ( ) vehículo alquilado ( ) vehículo propio ( ) transporte turístico ( )

**7. ¿Motivo de su estancia o viaje?** Negocios ( ) Turismo ( ) Religión ( )

Deporte ( ) Visita a Familiares/amigos ( ) Otros ( )

**8. ¿Tiempo de permanencia en la Ciudad?** 1 día ( ) 2 a 3 días ( ) 4 a 7 días ( ) 7 días o mas ( )

**9. ¿Mediante que medio de comunicación obtuvo información sobre Azogues?**

Radio ( ) Televisión ( ) Redes Sociales ( ) Agencia de Viajes ( )

Amigos/ familia ( )

**10. ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en la ciudad de Azogues?**

Ecológico ( ) Religioso ( ) Cultural ( ) Deportivo ( ) Rural ( )

**11. ¿Marque con una X las subactividades turísticas del Cantón que deben ser mejoradas?**

Alimentación ( ) Alojamiento ( ) Guianza ( ) Turismo religioso ( )

Agenciamiento y operatividad ( ) Transporte ( )

**12. ¿Cómo califica usted el promocional turístico del Cantón Azogues?**

Muy bueno ( ) Bueno ( ) Aceptable ( ) Malo ( ) Muy malo ( )

**13. ¿Estaría dispuesto a visitar Azogues como una propuesta de turismo Religioso?**

Si ( ) No ( )

**14. Considera usted, ¿que el turismo Religioso puede ser una alternativa de diversificación de mercado para el desarrollo turístico del cantón Azogues?**

Si ( ) No ( )

## Anexo 5

### Carta de socialización de la propuesta



**Ilustre Municipalidad de  
Azogues**  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN Y CULTURA  
UNIDAD DE TURISMO



#### **CARTA DE ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA DE TURISMO RELIGIOSO COMO ALTERNATIVA PARA SUPERAR LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA DEL CANTÓN AZOGUES, PROVINCIA DEL CAÑAR**

La que suscribe, en atención a la invitación efectuada por la Ing. Diana Elisabeth Tenezaca Camas a la socialización de la propuesta "TURISMO RELIGIOSO COMO ALTERNATIVA PARA SUPERAR LA ESTACIONALIDAD TURÍSTICA DEL CANTÓN AZOGUES, PROVINCIA DEL CAÑAR".

Habiendo asistido a la reunión digital, declara que conoce la naturaleza y las condiciones de la propuesta a ser ejecutada a futuro, por lo que se acepta al ser una propuesta viable que apoyará directamente al desarrollo turístico sostenible y a la conservación del patrimonio cultural del cantón Azogues.

Esperando que a futuro dicha propuesta pueda ser desarrollada por el GAD Municipal de Azogues.

Particular que pongo a su conocimiento para los fines pertinentes.

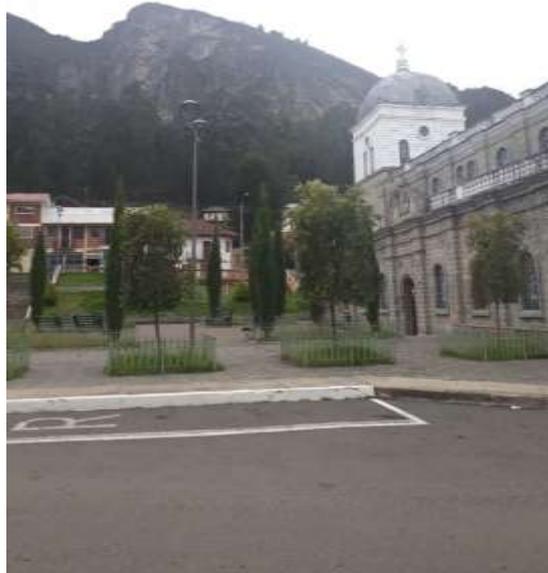
Azogues, 20 de Agosto de 2020.

  
Diana Areujo Vázquez  
PROFESIONAL DE LA UNIDAD DE TURISMO  
GAD MUNICIPAL DE AZOGUES



## FOTOGRAFIAS DE LOS ATRACTIVOS RELIGIOSOS DEL CANTON AZOGUES

Fachada principal de la iglesia de la parroquia Cojitambo



Fuente. Recolección de datos de la investigación  
Elaborado: la autora

### Fachada principal de la iglesia de Chacapamba



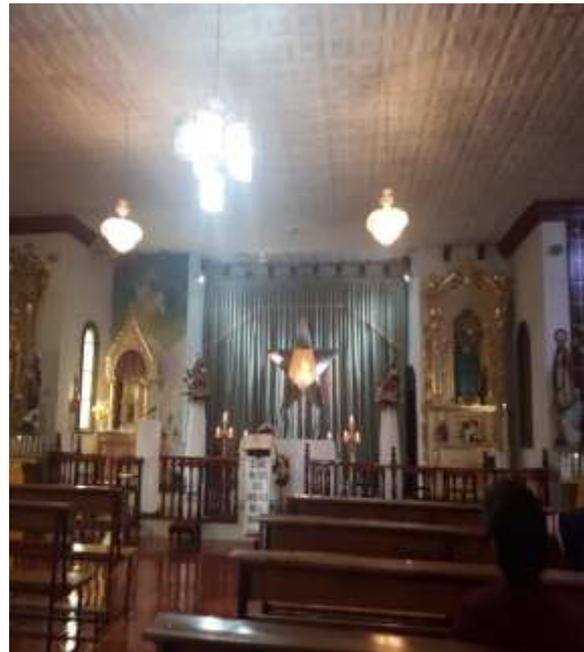
Fuente. Recolección de datos de la investigación  
Elaborado: la autora

### Fachada principal de la iglesia de la parroquia San Miguel de Porotos



Fuente. Recolección de datos de la investigación  
Elaborado: la autora

**Fachada principal de la iglesia de Charasol del Divino Niño**



Fuente. Recolección de datos de la investigación  
Elaborado: el autor

**Fachada principal de la iglesia del señor de Flores Parroquia Bayas**



Fuente. Recolección de datos de la investigación  
Elaborado: la autora

## Fachada principal del Santuario Franciscano de la Virgen de la Nube



Fuente. Recolección de datos de la investigación  
Elaborado: la autora

### Fachada principal de la Iglesia de Taday



Fuente. Recolección de datos de la investigación  
Elaborado: la autora

### Fachada Principal Catedral de Azogues



Fuente. Recolección de datos de la investigación  
Elaborado: la autora