



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN,
VINCULACIÓN Y POSGRADO**

DIRECCIÓN DE POSGRADO

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
MAGÍSTER EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE DE DESTINOS
TURÍSTICOS**

TEMA:

**PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE
LATACUNGA.**

AUTOR:

Ing. Carlos Eduardo García Meythaler

TUTOR:

Mgs. Héctor Germán Pacheco Sanunga

RIOBAMBA- ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Mgs. Héctor Germán Pacheco Sanunga, certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magister en Turismo – Mención Gestión Sostenible en Destinos Turísticos, con el tema "PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA", ha sido elaborado por el Ing. Carlos Eduardo García Meythaler con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de Tutor, por lo que certifico que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad

Riobamba, julio de 2019



Mgs. Héctor Germán Pacheco Sanunga

C.I: 060249462-7

TUTOR



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE POSGRADO
CERTIFICACIÓN

El Tribunal de Defensa de Tesis designado por la Comisión de Posgrado., para receptor la Defensa Privada de la investigación cuyo tema es: "Patrimonio Histórico y Turismo Cultural de la ciudad de Latacunga" presentada por el maestrante: Carlos Eduardo García Meythaler CERTIFICA que las observaciones realizadas por los Miembros del Tribunal se han superado, razón por la cual, se autoriza presentar el Trabajo Investigativo en la Dirección de Posgrado, para su sustentación pública.

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

Riobamba, 23 de julio del 2019

Mgs. Héctor Germán Pacheco Sanunga
TUTOR

Mgs. Roberto Salomón Villamarín Guevara PhD.
PRESIDENTE DE TRIBUNAL

Ms. Renato Hernán Herrera Chávez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Mgs. José Vinicio Palacios Carrillo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido, las ideas y resultados obtenidos de esta investigación, corresponde exclusivamente a: Carlos Eduardo García Meythaler; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and curves, positioned above a horizontal line.

Ing. Carlos Eduardo García Meythaler

C.I. 050364741-4

DEDICATORIA

Uno de los logros más importantes para el ser humano es prepararse para la vida y eso implica una formación educativa, intelectual y profesional, por ello dedico este logro a mi familia, en especial a mis padres Paúl y Gladys, a mis hermanos Gladys y Nicolás que fueron el apoyo permanente e incondicional en esta etapa importante de mi vida formativa y profesional, tiempo que con el esfuerzo y apoyo brindado pude finalizar esta etapa con una gran satisfacción personal.

AGRADECIMIENTO

En esta etapa de mi vida quiero agradecer a mis padres Paúl y Gladys, a mis hermanos Gladys y Nicolás por el apoyo incondicional durante estos dos años seis meses de estudio, tiempo en el que me formé como profesional en el área del turismo y la cultura, de igual manera al soporte y a la experiencia de varios docentes de la prestigiosa Universidad Nacional de Chimborazo, que supieron impartir con gran responsabilidad sus conocimientos en horas clase, un agradecimiento especial al Doctor Héctor Pacheco que con su conocimiento, tiempo y asesoramiento de calidad, este trabajo se desarrolló con la satisfacción aspirada.

De igual manera a la Licenciada Mercy Janeta y a la Licenciada Suzzy Paz, por el apoyo y la amistad forjada en mi persona durante todo este proceso académico, personas que supieron brindar su apoyo desinteresado en los momentos necesarios, para que este proceso personal se cristalice.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo fundamental, caracterizar el aporte del Patrimonio Histórico al Turismo Cultural, como premisas para la determinación de alternativas viables que permitan materializar dicha interrelación. Para el cumplimiento de este propósito se tuvo como punto de partida, el establecimiento de los fundamentos teóricos conceptuales de las categorías patrimonio histórico y turismo cultural, permitiendo afirmar que el patrimonio histórico aporta significativamente al turismo cultural, como estrategia de desarrollo turístico sostenible. De igual manera, el estudio incluyó el diagnóstico en una muestra representativa de pobladores laticungueños, del nivel de conocimiento que poseen sobre la necesaria interrelación entre patrimonio histórico y turismo cultural, obteniendo como resultados principales, que en la población existe una concientización de la importancia y relevancia de la cultura, para los procesos de desarrollo, cambio social y por ende, para la actividad turística; convertir el turismo cultural en un medio de desarrollo, de bienestar y crecimiento social exige de la conservación, difusión y promoción del patrimonio histórico del lugar. Deben realizarse diferentes estrategias de difusión a fin de que la población pueda valorar, disfrutar y reinventar desde sus esferas inmediatas, el patrimonio material, inmaterial y natural, lo que puede lograrse en la medida que se establezca el diseño de un plan de marketing para el posicionamiento del Museo Casa de los Marqueses de la ciudad, para promocionar y difundir las obras y representaciones del patrimonio histórico, lo que constituye la propuesta de la presente investigación.

La metodología seguida para el desarrollo del proyecto, fue no experimental, con un diseño transversal, el tipo de estudio descriptivo correlacional con enfoque cuantitativo, la misma que permitió el proceso de la investigación y de esta manera, se comprobó las hipótesis específicas y general dando como resultado que el patrimonio histórico tiene incidencia y aporta a la actividad del turismo cultural de la ciudad de Latacunga.

Palabras Claves: Patrimonio, Histórico, Cultura, Turismo.

ABSTRACT

The main objective of this research is to characterize the contribution of Historical Heritage to Cultural Tourism, as premises for the determination of viable alternatives that allow this interrelation to materialize. For the fulfillment of this purpose, the starting point was the establishment of the conceptual theoretical foundations of the historical heritage and cultural tourism categories, allowing us to affirm that the historical heritage contributes significantly to cultural tourism, as a sustainable tourism development strategy. In the same way, the study included the diagnosis in a representative sample of Latacungueños inhabitants, the level of knowledge they possess about the necessary interrelation between historical heritage and cultural tourism, obtaining as main results, that in the population there is an awareness of the importance and relevance of culture, for development processes, social change and, therefore, for tourism activity; turning cultural tourism into a means of development, welfare and social growth requires the conservation, dissemination and promotion of the historical heritage of the place. Different dissemination strategies must be carried out so that the population can value, enjoy and reinvent from its immediate spheres the material, immaterial and natural heritage, which can be achieved as long as the design of a marketing plan for the positioning of the Casa de los Marqueses Museum in the city, to promote and disseminate the works and representations of historical heritage, which constitutes the proposal of the present investigation.

The methodology followed for the development of the project was non-experimental, with a cross-sectional design, the type of correlational descriptive study with the same quantitative approach that allowed the research process and in this way the specific and general hypotheses were verified, resulting in historical heritage having an impact and contributing to the activity of cultural tourism in the city of Latacunga.

Keywords: Heritage, Historical, Culture, Tourism.



Reviewed by: Barriga, Johanna
Linguistic Competences Professor



INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1. Situación Problemática	4
1.2. Formulación del Problema	8
1.3. Justificación.....	8
1.3.1. Justificación teórica.....	8
1.3.2. Justificación práctica.	9
1.3.3. Justificación metodológica	9
1.4. Objetivos	9
1.4.1. Objetivo general	9
1.4.2. Objetivos específicos.....	9
1.4.3. Hipótesis General.	9
1.4.4. Hipótesis Específicas.....	9
CAPÍTULO 2.....	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes de investigación.	10
2.2. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación.....	22
2.3. Bases Teóricas.....	23
2.3.1. Cultura e identidad	23
2.3.2 Cultura / culturas	26
2.3.3 Herencia cultural	27
2.3.4 El patrimonio histórico y cultural	30
2.3.5 El patrimonio como construcción social	35
2.3.6 Bienes materiales inmuebles	39
2.3.6.5. Las construcciones como bienes inmuebles	41
2.3.6.6. Las construcciones civiles patrimoniales	42

2.3.6.7. Las construcciones conmemorativas como parte de la historia.	42
2.3.6.8. Las construcciones domésticas históricas.....	42
2.3.6.9. Las construcciones industriales como parte de la historia.	42
2.3.6.10. Las construcciones militares como patrimonio cultural.....	43
2.3.6.11. Las construcciones religiosas como bienes culturales.	43
2.3.7 Bienes Materiales Muebles.	43
2.3.7.1. Cuadros.....	44
2.3.7.2. Vasijas.	44
2.3.7.3. Esculturas.	44
2.3.7.4. Manuscritos.	44
2.3.7.5. Libros.	44
2.3.7.6. Fotografías.....	44
2.3.8.1. Gastronomía	44
2.3.8.2. Fiestas populares	45
2.3.8.3. Juegos populares.....	45
2.3.8.4. Leyendas.....	45
2.3.8.5. Lenguaje.....	46
2.3.8 La puesta en valor como patrimonio.	46
2.3.9 El valor de uso como patrimonio.	46
2.4 Turismo Cultural	49
2.4.1. Conocimiento	49
2.4.2. Contribución.....	52
2.4.2.1. Identidad.	52
2.4.2.2. Mantenimiento.	52
2.4.2.3. Protección.	52
2.4.2.4. Seguridad.	52
2.4.2.5. Beneficios.....	53
CAPÍTULO 3	57
METODOLOGÍA	57
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	57
3.1.1. Tipo de Investigación	57
3.1.2. Diseño.....	57
3.1.3. Nivel	57
a) Nivel descriptivo:	57
b) Nivel de asociación de variables:	58
c) Nivel explicativo:	58

3.2.	Unidad de análisis	58
3.3.	Población de estudio.....	58
3.4.	Tamaño de muestra	58
3.5.	Selección de la muestra.....	58
3.7.	Validez de los instrumentos.	62
3.8.	Confiabilidad de los instrumentos.....	63
CAPÍTULO 4.....		64
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....		64
4.1.	Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	64
4.2.	Resultado de encuestas.....	64
4.2.1.	Resultados de las encuestas obtenidas a la ciudadanía laticungueña.	64
4.2.3.	Valoración general de encuestas.	97
4.3.	Pruebas de Hipótesis	97
4.3.1.	Prueba de Hipótesis Específica 1.	97
4.3.1.1.	Planteamiento de Hipótesis Específica 1.	97
4.3.1.2.	Establecimiento del Margen de Error.	97
4.3.1.3.	Elección del Estadístico de Prueba.	97
4.3.1.4.	Lectura de P valor.	97
4.3.1.5.	Toma de Decisiones.	98
4.3.2.	Prueba de Hipótesis Específica 2.	98
4.3.2.1.	Planteamiento de las Hipótesis Específica 2.....	98
4.3.2.2.	Establecimiento del Margen de Error.....	98
4.3.2.3.	Elección del Estadístico de Prueba.	99
4.3.2.4.	Lectura de P valor.	99
4.3.2.5.	Toma de Decisiones.	99
4.3.3.	Prueba de Hipótesis Específica 3.	100
4.3.3.1.	Planteamiento de las Hipótesis Específica 3.....	100
4.3.3.2.	Establecimiento del Margen de Error.	100
4.3.3.3.	Elección del Estadístico de Prueba.	100
4.3.3.4.	Lectura de P valor.	100
4.3.3.5.	Toma de Decisiones.	100
4.3.4.	Prueba de Hipótesis General.....	101
4.3.4.1.	Planteamiento de Hipótesis General.....	101
4.3.1.2.	Establecimiento del Margen de Error.....	101
4.3.1.3.	Elección del Estadístico de Prueba.	101
4.3.1.4.	Lectura de P valor.	101

4.3.1.5. Toma de Decisiones.	102
CAPÍTULO 5	103
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	103
5.1. CONCLUSIONES.	103
5.2. RECOMENDACIONES.	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	106
ANEXOS	111
ANEXO 1. PROPUESTA	111
PLAN DE MARKETING PARA EL MUSEO DE LA CASA DE LOS MARQUESES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA	111
Introducción	111
1. CARACTERIZACIÓN DEL MUSEO CASA DE LOS MARQUESES.	116
2. ESTUDIO DE MERCADO	120
Análisis de la Oferta	126
3. DISEÑO DE LA MARCA	128
4. MANUAL DE USO DE MARCA	129
5. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL MUSEO.	150
ANEXO 2. MODELO DE ENCUESTAS	156
Anexo 2.1. Encuesta dirigida a los ciudadanos de Latacunga - provincia de Cotopaxi.	156
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DE LATACUNGA - PROVINCIA DE COTOPAXI.	156
Anexo 2.2. Encuesta dirigida a los ciudadanos de Latacunga - provincia de Cotopaxi	158
ENCUESTA DIRIGIDA FUNCIONARIOS PUBLICOS DE LATACUNGA - PROVINCIA DE COTOPAXI.	158
ANEXO 3. VALIDACION DE ENCUESTAS.	160
ANEXO 4.	172
Operacionalización de variables. (Matriz de Operacionalización y matriz de consistencia).	172
Operacionalización de Variable Independiente.	172
Operacionalización de Variable Dependiente.	173
Matriz de Consistencia.	174

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 2. Personas a encuestar grupo focal.</i>	61
<i>Tabla 3. Total de personas a encuestar.</i>	62
<i>Tabla 7. Resumen del procesamiento de los casos.</i>	63
<i>Tabla 8 Estadísticos de fiabilidad.</i>	63
<i>Tabla 18. Género.</i>	65
<i>Tabla 19. Edad.</i>	66
<i>Tabla 20. Conocimiento de monumentos culturales.</i>	67
<i>Tabla 21. Conocimiento de sitios históricos.</i>	68
<i>Tabla 22. Conocimiento de gastronomía típica.</i>	69
<i>Tabla 23. Conocimiento de las leyendas.</i>	70
<i>Tabla 24. Conocimiento de las fiestas populares.</i>	71
<i>Tabla 25. Contribución de la identidad cultural al turismo.</i>	72
<i>Tabla 26. Mantenimiento de bienes culturales.</i>	73
<i>Tabla 27. Protección de bienes cultural inmatrimoniales.</i>	74
<i>Tabla 28. Seguridad de bienes culturales materiales.</i>	75
<i>Tabla 29. Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.</i>	76
<i>Tabla 30. Contribución de información y experiencias de la cultura.</i>	77
<i>Tabla 31. Calidad de vida obtenida del turismo cultural.</i>	78
<i>Tabla 32. Beneficio cultural percibido en la ciudad.</i>	79
<i>Tabla 33. Beneficio económico obtenido del turismo cultural.</i>	80
<i>Tabla 34. Género.</i>	81
<i>Tabla 35. Edad.</i>	82
<i>Tabla 36. Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).</i>	83
<i>Tabla 37. Presencia de monumentos históricos.</i>	84
<i>Tabla 38. Conservación del Centro Histórico.</i>	85
<i>Tabla 39. Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.</i>	86
<i>Tabla 40. Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales.</i>	87
<i>Tabla 41. Conservación de obras de arte (cuadros).</i>	88
<i>Tabla 42. Restauración de piezas (vasijas).</i>	89
<i>Tabla 43. Mantenimiento y restauración de esculturas.</i>	90
<i>Tabla 44. Salvaguardia de manuscritos históricos.</i>	91
<i>Tabla 45. Preservación de libros históricos.</i>	92
<i>Tabla 46. Resguardo de archivos fotográficos.</i>	93
<i>Tabla 47. Conservación de gastronomía típica.</i>	94
<i>Tabla 48. Preservación de fiestas populares.</i>	95
<i>Tabla 49. Revitalización de juegos populares.</i>	96
<i>Tabla 12. Valor de correlación de la Hipótesis Específica 1.</i>	98
<i>Tabla 13. Valor de correlación de la Hipótesis Específica 2.</i>	99
<i>Tabla 14. Valor de correlación de la Hipótesis Específica 3.</i>	101
<i>Tabla 11. Valor de correlación para la Hipótesis General.</i>	102
<i>Tabla 15 Análisis de la Demanda.</i>	120
<i>Tabla 16 Análisis de la oferta.</i>	127
<i>Tabla 17 ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN DEL MUSEO.</i>	151
<i>Tabla 4. Tabla Operacionalización de Variable Independiente.</i>	172
<i>Tabla 5. Tabla Operacionalización de Variable Dependiente.</i>	173
<i>Tabla 6. Matriz de Consistencia.</i>	174

INDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1. Género.</i>	65
<i>Gráfico 2. Edad.</i>	66
<i>Gráfico 3. Conocimiento de monumentos culturales.</i>	67
<i>Gráfico 4. Conocimiento de sitios históricos.</i>	68
<i>Gráfico 5. Conocimiento de la gastronomía típica.</i>	69
<i>Gráfico 6. Conocimiento de las leyendas.</i>	70
<i>Gráfico 7. Conocimiento de las fiestas populares.</i>	71
<i>Gráfico 8. Contribución de la identidad cultural al turismo.</i>	72
<i>Gráfico 9. Mantenimiento de bienes culturales.</i>	73
<i>Gráfico 10. Protección de bienes cultural inmateriales.</i>	74
<i>Gráfico 11. Seguridad de bienes culturales materiales.</i>	75
<i>Gráfico 12. Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.</i>	76
<i>Gráfico 13. Contribución de información y experiencias de la cultura.</i>	77
<i>Gráfico 14. Calidad de vida obtenida del turismo cultural.</i>	78
<i>Gráfico 15. Beneficio cultural percibido en la ciudad.</i>	79
<i>Gráfico 16. Beneficio económico obtenido del turismo cultural.</i>	80
<i>Gráfico 17. Género.</i>	81
<i>Gráfico 18. Edad.</i>	82
<i>Gráfico 19. Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).</i>	83
<i>Gráfico 20. Presencia de monumentos históricos.</i>	84
<i>Gráfico 21. Conservación del Centro Histórico.</i>	85
<i>Gráfico 22. Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.</i>	86
<i>Gráfico 23. Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales.</i>	87
<i>Gráfico 24. Conservación de obras de arte (cuadros).</i>	88
<i>Gráfico 25. Restauración de piezas (vasijas).</i>	89
<i>Gráfico 26. Mantenimiento y restauración de esculturas.</i>	90
<i>Gráfico 27. Salvaguardia de manuscritos históricos.</i>	91
<i>Gráfico 28. Preservación de libros históricos.</i>	92
<i>Gráfico 29. Resguardo de archivos fotográficos.</i>	93
<i>Gráfico 30. Conservación de gastronomía típica.</i>	94
<i>Gráfico 31. Preservación de fiestas populares.</i>	95
<i>Gráfico 32. Revitalización de juegos populares.</i>	96

INDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1. Patrimonio cultural. Aspectos determinantes</i>	33
<i>Ilustración 2. Dimensiones y perspectivas de las ciudades históricas.</i>	40
<i>Ilustración 3. El patrimonio cultural como opción turística</i>	47
<i>Ilustración 4. Turismo cultural.</i>	49
<i>Ilustración 5. Factores positivos del turismo cultural.</i>	53
<i>Ilustración 6. Factores Negativos.</i>	54
<i>Ilustración 7 Casa de los Marqueses de Miraflores.</i>	117
<i>Ilustración 8 Casa de los Marqueses de Miraflores.</i>	117
<i>Ilustración 9 Casa de los Marqueses de Miraflores.</i>	118
<i>Ilustración 10 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	129
<i>Ilustración 11 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	130
<i>Ilustración 12 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores</i>	130
<i>Ilustración 13 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	131
<i>Ilustración 14 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	131
<i>Ilustración 15 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	132
<i>Ilustración 16 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	132
<i>Ilustración 17 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	133
<i>Ilustración 18 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	133
<i>Ilustración 19 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	134
<i>Ilustración 20 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	134
<i>Ilustración 21 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	135
<i>Ilustración 22 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”</i>	135
<i>Ilustración 23. Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.</i>	136
<i>Ilustración 24 Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.</i>	137
<i>Ilustración 25. Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.</i>	137
<i>Ilustración 26. Salón de La Capitanía.</i>	138
<i>Ilustración 27. Ángel de la Estrella.</i>	138
<i>Ilustración 28. Rey Moro.</i>	139
<i>Ilustración 29. Capitán</i>	139
<i>Ilustración 30 Abanderado</i>	140
<i>Ilustración 31 Mama Negra.</i>	140
<i>Ilustración 32 Personajes de la Capitanía.</i>	141
<i>Ilustración 33 Personajes de la Capitanía.</i>	141
<i>Ilustración 34 Personajes de la Capitanía.</i>	141
<i>Ilustración 35 Personajes de la Capitanía.</i>	142
<i>Ilustración 36 Pinacoteca Municipal.</i>	142
<i>Ilustración 37 Pinacoteca Municipal.</i>	143
<i>Ilustración 38 Pinacoteca Municipal.</i>	143
<i>Ilustración 39 Pinacoteca Municipal.</i>	144
<i>Ilustración 40 Pinacoteca Municipal.</i>	144
<i>Ilustración 41 Salón Arte Religioso</i>	145
<i>Ilustración 42 Salón Arte Religioso</i>	145
<i>Ilustración 43 Salón Arte Religioso.</i>	146
<i>Ilustración 44 Salón Arte Religioso</i>	146
<i>Ilustración 45 Salón Arte Religioso</i>	147
<i>Ilustración 46 Salón Arte Religioso</i>	147

<i>Ilustración 47 Salón de los Marqueses.</i>	148
<i>Ilustración 48 Salón de los Marqueses.</i>	148
<i>Ilustración 49. Ignacio Flores.</i>	149
<i>Ilustración 50 Antonio Flores.</i>	149

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la actividad turística desde lo cultural y patrimonial, lleva implícito la puesta en marcha de estrategias y propuestas que permitan brindar a los turistas, la riqueza del patrimonio histórico cultural de los destinos que visitan. El uso turístico del patrimonio, supone un proceso de conversión de los recursos patrimoniales en producto turístico. En este sentido, es importante determinar y analizar las potencialidades que debe tener una localidad para el desarrollo del turismo cultural mediante los atractivos patrimoniales que posee, considerando el uso adecuado y sostenible de ese patrimonio.

El patrimonio en la ciudad de Latacunga, no ha sido completamente desarrollado como un recurso y atractivo turístico, por lo que la presente investigación pretende analizar el patrimonio histórico cultural de la ciudad con el fin de que se convierta en un factor de desarrollo turístico, integrando la historia, cultura y tradiciones en un producto turístico que diversifique la oferta actual de la ciudad, contribuyendo al turismo cultural.

Todo intento de contribuir al turismo cultural, significa considerar el concepto de cultura impregnado en la subjetividad social, que en ocasiones, se limita a la percepción de que cultura es arte, manifestaciones artísticas; en cambio, se debe entender la cultura como integración de aspectos subjetivos, como aquello que envuelve, identifica y trasciende las realizaciones humanas, individuales o colectivas permitiendo deducir la íntima relación entre el objeto y el sujeto que lo realiza, entre el patrimonio y la cultura, entre lo material y lo inmaterial, lo tangible y lo intangible. De todo ello puede afirmarse que el fruto de una cultura de un pueblo es el patrimonio cultural, que es el testimonio fehaciente de una manera de hacer y de comportarse, individual o colectivamente y la seña de identidad propia de la sociedad en la que se realiza (De Manuel, 2010).

Para el desarrollo de la investigación se tuvo en cuenta la estructura del trabajo, considerando el Capítulo I: Planteamiento del Problema donde se abordaron los principales aspectos de la necesidad de investigar y caracterizar el aporte del patrimonio histórico en el turismo cultural de la ciudad de Latacunga haciendo énfasis en concepciones tales como que la importancia y necesidad de valorizar el aporte del patrimonio histórico cultural al turismo cultural en diferentes destinos y localidades, parte de una concepción determinante y es el hecho de que el turismo cultural se entiende como aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-

artísticos (UNESCO, 1976), por tanto, debe enfocarse y sustentarse en la protección y conservación del patrimonio cultural no solo material sino también inmaterial, en la medida que se considere un concepto amplio de cultura.

El Capítulo II: aborda los aspectos teóricos conceptuales de las variables en estudio. El Marco Teórico permitió analizar los antecedentes de la investigación las bases teóricas y el estado del arte, corroborando que el patrimonio cultural es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Son bienes tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico lo que les hace merecedores de una especial protección no solo relacionada con su conservación sino también con el uso que se pueda hacer de ellos (Harrison, 1994; Prats, 1998; Ballart y Juan-Tresseras, 2001, Hernández, 2002).

El Capítulo III: contiene la Metodología de la investigación: tipo de investigación, diseño, niveles de investigación, población y muestra, operacionalización de las variables, técnicas e instrumentos que permitieron el análisis, aplicación y desarrollo de la investigación de campo donde se pudo diagnosticar la problemática planteada pudiendo afirmar que las variables poseen dimensiones importantes a partir de las cuales se analizaron los indicadores y los ítems de los cuestionarios que fueron los instrumentos seleccionados (Véase Matriz de Consistencia y Matriz de Operacionalización de Variables).

El Capítulo IV: presenta el Análisis e Interpretación de Resultados de los instrumentos aplicados así como la comprobación de las hipótesis generales y específicas pudiendo demostrar que existe un aporte significativo del Patrimonio Histórico al Turismo Cultural en la ciudad de Latacunga en el período 2019.

Finalmente, se presenta una Propuesta de solución al problema enfocada en el Diseño de un Plan de Marketing para el posicionamiento del Museo Casa de los Marqueses ubicado en la ciudad de Latacunga, que permita difundir el patrimonio histórico de la ciudad como alternativa viable para fomentar el turismo cultural.

Como conclusiones se estable que los Museos posibilitan el conocimiento del arte, la cultura a la sociedad, contribuyendo a la formación de la identidad cultural. El vínculo con otras culturas que el museo proporciona, tanto para los visitantes de una misma ciudad como para los extranjeros que vienen a conocer otras culturas, demuestra su valor como

expresión del patrimonio y alternativa para el desarrollo del turismo cultural. Como recomendación importante, se sugiere aplicar estrategias en cuanto a las alianzas estratégicas con las instituciones educativas de la localidad, para mayor afluencia de visitantes y divulgación del patrimonio en la comunidad.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

El desarrollo de la actividad turística desde lo cultural y patrimonial, lleva implícito la puesta en marcha de estrategias y propuestas que permitan brindar a los turistas la riqueza del patrimonio histórico cultural de los destinos que visitan. El uso turístico del patrimonio, supone un proceso de conversión de los recursos patrimoniales en producto turístico. En este sentido, es importante determinar y analizar las potencialidades que debe tener una localidad para el desarrollo del turismo cultural mediante los atractivos patrimoniales que posee, considerando el uso adecuado y sostenible de ese patrimonio.

El patrimonio a juicio de autores como Santa Cruz y Domínguez (2015) debe concebirse como una producción cultural, desde la cual se debe impulsar y llevar a cabo actividades turísticas teniendo en cuenta que todo turista debe recrearse, disfrutar y estar en contacto con los valores, creencias, tradiciones, costumbres y bienes materiales y espirituales que representan la cultura de un lugar, su riqueza e identidad que le hace único e irrepetible, que además es históricamente determinado.

Al desarrollar la actividad turística, se debe procurar el manejo responsable, la preservación y uso racional del patrimonio. Enfocar acciones sostenibles integrando factores económicos, ambientales, culturales y patrimoniales del destino turístico. El turismo cultural puede fortalecerse sin dudas, desde las potencialidades que tiene el patrimonio del lugar, si se tiene en cuenta que existen problemáticas evidentes en diferentes contextos en cuanto a la articulación deficiente de la práctica del turismo cultural con la cultura y patrimonio histórico. Es insuficiente la valoración de la cultura como catalizador del desarrollo turístico y su integración a dicha actividad, por ende, la falta de integración del patrimonio histórico en el contexto social de diferentes ciudades y localidades, incide en que se lleven a cabo acciones que mantienen a la cultura y al patrimonio, deslindados de la actividad turística.

La Organización Mundial del Turismo (1993), estimó que el turismo cultural representa cerca del 37 % del total del sector turístico, con un crecimiento anual en torno al 15 % considerando que existe una tendencia a que los viajes sean mayormente por un

componente cultural. Observando esta tendencia, es significativa la magnitud del patrimonio cultural como motor turístico, siendo importante la concepción que se establezca, principios y estrategias del turismo cultural; consolidando el hecho de que la cultura implica no solo arte, no solo literatura y expresión artística, sino también tradiciones, patrimonio histórico artístico, costumbres, modos de ser y hacer de una colectividad. Entonces la cultura constituye la dimensión más importante desde la cual desarrollar el turismo, apuntar a un turismo sostenible solo será posible en la medida que se sustente en y desde la cultura.

El turismo cultural, según criterios de la UNESCO (2016), está vinculado a visitas a sitios de valor histórico, artístico, científico o patrimonial, por lo que al hablar de turismo cultural se hace referencia a desplazamientos, intercambio y visitas mayormente a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte o el folklora y las peregrinaciones, entendiendo que en la categoría de turismo cultural, se incluyen siete subsectores: arquitectura, museo y galerías, gastronomía, productos típicos, ecoturismo, conciertos y actuaciones así como la producción artesanal (Soro, 2018).

Desde estas perspectivas, es indudable que el turismo cultural debe concebirse desde la valorización y el consumo del patrimonio cultural, que el turista valore la riqueza patrimonial de cada uno de los destinos, conozca su historia, su producción artística, literaria y artesanal. Es necesario interpretar al ser humano en el medio en el que se ha desarrollado y sigue haciéndolo. Solo de esta forma existirá la capacidad de planificar una serie de acciones vinculadas al uso del patrimonio con fines turísticos, sin perjudicar el normal desarrollo de la comunidad que lo ha originado.

Es por esto que uno de los principales motivos del turista cultural, es el deseo de conocer y entrar en contacto con el patrimonio cultural del lugar turístico elegido, así como sentirse motivados a seguir aprendiendo sobre la cultura y sus diversas manifestaciones, también llamado a este tipo de turistas como turistas patrimoniales (Galindo, 2004). El patrimonio histórico debe ser preservado, restaurado y difundido, al constituir elemento de identidad de los sitios y comunidades.

En Ecuador, los activos culturales tales como museos, edificios y centros históricos son una importante fuente de generación de ingresos del turismo, lo que significa que

pueden ser valiosos tanto para los pobladores locales como también para los turistas extranjeros. En ciudades como Latacunga es evidente en cambio la carencia de Museos y espacios creados para la difusión del patrimonio histórico cultural, de las tradiciones e historia de la ciudad que se convierta en un atractivo turístico tanto para turistas nacionales como para extranjeros, así como para la población local que desconoce en gran medida la historia y el patrimonio de la ciudad.

La generación de un producto cultural es capaz de dinamizar y proyectar la economía sin deteriorar la autenticidad del bien, ya que este producto cultural se basa en la identidad y las características particulares de la comunidad local y su territorio. El uso del patrimonio cultural como recurso turístico en el país aún no está muy extendido a pesar de la riqueza patrimonial y etnográfica. Todo esto se debe a que existe mayor preferencia por otro tipo de turismo como el turismo de sol y playa y por una mayor oferta turística hacia los recursos naturales. Por ello, la importancia de conservar e investigar el Patrimonio Cultural Histórico del país y darle valor a través de la promoción y difusión, la apertura de nuevas galerías y museos que expongan lo más valioso de este patrimonio.

Se debe mencionar, que la importancia y necesidad de valorizar el aporte del patrimonio histórico cultural al turismo cultural en diferentes destinos y localidades, parte de una concepción determinante y es el hecho de que el turismo cultural se entiende como aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos (UNESCO, 1976), por tanto, debe enfocarse y sustentarse en la protección y conservación del patrimonio cultural no solo material sino también inmaterial, en la medida que se considere un concepto amplio de cultura.

Abarcar de ese modo tanto los elementos del llamado patrimonio cultural material como del patrimonio cultural inmaterial lleva implícito considerar que en el patrimonio cultural material, se encuentra la arquitectura monumental como vernácula y los demás elementos significativos del espacio donde se localizan, como fuentes, esculturas, farolas, jardines históricos; los museos y sus acervos artísticos; los sitios arqueológicos visitables; el entorno medioambiental, entre otros. En el patrimonio cultural inmaterial, se consideran las formas de expresión, los “saberes”, las celebraciones y los lugares vinculados a prácticas socioculturales colectivas (IPHAN, 2010). Así, esos recursos culturales susceptibles de transformarse en productos culturales, mediante el tratamiento – interpretación – planificación orientada a su consumo cultural, uso y disfrute cultural,

podrán ser asociados a ofertas culturales y demás servicios turísticos, constituirse en productos turístico-culturales que vía los mecanismos e instrumentos de comunicación y comercialización turística, se concretan en ofertas turístico-culturales. En ello, se plantea la gestión del turismo cultural y por ende, el patrimonio es el insumo principal desde el cual se debe construir la oferta turística.

El problema que se plantea, está determinado en gran medida, por la necesidad de caracterizar cómo el patrimonio incide en el turismo cultural como premisas para identificar alternativas que contribuyan a la difusión del patrimonio y por tanto, a la consolidación del turismo cultural, teniendo en cuenta que actualmente muchas personas en diferentes sitios, desconocen su historia, el origen de sus tradiciones y de su memoria histórico cultural. El deficiente desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Latacunga, en gran medida se debe a que el patrimonio no se ha valorizado, no existen espacios que permitan tener un conocimiento a profundidad de la cultura local y su riqueza, por lo que se deben crear estos espacios que integre las expresiones del patrimonio, como es el caso de los Museos.

