

Patrimonio cultural material y demanda turística, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi

*Cultural heritage material and tourist demand, canton Latacunga,
province of Cotopaxi*

- ¹ Marco Vinicio Viracocha Lema  <https://orcid.org/0000-0003-0812-9282>
Carrera Gestión Turística y Hotelera, Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH),
Riobamba, Ecuador.
mviracocha.figt@unach.edu.ec
- ² Renato Hernán Herrera Chávez  <https://orcid.org/0000-0002-6816-7945>
Carrera de Turismo, Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH), Riobamba, Ecuador.
rherrera@unach.edu.ec
- ³ William Marco Samaniego Erazo  <https://orcid.org/0000-0002-7968-8244>
Carrera de Turismo, Universidad Estatal de Bolívar. Guaranda, Ecuador.
wsamaniego@ueb.edu.ec



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 07/02/2023

Revisado: 15/03/2023

Aceptado: 03/04/2023

Publicado: 05/05/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i2.2545>

Cítese:

Viracocha Lema, M. V., Herrera Chávez, R. H., & Samaniego Erazo, W. M. (2023).
Patrimonio cultural material y demanda turística, cantón Latacunga, provincia de
Cotopaxi. *ConcienciaDigital*, 6(2), 115-136.
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i2.2545>



CONCIENCIA DIGITAL, es una revista multidisciplinar, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://concienciadigital.org>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Palabras**claves:**

Patrimonio cultural material, Turismo, Patrimonio, Demanda turística, Turismo cultural.

Keywords:

Material cultural heritage, Tourism, heritage, Tourist demand, Cultural tourism.

Resumen

Introducción. Latacunga, es un cantón lleno de historia, tradición y cultura que enamora a propios y extraños por su riqueza patrimonial material e inmaterial, con un gran potencial del turismo cultural-patrimonial. **Objetivos.** El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el patrimonio cultural material y su influencia con la demanda turística. **Metodología.** El diseño de la investigación empleado es no experimental, transversal; de tipo documental, de campo, descriptiva y de carácter correlacional. La validación del instrumento de investigación a través de alfa de Cronbach, cuestionarios bajo la escala de Likert, la unidad de análisis de investigada fue a 40 prestadores de servicios turísticos y 276 turistas. En el software SPSS, con chi cuadrado, se comprobó las hipótesis. **Resultados.** Se demuestra la influencia significativa entre el patrimonio cultural material y la demanda turística. A su vez se describen y caracterizan las dimensiones relacionadas a los bienes muebles; bienes inmuebles; bienes arqueológicos; producto turístico; motivación; turistas. **Conclusiones.** Existe una influencia significativa entre el patrimonio cultural material y la demanda turística. **Área de la ciencia.** Turismo cultural.

Abstract

Introduction. Latacunga, is a canton full of history, tradition and culture that makes locals and strangers fall in love with its material and immaterial heritage wealth, with immense potential for cultural-heritage tourism. **Objective.** The objective of this research work is to analyze the tangible cultural heritage and its influence on the tourist demand. **Methodology.** The research design used is non-experimental, cross-sectional, of a documentary, field, descriptive and correlational nature. The validation of the research instrument through Cronbach's alpha, questionnaires under the Likert scale, the researched analysis unit was forty tourism service providers and 276 tourists. In the SPSS software, with chi square, the hypotheses were verified. **Results.** The considerable influence between tangible cultural heritage and tourist demand is demonstrated. At the same time, the dimensions related to movable property are described and characterized; property; archaeological goods; tourist product; motivation; tourists. **Conclusions.** There is a major influence between tangible cultural heritage and tourism demand. **Science area.** Cultural tourism.

Introducción

Latacunga, conocida como "Pensil de los Andes", "La tierra de los Maschas", "Latacunga Romántica" y la "Ciudad de León" es un cantón lleno de historia, tradición y cultura que enamora a propios y extraños, custodiada por el anciano de las nieves, el gran coloso Volcán Cotopaxi. El principal problema que existe es la limitada demanda turística dentro del cantón Latacunga, la escasa planificación por parte de las entidades responsables ha permitido que no se aprovecha debidamente el patrimonio cultural material del cantón, permaneciendo inaccesible (iglesias, casas patrimoniales) y en algunos casos en deterioro (museos, bibliotecas y plazas patrimoniales) por deficiencias de gestión, lo que con los pasos de los años ha permitido que el poblador local no conozca parte de su historia y cultural. La afectación en la conservación de estos bienes se ha dado por la emigración de los alfareros, tejeros y artesanos calificados hacia otras provincias, así como la pérdida de calidad de los productos artesanales como la arcilla vidriada para pisos, techos, apliques de paredes, ladrillos, y que han sido reemplazados por productos industriales lo que con el paso de los años ha generado la pérdida de identidad cultural. Por lo que en la presente investigación se planteó como objetivos determinar de qué manera influyen el patrimonio cultural material y la demanda turística. Como la influencia de las dimensiones de bienes muebles, inmuebles, bienes arqueológicos con respecto a la demanda turística, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi. A su vez los resultados de los indicadores de cada una de las dimensiones de las dos variables y las conclusiones (Viracocha & Herrera, 2022).

Metodología

El diseño de la investigación fue no experimental, transversal, el tipo de investigación fue documental, de campo, descriptiva y de carácter correlacional con el objeto de analizar la relación que existe entre las dos variables de estudio patrimonio cultural material y demanda turística en el cantón Latacunga en base a la problemática encontrada, tales como la limitada demanda turística que llega al cantón, los escasos procesos de planificación y conservación del patrimonio cultural material, a través de la operacionalización de las variables se define los indicadores referentes al estudio. Previo a su aplicación, se procedió a validar el instrumento de investigación a través de expertos obteniéndose un nivel de confiabilidad de alfa de Cronbach excelente en el primer cuestionario de 0,907 y muy bueno en el segundo 0,881, para posteriormente realizar la investigación en campo. Cuestionarios que estuvieron conformados por 14 y 12 preguntas bajo la escala de Likert. La muestra de la unidad de análisis de la variable independiente la constituyeron 40 prestadores de servicios turísticos del cantón Latacunga y de la variable dependiente fueron 276 turistas nacionales que llegan al cantón. Con la aplicación del Chi cuadrado de Pearson, se extrajeron los resultados referentes a la prueba de hipótesis para su respectivo análisis y toma de decisiones.

