



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

ESTUDIO DE LA MARCA CIUDAD LOJA COMO ATRACTIVO DE TURISMO NACIONAL Y EXTRANJERO EN EL ECUADOR

Edgar Salas L.¹

Universidad Espíritu Santo – Ecuador
Km. 2.5 Vía la Puntilla, Vía Samborondón
esalas@uees.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Natalia Crudele (2018): “Estudio de la marca Ciudad Loja como atractivo de turismo nacional y extranjero en el Ecuador”, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/loja.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25loja>

Resumen

El turismo es un factor clave en el desarrollo económico y cultural de las ciudades, dado el impacto económico que generan las visitas de turistas internacionales y locales. El presente estudio aborda los diferentes lugares turísticos de la Ciudad de Loja en el Ecuador, destacando así toda la gama de colores que refleja la fauna y flora e intentando representar su historia que engrandece a esta bella ciudad.

Además de esto, se estudiará el hecho de que, a pesar de contar con una variedad de alternativas turística, los índices de ingresos no son los esperados. De esta manera se pretende determinar cuáles son los factores que influyen en el poco económico y turístico deficiente que presenta la ciudad objeto de estudio en relación a otras.

Palabras Clave: turismo, desarrollo económico, cultura, Loja, Ecuador

Abstract

Tourism is a key factor in the economic and cultural development of many cities around the world. This considering the economic impact generated by the visits of international and local tourists. That is why in this article the different tourist places of the City of Loja in Ecuador will be addressed. Highlighting the full range of colors, fauna and flora and the history that enhances this beautiful city. In addition to this, we will study the fact that, despite having a variety of tourism alternatives, the income indices are not as expected. In this way it is intended to determine which are the factors that influence the poor economic and tourism that presents the city object of study in relation to others.

Keywords: tourism, economic development, culture, Loja, Ecuador

¹Director Académico de la Facultad de Comunicación en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Máster en Diseño & Branding

INTRODUCCIÓN

Loja es una ciudad del Ecuador, capital de la provincia y cantón Loja. Se considera como un lugar enriquecido por la música y la poesía, enclavada en el rincón más bello de la sierra ecuatoriana, es una de las ciudades más antiguas del país. Tuvo dos fundaciones: la primera fue en el valle de Garrochamba en 1546, con el nombre de La Zarza; la segunda y definitiva fundación fue en el valle de Cuxibamba que significa llanura alegre, bajo orden de Pedro de la Gasca, tras haber sometido a Pizarro, el 8 de diciembre de 1548.

La ciudad se levantó en medio del Delta que forman los ríos Malacatus y Zamora. Sus añejas calles recuerdan su pasado colonial, con sus iglesias y rincones, sus bellos zaguanes y patios. En el Casco Urbano de Loja se puede recorrer una gran variedad de atractivos principalmente plazas y parques, en los cuales se puede encontrar la calidez de los lojanos. La arquitectura tradicional refleja una cultura diversa y fusionada en cada detalle.

Loja está rodeada de muchos valles de gran importancia como: Catamayo, Rumishitana, Tacsiche, Landangui, Piscobamba, Gonzanamá y el valle sagrado de Vilcabamba y junto a la impresionante Reserva Ecológica del Parque Nacional Podocarpus, regado de lagos entre su abundante vegetación.

Así mismo, la ciudad de Loja ofrece a sus visitantes nacionales y extranjeros una gastronomía diversa, exóticos y diversos platos convierten de los platos típicos un detalle icónico de Loja y de la región. El maíz y el plátano verde forman parte de la alimentación básica de los lojanos.

Recorrer Loja es encontrar un sitio en que la naturaleza, tradiciones y lugares religiosos que ofrecen un gran colorido y románticos paisajes, exuberante vegetación, abundante fauna y una sin número de representaciones culturales. La Cuna de la Música Nacional, está llena de tradición, guarda en sus rincones múltiples posibilidades de conocimiento, recreación y vivencias.

Información turística: principales atractivos

- **Iglesia de Santo Domingo**

La iglesia de Santo Domingo está ubicada en el centro de la ciudad de Loja, fundada en el año de 1548. En su interior, se encuentra la Cripta de la Virgen del Rosario. Sus paredes encierran un estilo barroco y neoclásico, que atraen a sus visitantes religiosos.