Los Museos posibilitan el conocimiento del arte, la cultura a la sociedad, contribuyendo a la formación de la identidad cultural. El vínculo con otras culturas que el museo proporciona tanto para los visitantes de una misma ciudad como para los extranjeros que vienen a conocer otras culturas, demuestra su valor como expresión del patrimonio y alternativa para el desarrollo del turismo cultural. En este sentido, en la presente investigación se considera viable aportar el diseño de un Museo como materialización del aporte del patrimonio histórico al turismo cultural.

El patrimonio en la ciudad de Latacunga, no ha sido completamente desarrollado como un recurso y atractivo turístico, por lo que la presente investigación pretende analizar el patrimonio histórico cultural de la ciudad con el fin de que se convierta en un factor de desarrollo turístico, integrando la historia, cultura y tradiciones en un producto turístico que diversifique la oferta actual de la ciudad, contribuyendo al turismo cultural.

Todo intento de contribuir al turismo cultural, significa considerar el concepto de cultura impregnado en la subjetividad social, que en ocasiones, se limita a la percepción de que cultura es arte, manifestaciones artísticas; en cambio, se debe entender la cultura como integración de aspectos subjetivos, como aquello que envuelve, identifica y trasciende las realizaciones humanas, individuales o colectivas, permitiendo deducir la íntima relación

entre el objeto y el sujeto que lo realiza, entre el patrimonio y la cultura, entre lo material y lo inmaterial, lo tangible y lo intangible. De todo ello puede afirmarse, que el fruto de una cultura, de un pueblo, es el patrimonio cultural, que es el testimonio fehaciente de una manera de hacer y de comportarse, individual o colectivamente y la seña de identidad propia de la sociedad en la que se realiza (De Manuel, 2010).

1.2. *Formulación del Problema*

¿Cómo el patrimonio histórico aporta al turismo cultural de la ciudad de Latacunga?

1.3. Justificación

Tomando en cuenta cada una de las características significativas y representativas de la ciudad de Latacunga, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de la ciudad, dentro de su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDYOT) elaborado en el año 2015, se ha formulado como un objetivo importante dentro del aspecto socio – cultural, la importancia de potencializar el patrimonio cultural tangible e intangible por medio del fortalecimiento cultural de Latacunga (PDYOT, 2015), como aspecto determinante que permita diversificar la oferta turística y contribuir al turismo cultural.

Desde estas perspectivas, es evidente la integración del patrimonio histórico al turismo cultural, siendo importante y necesario impulsar acciones para conseguir una optimización de recursos que permitan dar un mayor realce a la puesta en valor del patrimonio histórico y cultural de la ciudad. Mediante estos hechos vistos de manera conjunta y buscando un beneficio turístico para la ciudad, se ha generado la necesidad de realizar una investigación que caracterice el aporte del patrimonio histórico al turismo cultural, así como las estrategias que puedan ser aplicadas en la ciudad considerando como eje principal, el patrimonio histórico cultural y la integración de aspectos tradicionales con el fin de ampliar la oferta turística existente, desde el realce y fortalecimiento de la cultura.

1.3.1. Justificación teórica

La investigación aporta un análisis teórico conceptual de la interrelación entre categorías importantes como turismo y patrimonio cultural, que sirven de referentes para el análisis de la necesaria interrelación entre ambos. De igual manera, aporta la descripción y caracterización de los Museos, desde el punto de vista teórico.

1.3.2. Justificación práctica.

La investigación aporta con una propuesta de diseño de un Museo, que permitirá dar a conocer el patrimonio histórico cultural de la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, desde la exposición y conservación de los bienes inmateriales y materiales, que permitirán el aprovechamiento del patrimonio, como aspecto determinante para fomentar el turismo cultural.

1.3.3. Justificación metodológica

La investigación aporta con una propuesta metodológica de cómo conformar un Museo que tenga como propósito fundamental, la difusión del patrimonio histórico cultural como recurso para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Latacunga.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Demostrar la relación del Patrimonio Histórico en el Turismo Cultural.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Demostrar la relación de los Bienes Culturales Materiales Inmuebles en el Turismo Cultural.
- Demostrar la relación de los Bienes Culturales Materiales Muebles en el Turismo Cultural.
- Demostrar la relación de los Bienes Culturales Intangibles en el Turismo Cultural.

1.4.3. Hipótesis General.

Existe relación del Patrimonio Histórico en el Turismo Cultural.

1.4.4. Hipótesis Específicas.

- Existe relación de los Bienes Culturales Materiales Inmuebles en el Turismo Cultural.
- Existe relación de los Bienes Culturales Materiales Muebles en el Turismo Cultural.
- Existe relación de los Bienes Culturales Inmateriales en el Turismo Cultural.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación.

Las investigaciones realizadas en torno a la temática de patrimonio histórico y turismo cultural aportan referentes teóricos, que permiten entender y analizar la interrelación entre ambos términos, además de realizar interpretaciones y valoraciones en torno al tema:

La investigación asevera la necesidad de determinar estrategias turísticas que posibiliten la revaloración del patrimonio endógeno de la ciudad de Texcoco, México, considerando el patrimonio natural y cultural, desde la integración con la ciudadanía, que se convierta en un actor clave del proceso de fortalecimiento de los recursos culturales y su identidad.

Se evidenció que en el territorio de investigación, existía un abandono de los recursos patrimoniales, dispersos, sin señalización, sin restauración, olvidados y desconocidos por la población local. Mendoza, M. y Colectivo de Autores (2008). Potencial turístico del patrimonio cultural de la ciudad de Texcoco, México. Universidad de Tenerife, España.

La investigación permite establecer pautas fundamentales:

El análisis del patrimonio histórico como aporte al turismo, debe tener como punto de partida, el inventario de los recursos patrimoniales: localización, uso, estado actual así como datos históricos y régimen de propiedad.

La riqueza patrimonial intangible lleva implícito valorar fiestas tradicionales, gastronomía, danzas, música, mitos y leyendas, costumbres y tradiciones.

El Museo constituye una alternativa viable para exhibir y resguardar el patrimonio histórico cultural de una ciudad. Para que el turismo sea un dinamizador del espacio y de la comunidad, debe involucrarse a la comunidad en el desarrollo y aprovechamiento del potencial turístico.

Se hace necesario entender que la práctica turística en un recurso patrimonial conlleva considerar diversos factores que no atenten contra la riqueza cultural de una localidad: gestión de flujos turísticos, planificación urbanística, protección del patrimonio, enfocados a un desarrollo sostenible.

Otra de las investigaciones tomada como contribución manifiesta:

La investigación analiza la oportunidad que tiene el patrimonio histórico y cultural de la Época de la Colonia para ponerlo en valor en Pachuca de Soto, incorporándolo como un elemento de atracción turística que permita conocerlo y disfrutarlo. El estudio tuvo como objetivos analizar la puesta en valor, analizar la importancia de los hechos históricos, identificar los bienes patrimoniales y definir su potencialidad turística.

Es necesario incrementar la oferta turística en el país, considerando la oportunidad de incluir al patrimonio cultural como parte de un producto, tomando en cuenta que México cuenta con zonas arqueológicas, ciudades coloniales, sitios declarados Patrimonio de la Humanidad, museos, gastronomía, fiestas patronales, carnavales y leyendas. México alberga una gran diversidad cultural susceptible al aprovechamiento racional de los recursos culturales para la creación de productos turísticos. González, C. (2017). La puesta en valor del patrimonio histórico y cultural, en el caso de Pachuca de Soto, Hidalgo, México. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona. Barcelona, España.

Los resultados de este estudio revelan que tal patrimonio requiere de la intervención inmediata del estado, en cuanto al rescate, uso adecuado y difusión con participación colectiva, ordenada, responsable y sustentable, basada en un Modelo dinamizador del patrimonio histórico y cultural.

La investigación sustenta, entre otras implicaciones, la necesidad de crear conciencia en la población local de la valía del patrimonio, despertar el interés de las autoridades por rescatar y conservarlo, con la contribución del sector turismo, impactando el incremento del flujo y estadía de turistas.

Considerando la importancia histórica de éste patrimonio y su cercanía, podría crearse un recorrido turístico dedicado exclusivamente al patrimonio de la época Colonial.

El aprovechamiento del patrimonio debe ser procurando su conservación a través de las buenas prácticas que propicien el respeto, conservación y su uso responsable.

Una de las investigaciones referentes al tema de investigación manifiesta que:

La investigación se basa en la búsqueda de instrumentos que beneficien a la recuperación de los recursos patrimoniales que tiene un sector o lugar turístico, consolidando su uso turístico con un modelo de desarrollo sostenible que ayude a la sociedad local. Basándose en lo expuesto, esta tesis beneficia a comprender en qué medida la actividad turística ayuda a la revalorización del patrimonio cultural histórico de una ciudad y ofrece oportunidades nuevas para su recuperación, reutilización y conservación. Cortes, T. (2002). Recuperación del patrimonio cultural urbano como recurso turístico. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Realizar una oferta turística cultural, desde el patrimonio de cada ciudad, lleva implícito una planificación estratégica, donde es importante tomar en cuenta la puesta en valor de la historia de la ciudad, sus personajes más relevantes, así como los elementos arquitectónicos y urbanísticos propios de la ciudad, para reafirmar los signos de identidad colectiva, es decir, como factor catalizador para el turismo. La recuperación del patrimonio cultural urbano se convierte en un elemento esencial para la promoción del turismo cultural.

De esta manera, una propuesta para la recuperación del patrimonio histórico urbano como recurso turístico, son precisamente, los Museos, que en el caso de esta investigación, mencionan el hecho de crear una Red de Museos Temáticos, compuesta por Museos ya existentes y el establecimiento de otros nuevos en bienes inmuebles recuperados total o parcialmente para el nuevo uso turístico cultural, concepción que es muy importante para el desarrollo de la presente investigación.

Otra de las investigaciones que aportan al tema en la contextualización de los objetos de estudio revelan que:

Es importante mencionar que durante los últimos años se han desarrollado varios proyectos a nivel mundial basados en temas culturales como es el caso de la investigación analizada, ya que detalla estos aspectos y su relación directa con el desarrollo local y territorial de un pueblo. En este sentido, es meritorio tomar este trabajo como apoyo para el proceso investigativo que se lleva a cabo ya que, por el reconocimiento que hoy en día obtienen los aspectos culturales en nuestro país y en este caso en la ciudad de Latacunga se debe integrar proyectos que beneficien al patrimonio cultural apoyado de estrategias y las políticas de desarrollo sostenible; y para que de esta manera, el aspecto cultural y patrimonial se ha reconocido como un recurso principal para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Latacunga.

La investigación hace referencia a conceptos importantes:

En la Convención para la protección del patrimonio mundial, cultural y natural, más allá de definir lo que la UNESCO entiende como patrimonio cultural (monumento, conjuntos y lugares) y como patrimonio natural (monumentos naturales, formaciones geológicas y fisiográficas y lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas) o de instituir el título de “Patrimonio Mundial”, también conocido como “Patrimonio Cultural de la Humanidad”- destaca algunos aspectos que son considerados esenciales para la protección y conservación de los bienes culturales y naturales, y que hacen conexión con las políticas de desarrollo. Estos elementos los podemos encontrar en su artículo 5°:

- Adoptar políticas que sepan dar una función al patrimonio cultural y social en la vida colectiva;

- y tomar las medidas necesarias (jurídicas, científicas, técnicas, etc.) para la gestión del patrimonio cultural y natural, es decir, para la identificación, protección, conservación, valorización y restauración de dicho patrimonio.

La definición de patrimonio histórico y sus diferentes usos y acepciones así como su gestión -todo el ciclo que va desde el descubrimiento de un valor excepcional en un artefacto hasta su difusión- puede ser entendida como un paso más entre las distintas acciones que una comunidad deberá realizar para alcanzar su pleno bienestar, es decir: para que todos los individuos que forman parte de ella, se sientan satisfechos consigo mismos, integrados y valorados, sean capaces de entender y describir cuáles son sus verdaderas necesidades, y sean capaces, mediante un proceso de re-descubrimiento personal y comunitario, de generar procesos endógenos, creativos e innovadores de desarrollo, que les permitan satisfacer sus necesidades, alcanzar sus objetivos y encontrar su felicidad. Todo esto, sin dejar de lado su propia identidad, y tomando como referencia su propia cultura.

Hay un aspecto esencial, que a partir de este momento, cobrará una fuerza mayor en el ámbito del desarrollo, que es precisamente la toma de conciencia de la necesidad del desarrollo integrado, a fin de que el nuevo concepto del desarrollo con el hombre como centro guíe todo el proceso centrándose para ello, en el “desarrollo cultural”, o se denominará dimensión cultural del desarrollo.

La tesis doctoral se centra en el análisis y estudio de la relación existente entre el patrimonio cultural y el turismo en el ámbito de la provincia de Alicante desde la perspectiva turística y la perspectiva de la propia naturaleza y función del patrimonio cultural en las sociedades actuales.

La presente tesis ha sido tomada como base bibliográfica para el trabajo ya que va de la mano con el tema en estudio, y permite visualizar de una manera más clara las estrategias para generar una relación directa entre el turismo cultural y el patrimonio de Latacunga; por otro lado, se busca que la actividad turística actual en Latacunga sea con motivaciones culturales y se incluya el contacto con el patrimonio cultural, con el fin de dar respuesta a las exigencias y requerimientos de la actual demanda turística; ya que se evidencia que las prácticas de ocio y turismo con motivaciones culturales ha tenido un incremento en el país.

La investigación defiende la idea de que el patrimonio desde la perspectiva de su condición instrumental, como herramienta que puede servir para establecer un proceso de comunicación con el público, para revelar los valores y significados de los bienes patrimoniales a un público que visita estos lugares de interés.

Sobre la Nueva Museología y museos dialógicos, es imprescindible cambiar de discurso y lograr que el público interactúe con el patrimonio cultural desde las técnicas de interpretación para generar experiencias sensoriales y emotivas para que el visitante contribuya a preservar y cuidar los bienes patrimoniales.

El interés de este trabajo va enfocado en la relevancia que el turismo cultural ha adquirido en zonas históricas brasileñas. Teniendo en consideración el alto nivel de fragilidad de estos sitios, la gran demanda requerida, los impactos inevitables y la carencia de planificación, se debe establecer un pronóstico de la situación y tomar a tiempo medidas profilácticas para que los daños no alcancen un grado de carácter irreversible.

La investigación colabora al trabajo realizado ya que permite analizar una propuesta de trabajo que vaya en relación al desarrollo de las actividades del turismo cultural, el uso de estrategias para la promoción del mismo, la aplicación de políticas públicas, la sostenibilidad y el bienestar de la ciudadanía. Es importante mencionar que en la actualidad para cualquier trabajo investigativo o proyecto turístico debe existir un sustento en base a normas sostenibles, es por ello que, al referirse al turismo cultural en el mundo, se analizan los principios de la carta internacional ICOMOS y las directrices de la UNESCO sobre esta modalidad de turismo. Además, la investigación colabora en el análisis y observación del estado actual de los bienes históricos de la ciudad. Rei, A. (2009). “Desarrollo del turismo cultural de la ciudad histórica de Ouro Preto (Minas Gerais-Brasil), Patrimonio de la Humanidad”. Gran Canaria: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

El patrimonio histórico-cultural se compone por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles, producidos por las sociedades a lo largo del tiempo. La masificación turística pone en peligro estos sitios, en muchas ocasiones conlleva a la transformación, el deterioro y la destrucción de los referidos recursos, a causa del interés económico de maximizar los beneficios, lo que evidencia la importancia de adoptar medidas concretas para proteger y conservar estas regiones de gran valor histórico.

La base investigativa del trabajo es la creación de un sistema de evaluación cualitativo del patrimonio Cultural urbano que posibilite la toma de decisiones sobre el nivel de protección, con el que tiene que ser preservado; en este sentido, el proyecto beneficia en la investigación en la determinación de lineamientos de evaluación necesarios para el análisis de cada bien histórico de Latacunga que se tomará en cuenta para vincularlo con el turismo cultural de la zona. Teniendo en cuenta que, el patrimonio cultural de un pueblo contiene las expresiones históricas más significativas de una cultura, mereciendo sensibilidad de los ciudadanos. Villamir, L. (2008). La evaluación del Patrimonio Cultural Arquitectónico urbano para su protección. Cataluña: Universidad Politécnica de Cataluña.