Hipótesis General

H1: Existe influencia significativa entre el patrimonio cultural material y la demanda turística, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

H0: No existe influencia significativa entre el patrimonio cultural material y la demanda turística, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Nivel de Significancia. $\alpha = 0,05$

Prueba Estadística Chi Cuadrado

Tabla 1

Prueba de chi-cuadrado Hipótesis General

	Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	24,029 ^a	9	,004
Razón de verosimilitud	12,455	9	,189
Asociación lineal por lineal	,153	1	,695
N de casos válidos	40		

Nota: SPSS Encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos 2022

Fuente: Viracocha & Herrera (2022)

Decisión: el resultado del nivel de significación asintótica obtenido es de $0,004 < \alpha = 0,05$, se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0), se puede decir que, si existe relación entre el Patrimonio Cultural Material y la demanda turística del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Hipótesis Específica 1

H1: Existe influencia significativa entre los bienes muebles y la demanda turística, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

H0: No existe influencia significativa entre los bienes muebles y la demanda turística, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Nivel de Significancia. $\alpha = 0,05$

Prueba Estadística Chi Cuadrado

Tabla 2
Prueba de chi-cuadrado Hipótesis específica 1

	Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	14,194 ^a	9	,116
Razón de verosimilitud	15,054	9	,089
Asociación lineal por lineal	,094	1	,760
N de casos válidos	40		

Nota: Encuesta SPSS

Fuente: Viracocha & Herrera (2022)

Decisión: el resultado del nivel de significación asintótica obtenido es de $0,116 > \alpha = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0), es decir que no existe relación entre los bienes muebles y la demanda turística del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Hipótesis Específica 2

H1: Existe influencia significativa entre los bienes inmuebles y la demanda turística, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

H0: No existe influencia significativa entre los bienes inmuebles y la demanda turística, cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Nivel de Significancia. $\alpha = 0,05$

Prueba Estadística Chi-Cuadrado
Tabla 3
Prueba de chi-cuadrado Hipótesis específica 2

	Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	8,246 ^a	9	,510
Razón de verosimilitud	10,269	9	,329
Asociación lineal por lineal	,082	1	,774
N de casos válidos	40		

Nota: Encuesta SPSS

Fuente: Viracocha & Herrera (2022)

Decisión: el resultado del nivel de significación asintótica obtenido fue de $0,510 > \alpha = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0),

es decir que no existe relación entre los bienes inmuebles y la demanda turística del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Hipótesis Específica 3

H1: Existe influencia significativa entre los bienes arqueológicos y la demanda turística del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

H0: No existe influencia significativa los bienes arqueológicos y la demanda turística del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Nivel de Significancia. $\alpha = 0,05$

Prueba Estadística Chi-Cuadrado

Tabla 4

Prueba de chi-cuadrado Hipótesis específica 3

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	9,698 ^a	12	,642
Razón de verosimilitud	11,239	12	,509
Asociación lineal por lineal	,510	1	,475
N de casos válidos	40		

Nota: Encuesta SPSS

Fuente: Viracocha & Herrera (2022)

Decisión: el resultado del nivel de significación asintótica obtenido fue de $0,642 > \alpha = 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0), es decir que no existe relación los bienes arqueológicos y la demanda turística del Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Resultados

El patrimonio cultural material que posee el cantón Latacunga tiene un gran valor histórico y cultural muy importante que permite conocer parte de la historia de este pueblo los mismo que cuentan historias, cultura y tradición de este pueblo. Hoy en día el ámbito material no es aprovechado del todo por de las entidades encargadas que nos permitan crear productos enfocados al ámbito cultural. Con base en los resultados obtenidos, hay un gran porcentaje de la población que está de acuerdo que se realicen acciones y las misas que nos permitan crear productos innovadores dentro del ámbito cultural y el mismo que nos permita aprovechar los bienes culturales como un recurso turístico para la llegada de turistas. De la misma manera el estudio estableció la importancia de promover desde la academia la creación de productos de turismo cultural permitan

conservar y promocionar este tipo de bienes culturales, para lo cual se consideraron las siguientes variables, dimensiones e indicadores:

Tabla 5

Operacionalización

Variables	Dimensiones	Indicadores
Independiente. Patrimonio Cultural Material	Bienes Muebles	Pintura Escultura Objetos de Metal Arquitectura Civil
	Bienes Inmuebles	Arquitectura Religiosa Parques y Plazoletas Patrimoniales Yacimiento Monumental
	Bienes Arqueológicos	Yacimiento Superficial Colecciones.
	Producto Turístico	Actividades turísticas Facilidades turísticas Destino turístico
Dependiente Demanda Turística.	Motivación	Interés Atención al cliente Atractivos turísticos Satisfacción
	Turistas	Servicios de calidad Estadía

Fuente: Viracocha & Herrera (2022)

Conceptualizaciones de la variable independiente (Patrimonio Cultural Material)

Para nuestra investigación es necesario estudiar los indicadores con las que cuentan la dimensión de la variable independiente, de esta manera poder analizarla y comprender de mejor manera los siguientes conceptos.

Patrimonio Cultural: según Muriel (2016), modelo genérico para aludir a

determinadas prácticas de conservación y promoción de aquello que puede considerarse como lo nuestro o que se utiliza para referirse a lo que culturalmente nos define como pueblo, comunidad o sociedad.