- **Santuario El Cisne**

Ubicada en la parroquia del Cisne, a 74km. de la capital provincial. El templo gótico, como lo consideran, es muy concurrido durante todo el año por peregrinos del austro ecuatoriano y por el norte peruano. Festividades religiosas son en las fechas: 15 de agosto, 8 de septiembre y en mayo.



- **Romería de la Virgen del Cisne**

El 15 de agosto, la Virgen de Cisne emprende un largo recorrido desde su santuario hasta la catedral de la capital. El trayecto de 74 km. se recorre en tres días. Durante su camino, los feligreses van lanzándole rosas, le cantan y hasta algunos ugnan por llevarla en sus hombros. Es situada en la catedral de Loja el 20 de Agosto y retorna a su parroquia el 1 de Noviembre.



- **Valle del Vilcabamba**

Ubicado a 30 km. de la ciudad de Loja, también llamado el valle de los longevos, debido a que la mayoría de sus habitantes son personas mayores. Esto se debe a los bajos índices de enfermedades, la estabilidad del clima, la temperatura y el agua con propiedades especiales. Vilcabamba está bañado por los ríos Chamba y Uchima, posee un paisaje colorido y acogedor.



- **Las Lagunas del Compadre**

Nombre adoptado en honor al Sr. Julio Bustamante, conocido con ese apodo, quien difundió y dio a conocer el lugar. Forman parte del Parque Podocarpus, situado en la cordillera central de los Andes, a 3000 metros sobre el nivel del mar. Las épocas apropiadas para visitarlas son en los meses octubre y noviembre por ser tiempos de verano, donde se puede recorrer una larga caminata, tomar un baño o pescar.



- **Iglesia La Catedral**

Ubicada en el centro de la ciudad de Loja, frente a la plaza principal. Considerada como una de las más grandes iglesias del país. Cuenta con un singular estilo arquitectónico, su baldaquino y coros tallados en madera, es de estilo ecléctico, con elementos historicistas y neoclásicos.



- **Jardín Botánico Reinaldo Espinosa**

Pertenece a la Universidad Nacional de Loja. Es el jardín más antiguo del país. Fundado en 1949 por el Dr. Espinoza, botánico que se dedicó a estudiar sobre la flora en el sur del país. Poseen condiciones favorables para el crecimiento de diversas plantas, que permite el estudio y aprendizaje de las mismas.



- **Parque Nacional Podocarpus**

Aproximadamente abarca 144.933 hectáreas. Dado su nombre por el árbol de romerillo, cuyo nombre científico es el Podocarpus. Es uno de los once parques nacionales del país, está ubicado entre las provincias de Loja y Zamora Chinchipe, a las afueras la ciudad de Loja.

Ha sido reconocido en varias ocasiones como el jardín botánico de América debido a su

extensa diversidad de ecosistema. Se registran más de 560 especies en esta región y una amplia red hidrográfica: cascadas, ríos y lagunas. La mejor época para visitarlo es de octubre a diciembre.



- **El Valle de Malacatos**

Está a 33 km de ciudad de Loja. Famoso por su agua ardiente, tiene atractivos paisajes, naturaleza, frutos, cañaverables. Es un sitio de descanso.



- **Plaza San Sebastián**

Ubicada en el centro de la ciudad de Loja, donde se levanta una torre de 32 metros de altura, en cuya cumbre se encuentra un reloj con cuatro esferas, y en su esfera encontramos cuatro relieves, que indican los hechos más sobresalientes de la historia de Loja. La plaza está adornada por construcciones de estilo colonial, con amplios portales, y balcones de madera tallada.



- **Puertas de La Ciudad**

Ubicada en Av. Gran Colombia. Se encuentra iluminada con lámparas tipo colonial. El turista puede visitar cuatro exposiciones temporales. Su puerta es la de un llamativo castillo, por la que los vehículos que ingresan a la ciudad y atraviesan el Río Malacatos. Sus edificaciones se mantienen intactas gracias a estrictas políticas de conservación que se han instaurado.