La evaluación del patrimonio histórico es importante para el logro de la sostenibilidad de la actividad turística, desde el análisis de los bienes materiales, su cuantificación y análisis de valor.

La base de esta tesis es el interés por conservar aquellos elementos que identifican rasgos culturales, o que son recordatorios de hechos históricos relevantes para grupos sociales específicos, ha sido un tema que desde varios siglos atrás se ha revestido de importancia. En base a esto, esta fuente académica sirve para el estudio realizado ya que actualmente el patrimonio cultural se ha convertido en un tema de continuo estudio y debate académico. Por ello se ha convertido en un recurso de gran potencial, que puede ayudar a la valorización del territorio. Gracia, K. (2015). El patrimonio cultural como base para un modelo de desarrollo endógeno. La herencia cultural del Período Liberal en Costa Rica (1870-1940) como capital cultural. Un estudio de caso. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.

El patrimonio y su capital cultural, pueden ser la base para desarrollar industrias creativas o iniciativas turísticas que utilicen estos recursos territoriales. Con ello se busca promover un desarrollo endógeno de efecto positivo multiplicador para las comunidades; el cual puede integrarse por medio de proyectos ligados al turismo, el arte, la creatividad, la innovación.

Varias de las investigaciones citadas para definir la meso contextualización de la investigación manifiestan que:

En el mundo pueden mencionarse muchos ejemplos de ciudades, grandes o pequeñas, que se han valido de su patrimonio cultural, tangible o intangible, para poder generar con ello un recurso turístico y que han sido explotado por su riqueza histórica, arquitectónica o vivencial. Paris, Roma, Florencia, Nápoles, Barcelona, son algunos de los tantos que se pueden encontrar, en donde el turista va en busca de enriquecer sus propia cultura.

Según Camargo (2004), el turismo cultural es una de las maneras de salvaguardar la memoria colectiva de un pueblo, sabiendo que la intervención puede generar algunos aspectos negativos, pero se debe tratar de abandonar los extremismos y poder abrir los ojos a la comunidad hacia la información. Si no fuera realizada una revitalización de los recursos, usos y costumbres, estos quedarían perdidos y el pueblo se quedaría sin pasado. Los espacios culturales son entornos de referencia, que rememoran la historia de la localidad y sus ciudadanos. Fernández, H. (2014). En busca de la identidad cultural como atractivo turístico. Universidad Abierta Interamericana. Sede Regional Rosario. Argentina.

La identidad debe ser concebida como un recurso turístico cultural. La identidad está formada por aspectos materiales e inmateriales, por lo que es evidente la importancia de la relación entre la identidad de una comunidad y sus prácticas recreativas.

Otra de las investigaciones referentes manifiesta que:

La presente investigación surge inicialmente desde el creciente interés ciudadano por instalar en la educación aquellas temáticas relativas a la cultura, que muchas veces se ven disminuidos frente a la urgencia por tratar otros temas para el bienestar y la buena salud de la sociedad; por otro lado, comprender lo que es actualmente el Patrimonio y lo que puede llegar a ser para las próximas generaciones. La investigación apoya al desarrollo del presente trabajo ya que engloba la clasificación del patrimonio cultural y permite identificar las características de cada una de ella; beneficiando de esta manera a un análisis más profundo de cada bien histórico de la ciudad de Latacunga para darlo a conocer vinculándolo con el desarrollo del turismo cultural local.

Gimenez, C., & Retamal, P. (2013). Patrimonio Material e Inmaterial en el Barrio Patronato: Análisis de la interacción entre estos bienes culturales. Santiago de Chile, 2013: Universidad de Chile.

Desde la antropología, la cultura es concebida como un entramado de significaciones socialmente establecidas, que constituyen un patrón o modelo susceptible de ser transmitido históricamente a través de las ideas representadas como símbolos; estos le permiten a los sujetos comunicarse, perpetuarse y desplegar su conocimiento y sus experiencias de realidad. Los símbolos culturales permiten darle sentido a de manera subjetiva y personal a la experiencia, como también organizarla en sus múltiples enfoques siendo ellos mismos polisémicos. El antropólogo estadounidense Clifford Geertz dice que los símbolos culturales tienen distintas variables: forma y significado, materialidad e historicidad, colectividad e individualidad; entonces, ha de entenderse todo sistema cultural –simbólico, dicho así- como un proceso cognitivo que se reactiva, actualiza y revitaliza en la medida en que los sujetos lo pongan en práctica, extrayendo de ellos la información, el conocimiento, los valores, la apreciación ideológica que contengan.

Asimismo, el enfoque que se le dé a cada símbolo dependerá del espacio contextual y temporal que lo constituya. “Bajo estas nociones se puede señalar que una característica básica y fundamental de la cultura como sistema simbólico es permitir a los sujetos distinguir, a través de un proceso de clasificación, su propia experiencia, y de este modo aprehenderla por medio del sentido y significado que le otorga.”

Enmarcando la micro contextualización se hace referencia a la investigación:

La investigación permite afirmar que el Patrimonio Cultural es importante porque es parte de la Riqueza de la Nación que involucra el pasado histórico con nuestro presente común, en construcción con una identidad nacional, a través de este patrimonio se ofrece al mundo un valioso conocimiento de riqueza. El Patrimonio Cultural es un Recurso No Renovable en lo que respecta a

su pasado, y es por eso mismo que se manifiesta como recurso propio e intocable de una Nación (párr. 30).

Los activos culturales como museos, iglesias, edificios y centros históricos son una importante fuente de generación de ingresos del turismo, por lo que deben ser valiosos para todos los pobladores de una región, país o para el mundo en su totalidad. Esto comprende conocer las obras, las manifestaciones artísticas, culturales, parques naturales, fiestas tradicionales, artesanías, lo que permite el desarrollo de la sociedad. Tamayo, D. (2013). Mercado de turismo cultural y el valor patrimonial del Centro Histórico de Quito. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador.

El uso del patrimonio cultural como recurso turístico en el país aún no está muy extendido a pesar de la riqueza patrimonial y etnográfica. Todo esto se debe a que existe mayor preferencia por otro tipo de turismo como el turismo de sol y playa y por una mayor oferta turística hacia los recursos naturales, he ahí la importancia de conservar e investigar el Patrimonio Cultural Histórico del país y darle valor a través de la promoción.

Otra de las investigaciones referentes a la micro contextualización manifiesta que:

El desarrollo investigativo se sustenta en principios determinantes en torno al patrimonio, considerando que el patrimonio comprende los bienes tangibles e intangibles heredados de los antepasados a través de sus tradiciones y creencias que se comparten por los valores culturales, históricos y religiosos; los bienes culturales y naturales lo constituyen la identidad cultural de una nación, a través del legado cultural para las generaciones futuras (Ministerio de Educación y Cultura del Paraguay, 2014).

El patrimonio lleva implícito el legado que recibe una sociedad a través del acervo cultural propio de cada región, determinando su propia identidad cultural como individuos colectivos e individuales.

Estos principios sustentan el hecho de que una sociedad pueda descubrir su pasado y asumirse como individuos de un mismo pueblo o región, así mismo la identidad surge de la riqueza cultural acumulada en el patrimonio material e inmaterial, que ha dejado huellas en restos materiales y espirituales del pasado (Siavichay, 2011).

El Patrimonio Cultural Material es la herencia cultural de los pueblos que poseen un especial interés en su historia artística, identidad cultural, arquitectura urbana y arqueológica que proyecta su propio acervo cultural.

Se debe considerar la restauración, conservación, protección, revitalización, difusión y control del patrimonio cultural material e inmaterial.

Otra de las investigaciones que aportan al trabajo manifiesta que:

El turismo cultural ofrece la oportunidad de intercambiar experiencias a su vez permite el mejoramiento de la calidad de vida esto beneficia al progreso económico de la población en ella asentada. El turismo cultural a su vez y está inmerso al patrimonio cultural debido a que el turismo, cultura, y el patrimonio son ejes fundamentales en el momento de realizar actividades de desarrollo turístico cultural viéndose entrelazados entre si, es importante por ello defender el patrimonio cultural de una nación haciendo posible que se mantengan y sustenten fenómenos turísticos permanentes, y que influyan en el desarrollo progresivo de los valores patrimoniales existentes en el cantón Colta y que prevalecen en la actualidad. Caiza, I. (2015). Plan estratégico turístico de los valores patrimoniales del cantón Colta en la provincia de Chimborazo. Universidad Central del Ecuador. Quito, Ecuador.

Uno de los factores claves que se debería considerar para la dinamización de la actividad turística, es el estado de conservación de las muestras patrimoniales existentes en la localidad, lo que permitirá tener una materia prima de calidad para incursionar en la actividad turística.

Una de las investigaciones que aporta el trabajo investigativo manifiesta que:

Proteger, conservar y difundir el patrimonio cultural, arquitectónico, histórico y natural de un territorio es el elemento primordial de la investigación antes mencionada; en este sentido, la misma sirve como base para el trabajo ya que permitirá identificar el desarrollo local que ha tenido la ciudad de Latacunga con el uso y propuesta de los recursos patrimoniales históricos. Chávez, V. (2015). Lineamientos metodológicos y operativos para facilitar la inserción y gestión de la competencia de patrimonio cultural y arquitectónico en los gobiernos autónomos descentralizados municipales del Ecuador en sus planes de desarrollo y ordenamiento territorial. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Sin duda el patrimonio constituye un recurso potencial en las iniciativas de desarrollo local y regional, especialmente en las estrategias de desarrollo a partir del turismo. Enfrentar o afrontar el proceso de globalización hizo pensar en la necesidad de inscribirnos en él, pero a partir de una profunda reflexión de reconocer, asumir, valorar y cuidar nuestro patrimonio y herencia cultural para transmitirlo a las nuevas generaciones.

El nuevo mundo nos enfrenta a mejoras funcionales y ambientales, a la reutilización de las infraestructuras y el patrimonio construido con nuevos equipamientos en las áreas centrales, dando la oportunidad entonces de tener un manejo responsable de la herencia, lo que permite ponerlas en competitividad y mercado, en condiciones necesarias para la atracción de inversiones, el crecimiento económico, en el marco de un sostenido fortalecimiento de la identidad y autoestima ciudadana.

Otra investigación con un aporte al Patrimonio de la ciudad de Latacunga y que aportó a la investigación manifiesta que:

El presente trabajo se basa en el análisis del Patrimonio Cultural de la parroquia Tanicuchí, para de esta manera, dar a conocer cada uno de los bienes por medio de la aplicación de fichas dadas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, con la finalidad de promover el turismo cultural en la zona y promocionar los bienes; para su cumplimiento se ha desarrollado una Revista Cultura con la recopilación de información sobre los aspectos culturales. Se ha tomado esta investigación como bibliografía de referencia, ya que tiene similitud en el tema abordado; además, la metodología, referencia conceptual permiten ampliar los conocimientos sobre el tema turismo cultural y patrimonial necesario para la ejecución de la investigación. Villagómez, C. (2017). Análisis del patrimonio cultural de la parroquia Tanicuchí cantón Latacunga, para promover el desarrollo turístico de la zona. Latacunga: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida; es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y bibliotecas (UNESCO, 1982)

Otro aporte significativo a la investigación en el contexto del patrimonio cultural manifiesta que:

El análisis de la presente tesis hace referencia a la importancia que le ha dado el actual gobierno al tema patrimonial desde el 2008, esto ha marcado un punto de partida en el concepto de desarrollo turístico. Por otro lado, hace una referencia en el marco legal generado por el Estado para el sector patrimonial y analiza la capacidad de aplicación que los Gobiernos Autónomos Descentralizados tienen de las mismas. En base a lo anteriormente expuesto, se ha tomado esta tesis como fuente bibliográfica ya que es necesario conocer de qué manera el gobierno trabaja en beneficio de la conservación del patrimonio, al direccionamiento de dichos lineamientos gubernamentales con la finalidad de valorar, preservar y dar a conocer los bienes patrimoniales. Bolaños, C. (2014). Estrategias de gestión del patrimonio cultural en los GAD: caso cantón Urcuquí 2013 – 2014. Quito.

El patrimonio a través de la historia, siempre han estado presentes en la vida diaria de las personas, más hoy día, estos campos se presentan como una gran oportunidad de apoyar al desarrollo de pueblos y naciones, su gestión integral basada en herramientas administrativas y tecnológicas actuales, se conjugan con conocimientos ancestrales logrando con esta simbiosis, que estas áreas alguna vez relegadas, sean actualmente 3 potenciales polos de desarrollo en los

territorios como parroquias y municipios, coadyuvando con esto a la búsqueda constante del buen vivir de sus ciudadanos.

Como aspectos generales, luego de una revisión bibliográfica exhaustiva, se puede considerar que el vínculo entre turismo cultural y patrimonio histórico, se materializa a partir del manejo de un modelo de desarrollo turístico sostenible, en la medida que aprovechar el patrimonio como recurso turístico, debe considerar como punto de partida, la valorización del patrimonio como recurso cultural, articulado a la necesidad de empoderar a la población local, que la actividad turística sea desde y para la comunidad, de manera tal que la comunidad regule, coordine y dirija el control de ingresos de turistas, sus características, necesidades y preferencias así como el control y administración de riesgos para los recursos patrimoniales.

En este sentido, el patrimonio por sí solo no se convierte en un factor clave para el turismo, sino que debe insertarse y formar parte de una estrategia de desarrollo turístico, donde se incluya la valoración del entorno, los atractivos a considerar como oferta turística, no es solo el monumento, el edificio, las riquezas arquitectónicas, sino el entorno que se convierta en un atractivo y exista una planta turística adecuada para la afluencia de turistas. El patrimonio es un recurso como parte de una estrategia de desarrollo turístico integral, a fin de convertir las ciudades en destinos turísticos, orientados a la práctica del turismo cultural.

Un destino para propiciar la práctica del turismo cultural, debe contar con productos innovadores que contribuyan a la valoración y la preferencia por el patrimonio cultural, desde la calidad de la oferta turística, la gestión integral del turismo y la presencia de un patrimonio. En una ciudad limpia, segura, dinámica, acogedora, en correspondencia con una infraestructura adecuada y mejoramiento de la planta turística. Todo ello, desde la concepción que se maneje de turismo.

Desde un enfoque social, el turismo es el análisis y valoración de la necesidad que tienen las personas de conocer otros sitios, de desplazarse, de intercambiar y recrearse ante la cultura del destino que visitan; las distancias en ocasiones, no son impedimento, ante la riqueza cultural, atractivos del destino. La movilidad humana en muchas ocasiones, está dada por el interés en conocer, en descubrir nuevas culturas, en la recreación y ocio lejos del lugar de residencia, nuevas experiencias que determinan la esencia de la actividad turística.

El turismo presenta diversidad de tipologías si se tiene en cuenta que el turista viaja por diferentes intereses, donde elige la práctica de actividades de diversas características ya sea culturales, deportivas, gastronómicas, religiosas, así como actividades netamente culturales, que determinan el turismo cultural desde el uso racional del patrimonio, con derechos y obligaciones por parte de los turistas, la comunidad receptora y la administración por parte de las instituciones públicas y privadas. Se requiere por tanto, de un análisis y concepción del término cultura entendiendo que no es solo arte, música, pintura, escultura, sino la herencia cultural de una sociedad, desde un enfoque holístico donde engloba factores sociales, políticos, creencias, percepciones, bienes materiales e inmateriales, donde el patrimonio constituye un eslabón fundamental, una parte significativa de la cultura, como representación de la identidad y de la historia en cada localidad; cultura como expresión, como manifestación de creencias, percepciones, valoraciones, modos de ser y hacer, que se comparten y transmiten a través del tiempo.

El patrimonio tanto material como inmaterial, constituye un legado de riqueza que ha sido transmitido de generación en generación. Debe ser conservado y preservado en la medida que el turismo cultural, abarca actividades turísticas en contacto directo con el patrimonio tangible e intangible, requiriéndose una labor de concientización en la sociedad, para su cuidado y preservación.

De acuerdo con La Secretaría de Turismo (SECTUR, 2016) de México, el turismo cultural constituye el principio de que los viajes turísticos se realizan mayormente por la motivación y el interés de conocer los aspectos distintivos de un destino: espirituales, materiales, intelectuales y afectivos. El patrimonio histórico artístico se convierte en un atractivo significativo para todo visitante, como conjunto de bienes, edificios y los objetos de valor histórico o artístico pertenecientes a cada región, ciudad o localidad; bienes materiales e inmateriales, este último, como el conjunto de prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y habilidades, así como los instrumentos, objetos y artefactos transmitidos de generación en generación (Informe de la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio, 2003).