Patrimonio Cultural Material: el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC, 2011), es la herencia tangible de los pueblos ancestrales. Lastimosamente, estos bienes patrimoniales son susceptibles de deterioro por las condiciones inherentes a ellos o por factores externos que afectan su integridad física.

Bienes Muebles: INPC (2011), los define como aquellos objetos producidos por el ser humano como testimonio de un proceso artístico, científico, documental, etc. Se los llama

así porque son objetos susceptibles de ser movilizados y su clasificación varía de acuerdo con las legislaciones propias de cada región o país.

Bienes Inmuebles: Acevedo (2014), indica que los bienes inmuebles son cuentan con valores culturales excepcionales, representativos de determinadas épocas del desarrollo de la ciudad y que es necesario conservar como parte de la memoria cultural de los habitantes.

Bienes Arqueológicos: INPC (2011), define a los bienes arqueológicos a aquellos vestigios u objetos más antiguos, que fueron dejados por las antiguas civilizaciones que ocuparon Ecuador, antes de la llegada de los europeos. Este tipo de bienes pueden encontrarse aislados o agrupados y corresponden a un asentamiento simple o complejo.

Pintura: Del Barrio (2009), argumenta que la pintura es un arte de representación de dos dimensiones donde se aplica una variedad de pigmentos naturales o también denominados colores sobre una superficie plana este puede ser papel, lienzo entre otros materiales de soporte.

Escultura: según el INPC (2011), define a las esculturas a todas las imágenes que fueron talladas en diferentes materiales tales como madera, piedra, yeso, metal, hueso entre otros son de gran valor cultural y simbólico estas esculturas se las pueden encontrar en iglesia y museos relacionadas al contexto religioso.

Objetos de Metal: para el Ministerio Coordinador de Patrimonio (2012), son objetos trabajados en metales, mediante procesos como fundición o forja para moldearlos y darles forma, por ejemplo: cerraduras, puertas, verjas, enrejados, campanas, etc., y a la orfebrería, que es arte de trabajar artesanalmente objetos de oro, plata u otros metales preciosos como copones, custodias, cálices, mariolas, frontales, coronas, joyas, objetos de filigrana, etc.

Arquitectura Civil: Lusa (2004), define que es el conjunto de edificaciones que fueron construidas con materiales propios de la localidad como la piedra, adobe, caliza y el ladrillo forman parte del casco de un centro histórico son de valor histórico, social y cultural.

Arquitectura Religiosa: Shan (2015), argumenta que es el conjunto de edificaciones de carácter religioso de gran valor artístico, histórico y simbólico que se encuentran ubicados en los cascos históricos debido a su importancia dentro de la traza urbana y como referentes de la vida social en estos espacios urbanos.

Parques y Plazas Patrimoniales: Lleras et al. (2018), define que son espacios públicos por excelencia de América Latina, su trazado inicial era un cuadrado o

rectángulo que sirvió de centro para el trazado de la ciudad colonial, a su alrededor se ubica la iglesia, el cabildo y las casas de las familias más notables del pueblo.

Yacimiento Monumental: INPC (2011), lo define como espacio de valor histórico el cual presenta evidencias arquitectónicas construidas por nuestros antepasados diseñadas en la parte superficial o el subsuelo, como muros, montículos, tolas o modificaciones de cimas.

Yacimiento Superficial: Muñoz & Tomay (2020), argumenta que el yacimiento superficial es considerado como un espacio sin una construcción arquitectónica lo cual es formado en suelo o aire libre, hace referencia a todos los restos cerámicos, líticos y óseos en superficie o registrados durante las excavaciones que se realizaron años atrás por expertos.

Colecciones: Marchegiani et al. (2020), define a las colecciones como aquellos objetos que fueron construidos años atrás por nuestros antepasados empleando materiales tales como la cerámica, metal y piedra a esta categoría pertenecen los artefactos líticos, sellos escarbados, fragmentos cerámicos y calcos.

Conceptualizaciones de la variable independiente (Demanda Turística)

Demanda Turística: López et al. (2019), define a la demanda turística como el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades. La definimos como una cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento y un precio determinado.

Producto Turístico: Martínez (2017), menciona que el producto turístico comprende un conjunto de elementos como el paisaje, las empresas, las infraestructuras, los equipamientos, el entorno social, el patrimonio, etc.

Motivación: Berardi (2015), define a la motivación como una serie de deseos, necesidades, impulsos y esfuerzos por satisfacer un deseo o meta que tenga una persona.

Turistas: Francesch (2004), define a los turistas como aquellas personas que viajan a un destino fuera de su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar realizando actividades turísticas.

Actividades Turísticas: Damian & Suárez-Barraza (2015), lo define como un factor primordial para atraer turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio residencial, se encuentran relacionadas con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos.

Facilidades Turísticas: Sammarchi (2001), define a las facilidades turísticas a aquellas que colaboran en la generación de nuevos productos turísticos, los mismos que posibilitan la permanencia del turista en determinado lugar determinado y cuyo objetivo es que el cliente consuma los productos y servicios de dicho lugar.

Destino Turístico: De San Eugenio (2012), define que un destino turístico inteligente debe ser un territorio inteligente para constituir un conjunto de conocimientos pluridisciplinarios que aseguren un uso sostenible del territorio en la vertiente ambiental, económica y social.

Interés: Padrón-Ávila & Hernández-Martín (2017), define que son los puntos de interés turístico contienen los lugares de un destino al que se dirigen los turistas para poder disfrutar de actividades turísticas, lo cual genera una serie de desplazamientos por parte de los visitantes dentro de dicho destino.

Atención al cliente: Arenal (2019), define a la atención al cliente como un servicio que es brindado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y anticiparse a la satisfacción de sus clientes.

Atractivos Turísticos: Sandoval-Guerrero (2021), define a los atractivos turísticos como un conjunto de lugares, bienes tanto naturales y manifestaciones culturales, por sus características únicas y esenciales permiten el desplazamiento de turistas nacionales y extranjeros a estos sitios de interés.