- **Plaza Central**

En la parte central se levanta su monumento en honor al benefactor del colegio que lleva su nombre Bernardo Valdivieso. Le rodean: La Iglesia Catedral, el edificio del Consejo Provincial, la casa Episcopal, el palacio Municipal, la casa de la Gobernación y el Banco Central.



- **Museo de la Música**

Inaugurado el 7 de septiembre de 2004. Se refleja la historia de la cuna de la música, artes, y música. Relata la vida de los más ilustres músicos a través de sus obras, instrumentos y pertenencias. En síntesis, el Museo de la Música fortalece el potencial cultural de Loja.



- **Museo de la Arqueología y Lojanidad**

Cuenta con siete salas de exhibición en las que se encuentran piezas de las diferentes culturas ecuatorianas, fotografías de Loja antiguo, cerámicas e instrumentos artesanales. En el primer piso mantiene exposiciones temporales, y cada mes tiene lugar un concierto.



- **Parque Jipiro**

En el idioma Palta, Jipiro significa descanso. Cuenta con más de 10 hectáreas, se puede observar como la creatividad humana aprovecha la flora, fauna y la arquitectura para recrear diversas civilizaciones y ofrecer un acogedor parque náutico. Uno de los puntos principales son los nueve Troncos etno-culturales representados con réplicas de las más destacadas expresiones arquitectónicas y las facetas etno - culturales de la humanidad.



- **Calle Lourdes**

Constituye un atractivo lugar turístico, formada por un conjunto de casas de la época colonial. Se encuentra cerca de la Plaza San Sebastián. Esta calle es famosa por su alta concurrencia en las noches, y su principal actividad son las ventas de artesanías.



- **Plaza San Francisco**

Es una pequeña plaza rodeada por la iglesia y convento de los franciscanos. Situada en Simón Bolívar y Cristóbal Colón. Elemento principal de la ciudad de Loja, atrayente por su calma y espacios de recreación.



Datos Importantes

Acorde al Barómetro Turístico de Ecuador (2011), el país recibe el 0,1% de los turistas de todo el mundo, en comparación con Francia que es el 9%. A nivel latinoamericano, recibe el 20% del turismo, en balance a México que recibe el 40%. Además, el turismo representa el 1,5% de PIB, versus República Dominicana donde representa el 18%.

Ecuador está en el puesto 96 en el ranking de competitividad en turismo, Suiza es el primero. Entre las ciudades más visitadas de Ecuador, Loja únicamente recibe el 2%. Ninguna de las áreas naturales de la Región Sur se encuentra entre las más visitadas por turistas nacionales y extranjeros. De los turistas de la provincia de Loja el 88% son nacionales y más del 50% de los turistas internos provienen de provincias vecinas. Los puntos más sobresalientes del cantón: Valle Vilcambamba, el Santuario del Cisne y el Parque Podocarpus se encuentran a las afueras de la ciudad de Loja.

1. EL PROBLEMA

Antecedentes

El Ministerio de Turismo del Ecuador realizó en el año 2011 una investigación sobre turismo receptor e interno. La investigación proporciona una cuantificación de variables del turismo interno y de éstas son relevantes los resultados sobre motivación de viajes, actividades realizadas y medios de información que influyeron en la elección de destino.

Estos resultados permiten conocer las preferencias y características de mayor relevancia para el turista nacional, que influyen en su decisión de destino.

Los resultados sobre motivo de viaje mostraron:



Fuente: Ministerio de Turismo 2011

El principal motivo de viaje es la visita a familiares y amigos con 46,31%. Seguido de las vacaciones, recreo y ocio con un 33,14%.