La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO (2003) precisa los aspectos expuestos con anterioridad, enfatizando que el patrimonio cultural inmaterial, lo conforman los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Transmitido de

generación en generación, y constantemente recreado, infunde en la humanidad un sentimiento de identidad y continuidad.

El patrimonio puede ser clasificado en natural y cultural, el primero es aquel legado de la naturaleza, donde no intervino la mano del ser humano, y el segundo, es el creado por el hombre.

1. Material: edificios, monumentos, objetos, ropa, obras de arte, libros, máquinas, ciudades históricas o yacimientos arqueológicos.

2. Inmaterial: prácticas, representaciones, manifestaciones, conocimientos, habilidades y los instrumentos, objetos o espacios culturales que los acompañan valiosos para las personas; aquí se incluyen las lenguas y las tradiciones orales, las artes escénicas, las prácticas sociales y la artesanía tradicional.

3. Natural: el paisaje, la flora y la fauna.

4. Digital: los recursos creados en formato digital (por ejemplo, de arte o animación digital) o que se han digitalizado para su conservación (textos, imágenes, vídeos, discos) (Ministerio de Cultura y Patrimonio, Ecuador, 2014).

2.2. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación

Las características impartidas por la UNESCO y las declaratorias de patrimonio ya realizadas en el Ecuador, permiten comprender de mejor manera la clasificación del sector legislada en el país. En base a esto y según la Constitución de la República del Ecuador (2008), en el artículo 379 incluye como parte de nuestro patrimonio a:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral, diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Si bien el concepto de patrimonio se lo comprende de una manera integral, es decir, abarca tanto al patrimonio cultural como natural, el presente estudio se concentrará en el patrimonio cultural, concepto que será analizado a lo largo del trabajo.

La normativa vigente del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural – INPC (2014), utiliza la siguiente clasificación para estudiar al patrimonio cultural:

a) Bienes Inmuebles, son los bienes culturales constituidos por las obras o producciones humanas que no pueden trasladarse, en esta categoría se ubican los pueblos y ciudades, parques, plazas, caminos, vías y puentes y las arquitecturas: civil, religiosa, militar, monumental, moderna, vernácula y prehispánica.

b) Bienes Muebles, incluye todos los bienes culturales que pueden trasladarse de un lugar a otro y está conformado por armamento, carpintería, documentos relevantes, industria, equipo urbano, escultura, filatelia, instrumentos científicos, instrumentos musicales, metalurgia, mobiliario utilitario, decoración mural, piedra tallada, retablo, entre otros.

c) Bienes Arqueológicos, comprende los vestigios más antiguos (lugares u objetos), dejados por antiguas civilizaciones que ocuparon el actual Ecuador, antes de la llegada de los europeos.

d) Bienes Documentales, tienen el objeto de registrar, transmitir y conservar información de las actividades realizadas por las personas o instituciones públicas o privadas, en un lugar y fechas determinadas, registrados en diversos tipos de soportes, como los manuscritos, libros, revistas, fotografías, partituras, cintas de video, entre otras.

e) Bienes Inmateriales, está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad genera procesos de identidad y de pertenencia en la comunidad.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Cultura e identidad

El término cultura tuvo sus orígenes en la Antigua Grecia y desde sus inicios, estuvo muy ligado al cuidado del espíritu. Los griegos diferenciaban los hombres cultos de los incultos, por la educación y la buena crianza recibida. Para ellos, la cultura tenía un carácter objetivo - subjetivo en la medida que cada hombre tiene el derecho y el deber de enriquecer su espíritu, a la vez que puede crear y transformar el medio natural, con su actividad (Montero, 2009).

La civilización griega legó a la humanidad concepciones importantes que aún siguen vigentes. Su interpretación de la cultura tiene un notable valor, además de constituir la base sobre la cual se erigieron nuevas concepciones relacionadas con el tema.

Existen numerosos conceptos de cultura. Es un término que ha generado polémicas a la hora de definirlo. Se debe considerar que en toda definición están presentes la subjetividad del autor, su experiencia personal y maneras de concebir la realidad.

Interesantes resultan aquellas interpretaciones de cultura que revelan un tratamiento más allá de la creación artística y literaria, incorporando otros importantes elementos, tales como conocimientos, modos de accionar, experiencias y actitudes. En 1982, en la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT) efectuada en México, la UNESCO reconoció que la cultura está constituida por “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, tradiciones y creencias” (p. 23). Esta definición corrobora la oposición de la UNESCO a limitar la cultura al sector cultural, al mundo de la creación artística y literaria, sin tener en cuenta los elementos que identifican a una nación y que indiscutiblemente, forman parte de su cultura.

Es evidente a partir del concepto anterior, que la cultura no es solo creación artística, fruto del despliegue del talento de los hombres; ni tampoco los niveles de conocimientos que posean a partir de su aprehensión de lo mejor de su historia pasada. Existe un reconocimiento de que cultura también implica la forma en que viven las personas, las maneras de ser y hacer de una colectividad humana, las capacidades que desarrollan para lograr sus metas y actitudes. La verdadera esencia de la cultura emerge de los símbolos, experiencias, valores presentes en una sociedad, que determinan la interrelación entre los hombres, su individualidad, lo que los diferencia del resto y va conformando su propia identidad.

Por lo antes expuesto, se asume que la cultura puede considerarse como creación humana, la obra edificada por los hombres sobre el planeta. Expresa los elementos esenciales que identifican a los pueblos, el conjunto de rasgos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos; las tradiciones, modos de vida, patrimonio, valores, por lo que abarca mucho más que el mundo de la creación artística y literaria.

La cultura se convierte en un elemento que contribuye notablemente, al fortalecimiento de la identidad cultural, la autonomía e independencia en cada nación. Constituye la expresión de la existencia real y objetiva de un país, de su singularidad, aún

cuando existan semejanzas con alguna otra región. Contribuye a consolidar el sentido de pertenencia de los hombres al lugar, el intercambio entre las naciones, a través de sus producciones artísticas y de la comunicación entre las poblaciones; de los lazos que se van construyendo entre ellas, al interactuar e intercambiar ideas y experiencias.

Se infiere de lo anterior, que cada cultura es única e irrepetible. De ahí su marcado carácter endógeno, depende de las características de un determinado pueblo. Por tanto, es de vital importancia el respeto a la diversidad cultural, garantía fundamental para la unidad e integración entre las regiones. Es necesario comprender que preservar la diversidad cultural, garantiza no solo el respeto a cada uno de los pueblos, sino también el intercambio entre las culturas, condición esencial para la conservación del legado cultural de la humanidad y que cada pueblo posee una parte de su historia.

La UNESCO, al conceptualizar la cultura, implícitamente remite a la consideración de que la cultura es la fuente de inspiración y motivación que mueve a los hombres no solo a producir, a explotar su talento artístico, sino también a vivir en comunidad, interactuando unos con otros, en total solidaridad y cooperación. De ahí su oposición a considerar las culturas estáticas y homogéneas. Aboga por su carácter heterogéneo, dinámico e interactivo; que no son inmutables, tienen un pasado, un presente y un porvenir.

La Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales (1982) ha trascendido por el notable valor de estos planteamientos, además de constituir el espacio donde se comenzó a plantear con fuerza, la relación indisoluble entre desarrollo y cultura, reconociendo que esta última, constituye una dimensión fundamental de dicho proceso.

A partir de ello, varios Estados se unieron en pro de una renovación conceptual de estos términos; por un desarrollo que traspase los límites puramente económicos y tenga como centro al hombre. Por su función única e irremplazable, las obras artísticas, las producciones, los bienes y servicios culturales, no son mercancías como las otras y no pueden ni deben ser reducidos a su sola dimensión económica. Un desarrollo que esté orientado a lograr el bienestar material y el espiritual debe profundizar en la importancia de la relación conceptual entre cultura y desarrollo, en la necesidad que tienen los países de transformar sus concepciones de que el desarrollo no tiene que ser netamente económico y promuevan el desarrollo social desde la cultura. “Solo puede asegurarse un desarrollo equilibrado mediante la integración de los factores culturales en las estrategias para

alcanzarlo; en consecuencia, tales estrategias deberían de tener en cuenta siempre, la dimensión histórica, social y cultural de cada sociedad” (p.34).

La cultura es un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales, y como tal es dinámica, se transforma de manera permanente. Sin embargo, muestra unos rasgos que permanecen en el tiempo de acuerdo con la valoración y los significados que los habitantes les asignan y que permiten que subsistan de generación en generación. Lo que permanece en el tiempo se vuelve patrimonio cultural, una herencia de los antepasados. Hoy en día, este patrimonio cultural debe entenderse como construcción social, cuya identificación y revaloración abren la puerta a un mayor entendimiento de los procesos de desarrollo y sus derivados culturales. Elementos culturales y las costumbres, toman fuerza en este concepto que valora lo cotidiano, lo popular. De ahí que no solo se circunscriba a las manifestaciones artísticas.

En este contexto, el término cultura ya no es sinónimo de la creación artística de alto nivel, sino que incluye la creación colectiva de los grupos humanos de los diversos estratos sociales. El conocimiento local y las expresiones colectivas de la cultura se han revalorizado, incluyendo aquellas manifestaciones de la creatividad humana que, de acuerdo con la concepción moderna, eran menores, populares o de escaso valor, y se ha resaltado el aspecto simbólico, conceptual e inmaterial de la cultura (Querejazu, 2013).

2.3.2 Cultura / culturas

Puede definirse la cultura como la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente, en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos. La simple enumeración de estos varios aspectos de la vida no constituyen, empero, la cultura. Es más que todo esto, pues sus elementos no son independientes, poseen una estructura. (Boas Franz, 1911)

Después de conceptualizar la cultura en base a diferentes autorías se puede destacar que es un lugar en el cual se destaca la creatividad y el vivir simultáneamente de una sociedad, la cual crea y se mantiene con costumbres propias y con el transcurso del tiempo se la sigue heredando, esto tiene como resultado también la creación de bienes culturales los mismos que se destacan por una sociedad o región en la cual fue creada.

Cultura entendida como característica esencial de la existencia social de los hombres, a diferencia de los demás seres vivos, por la posibilidad de transmitir a sucesivas generaciones pautas mentales y conductuales, en virtud de su capacidad de aprender y comunicarse. Estas reflexiones derivan en la creencia en el poder del hombre para crear y transformar su propia cultura, para ir perfeccionándola indefinidamente, lo que conduce a los ilustrados a la convicción en un progreso universal, lineal e ilimitado. El vocablo cultura desbanca así su primigenia acepción, hasta entonces limitada al cultivo de la tierra, para pasar a significar el cultivo de la mente, la acumulación de conocimientos.

Pero no todos los saberes que la cultura va creando son apreciados de igual manera. En una sociedad fuertemente jerarquizada siempre serán los sectores dominantes quienes dirijan y controlen, a través de sus instituciones, los criterios selectivos que decidirán qué debe ser valorado, transmitido y perpetuado de entre el cúmulo de elementos componentes de la cultura (Santana, 2006). Por ende, la actividad turística debe ser sostenible desde la cultura.

Se requiere por tanto, de un análisis y concepción del término cultura entendiendo que no es solo arte, música, pintura, escultura, sino la herencia cultural de una sociedad, desde un enfoque holístico donde engloba factores sociales, políticos, creencias, percepciones, bienes materiales e inmateriales, donde el patrimonio constituye un eslabón fundamental, una parte significativa de la cultura, como representación de la identidad y de la historia en cada localidad; cultura como expresión, como manifestación de creencias, percepciones, valoraciones, modos de ser y hacer, que se comparten y transmiten a través del tiempo.

2.3.3 Herencia cultural

La herencia cultural está formada por todos y cada uno de los elementos tangibles que se transmiten de una generación a otra, traspasando así la esencia de las personas, grupos o pueblos que constituyen su identidad. (Saint- Malo, 2000)

La herencia cultural es el patrimonio material e inmaterial de un pueblo o comunidad que ha sido legado para ser conservado y transmitido a las siguientes generaciones. Incluye creencias, saberes, expresiones artísticas, normas y valores, prácticas sociales, tradiciones y costumbres, lugares, objetos y cualquier otra expresión de la cultura.

A través de la herencia cultural se expresa y representa el proceso histórico de formación y vida de un pueblo, porque es la síntesis visible y tangible de los elementos que lo caracterizan.

El patrimonio o herencia cultural reproduce elementos asociados con el modo de vida, el sistema de valores, las creencias y las tradiciones de un pueblo.

A través de este legado se refuerza la identidad regional o nacional y el sentido de pertenencia a un pueblo. Dado que es producto y expresión de la creatividad humana, la herencia cultural se transmite, recrea y modifica. Pasa de generación en generación y puede destruirse si no se sabe apreciar y conservar su valor cultural e histórico.

La herencia cultural es el conjunto de elementos físicos y de atributos intangibles que representan a un pueblo o sociedad, los cuales han sido adquiridos por herencia social de los antepasados. Este patrimonio incluye elementos culturales tangibles representados en edificios y monumentos, objetos y obras de arte.

Estos elementos también están representados en libros y otras creaciones literarias, instrumentos musicales, vestuario, gastronomía, etc. Asimismo, existen elementos de carácter intangible, como el folclor, las tradiciones, el idioma y el conocimiento de diverso género.

La herencia cultural es un bien que tiene valor para los pueblos; por esta razón es un patrimonio que se aprecia, conserva y transmite.

La herencia cultural o patrimonio cultural se clasifica en:

Patrimonio cultural tangible o material

Está compuesto por todos los bienes muebles e inmuebles elaborados por los antepasados de un pueblo.

Bienes muebles

Están compuestos por pinturas, libros, manuscritos, esculturas, monedas, vestuario manuscritos.

Bienes inmuebles

Abarcan los sitios históricos (iglesias, panteones y tumbas, monumentos) y los sitios arqueológicos.

Patrimonio cultural subacuático

En esta categoría están las ciudades sumergidas y las ruinas de civilizaciones, junto con los restos de naufragios y todo aquello que se encuentre bajo el agua y tenga un valor cultural o histórico.

Patrimonio cultural intangible e inmaterial

Este tipo de herencia constituye el patrimonio intelectual de un pueblo y le da su fisionomía social, haciéndola única. Aquí están representadas las tradiciones, la literatura, la gastronomía, el conocimiento científico y arquitectónico, la filosofía, la música, la danza, la religión, los ritos y los patrones de comportamiento social.

Encierra los saberes, tradiciones y creencias (leyendas, dichos, cuentos) de una comunidad, que son un conjunto de conocimientos y modos de vida cotidianos. A través de la herencia cultural se evocan formas de pensar y de ser que han sido transmitidas oralmente o por escrito.

Las celebraciones populares y tradicionales forman parte también de la herencia cultural e incluyen la danza, la música, el teatro y otras manifestaciones, sumadas al conocimiento popular que se expresa a través de la artesanía, la gastronomía y otras expresiones.

En esta categoría se incluyen los lugares simbólicos de un pueblo: ferias, mercados, plazas y otros espacios donde haya manifestación de prácticas sociales únicas (Toselli, 2010).

Características:

– Tiene un carácter social; es decir, se hace por y para la sociedad. Es apreciada y disfrutada por la comunidad.

– Su importancia no radica solamente en la manifestación cultural propiamente, sino en el valor histórico patrimonial que encierra. Los conocimientos y técnicas que a través de ella se transmiten son muy valiosos.

– Es tradicional y contemporánea al mismo tiempo. Muestra rasgos distintivos o peculiares de una sociedad concreta.

– Es original y tiene la capacidad de modificarse o recrearse a partir de sus propias características, a la par de al ritmo de la evolución cultural de la comunidad. Por lo tanto, un rito ancestral puede ser un patrimonio vivo recreado en cualquier momento.

– Por su carácter didáctico, la herencia cultural debe servir al propósito de enseñar y aprender sobre el pasado de una comunidad.

– Sirve como elemento integrador y contribuye a reforzar la identidad cultural.

– Es representativa, se transmite de una generación a otra y está basada en la actividad social de esa comunidad.

– La herencia cultural puede ser destruida si no se conserva su valor y significado histórico-cultural para que perdure en el tiempo, se trate de un monumento o una tradición.

2.3.4 El patrimonio histórico y cultural

La Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, en su 17a, reunión celebrada en París del 17 de octubre al 21 de noviembre de 1972, menciona en su artículo número uno que: “a los efectos de la presente Convención se considerará "patrimonio cultural": los monumentos, los conjuntos y los lugares” (p. 25).