Satisfacción: Moral-Moral (2021), menciona que la satisfacción es una acción primordial al generar productos y servicios que cubran las necesidades que tengan los turistas durante su visita.

Servicios de Calidad: Espinoza & Vallejos (2021), define a los servicios de calidad como una construcción en la mente de los usuarios o de los consumidores, de un servicio y se basa en el conocimiento de las necesidades de los clientes y en exceder las expectativas o esperanzas que tienen los usuarios de un determinado servicio. La calidad de servicio tiene una relación directa con la satisfacción del cliente.

En la tabla 6, se detalla la variable independiente patrimonio cultural material en donde se describen y caracterizan las dimensiones relacionadas a los bienes muebles; bienes inmuebles; bienes arqueológicos; producto turístico; motivación; turistas.

Tabla 6

Interpretación de los resultados de la variable independiente: Patrimonio Cultural Material

N°	Ítems	Interpretación
DATOS GENERALES		
a)	¿Cuál es su sexo?	Se puede observar que el 57,50% son de género femenino y el 42,50% es de género masculino. A partir de nuestros resultados se puede concluir que el mayor porcentaje de los encuestados son de género femenino.
b)	¿Cuál es su edad?	Según las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos del cantón Latacunga, se puede observar que el mayor porcentaje es de 42,50% están en el rango de edad entre 26 a 35 años, el 37,50% tiene el rango de edad entre 36 a 45 años, el 17,50% tiene 46 años en adelante y el 2,50% con el rango edad de 18 a 25 años. A partir de nuestros resultados se puede llegar a la conclusión que el mayor porcentaje de encuestados esta entre la edad de 26 a 35 años.
c)	¿Cuál es su nivel de instrucción?	Según los resultados obtenidos en nuestras encuestas, se puede observar que el mayor porcentaje es de 67,50% con un nivel de instrucción de tercer grado, el 17,50% tiene el rango de instrucción de postgrado y el 15,00% con de instrucción de secundaria. A partir de nuestros resultados se puede concluir que el mayor porcentaje de encuestados son de instrucción de Tercer Grado especializados en ramas turísticas o afines.
BIENES MUEBLES		
1	<i>¿Considera importante aprovechar los bienes muebles (pintura, escultura y objetos de metal) para fortalecer el Patrimonio Cultural Material del Cantón?</i>	Según los resultados obtenidos en nuestras encuestas se pudo observar que el mayor porcentaje con 55.00% califican como muy importante el aprovechamiento de los bienes muebles para el fortalecimiento del patrimonio cultural material, 35.00% lo califican importante, 7.50% lo califica como medianamente importante y un 2.50% lo califica como sin importancia. A partir de nuestros resultados se concluye que el mayor porcentaje 55.00% de los encuestados mencionan que es muy importante el aprovechamiento de los bienes muebles que posee el cantón Latacunga para su fortalecimiento y que se pueda dar a conocer todo el valor cultural e histórico que posee el Cantón.
2	<i>¿Considera importante el apoyo del GAD con relación a la preservación de pinturas y esculturas del Cantón?</i>	Según los resultados obtenidos en nuestra encuesta se pudo observar que el mayor porcentaje con 57.50% califican como muy importante el apoyo que ha brindado el GAD en la relación a la preservación de pinturas y esculturas, 22.50% lo califica como importante el apoyo a la preservación, 12.50% lo califica como medianamente importante, 5.00% lo califican como poco importante y un 2.50% lo califican como sin importancia. A partir de nuestros resultados podemos concluir que los bienes muebles (pintura y escultura) se encuentran muy bien preservados y óptimos para su promoción en el cantón Latacunga.
3	<i>¿Considera importante usted que los bienes muebles puedan ser parte de un producto turístico?</i>	Se establece que el 52.50% califican como muy importante que los bienes muebles del cantón pueden ser un producto turístico, 27.50% lo califican como importante, 12,50% lo califican como medianamente importante que se pueda generar un producto turístico, 5.00% lo califican como poco importante y 2.50% sin importancia. Se puede concluir que el 52,50% consideran muy importante diseñar un producto turístico donde se dé a conocer los bienes muebles existe en el cantón Latacunga.

Tabla 6

Interpretación de los resultados de la variable independiente: Patrimonio Cultural Material (continuación)

N°	Ítems	Interpretación
4	<i>¿Considera importante utilizar la información histórica de los bienes muebles del Cantón para la promoción turística?</i>	Se observa que el 50.00% de los encuestados califican como muy importante el aprovechamiento de la información histórica existente para la promoción turística de los bienes muebles del cantón, el 30.00% lo califican como importante, el 10.00% califican medianamente importante el aprovechamiento de esta información histórica, el 5.00% poco importante y el 5.00% sin importancia. A partir de nuestros resultados podemos concluir que el 50.00% de los encuestados consideran muy importante aprovechar toda la información existente para la promoción de bienes patrimoniales que oferta el cantón Latacunga.
5	<i>¿Considera importante la gestión patrimonial del cuidado de los bienes muebles del Cantón Latacunga que se ha venido realizando?</i>	Se establece que el 35.00% de los encuestados califican como muy importante la gestión patrimonial en relación con el cuidado de los bienes muebles del cantón, el 30.00% lo califican como medianamente importante, el 17.50% califican como importante la gestión patrimonial, el 12.50% califican como sin importancia y el 5.00% poco importante la gestión patrimonial realizada. A partir de nuestros resultados podemos concluir que el mayor porcentaje 35.00% califican como muy importante la gestión patrimonial realizada al cuidado de los bienes muebles del cantón lo que permite protegerlos ya que son vulnerables en la actualidad que se encuentran.
BIENES INMUEBLES		
6	<i>¿Considera importante la promoción turística de los bienes inmuebles del Cantón Latacunga?</i>	Según los datos se puede observar que el 40.00% de los encuestados consideran muy importante la promoción turística de los bienes inmuebles del cantón, el 25.00% consideran importante, el 20.00% consideran medianamente importante la promoción turística, el 10.00% lo considera poco importante y el 5.00% lo consideran sin importancia. Se concluye que el mayor porcentaje 40.00% consideran muy importante la promoción turística del cantón Latacunga ya sea a través de sus bienes patrimoniales los mismos que guardan historia y cultura de los Latacungueños.
7	<i>¿Considera importante la conservación del centro histórico del Cantón Latacunga?</i>	Se observa que el 67.50% de los encuestados consideran muy importante la conservación del centro histórico de cantón, el 20.00% lo consideran importante, el 7.50% consideran medianamente su conservación, el 2.50% consideran poco importante y el 2.50% lo consideran sin importante. A partir de nuestros resultados se puede concluir que el mayor porcentaje 67.50% consideran muy importante la conservación del centro histórico del cantón Latacunga ya que es un icono de gran valor histórico y cultural para la ciudadanía.
8	<i>¿Considera importante la conservación de edificios patrimoniales del Cantón?</i>	Según los resultados obtenidos se puede observar que el 60.00% de los encuestados consideran muy importante la conservación de edificios patrimoniales registrados en el cantón, el 17.50% lo consideran importante, el 12.50% consideran medianamente importante la conservación, el 5.00% consideran poco importante y el 5% de encuestados lo consideran sin importancia. A partir de nuestros resultados obtenidos podemos concluir que el mayor porcentaje 60.00% consideran muy importante la conservación de edificios patrimoniales ya que nos permite protegerlos para la posteridad.