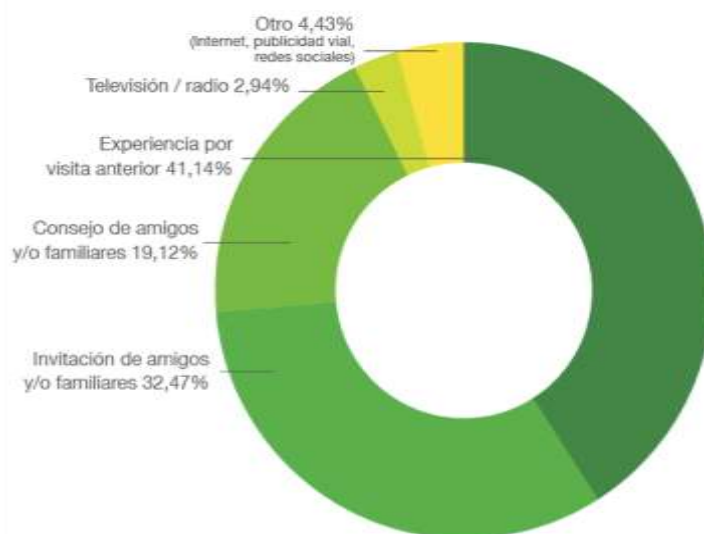
Las actividades en términos generales que buscan realizar los turistas nacionales son de Sol y Playa el 51,0% mientras que el 26,0% viaja en busca de actividades de turismo cultural.

Actividades realizadas



Fuente: Ministerio de Turismo 2011

En cuanto a otros medios que influyen en la elección de destino predomina la anterior experiencia de visita y la invitación por parte de familiares y amigos.



Fuente: Ministerio de Turismo 2011

Más específicamente 57,8% de cuencanos, 36,2% de quiteños y 45,9% de ambateños deciden su destino de viaje según la experiencia de una visita anterior. Para 52,7% de guayaquileños, la razón que prima en la decisión del destino de viaje es la invitación de amigos/familia.

Los análisis realizados para la publicación Barómetro de Turismo Vol. 1 determinaron que en el periodo junio y agosto (periodo de viajes alto para la Sierra y bajo para la Costa) las ciudades con mayor emisión de visitantes fueron Quito (23%), Guayaquil (22%), Cuenca (8%), Ambato (4%), Machala (2%) y Manta (2%) respecto al total de viajes realizados. Adicionalmente, los principales destinos visitados por estos turistas fueron: Guayaquil, Baños, Atacames, Quito, Salinas, Puyo, Playas, Loja, Ambato, Cuenca, Manta, Gualaceo, Portoviejo, Tonsupa, Machala y Esmeraldas; concentrando el 50% de los viajes que realizó la población urbana.

Además se dio a conocer los principales motivos por los que parte de la población urbana no se desplaza. “Los factores principales por los que una fracción de hogares del área urbana no se han desplazado en el periodo de análisis son el económico y laboral; entre junio y agosto, las cifras revelan el 47% y 24% respectivamente” (Ministerio de Turismo, 2011). La dificultad de programación del tiempo es un factor determinante para quienes no viajan por trabajo y nace la necesidad de establecer y promocionar los feriados con incluso un año de anticipación.

En los últimos 4 años el turismo interno ha incrementado debido a la mejora de la calidad de la oferta turística, además del desarrollo de estrategias de promoción nacional e internacional del destino turístico Ecuador. “En el 2011 las cifras evidencian un incremento en el número de ciudadanos que visitan la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, se contabilizaron algo más 10 millones de viajes” (Ministerio de Turismo, 2012). Sin embargo, aunque el turismo interno va en crecimiento, Loja tiene una demanda nacional muy baja de apenas 2.5% (2011). Esto señala que Loja tiene una débil presencia turística en el país y que necesita ser impulsada y desarrollada. Además, Loja no se encuentra dentro de las principales preferencias que el turista nacional tiene al hacer turismo interno, por lo tanto, es imperante que Loja desarrolle una estrategia de impulso y dé motivo a los ecuatorianos de visitar su cantón.

1.2 Definición del problema

A pesar de contar con una variedad de atractivos culturales y naturales, el cantón Loja mantiene una débil presencia como destino turístico nacional. Se encuentra fuera de las principales preferencias del turista nacional y es opacado por otros destinos nacionales, sobre todo por las principales ciudades del país.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Conocer la percepción que existe sobre el cantón Loja como destino turístico, elementos de carácter atractivo y los factores que motivan la no visita al cantón.