De acuerdo con la guía de identificación de bienes arqueológicos (2011) Patrimonio Cultural es la “manifestación de bienes materiales e inmateriales que le han sido legadas al ser humano y forman parte de sus tradiciones culturales” (p. 68).

El Dr. Harvey, Edwin (UNESCO) citado en la Guía de medidas preventivas para el manejo de bienes culturales (2011) menciona que patrimonio cultural es: “conjunto de bienes, muebles e inmuebles, materiales e inmateriales, de propiedad de particulares o de instituciones u organismos públicos o semipúblicos, de la iglesia y de la nación, que tengan un valor excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte, de la ciencia y de la

cultura y por lo tanto sean dignos de ser conservados y conocidos por las naciones y sus pueblos, a través de las generaciones, como rasgos permanentes de su identidad.” (p. 57).

El patrimonio cultural es la herencia cultural propia del pasado de una comunidad, con la que esta vive en la actualidad y que transmite a las generaciones presentes y futuras (UNESCO, 2010).

El patrimonio cultural está definido por aquellos bienes culturales que contienen indudables atributos representativos y en algunos casos generales, los mismos que evidencian el desarrollo histórico-artístico de nuestra sociedad. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC, 2011)

Aquel aspecto cultural al cual la sociedad le atribuye ciertos valores específicos los cuales, a grandes rasgos podrían resumirse en históricos, estéticos y de uso. (Viladevall, 2003, p. 17)

El concepto nuevo de patrimonio no tiene que ver con el concepto original que era el conjunto de bienes heredados por los antepasados, se entendía que el bien era de una persona o un sujeto en específico pero como menciona García Cuetos (2014), El patrimonio cultural: conceptos básicos, ha cambiado y menciona lo siguiente: “...Pero desde nuestro punto de vista, aludimos a bienes y costumbres que transmitimos porque reconocemos en ellos un valor y les atribuimos una propiedad colectiva” (p. 17). A lo largo del tiempo, y especialmente del siglo XX, el concepto de patrimonio como herencia colectiva ha ido evolucionando y puede decirse que más que un conjunto de bienes es una construcción social. Porque es la sociedad, es decir, somos nosotros los que damos sentido y contenido al patrimonio, reconociendo determinados edificios, lugares, objetos, costumbres y personas como señas de identidad colectiva.

El patrimonio cultural, es la herencia de una cultura. Según la UNESCO se puede definir como: “el patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas” (p.24). (Definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el patrimonio cultural, celebrada en Méjico en el año 1982, p.17).

El patrimonio se puede determinar como el conjunto de bienes materiales e inmateriales, realizados y heredados por nuestros antepasados que han de ser celebrados y transmitidos por nuestros herederos en los cuales se mencionan como son: lenguaje, literatura, música, tradiciones, artesanía, bellas artes, danza, gastronomía, indumentaria, manifestaciones religiosas y, por supuesto, la historia y sus restos materiales, es decir, el patrimonio histórico.

Un territorio determinado es el encuentro entre el hombre con su patrimonio en el cual se pone de manifiesto la particularidad de cada uno en el cual el hombre ayude a estimular el interés de su comunidad para el desarrollo económico.

Cabe destacar como menciona García (2014) que: “el patrimonio no está solo constituido por aquellos objetos del pasado que cuentan con un reconocimiento oficial, sino por todo aquello que nos remite a nuestra identidad” (p.18). El concepto integral de patrimonio tiene como dimensión la globalidad del territorio y sus habitantes; como objetivo último, la calidad de vida consecuencia de un desarrollo económico y social sostenible; su metodología es la gestión integral de los recursos patrimoniales a partir de estrategias territoriales.

El patrimonio cultural son bienes los cuales no somos propietarios directos, si no que tenemos una propiedad colectiva conjuntamente con toda la comunidad que nos rodea, en el cual este derecho está reconocido en la constitución, cabe recalcar que en otras partes del mundo pueden tener otra conceptualización y debe ser respetada.

Autores como Prats (1998) afirman que al concepto de patrimonio cultural, entendido como todo aquello que socialmente se considera digno de conservación independientemente de su interés utilitario. Por supuesto, este concepto abarca también lo que comúnmente se conoce como patrimonio natural, en la medida en que se trata de elementos y conjuntos naturales culturalmente seleccionados. El patrimonio cultural, para el autor, es una construcción social, que integra diversos aspectos como muestra la Figura 1:

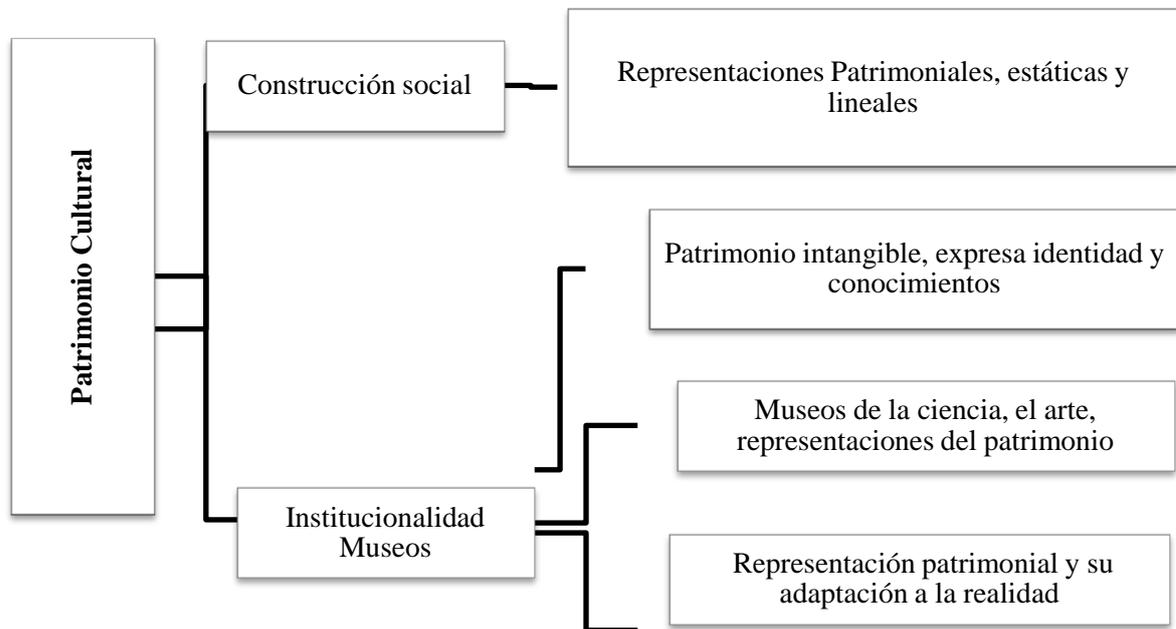


Ilustración 1. Patrimonio cultural. Aspectos determinantes

Fuente: Llorenc, P. (1998). El concepto de patrimonio cultural. Revista Política y Sociedad de la Universidad Complutense de Madrid, número 27. Madrid, España.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Sin dudas, para el autor, el patrimonio representa una construcción social, que puede determinarse desde la institucionalidad de los Museos, como espacios de conservación y preservación. En los llamados Museos de la ciencia, por ejemplo, donde el patrimonio es el propio conocimiento científico, un conocimiento debido a la inspiración creativa, a la genialidad de los grandes científicos, como también se manifiesta en los Museos de Arte y en los Museos históricos que representan la identidad, la herencia histórica social de la región o localidad. Un patrimonio por otra parte, intangible, por eso los objetos se pueden tocar y en ocasiones, incluso se deben tocar para reproducir el efecto. El resultado científico, que es la expresión del conocimiento que conserva y exhibe el Museo.

En definitiva, se puede afirmar que en la medida en que la realidad social y cultural es dinámica y poliédrica y las representaciones patrimoniales son en principio, estáticas y lineales, el disenso entre una y otra, parece periódicamente asegurado.

Aunque esto no tiene por qué representar para los poderes políticos y de otro tipo, que utilizan el patrimonio al servicio de sus intereses, un obstáculo infranqueable.

En tanto que la representación patrimonial se puede adaptar perfectamente a la entidad dinámica y poliédrica de la realidad dotándose de estos mismos atributos, aunque ubicándose siempre dentro de los márgenes más amplios e incluso progresivos. Así determinadas representaciones (sean exposiciones temporales u otros instrumentos) pueden explorar nuevos aspectos de la realidad. Nuevos valores nuevas ideas con un riesgo controlado. Por ello, la gestión del patrimonio, puede llevarse a cabo a favor del desarrollo turístico

La gestión turística del patrimonio cultural es la aplicación de conocimientos específicos para la adecuación de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos. El punto de partida es, en razón de los bienes materiales e inmateriales, la conservación de los mismos y la preservación del espíritu que representan. Pero esto ha de ser combinado con el hecho de que el patrimonio vive una creciente presión para ser adaptado a un uso turístico, hecho relacionado con el progresivo aumento del turismo cultural. La utilización de algunos instrumentos básicos permitirá que los procesos de interacción entre el sector turístico y el sector del patrimonio cultural permitan, no solo encontrar el equilibrio entre ambos, sino mejorar el rendimiento de los dos sectores (Velasco, 2009).

El patrimonio cultural es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Son bienes tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico, lo que les hace merecedores de una especial protección no sólo relacionada con su conservación sino también con el uso que se pueda hacer de ellos (Harrison, 1994; Prats, 1998; Ballart y Juan-Tresseras, 2001, Hernández, 2002).

La gestión turística del patrimonio cultural podría definirse como la aplicación de conocimientos específicos para la conversión de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos. Los conocimientos pueden provenir de disciplinas vinculadas a diversos campos de la gestión (como la dirección de empresas, la gestión financiera o la gestión de recursos humanos) o de otras que se creen «ex novo» tomando como referencia la realidad específica del turismo (como la gestión de destinos, la planificación turística, la gestión de organizaciones turísticas o la promoción turística (Velasco, 2009).

La gestión turística del patrimonio cultural, desde las perspectivas del autor, al igual que la gestión del patrimonio cultural en general, tiene un objetivo primordial: preservar la herencia que los bienes representan. Una vez que esto se ha garantizado, es posible relacionar el bien con un contexto social y económico más amplio. La propuesta de usos es el resultado de un proceso de análisis, reflexión y diseño cuyo objetivo es impulsar distintos modos de aprovechar el potencial turístico que tiene un bien de Patrimonio Cultural, como en el caso de las ciudades históricas.

2.3.5 El patrimonio como construcción social

El patrimonio es la identidad de los pueblos, siendo esta las creaciones materiales o inmateriales que expresan la creatividad de los mismos como define la UNESCO citado por la autora García Cuetos, María Pilar en su libro *El patrimonio cultural: conceptos básicos* lo siguiente: “El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas. (Definición elaborada por la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el patrimonio cultural, celebrada en Méjico en el año 1982, p.14).

Cabe resaltar que la UNESCO es uno de los órganos rectores el cual organiza y ayuda a la preservación del patrimonio cultural, normando y dando a respetar los mismos, como también existen varios organismos que cada país asigna para el mismo fin.

El patrimonio tanto material como inmaterial, constituye un legado de riqueza que ha sido transmitido de generación en generación. Debe ser conservado y preservado en la medida que el turismo cultural, abarca actividades turísticas en contacto directo con el patrimonio tangible e intangible, requiriéndose una labor de concientización en la sociedad, para su cuidado y preservación.

De acuerdo con La Secretaría de Turismo (SECTUR, 2016) de México, el turismo cultural constituye el principio de que los viajes turísticos se realizan mayormente por la motivación y el interés de conocer los aspectos distintivos de un destino: espirituales, materiales, intelectuales y afectivos. El patrimonio histórico artístico se convierte en un atractivo significativo para todo visitante, como conjunto de bienes, edificios y los objetos de valor histórico o artístico pertenecientes a cada región, ciudad o localidad; bienes

materiales e inmateriales, este último, como el conjunto de prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y habilidades, así como los instrumentos, objetos y artefactos transmitidos de generación en generación (Informe de la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio, 2003).

La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO (2003) precisa los aspectos expuestos con anterioridad, enfatizando que el patrimonio cultural inmaterial, lo conforman los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Transmitido de generación en generación, y constantemente recreado, infunde en la humanidad un sentimiento de identidad y continuidad.

El patrimonio puede ser clasificado en natural y cultural, el primero es aquel legado de la naturaleza, donde no intervino la mano del ser humano, y el segundo, es el creado por el hombre.

1. Material: edificios, monumentos, objetos, ropa, obras de arte, libros, máquinas, ciudades históricas o yacimientos arqueológicos.

2. Inmaterial: prácticas, representaciones, manifestaciones, conocimientos, habilidades y los instrumentos, objetos o espacios culturales que los acompañan valiosos para las personas; aquí se incluyen las lenguas y las tradiciones orales, las artes escénicas, las prácticas sociales y la artesanía tradicional.

3. Natural: el paisaje, la flora y la fauna.

4. Digital: los recursos creados en formato digital (por ejemplo, de arte o animación digital) o que se han digitalizado para su conservación (textos, imágenes, vídeos, discos) (Ministerio de Cultura y Patrimonio, Ecuador, 2014).

Las características impartidas por la UNESCO y las declaratorias de patrimonio ya realizadas en el Ecuador, permite comprender de mejor manera la clasificación del sector legislada en el país. En base a esto y según la Constitución de la República del Ecuador (2008), en el artículo 379 incluye como parte de nuestro patrimonio a:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral, diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.

2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. Si bien el concepto de patrimonio se lo comprende de una manera integral, es decir, abarca tanto al patrimonio cultural como natural, el presente estudio se concentrará en el patrimonio cultural, concepto que será analizado a lo largo del trabajo.

El patrimonio a juicio del autor, es resultado del esfuerzo de generar bienes a lo largo del tiempo, tanto raíces como de carácter movable e incluso inmaterial. Todo ello en el proceso acumulativo de un fondo de riqueza que por las razones indicadas, merece conservarse, para que las generaciones actuales conozcan mejor sus antecedentes y su entorno, sepan apreciar su riqueza. El patrimonio es expresivo del desarrollo evolutivo de la naturaleza y de la capacidad humana para transformar el medio y construir sus propios hábitats, incluyendo manifestaciones religiosas (catedrales y templos de todas clases, monasterios, edificios monumentales) y culturales (obras literarias, musicales) (Conforti, 2014).

La puesta en valor del patrimonio cultural demanda procesos de identificación e investigación, procesos de integración de las comunidades locales y de apropiación, para luego organizar programas con actividades, responsables y tiempos de ejecución para su integración al turismo. Pero, sobre todo, se requiere un acercamiento dialogado, con un lenguaje común, manejado por un interlocutor externo, que tenga convocatoria y que genere confianza. Se debe trabajar en el emprendimiento cultural, el mejoramiento continuo, la formación del sector cultural, la sensibilización del sector turístico y educativo, la generación de una base de datos de la oferta cultural y artística y el fortalecimiento de las agendas culturales. Hay que profundizar en la investigación del patrimonio para su inclusión en la oferta turística, no solamente usar símbolos de la cultura y un discurso superficial de lo que es la cultura en su sentido más amplio. Esto va de la mano de programas de sensibilización patrimonial, de apropiación y educación patrimonial, además de programas de conservación, restauración, recuperación y

salvaguarda del patrimonio material e inmaterial y la activa integración de las comunidades rurales para generar beneficios a nivel local.

Luego de esta premisa, se puede dar paso al análisis específico de lo que se trata el “Patrimonio Cultural”. El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas. Así se puede establecer que algunos de los espacios de valor histórico cultural, son “patrimonio cultural” del lugar en los cuales se encuentran. Estos espacios patrimoniales son de interés colectivo de su población, de la cual recibe conservación y mantenimiento continuo. La población se vale de estos lugares para recrearse específicamente en el ámbito histórico – cultural, es decir, desarrollan una recreación pasiva, que involucra actividades antes señaladas como: leer, escuchar música, deambular. Todo esto mientras aprende de la cultura en cuestión (Urte Duis, 2018).

La definición del patrimonio cubre, en líneas generales, las prácticas sociales, las tradiciones estéticas y los modos de conocimiento perpetuados en el seno de una comunidad cultural. Se insta a los gobiernos nacionales a que nombren e invistan de poder a entidades que no sólo documenten el patrimonio cultural inmaterial, sino también que se impliquen en su presentación, preservación, protección y transmisión mediante una estrecha colaboración con las comunidades relevantes.