Tabla 6

*Interpretación de los resultados de la variable independiente: Patrimonio Cultural
Material (continuación)*

N°	Ítems	Interpretación
9	<i>¿Considera importante conocer todos los bienes inmuebles que oferta el cantón Latacunga para su aprovechamiento turístico?</i>	Se puede observar que el 65.00% de los encuestados consideran muy importante que se dé a conocer los bienes inmuebles que posee el cantón para su aprovechamiento turístico, el 25.00% lo considera como importante, el 5.00% consideran medianamente importante que se dé a conocer dichos bienes y el 5.00% lo consideran sin importancia.
10	<i>¿Considera importante la conservación de parques y plazoletas patrimoniales que cuenta el Cantón Latacunga?</i>	Según los resultados de nuestros encuestados se observa que el 77.50% califican muy importante la conservación de parques, plazas y plazoletas del cantón Latacunga, el 12.50% lo consideran importante, el 7.50% considera medianamente importante la conservación de estos bienes y el 2.50% lo consideran sin importancia. A partir de ellos podemos concluir que el mayor porcentaje 77.50% consideran muy importante la conservación de parque, plazas y plazoletas patrimoniales del cantón ya que son espacios de expresión cultural y valoración de la ciudad.
BIENES ARQUEOLÓGICOS		
11	<i>¿Considera importante la gestión patrimonial de los bienes arqueológicos (yacimientos monumentales, yacimientos superficiales y colecciones arqueológicas) del Cantón?</i>	Según los encuestados se obtuvo los siguientes resultados el mayor porcentaje 42.50% consideran muy importante la gestión patrimonial brindada a los bienes arqueológicos, el 27.50% consideran importante, el 25.00% consideran medianamente importante la gestión patrimonial brindada, el 2.50% lo consideran poco importante y el 2.50% los consideran sin importancia. A partir de ello podemos concluir que el mayor porcentaje 42.50% consideran muy importante la gestión patrimonial brindada a los bienes arqueológicos ya que ello permite que perduren en el tiempo y que las futuras generaciones puedan conocer su historia.
12	<i>¿Considera importante que se dé a conocer los yacimientos monumentales del Cantón?</i>	Se establece que el 52.50% califican como muy importante que se dé a conocer los yacimientos monumentales del Cantón Latacunga, 30.00% lo califican como importante, 10.00% califican como medianamente importante que se dé a conocer los yacimientos monumentales, el 5.00% lo califican como poco importante y 2.50% sin importancia. Se puede concluir que el 52,50% consideran muy importante que se dé a conocer este tipo de bienes ya que ellos se puede recuperar información de nuestros antepasados y poderlos promocionar como productos turísticos dentro del cantón Latacunga.
13	<i>¿Considera importante la conservación de las colecciones arqueológicas que cuenta nuestro Cantón?</i>	Se observa que el 60.00% de los encuestados consideran como muy importante la conservación de colecciones arqueológicas del cantón, el 32.50% lo califican como importante, el 10.00% califican medianamente importante la conservación de colecciones arqueológicas y el 2.50% lo califican sin importancia. A partir de ello podemos concluir que el mayor porcentaje 60.00% consideran muy importante la conservación de colecciones arqueológicas ya que son símbolos de nuestra identidad y en ellas reflejan los testimonios del pasado y el presente del nuestro cantón.

Tabla 6

Interpretación de los resultados de la variable independiente: Patrimonio Cultural Material (continuación)

N°	Ítems	Interpretación
14	<i>¿Considera importante que se posea la suficiente información histórica de los bienes arqueológicos del Cantón?</i>	Según los resultados obtenidos en nuestra encuesta se pudo observar que el mayor porcentaje con 45.00% califican como muy importante poseer toda la información histórica de los bienes arqueológicos del cantón Latacunga, 30.00% lo califica como importante, 10.00% lo califica como medianamente importante poseer este tipo de información, 10.00% lo califica como poco importante y un 5.00% lo califica como sin importancia. A partir de ello podemos concluir que el mayor porcentaje 45.00% consideran muy importante poseer la información histórica de los bienes arqueológicos lo que nos puede ayudar a entender la vida de nuestros antepasados y poderlos promocionar como un producto de calidad en el cantón Latacunga.

Fuente: Viracocha y Herrera (2022)

En la tabla 7, se detalla la variable dependiente demanda turística en donde se describen y caracterizan las dimensiones relacionadas al producto turístico; motivación; turistas.