1.3.2 Objetivos específicos

Obtener información indicativa de la situación del cantón como destino turístico e identificar factores útiles para la construcción de una identidad turística.

Proporcionar información de carácter publicitario que contribuya a la elaboración de un plan de impulso del cantón Loja como atributo turístico del Ecuador.

2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo no experimental, sin manipulación intencional de variables independientes o dependientes; de carácter transversal y orientación concluyente, con recolección de información en un lapso de tiempo corto. La recolección de datos se realizó mediante técnicas cuantitativas a través de encuestas.

2.1 Población de estudio

La investigación busca conocer la percepción que el turista nacional tiene sobre Loja como destino turístico. Se seleccionó a Guayaquil para realizar el estudio al ser una de las principales ciudades emisoras de turistas, con número poblacional: 2,291 millones de habitantes (2010).

En base al perfil del turista ecuatoriano que más viaja dentro del país se conoce que predominan edades entre 21 y 45 años y los profesionales. Estos corresponden al 65.4% de la población que está entre las edades de 15 a 64 años; al 1,1 millones de personas que son parte de la PEA (población económicamente activa); y al 57,7% que conforman la tasa de ocupación plena en Guayaquil (ocupados que trabajan mínimo la jornada legal de trabajo y tienen ingresos superiores al salario unificado legal). Esto hace que la población de estudio sea de carácter infinito.

2.2 Selección de muestra

A continuación se presenta la fórmula para calcular la muestra de una población infinita.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e^2}$$

Donde n representa al tamaño de la muestra; z el nivel de confianza de la investigación, en este caso es del 90% (1.65); las variables p y $(1-p)$ equivalen a la probabilidad de que el evento suceda o no suceda, respectivamente, con 50% de posibilidad en ambos casos; y la variable e representa el margen de error permitido cuyo valor es del 5% (0.05).

En este estudio, la fórmula dio como resultado el valor de 272,25. Al considerar solo números enteros, el valor final de la muestra se estableció en 272 personas.

2.3 Técnica de recolección de datos

Como técnica de recolección de datos se creó un cuestionario de nueve preguntas cerradas con el objetivo de medir el nivel de reconocimiento del cantón Loja como destino turístico y la percepción de este por parte de habitantes de la ciudad de Guayaquil, que hayan visitado o no el cantón (ver anexo).

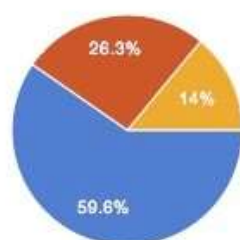
Se utilizó la aplicación de formularios de la herramienta digital Google Drive para realizar el cuestionario y se lo diseñó de forma que las preguntas variaban en base a la respuesta del encuestado sobre si había o no visitado el cantón Loja en alguna ocasión. El formulario se envió vía Internet, a través correo electrónico y celulares inteligentes, durante las dos primeras semanas del mes de Agosto 2015.

3. INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Resultados de la encuesta a los ciudadanos de Guayaquil

Gráfico N° 1

Edad



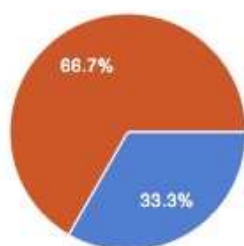
Entre 21-29	170	59.6%
Entre 30-38	75	26.3%
Entre 39-45	40	14%

Elaborado por: autores

La pregunta edad fue una pregunta filtro para asegurar que el encuestado era parte del grupo poblacional determinado, según el perfil del turista que más viaja dentro del país. De un total de 285 encuestados, el 59.6% oscilaba entre las edades de 21 a 29 años, el 26.3% entre las edades de 30 a 38 años y el 14% entre 39 a 45 años. Estos rangos edades fueron escogidos para incluir concretamente a ciudadanos con carreras profesionales en inicio y/o desarrollo, además de personas con título profesional y ocupación estable, con interés de viaje y capacidad de solventar gastos. Para realizar la encuesta se acudió específicamente a lugares de estudio universitario y centros de trabajo.

Gráfico N° 2

¿Ha visitado el cantón Loja en alguna ocasión?