Para trabajar con el patrimonio cultural inmaterial, los museos como instituciones culturales, deben dialogar y colaborar de forma amplia y totalmente comprometida con los dueños del mismo. Este tipo de relación supone que la definición de las tradiciones y la representación de las mismas se hagan conjuntamente. Los museos no pueden recurrir a la recreación controlada, con actores y guiones incluidos, de una cultura viva idealizada o romantizada, sino que al contrario, deben inspirarse en el modo en que lo viven personas reales. Tampoco pueden los museos esconderse tras una historia de parcialidad elitista, étnica o clasista que a menudo ha afligido a esta institución. Los museos, en su doble deber de cooperación y respeto, deberán traspasar todo tipo de límites que les han mantenido en ocasiones “por encima y fuera del alcance” de la población (Kurin, 2012).

Desde esta mirada antropológica, en principio, el concepto de patrimonio cultural implica la asociación de dos conceptos: cultura y patrimonio, extraordinariamente polivalentes y de cambiantes significados. De márgenes muy estrechos en origen, sólo la paulatina ampliación de sus contenidos ha posibilitado el estado actual de consideración y tratamiento de los bienes culturales integrantes del patrimonio.

2.3.6 Bienes materiales inmuebles

La normativa vigente del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural – INPC (2014), utiliza la siguiente clasificación para estudiar al patrimonio cultural:

a) Bienes Inmuebles, son los bienes culturales constituidos por las obras o producciones humanas que no pueden trasladarse, en esta categoría se ubican los pueblos y ciudades, parques, plazas, caminos, vías y puentes y las arquitecturas: civil, religiosa, militar, monumental, moderna, vernácula y prehispánica.

2.3.6.1. Iglesias: Se trata de la edificación donde se desarrollan servicios religiosos públicos y se presentan imágenes o reliquias que son adoradas por los fieles.

2.3.6.2. Monumentos: Obras arquitectónicas, de escultura o de pinturas monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia. (Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, UNESCO, 1972)

2.3.6.3. Centros históricos: Sucesión de expresiones arquitectónicas y sociales, así como hechos históricos relevantes acumulados a lo largo del tiempo. Durante siglos lo que hoy conocemos como centro histórico albergó prácticamente todas las funciones que caracterizan a una ciudad, en una racional mixtura de usos, para lo cual se produjeron tipologías arquitectónicas y urbanas específicas que respondieran a la diversidad y dimensión de las necesidades ciudadinas (Rodríguez, 2016).

Otro concepto de importancia manejado sobre los centros históricos como objeto de estudio está relacionado con la propia crisis que los empieza a caracterizar. Según señala el especialista Fernando Carrión (2006), el reconocimiento del centro histórico en su especificidad en el marco urbano de la ciudad- se produce con la aceleración del proceso de urbanización, en un contexto de modernización de la sociedad, impulsado por el proceso de industrialización. Este proceso de cambio acelerado genera una reacción de las

elites locales que se preocupan por lo que se pierde, reivindicando la creación de un marco institucional de defensa de este imaginario cultural nacional

La propuesta de usos es el resultado de un proceso de análisis, reflexión y diseño cuyo objetivo es impulsar distintos modos de aprovechar el potencial turístico que tiene un bien de Patrimonio Cultural, como en el caso de las ciudades históricas.

Las ciudades históricas, que cuentan con casco histórico puede el patrimonio constituirse como el atractivo turístico principal, en la medida que su oferta turística está dada precisamente, por el componente ocio-cultura en su sentido más amplio: museos, monumentos, mayormente.

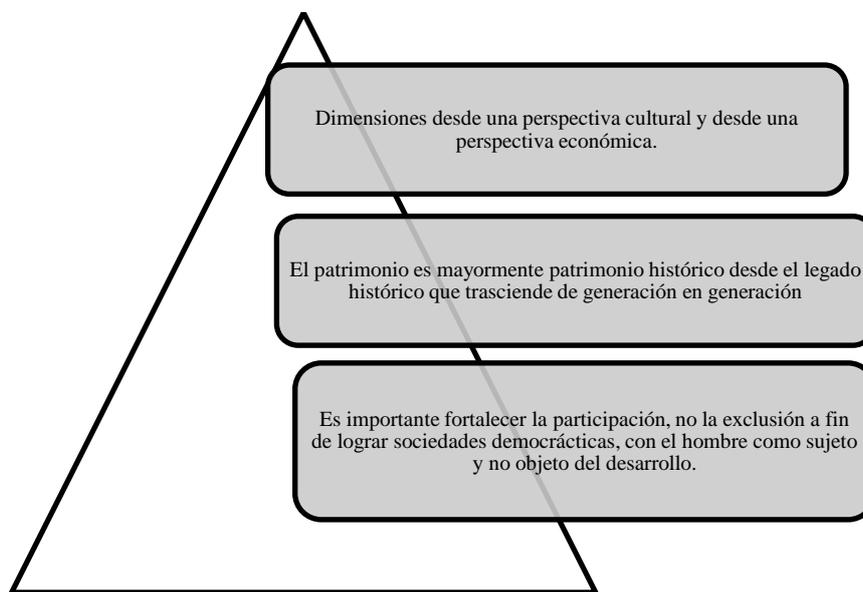


Ilustración 2. Dimensiones y perspectivas de las ciudades históricas.

Fuente: De la Calle y García (2014). Ciudades históricas: patrimonio cultural y recurso turístico. Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La ciudad como patrimonio, presenta dos dimensiones: una cultural en tanto que legado histórico, base de la identidad y el acervo colectivo de una comunidad; otra, económica, en relación con una visión emergente del patrimonio y la cultura considerada como motores de desarrollo.

Patrimonio es igual al legado o la herencia material que un grupo recibe, identifica como propio trasmite a las generaciones venideras y cuya protección se regula en nombre del bien común. Es, en suma, patrimonio histórico. No obstante, si se consideran las riquezas tangibles como los grandes monumentos, los espacios públicos como los bienes intangibles (ritmos de la ciudad, estilos de vida, manifestaciones lúdicas), bienes y valores se integran en una visión ampliada del patrimonio que, desde esas perspectivas, se

convierte en patrimonio cultural, incluyendo no solo el patrimonio histórico, sino también otras manifestaciones como la lengua, la literatura, la gastronomía, la religión. Por ende, patrimonio, es cultura, entendiendo por cultura un recurso estratégico capaz de generar riqueza y que engloba tanto la herencia cultural como histórico, económica y social (De la Calle y García, 2014).

En el caso de España, las ciudades históricas son depositarias de un patrimonio cultural, se encuentran estrechamente asociadas al turismo. Por ende, se debe lograr que en las ciudades históricas, y a partir de la valorización del patrimonio, un turismo cultural que posibilite su desarrollo cultural sostenible, basado en el equilibrio entre la oferta (recursos patrimoniales) y la demanda (los turistas) (De la Calle y García, 2014).

Es en este sentido, que se puede considerar la importancia de crear un Museo que pueda registrar, preservar y argumentar a partir de la mirada y de la experiencia de aspectos identitarios. Un museo capaz de colaborar en la construcción de un país más justo y democrático, igualitario desde el punto de vista social, abierto a la pluralidad y el reconocimiento de la diversidad en el plano cultural, pero que también sea capaz de reanudar los lazos con la diáspora negra, promoviendo intercambios entre la tradición, la herencia local y la innovación global (Araujo, 2015).

Es importante la concepción que defiende el autor, en cuanto a que el patrimonio local en este caso, el arqueológico, como recurso turístico de una comunidad, pero no desde su potencialidad económica sino desde la posibilidad de asociarlo al turismo como una estrategia de visibilización y puesta en valor, teniendo en cuenta la necesidad de redescubrirlo (Conforti, 2014).

2.3.6.4. Edificaciones civiles (patrimoniales)

Comprenden la obra inmueble o el conjunto de ellas hechas por el hombre desde la prehistoria hasta la época actual. Para su determinación no se toma en cuenta el uso que tengan en la actualidad, sino su función original y a estos efectos serán, según su carácter, civiles, conmemorativas, domésticas, industriales, militares y religiosas. Si determinada construcción tuvo originalmente diversas funciones simultáneas, se atenderá a la función predominante o a la que esencialmente motive su valoración. (Ley de los monumentos locales y nacionales, UNESCO, 1977).

2.3.6.5. Las construcciones como bienes inmuebles.

Comprenden la obra inmueble o el conjunto de ellas hechas por el hombre desde la prehistoria hasta la época actual. Para su determinación no se toma en cuenta el uso que tengan en la actualidad, sino su función original y a estos efectos serán, según su carácter, civiles, conmemorativas, domésticas, industriales, militares y religiosas. Si determinada construcción tuvo originalmente diversas funciones simultáneas, se atenderá a la función predominante o a la que esencialmente motive su valoración. (Ley de los monumentos locales y nacionales, UNESCO, 1977).

2.3.6.6. Las construcciones civiles patrimoniales.

Son aquellas cuya función original haya sido de carácter colectivo o público, tales como edificaciones de gobierno, cementerios, teatros, sociedades, oficinas, comercios, hospitales, escuelas, paseos, alamedas, parques, plazas, liceos y otras. (Ley de los monumentos locales y nacionales, UNESCO, 1977).

Se denomina construcción civil a toda construcción la cual se la construye con motivos públicos como teatros, oficinas, edificaciones de gobierno, o privadas como son viviendas, que en este caso tiene un legado histórico.

2.3.6.7. Las construcciones conmemorativas como parte de la historia.

Son aquellas cuya función primaria haya sido la de recordar una personalidad o un hecho histórico de relevancia nacional o local y las que hayan tenido un fin básicamente ornamental o de otorgar determinada significación al área donde se encuentran, tales como: estatuas, mausoleos, tarjas, obeliscos, fuentes, lapidas, bustos, esculturas, arcos triunfales y otros. (Ley de los monumentos locales y nacionales, UNESCO, 1977).

2.3.6.8. Las construcciones domésticas históricas.

Son aquellas cuya función básica original haya sido la de vivienda, tales como casas, villas, quintas, chalets, palacios y otros. (Ley de los monumentos locales y nacionales, UNESCO, 1977).

2.3.6.9. Las construcciones industriales como parte de la historia.

Son las que originalmente hayan tenido un carácter productivo, industrial o agroindustrial, tales como trapiches, ingenios, tabaquerías, cafetales y fábricas en general. (Ley de los monumentos locales y nacionales, UNESCO, 1977).

2.3.6.10. Las construcciones militares como patrimonio cultural.

Son aquellas que originalmente hayan servido a un fin defensivo, de vigilancia o de permanencia de tropas, tales como fuertes, castillos, murallas, trochas, cuarteles y otras. (Ley de los monumentos locales y nacionales, UNESCO, 1977).

2.3.6.11. Las construcciones religiosas como bienes culturales.

Son aquellas que originalmente hayan constituido sede de actos religiosos o de actividades vinculadas a estos, tales como iglesias, parroquias, capillas, seminarios y conventos. (Ley de los monumentos locales y nacionales, UNESCO, 1977).

2.3.7 Bienes Materiales Muebles.

Son aquellos objetos producidos por el ser humano como testimonio de un proceso histórico, artístico, científico, documental, que permiten identificar las características esenciales de un grupo humano específico y su evolución dentro de un tiempo y ámbito geográfico determinados.

Los bienes muebles son la evidencia material de este proceso y la expresión artística, social, económica y cultural de un período histórico definido, en cualquiera de sus manifestaciones. 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.

Entre los bienes muebles se identifican: armamento, carpintería, documentos relevantes, equipo industrial, equipo urbano, escultura, filatelia, instrumentos científicos, instrumentos musicales, metalurgia, mobiliario utilitario, decoración mural, numismática, orfebrería, piedra tallada, pintura, retablo, textil, vitrales, yesería, medios de transporte, lapidaria, etcétera. Instructivo para fichas de registro e inventario, bienes materiales (INPC, 2011)

Son “objetos que no se encuentran arraigados al inmueble y que pueden moverse, por ejemplo: cuadros vasijas, esculturas, etc.” (Guía de medidas preventivas para el manejo de bienes culturales, 2011, p. 55).

Los bienes muebles de importancia cultural, incluso los que se encuentran dentro de bienes inmuebles o se hayan recobrado de ellos, y los que están enterrados y que puedan hallarse en lugares de interés arqueológico o histórico o en otras partes. (Recomendación

sobre la Conservación de los Bienes Culturales que la Ejecución de Obras Públicas o Privadas pueda poner en Peligro, UNESCO, 1968)

Así después de conceptualizar los bienes muebles se puede mencionar que son todos los objetos producidos por el hombre y que tiene un valor histórico que pueden situarse dentro de un inmueble ya sea como parte de la decoración u otros usos como: esculturas, pinturas.

2.3.7.1. Cuadros.

Representatividades artísticas que conforman la herencia cultural.

2.3.7.2. Vasijas.

Mayormente utensilios hechos por artesanos de diferentes materiales como barro, representativos de la identidad.

2.3.7.3. Esculturas.

Obras de arte, manifestaciones artísticas diferentes a los cuadros, por los materiales que utiliza para representar sus sentimientos, emociones, su interacción con el hombre.

2.3.7.4. Manuscritos.

Documentos que revelan información determinante para conocer sobre una época determinada.

2.3.7.5. Libros.

Documentos escritos sobre diferentes temáticas que caracterizan una época.

2.3.7.6. Fotografías.

Registro de imágenes que recogen momentos importantes de la historia y la cultura.

2.3.8.1. Gastronomía

Conjunto de conocimientos y actividades que están relacionados con los ingredientes, recetas y técnicas de la cocina tradicional y típica de un lugar determinado así como con su evolución histórica.

La gastronomía es el estudio del vínculo que existe entre los individuos, la comida y el medio ambiente. Por lo que la gastronomía no implica solamente un cúmulo de técnicas de cocción, sino el nexo que las personas sostienen con el medio que los rodea, del cual reciben sus recursos alimenticios, en la forma en que los utilizan y todos aquellos

aspectos culturales y sociales que guardan relación con la degustación de las preparaciones culinarias.

2.3.8.2. Fiestas populares

Las fiestas tradicionales, son consideradas como el espacio donde se celebra y se conmemora una práctica propia de cada comunidad; en ella se refleja la identidad, la forma de vivir y celebrar una tradición que se lleva en la memoria y se transmite de generación en generación.

Las fiestas populares tradicionales son una muestra característica de la cultura y por ende de la identidad cultural. Constituyen un suceso de obligada mirada en el tiempo, una visión integral como catalizadora de las expresiones identitarias. Resumen elementos socioculturales que son reflejo de una época escenario ideal para estudiar la cultura integralmente concebida, vinculada a sucesos de la vida cotidiana de los hombres. Además, los conduce a una salida de esa cotidianidad. Las fiestas expresan huellas del tejido social que representan y cuyos intereses simbolizan y constituyen reflejo de la identidad cultural de un pueblo según su tradición. El presente artículo hace referencia a los conceptos emitidos por diferentes autores acerca de la identidad cultural, las tradiciones y las fiestas populares tradicionales, demostrando su vinculación así como la importancia que tiene su conservación. Además, los elementos socioculturales que la identifican y convierten en reflejo de identidad cultural (Ramírez, 2016).

2.3.8.3. Juegos populares.

Los juegos populares son aquellos que van pasando de padres a hijos y que son parte de la cultura de los pueblos, en donde se suelen reflejar las necesidades y experiencias e inclusive ayudan a educar a las nuevas generaciones. Normalmente son juegos espontáneos, creativos y motivadores.

2.3.8.4. Leyendas.

Narración popular que cuenta un hecho real o fabuloso adornado con elementos fantásticos o maravillosos del folclore, que en su origen se transmite de forma oral. Composición poética extensa que narra hechos legendarios y forma parte de la cultura de un lugar.

2.3.8.5. Lenguaje.

Capacidad propia del ser humano para expresar pensamientos y sentimientos por medio de la palabra. Sistema de signos que utiliza una comunidad para comunicarse oralmente o por escrito.

2.3.8 La puesta en valor como patrimonio.

El primer escollo en el uso de este término consiste en que 'puesta en valor' es un galicismo que tiene difícil traducción y, en general, se ha calcado del francés. Buscando una buena traducción al español se duda entre valorar, valorizar, reconocer (el valor de algo) y otras. Una primera aproximación vinculada al Patrimonio en sí o, mejor planteado, a una operación cultural sobre el bien destinada a la doble estrategia de conservación e interpretación, define la puesta en valor como interpretación + presentación. La puesta en valor está vinculada con un proyecto, es decir, es una operación espacial para establecer un orden de ese espacio y jerarquizar sus funciones en un "proyecto total" que constituya su adecuación y puesta al día. (Marcelo Martín Guglielmino, Revista Electrónica de Patrimonio Histórico, 2007).