Tabla 7

Interpretación de los resultados de la variable dependiente: Demanda Turística

N°	Ítems	Interpretación
DATOS GENERALES		
a)	<i>¿Cuál es su sexo?</i>	Según las encuestas aplicadas a los turistas nacionales que visitan el Cantón Latacunga, se puede observar que el 63,41% es de género masculino y el 36,59% es de género femenino. A partir de nuestros datos obtenidos podemos concluir que el mayor porcentaje es de género masculino que visita el cantón Latacunga.
b)	<i>¿Cuál es su edad?</i>	Según las encuestas aplicadas a los turistas nacionales que visitan el Cantón Latacunga, se puede observar que el mayor porcentaje es de 36,18% con el rango de edad entre 26 a 35 años, el 26,83% están en el rango de edad de 36 a 45 años, el 19,51% están en el rango de 18 a 25 años y el 17,48% con el rango edad de 46 en adelante. A partir de ello se puede concluir que el mayor porcentaje de encuestados está en la edad de 26 a 35 años lo cual son personas jóvenes.
c)	<i>¿Cuál es su nivel de instrucción?</i>	Según los resultados obtenidos en nuestras encuestas se puede observar que el mayor porcentaje es de 59,91% tiene un nivel de instrucción de tercer grado, el 30,49% tiene el rango de instrucción de secundaria y el 12,60% con de instrucción de postgrado. Se puede concluir que los turistas que nos visitan tienen un nivel de instrucción de tercer grado el cual pueden generar ingresos económicos al cantón.

Tabla 7

Interpretación de los resultados de la variable dependiente: Demanda Turística (continuación)

N°	Ítems	Interpretación
d)	<i>¿Cuál es su lugar de procedencia?</i>	Según los resultados se pudo observar que el mayor porcentaje con 67.07% son turistas de la región sierra, el 24.39% son turistas que llegan de la región litoral y el 8.54% son turistas que vienen de la región amazónica. A partir de ellos se puede concluir que el mayor porcentaje 67.07% son turistas de la región sierra y se realiza un turismo interno el cual permite recuperarse de las repercusiones económicas que generó la pandemia.
PRODUCTO TURÍSTICO		
1	<i>¿Considera importantes las actividades turísticas realizadas en el Cantón?</i>	A través de nuestros resultados se puede observar que el 36.99% de los encuestados consideran importante las actividades turísticas que se realizan en el cantón, el 32.11% lo consideran como muy importante, el 22.76% consideran medianamente importante las actividades turísticas, el 5.69% poco importante y el 2,44% sin importancia. A partir de ellos podemos concluir que el mayor porcentaje de turistas consideran importante las actividades turísticas que se realizan dentro del cantón ya que les permite conocer el cantón Latacunga durante su periodo de viaje siempre con fines de ocio, descanso y diversión.
2	<i>¿Considera importantes las facilidades turísticas ofrecidas en el Cantón?</i>	Según los resultados de nuestros encuestados se puede observar que el 49.19% de los encuestados consideran muy importante las facilidades turísticas ofrecidas dentro del cantón, el 25.20% lo consideran como importante, el 19.59% consideran medianamente importante las facilidades turísticas, el 5.28% lo consideran poco importante y el 0,81% sin importancia. A través de nuestros resultados se puede concluir que el mayor porcentaje de encuestados consideran muy importante las facilidades turísticas que ofrece el cantón Latacunga ya que mejorar puede permitir que pueda crear un producto turístico de calidad y que permita la permanencia de turistas dentro del Cantón Latacunga.
3	<i>¿Considera importante que el Cantón Latacunga se pueda proyectar como un destino turístico de calidad?</i>	Se establece que el 38.62% consideran muy importante posicionar al cantón como un destino turístico de calidad, el 36.99% lo consideran importante, el 15,45% lo consideran medianamente importante posicionarlo como un destino turístico de calidad, el 5.69% lo consideran poco importante y 3.25% sin importancia. A partir de ellos podemos concluir que el mayor porcentaje de encuestados consideran importante posicionar al cantón Latacunga como un destino turístico de calidad que ofrezca una amplia variedad de recursos y posibilidades a los turistas el cual les permita permanecer más tiempo en el cantón realizando actividades turísticas.
4	<i>¿Considera importantes los atractivos turísticos que oferta el cantón Latacunga?</i>	Según los datos se puede observar que el 37.40% de los encuestados consideran importante los atractivos turísticos que oferta el cantón, el 30.49% lo consideran muy importante, el 24.39% consideran medianamente importante la oferta de los atractivos turísticos que se realiza dentro del cantón, el 4.88% lo considera poco importante y el 2.85% sin importancia. Podemos concluir que el mayor número de encuestados consideran importante los atractivos turísticos que oferta que el cantón Latacunga ya que son lugares de interés donde se guarda un gran valor histórico, social y cultural que le permite conocer al turista la historia de nuestro pueblo.

Tabla 7

Interpretación de los resultados de la variable dependiente: Demanda Turística (continuación)