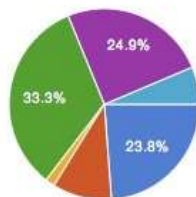
Sí	95	33.3%
No	190	66.7%

Elaborado por: autores

Del total de 285 encuestados, 190 personas negaron haber visitado el cantón Loja, lo que corresponde al 66.7% de las respuestas. Mientras, 95 personas afirmaron haberlo hecho, lo que equivale al 33.3%. En los datos se puede apreciar un bajo porcentaje de viajes de los ciudadanos de Guayaquil hacia el cantón.

Gráfico N° 3

¿Por qué razón no ha visitado el cantón Loja?



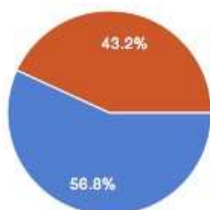
Distancia	45	23.8%
Dificultad de transporte	19	10.1%
Desagrado por el clima	3	1.6%
Falta de interés	63	33.3%
Poco conocimiento sobre el lugar	47	24.9%
Otras razones	12	6.3%

Elaborado por: autores

De los encuestados que respondieron no haber visitado alguna vez el cantón Loja, el 33.3% expresó no haberlo hecho debido a falta de interés, seguido por el 24.9% que mencionó no hacerlo por tener poco conocimiento sobre el lugar y el 23.8% enunció como razón la distancia. Los datos demuestran que predomina una falta de información e inspiración para motivar las visitas al cantón.

Gráfico N° 4

A pesar de no haber visitado, ¿ha escuchado de algún atractivo turístico del cantón Loja?



Sí	108	56.8%
No	82	43.2%

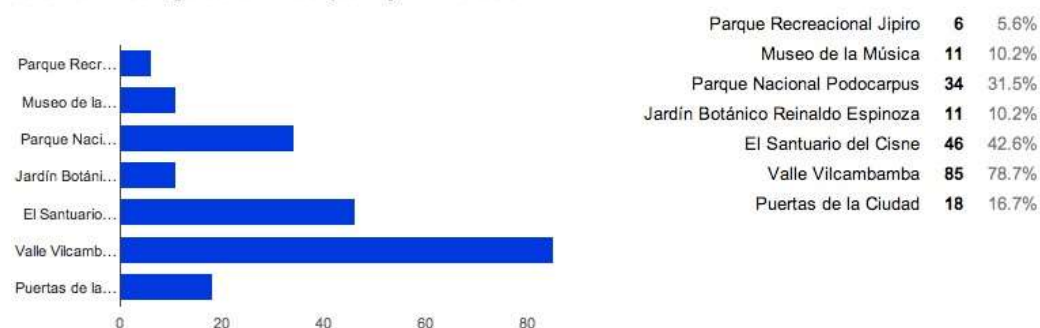
Elaborado por: autores

Dentro del total de 190 personas que no han visitado el cantón Loja, 108 encuestados afirmaron tener conocimiento de algún atractivo del lugar, que corresponde al 56.8% de respuestas. Por otro lado, 82 encuestados respondieron no haber escuchado sobre atractivo alguno, lo que representa al 43.2%. Los resultados demuestran que si bien la

mayor parte de los ciudadanos de Guayaquil sí reconocen algún atractivo del cantón, el porcentaje de personas que no reconoce atractivo alguno es de un valor medianamente alto.