N°	Ítems	Interpretación
MOTIVACIÓN		
5	<i>¿Considera importante incrementar su motivación de visita al Cantón Latacunga?</i>	Según los resultados obtenidos en nuestras encuestas se pudo observar que el mayor porcentaje con 43.50% califican muy importante incrementar la motivación de los turistas que visitan el cantón Latacunga, el 31.30% califica como importante, el 17.07% califica como medianamente importante incrementar la motivación de los turistas, el 6.10% lo califica como poco importante y el 2.03% califican sin importancia. A partir de ellos se puede concluir que el mayor porcentaje de encuestados consideran muy importante incrementar la motivación de los turistas ya sea creando productos de calidad que les permita conocer que más oferta el cantón Latacunga y que puedan salirse de lo cotidiano.
6	<i>¿Considera importante mejorar la atención al cliente que ofertan los servidores turísticos del cantón Latacunga?</i>	Se establece que el 37.55% de los encuestados consideran muy importante mejorar la atención al cliente que es recibida por parte de los prestadores de servicios turísticos del cantón, el 34.29% consideran como importante, el 16.33% consideran medianamente importante mejorar la atención al cliente, el 9.39% considera poco importante y el 2.45% sin importancia. A partir de ello se puede concluir que el mayor porcentaje considera importante mejorar la atención al cliente ya sea en los productos y servicios que ellos consumen y superarlas expectativas de este.
7	<i>¿Considera importante gestionar eficientemente los atractivos turísticos que oferta el Cantón?</i>	Según nuestros resultados se puede observar que el 47.56% de los encuestados consideran muy importante gestionar los atractivos turísticos del cantón Latacunga de una manera eficiente, el 25.20% consideran importante, el 13.41% consideran medianamente importante gestionar eficientemente los atractivos turísticos, el 10.57% lo consideran poco importante y el 3.25% sin importancia. Podemos concluir que el mayor porcentaje considera muy importante gestionar los atractivos turísticos del Cantón Latacunga de una manera eficiente ya que es un punto decisivo parara el posicionamiento de un nuevo producto turístico y que el mismo dinamice el desarrollo turístico de la localidad permitiendo conocer al turista productos nuevos y de calidad.
TURISTA		
8	<i>¿Considera importante la satisfacción del turista en los atractivos turísticos que oferta el Cantón?</i>	Según nuestras encuestas aplicadas se observa que el 46.75% de los encuestados consideran muy importante la satisfacción del turista en los atractivos turísticos que oferta el cantón Latacunga, el 29.67% lo consideran importante, el 15.85% consideran medianamente importante la satisfacción del turista, el 6.91% consideran poco importante y el 0.81% sin importancia. Se puede concluir que el mayor número de los encuestados consideran muy importante la satisfacción del turista de ello depende del destino y los prestadores de servicios turísticos que laboran allí, dado que de ellos dependa de que el turista repita su visita y que se pueda realizar una comunicación positiva a otros turistas.

Tabla 7

Interpretación de los resultados de la variable dependiente: Demanda Turística (continuación)

N°	Ítems	Interpretación
9	<i>¿Considera importante la calidad de los servicios turísticos ofrecidos en el Cantón Latacunga?</i>	Se establece que el 43.50% de los encuestados consideran muy importante la calidad de los servicios turísticos que ofrece el cantón Latacunga, el 35.37% lo califican como importante, el 10.98% califican como poco importante la calidad de los servicios turístico-ofertados, el 8.13% como medianamente importante y el 2.03% sin importancia. Se puede concluir que el mayor número de encuestados considera muy importante la calidad de los servicios turísticos ya que se encuentran ligadas a satisfacer las necesidades de los turistas y lo que busca el turista es servicios que sean de calidad y que supere sus expectativas.
10	<i>¿Considera importante incrementar el tiempo de estadía dentro del Cantón Latacunga, mediante actividades turísticas innovadoras?</i>	Según los resultados obtenidos en nuestras encuestas el 43.09% de los encuestados consideran muy importante incrementar el tiempo de estadía, mediante actividades turísticas innovadoras, el 37,40% lo considera importante, el 9.35% consideran poco importante incrementar el tiempo de estadía, el 8.13% lo consideran medianamente importante y el 2.03% sin importancia. Podemos concluir que el mayor número de encuestados consideran muy importante implementar actividades turísticas dentro del cantón Latacunga el cual permita conocer al turista la historia, cultura y tradición del cantón a través de actividades innovadoras y de calidad.
11	<i>¿Considera importante ofertar servicios turísticos del Cantón Latacunga acordes a su precio?</i>	Según los datos obtenidos el 59.76% de los encuestados consideran muy importante ofertar servicios turísticos del cantón acordes a un precio accesible, el 26.38% consideran importante, el 6.50% consideran medianamente importante ofertar servicios turísticos, el 4.88% lo considera poco importante y el 2.03% sin importancia. Se puede concluir que el mayor número de encuestados consideran muy importante ofertar servicios turísticos que sean de calidad a precios accesibles, pero sin perder la calidad de estos.
12	<i>¿Considera importante ofertar productos de turismo cultural del Cantón Latacunga?</i>	De nuestros encuestados el 52.44% consideran muy importante ofertar productos de turismo cultural en el cantón Latacunga, el 38.62% lo consideran importante, el 6.10% medianamente importante ofertar productos de turismo cultural, el 1.63% lo considera poco importante y el 1.22% sin importancia. Se puede concluir que el mayor número de encuestados consideran muy importante ofertar productos de turismo cultural el cual permita conocer al turista nacional la historia y cultura del cantón Latacunga a través del patrimonio cultural que tiene.

Fuente: Viracocha & Herrera (2022)

Conclusiones

- En la comprobación de hipótesis se puede observar que existe una influencia significativa entre el patrimonio cultural material y la demanda turística del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, tomando en cuenta que el turista en la actualidad es uno de los factores claves para que se genere un turismo histórico-patrimonial dentro del cantón promocionando todos los bienes patrimoniales que tiene este cantón.

- Mediante nuestros resultados se pudo observar que no existe una influencia significativa entre los bienes muebles y la demanda turística del cantón Latacunga, para ello se debe tomar medidas que nos permita promocionar estos bienes de valor significativo, permitiendo conocer al turista el valor histórico, cultural y simbólico que tiene el cantón.
- Los resultados obtenidos en la comprobación de hipótesis, se puede observar que no existe influencia significativa entre los bienes inmuebles y la demanda turística del cantón Latacunga, sin embargo, las entidades pertinentes tratan de promocionar la riqueza cultural del cantón, pero primero se debe crear planes de conservación que nos permita mantener en perfecto cuidado estos bienes para poderlos difundir y promocionarlos de mejor manera al turista.
- En la investigación realizada se pudo comprobar que no existe influencia significativa entre los bienes arqueológicos y la demanda turística del cantón Latacunga, para ello se debe implementar estrategias que permita dar a conocer los vestigios arqueológicos que tiene el cantón Latacunga con la finalidad de difundirlo a turistas y habitantes locales, cuyo objetivo es dar a conocer el modo de vida de nuestros antepasados y los rituales que se practicaban en la época.