Gráfico N° 5

Seleccione los lugares sobre los que haya escuchado

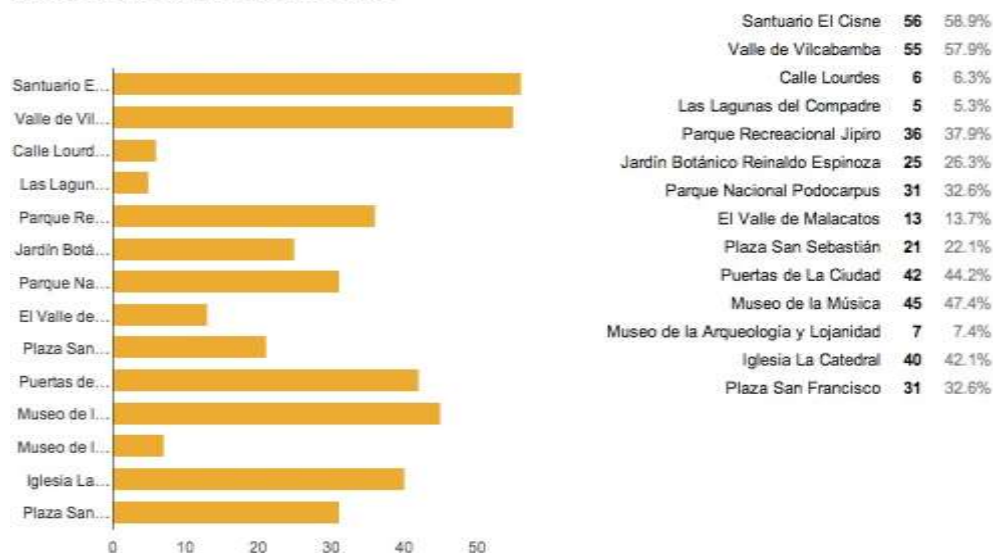


Elaborado por: autores

De los 108 encuestados que afirmaron tener conocimiento de algún atractivo del lugar, los atractivos con mayor reconocimiento fueron: el Valle Vilcabamba con 78.7%, seguido por el Santuario del Cisne con un 42.6% y finalmente el Parque Nacional Podocarpus con un 31.5%.

Gráfico N° 6

¿Cuáles de estos lugares del cantón visitó?

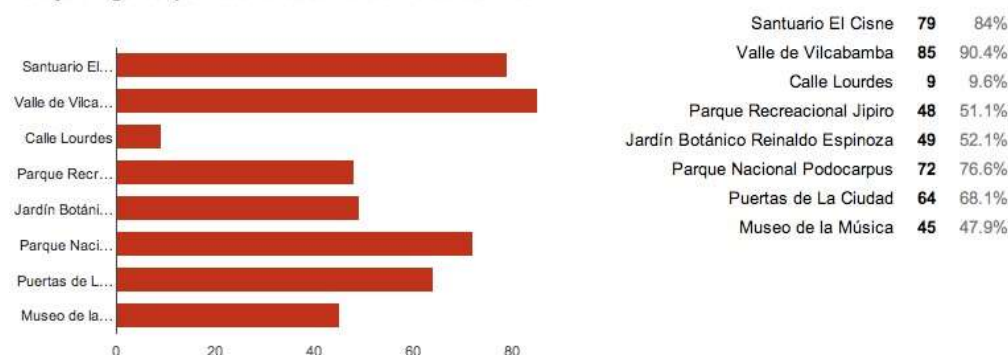


Elaborado por: autores

Por parte de aquellos que afirmaron haber visitado el cantón alguna vez, del total de 95 personas, los lugares con visitas más significativas fueron: el Santuario del Cisne con un 58.9% de respuestas, que corresponde a 56 personas; el Valle Vilcabamba con un 57.9%, que representa a 55 personas; el Museo de la Música con el 47.4%, visitado por 45 personas; las Puertas de la Ciudad con un 44.2%, es decir 42 visitas; y los Parques Jipiro y Podocarpus con un 37.9% y 32.6% de respuestas, respectivamente, que corresponde a 36 visitas a Jipiro y 31 visitas a Podocarpus.

Gráfico N° 7

Escoja 5 lugares que reconozca como los más atractivos



Elaborado por: autores

El total de 95 visitantes escogió, a su criterio, los lugares que reconocía como los más atractivos del cantón. Los 5 lugares con mayor cantidad de respuestas fueron: el Valle Vilcabamba con un 90.4%, que equivale a 85 respuestas; el Santuario El Cisne con un 84%, es decir 79 respuestas; el Parque Podocarpus con un 76.6%, que corresponde a 72 respuestas; las Puertas de la Ciudad con 68.1%, escogidas por 64 personas; y finalmente el Jardín Botánico R. Espinoza con el 52.1%, 49 respuestas; pero seguido de cerca por el Parque Jipiro con el 51.1%, es decir 48 respuestas.