Conflicto de intereses

Los autores deben declarar si existe o no conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

Referencias Bibliográficas

- Acevedo, J. A., (2014). Conservación arquitectónica y Bogotá: una mirada crítica a los criterios de selección de bienes de interés cultural. *Revista de Derecho Privado*, (51), 1-33. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360033222016>
- Arenal Laza, Carmen. (2019). *Proceso de atención al cliente/consumidor/usuario*. Editorial Tutor Formación, ISBN 9788417943387. <https://www.lavanguardia.com/libros/libro/uf0036-gestion-de-la-atencion-al-cliente-consumidor-ed-2019-9788417943387>
- Berardi, A. (2015). *Motivación Laboral y Engagement*. Facultad de Ciencias Económicas. [Tesis de Grado], Universidad Fasta. Argentina. http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/882/2015_CP_006.pdf?sequence=1

- Damian, I. E., & Suárez-Barraza, M. F. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura. *Intangible Capital*, 11(1), 147-165.
<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/80135/530-3166-2-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- De San Eugenio Vela, J. (2012). Aproximaciones teóricas y conceptuales para una definición del estado del arte de la comunicación de los destinos turísticos. *Andamios*, 9(20), 211-236.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v9n20/v9n20a11.pdf>
- Del Barrio, J. C. (2009). Una revisión a la interpretación de la Pintura Moderna de Greenberg a través de los textos de la Vanguardia. *Espacio Tiempo y Forma. Serie VII, Historia del Arte*, (22-23).
<https://revistas.uned.es/index.php/ETFVII/article/view/1433/1328>
- Espinoza, J. R. I., & Vallejos, C. A. A. (2021). Calidad de servicio en instituciones privadas y públicas: Revisión sistemática. *Tzhoecoen*, 13(2), 84-93.
<https://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/2002/2548>
- Francesch, A. (2004). Los conceptos del turismo. Una revisión y una respuesta. *Gaceta de Antropología*, 20, artículo 29. ISSN: 0214-7564
<http://dx.doi.org/10.30827/Digibug.7280>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural [INPC]. (2011). *Guía de bienes culturales de Ecuador. Quito: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural*.
<https://downloads.arqueoecuatoriana.ec/ayhpwxgv/noticias/publicaciones/INPC-X-GuiaCotopaxi.pdf>
- Lleras, R., Quintero, M. D., Osorno, M., & Herrera, D. (2018). Parques, plazas y plazoletas: la construcción social de los espacios públicos en Bogotá. *Boletín de historia y antigüedades*, CV (867), 25-67. <https://academiahistoria.org.co/wp-content/uploads/2021/10/BHA-867.pdf>
- López, R. F., Alonso, J. A. V., & Silverio, A. Q. (2019). Una revisión crítica sobre modelos de predicción para la demanda turística. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 12(27), 3.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7746111.pdf>
- Lusa, G. (2004). Técnica e ingeniería en España. I. El Renacimiento. *Quaderns d'història de l'enginyeria*. 2004, vol. 6.
https://www.raing.es/pdf/coleccion_tecnica_e_ingenieria/general_resenas_en_revistas/21.%20Quaderns%20SDL%20%20Lusa_0.pdf

- Shan, L. (2015). Influencia occidental en la arquitectura religiosa cristiana en China (siglos XVII-XIX): Una revisión de la teoría de la "traducibilidad de la arquitectura" de Liang-Sicheng (Doctoral dissertation, Universitat d'Alacant-Universidad de Alicante). <http://hdl.handle.net/10045/85192>
- Marchegiani, M., Reynoso, A., Ammirat, G., & Estévez, J. (2020). Las colecciones arqueológicas egipcias del Museo Etnográfico "Juan B. Ambrosetti": avances en su investigación. *Arqueología*, 85-110. <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/Arqueologia/article/view/8747/7602>
- Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193 (785): a396. <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2012). *Introducción al patrimonio cultural*. (A. Ortiz, Ed.) Quito: Noción. <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/libro-introduccion-al-patrimonio-cultural.compressed-ilovepdf-compressed.pdf>
- Moral-Moral, M. (2021). La aplicación del neuromarketing al ámbito del turismo: Una revisión bibliográfica. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 429-442. <http://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1359>
- Muñoz, C. W., & Tomay, J. M. (2020). *Influencia del tipo de yacimiento en la elección del método de explotación de la concesión Collapampa, Cajamarca, 2020*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/28864>
- Muriel, D. (2016). El modelo patrimonial: el patrimonio cultural como emergencia tardomoderna. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(1), 181-192. http://www.pasosonline.org/Publicados/14116/PS116_12.pdf
- Padrón-Ávila, H., & Hernández-Martín, R. (2017). Los puntos de interés turístico: Relevancia analítica, propuesta metodológica y caso de estudio. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(4), 979-1000. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88153351015>
- Sandoval-Guerrero, L. K. (2021). Patrimonio Cultural una alternativa para la dinamización de la economía: estudio de caso Ecuador. *Revista de Investigación Sigma*, 9(01), 73–84. <https://doi.org/10.24133/sigma.v9i01.2627>

Sammarchi, M., (2001). Situación actual del turismo en la Argentina. *Cuadernos de Turismo*, (8), 129-144. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39800808>

Viracocha, M., & Herrera, R. (2022). *Patrimonio Cultural Material y Demanda Turística, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi*. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional de Chimborazo
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9741>

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Conciencia Digital**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Conciencia Digital**.



Indexaciones