Gráfico N° 8

¿Cómo percibe al cantón Loja?

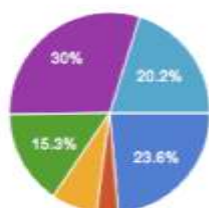


Elaborado por: autores

Esta pregunta se realizó a quienes afirmaron haber visitado el cantón Loja (95 personas) y a quienes no lo han visitado pero afirmaron tener conocimiento de algún atractivo del lugar (108 personas). Con esta pregunta se buscó conocer la percepción general de los encuestados sobre el cantón Loja; discernir la imagen que predomina más sobre el cantón. La percepción de Loja como *espacio de atractivos naturales* obtuvo el mayor número de respuestas con el 53.5%, es decir 108 elecciones.

Gráfico N° 9

¿Con cuál de los siguientes calificativos asocia más al cantón Loja?



Valle de Vida	48	23.6%
Llanura risueña	7	3.4%
Valle de la poesía	15	7.4%
Tierra de Música y Arte	31	15.3%
Valle de paz	61	30%
Valle de Naturaleza	41	20.2%

Elaborado por: autores

A este mismo grupo de personas se preguntó acerca de un adjetivo calificativo que se pueda asociar al cantón y a la percepción que tienen de este. Los calificativos con mayor número de respuestas fueron: *Valle de Paz* con 61 respuestas, que equivale al 30% del total; seguido de *Valle de Vida* con 48 respuestas, es decir un 23.6%; y finalmente, *Valle de Naturaleza* con 41 respuestas, que representa al 20.2%.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al conocer que un gran porcentaje expresó no haber visitado el cantón Loja, se concluye que hace falta incrementar las visitas al lugar, específicamente por parte de los ciudadanos de Guayaquil. Además se puede interpretar, a partir de las principales razones por las que los encuestados no visitan el cantón, que existe una carencia de promoción y comunicación del cantón Loja como destino turístico, que hace falta generar motivos de visita, inspirar más curiosidad por el lugar y dejar al descubierto su variedad de atractivos. Es necesario trabajar en contrarrestar la ignorancia, que aún se evidencia, sobre el cantón Loja como destino.

La popularidad de aquellos lugares que más se reconocen como atractivos turísticos, Vilcabamba, Santuario del Cisne y Parque Nacional Podocarpus; necesita ser aprovechada e incluida en la promoción total del cantón Loja. El peso de reconocimiento que estos lugares tienen de forma individual, puede ayudar a impulsar la imagen turística del cantón. De manera que sean representados como parte de una miríada de atractivos únicos.

Adicionalmente, se necesita definir un calificativo turístico como parte de la identidad del cantón Loja. El lugar cuenta con variedad de características claves e históricas relacionadas al arte, música y poesía. A estas características se puede añadir parte de las percepciones más fuertes que los turistas tienen del lugar, en gran parte se distinguen los atractivos naturales y culturales, con asociaciones a una imagen de un valle de vida y paz. A partir de estas referencias, se recomienda crear un calificativo común que permita identificar al cantón Loja de manera única frente a otros destinos turísticos.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Loja. (n.d.). *Loja*. Recuperado Julio 2015, de https://www.loja.gob.ec/files/image/dependencias/Turismo/mapa_turistico_loja.pdf
- Castellanos, M. L. (n.d.). *Revista Gestión*. Recuperado Julio 2015, de http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf
- Ministerio de Turismo. (2011). *BARÓMETRO TURÍSTICO DE ECUADOR Volumen No. 1*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2012). *Ministerio de Turismo del Ecuador INFORME DE GESTIÓN*. Quito: MINTUR.
- Ministerio de Turismo. (2012). *Ministerio de Turismo*. Recuperado Julio 2015, de <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2012, Octubre 23). *Ministerio de Turismo*. Recuperado Agosto 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/el-turismo-interno-en-el-ecuador- aporta-1-100- millones-de-dolares-a-la-economia-3/>
- Universidad Nacional de Loja. (2013, Enero). Recuperado Julio 2015, de <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/851/1/Perfil%20territorial%20LOJA>.