2.3.9 El valor de uso como patrimonio.

Relacionado con la capacidad del patrimonio de satisfacer alguna necesidad determinada. El valor de uso puede ser tangible, relacionado con su uso concreto, e intangible, relacionado con la capacidad del bien cultural de transmitir información y permitir el avance del conocimiento humano. (García Cuetos, Pilar, 2012, p. 69)

Es posible atribuir una buena cantidad de valores diferentes al Patrimonio. En este sentido, podemos determinar algunos de ellos como el valor de uso, el valor material, el valor simbólico, el valor emotivo, el valor social y por cierto, de forma destacada, el valor educativo. (Frontal Merillas, Olaia, 2004).

Es imposible la existencia de una cultura sin patrimonio y una sociedad sin memoria; el valor social convierte al patrimonio del presente en una realidad imprescindible para la comprensión de esas culturas y sociedades y a sí mismas y, también, para permitir su comprensión a generaciones posteriores. (Fontal Merilla, Olaia, 2003).

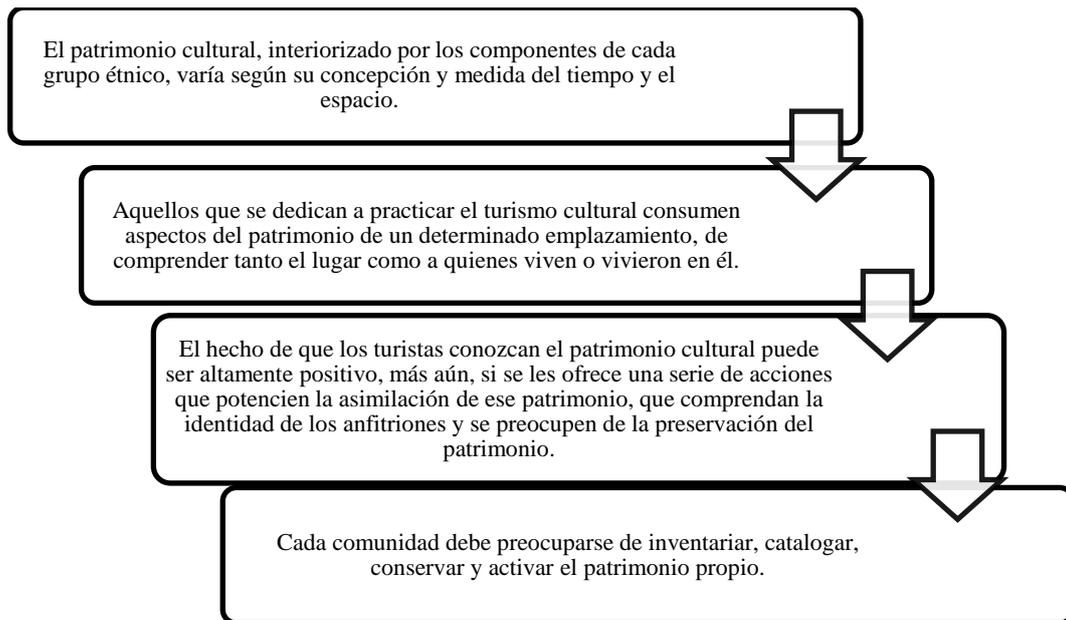


Ilustración 3. El patrimonio cultural como opción turística.

Fuente: Pastor, M. (2010). El patrimonio cultural como acción turística. Horizontes antropológicos número 20.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La mejor forma de que los turistas conozcan y respeten el patrimonio del lugar que visitan es que, de alguna manera, se sientan identificados. Para ello, deben ser observadores activos, es decir, que lleguen a crear un sentimiento a través del hecho de la observación. Una buena parte del patrimonio cultural, se conserva en Museos. Dentro del medio turístico los Museos pueden cumplir con un rol importante en la medida que pretenden satisfacer tanto a los visitantes locales, como a los foráneos. La comunidad es, hoy en día, el fin último de los Museos; pero cuando se habla de un destino turístico, los grupos humanos de interés no tienen por qué ser solamente aquellos que generan el Museo dentro de su propia sociedad, también hay que tener en cuenta a los turistas que, de diversas maneras, inciden en la cultura local.

El Museo debe constituirse como un instrumento de comunicación, que se sirve de colecciones patrimoniales para lograr acercar a los turistas, hasta la cultura específica del lugar.

En los espacios museísticos puede asimilarse el patrimonio según la orientación de quienes trabajan con las colecciones de objetos; esta es una de las razones por las que este tipo de instituciones no deben permanecer estáticas, ni en sus exposiciones, ni en la lectura que de ellas se haga. El público será el protagonista, pero al decir público, debe considerarse no solamente al nativo, también el turista que deberá tenerse en cuenta a la

hora de programar las exposiciones; para ello, es necesario conocer las inquietudes de ambos sectores, ya que tanto unos como otros se acercan al Museo para conocer y disfrutar sus contenidos.

Por tanto, el valor del patrimonio, debe ser analizado como un conjunto dinámico del que los Museos son solo una parte que cumple con la misión de transmitir información, al mismo tiempo, que conserva las colecciones, por lo que no deberán ser considerados de forma aislada, sino en relación con el resto de elementos que configuran un lugar, a partir de entender el patrimonio, como un conjunto de factores culturales y naturales, que interactúan entre sí y van construyendo las identidades; por ello, si quiere conocerse y transmitirse el valor del patrimonio de un sitio específico, hay que tener en cuenta todos sus componentes. Cada vez se acrecienta más la demanda de espacios recreativos que conjugan diversos aspectos patrimoniales.

El patrimonio debe considerarse como un proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones del patrimonio natural y cultural, a través de su participación en experiencias de primera mano con un objeto, artefacto, paisaje o sitio; también se considera que es: el arte de revelar “in situ” el significado del legado natural, cultural e histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio (Morales, 1998). Según el mismo autor, algunos de los objetivos que persigue la interpretación son:

a. A partir de la interpretación los visitantes podrán desarrollar una profunda conciencia, apreciación y entendimiento del lugar que visitan.

b. Los fines de gestión se cumplirán a través de dos vías: Por una parte alentando al visitante a que trate de forma adecuada el recurso, haciendo que tome conciencia de que está en un lugar especial y, por tanto, debe tener un comportamiento especial; en segundo lugar, utilizando la interpretación para minimizar los posibles daños del impacto humano, por ejemplo, desviando la atención en zonas frágiles, concentrando a los visitantes en zonas de uso intensivo.

c. Promover y facilitar la comprensión pública, transmitiendo una serie de mensajes que se correspondan con las finalidades que se desean lograr.

d. Acentuar la comprensión y valoración del patrimonio, conduciendo hacia un respeto y conciencia de la necesidad de su conservación.

e. Incrementar el disfrute del visitante, entendiendo que una comprensión sobre el lugar aumenta el placer producido por la visita.

Los turistas, tanto los que se han decidido por el viaje cultural, como aquellos que, por el contrario, solo desean disfrutar de un ocio vinculado a los elementos naturales, como el sol, la playa o la montaña, pero que en determinados momentos optan por el paseo cultural, podrán acudir a los lugares de interés patrimonial sirviéndose, en la mayoría de los casos, de guías que les orientan.

2.4 Turismo Cultural

2.4.1. Conocimiento

El término cultura ya no es sinónimo de la creación artística de alto nivel, sino que incluye la creación colectiva de los grupos humanos de los diversos estratos sociales. El conocimiento local y las expresiones colectivas de la cultura se han revalorizado, incluyendo aquellas manifestaciones de la creatividad humana que, de acuerdo con la concepción moderna, eran menores, populares o de escaso valor, y se ha resaltado el aspecto simbólico, conceptual e inmaterial de la cultura (Querejazu, 2013).

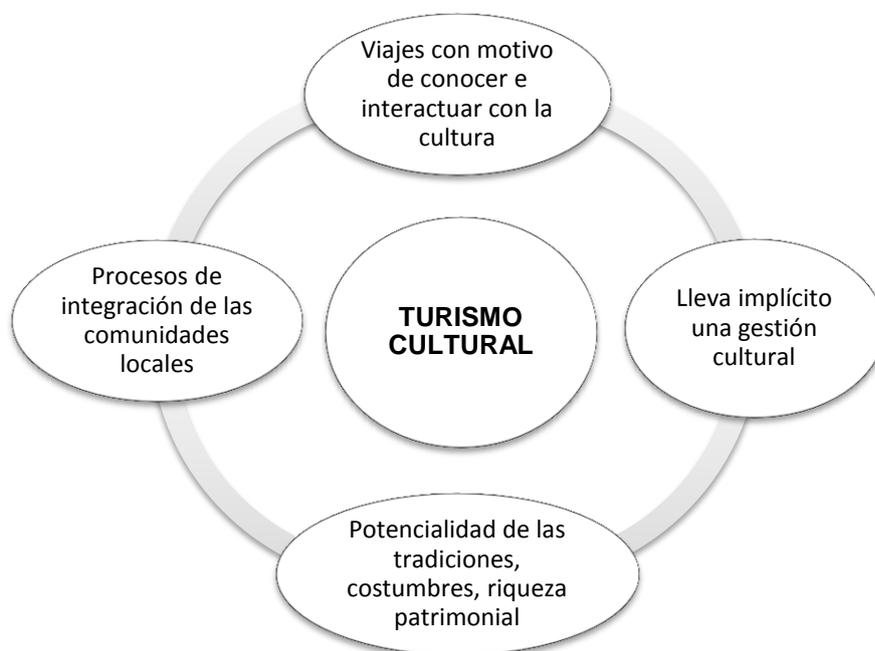


Ilustración 4. Turismo cultural.

Fuente: Urte Duis (2018). Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío. Turismo y Sociedad, XXIII.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El turismo cultural es aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico (SECTUR, 2001), por consiguiente, depende de la conservación, preservación, creación o gestión de estos. El turismo cultural es la inmersión en la historia, el patrimonio cultural y las expresiones culturales, destacando la importancia del patrimonio cultural y su conversión en producto turístico cultural (Pinassi y Ercolani, 2012).

La idea del turismo patrimonial, de experimentar una autenticidad de la cultura en los destinos, implica una priorización de algunas atracciones o costumbres y la pérdida de otras (Morère y Perelló, 2013). El surgimiento de nuevos tipos de turismo que realcen estos aspectos, como el turismo gastronómico, el turismo enológico, el turismo histórico, entre otros, muestra esta dinámica. Desde los gestores culturales se estima que los turistas desean conocer todo lo relacionado con la historia y la cultura del territorio, tradiciones, gastronomía autóctona, arquitectura, mitos y leyendas, biodiversidad y paisaje. Se supone un interés en común entre patrimonio y turismo en torno a la salvaguarda del patrimonio como factor diferenciador (Urte Duis, 2018).

La puesta en valor del patrimonio cultural demanda procesos de identificación e investigación, procesos de integración de las comunidades locales y de apropiación, para luego organizar programas con actividades, responsables y tiempos de ejecución para su integración al turismo. Pero, sobre todo, se requiere un acercamiento dialogado, con un lenguaje común, manejado por un interlocutor externo, que tenga convocatoria y genere confianza. Se debe trabajar en el emprendimiento cultural, el mejoramiento continuo, la formación del sector cultural, la sensibilización del sector turístico y educativo, la generación de una base de datos de la oferta cultural y artística y el fortalecimiento de las agendas culturales. Hay que profundizar en la investigación del patrimonio para su inclusión en la oferta turística, no solamente usar símbolos de la cultura y un discurso superficial de lo que es la cultura en su sentido más amplio. Esto va de la mano de programas de sensibilización patrimonial, de apropiación y educación patrimonial, además de programas de conservación, restauración, recuperación y salvaguarda del patrimonio material e inmaterial y la activa integración de las comunidades rurales para generar beneficios a nivel local.

El turismo cultural, por su multidisciplinariedad, supone una activa participación de los individuos, los gestores culturales, los artistas, los prestadores, los gestores de patrimonio, el sector educativo e institucional, en fin, una concertación difícil por las diferentes percepciones, representaciones, ideologías y necesidades de los individuos, y por sus diferentes lenguajes. Para referirnos al tema de los espacios con valor histórico cultural dentro de una ciudad, es pertinente primero conocer lo que significa “el patrimonio”. Se entiende al patrimonio como un legado de las generaciones pasadas para el disfrute de las generaciones presentes a su vez, crean nuevo patrimonio junto con el legado se convertirá en el patrimonio de la generación futura (Urte Duis, 2018).

Luego de esta premisa, se puede dar paso al análisis específico de lo que se trata el “Patrimonio Cultural”. El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas. Así se puede establecer que algunos de los espacios de valor histórico cultural, son “patrimonio cultural” del lugar en los cuales se encuentran. Estos espacios patrimoniales son de interés colectivo de su población, de la cual recibe conservación y mantenimiento continuo. La población se vale de estos lugares para recrearse específicamente en el ámbito histórico – cultural, es decir, desarrollan una recreación pasiva, que involucra actividades antes señaladas como: leer, escuchar música, deambular. Todo esto mientras aprende de la cultura en cuestión (Urte Duis, 2018).

La definición del patrimonio cubre, en líneas generales, las prácticas sociales, las tradiciones estéticas y los modos de conocimiento perpetuados en el seno de una comunidad cultural. Se insta a los gobiernos nacionales a que nombren e invistan de poder a entidades que no sólo documenten el patrimonio cultural inmaterial, sino también que se impliquen en su presentación, preservación, protección y transmisión mediante una estrecha colaboración con las comunidades relevantes.

Para trabajar con el patrimonio cultural inmaterial, los museos como instituciones culturales, deben dialogar y colaborar de forma amplia y totalmente comprometida con los dueños del mismo. Este tipo de relación supone que la definición de las tradiciones y la representación de las mismas se hagan conjuntamente. Los museos no pueden recurrir a la

recreación controlada, con actores y guiones incluidos, de una cultura viva idealizada o romantizada, sino que al contrario, deben inspirarse en el modo en que lo viven personas reales. Tampoco pueden los museos esconderse tras una historia de parcialidad elitista, étnica o clasista que a menudo ha afligido a esta institución. Los museos, en su doble deber de cooperación y respeto, deberán traspasar todo tipo de límites que les han mantenido en ocasiones “por encima y fuera del alcance” de la población (Kurin, 2012).

Desde esta mirada antropológica, en principio, el concepto de patrimonio cultural implica la asociación de dos conceptos: cultura y patrimonio, extraordinariamente polivalentes y de cambiantes significados. De márgenes muy estrechos en origen, sólo la paulatina ampliación de sus contenidos ha posibilitado el estado actual de consideración y tratamiento de los bienes culturales integrantes del patrimonio.

2.4.2. Contribución.

2.4.2.1. Identidad.

Expresa la calidad de idéntico. La identidad es un conjunto de notas distintivas de carácter territorial, lingüístico, histórico, político, económico y se resuelven en un estilo cultural único (Vallejo, 2014).

2.4.2.2. Mantenimiento.

Preservación, conservación, restauración del patrimonio histórico cultural de un lugar.

2.4.2.3. Protección.

Normativas vigentes para la preservación, resguardo, adecuaciones, sistemas de mantenimiento necesarios para los bienes muebles, inmuebles y bienes intangibles.

2.4.2.4. Seguridad.

Protección y conservación del patrimonio histórico.

Actividad de visitar o recorrer lugares para conocer la cultura y todas sus expresiones o manifestaciones artísticas: Turismo cultural, parte de su contribución al desarrollo de un territorio.

Movimiento de personas hacia atracciones culturales lejanas de su lugar de residencia con la intención de reunir nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales: Acciones de turismo cultural, como espacio de distracción, interacción, compartir, conocimientos e información de un territorio en específico.

2.4.2.5. Beneficios

El turismo se caracteriza por su dinamismo. Los gustos de los turistas, del mismo modo que cualquier otra moda, cambian rápidamente. Los destinos, por tanto, deben adaptarse continuamente, modificar su oferta para ajustarse a las nuevas demandas. Pero esta continua y necesaria adaptación de los destinos, en pro de su continuidad en el mercado turístico internacional y de la competitividad, no resulta en ocasiones, tan sencilla, como el hecho de que los turistas, cambien sus preferencias (Martín, 2010). De ahí que las localidades fortalecen su identidad y su cultura, desde el turismo, lo que puede contribuir a generar una toma de conciencia con relación a la preservación del patrimonio, tanto tangible como intangible, comprendiendo que este es la herencia que lo distingue y le otorga individualidad, por lo que se pueden analizar los factores positivos y negativos del turismo cultural, como muestra la siguiente Figura:

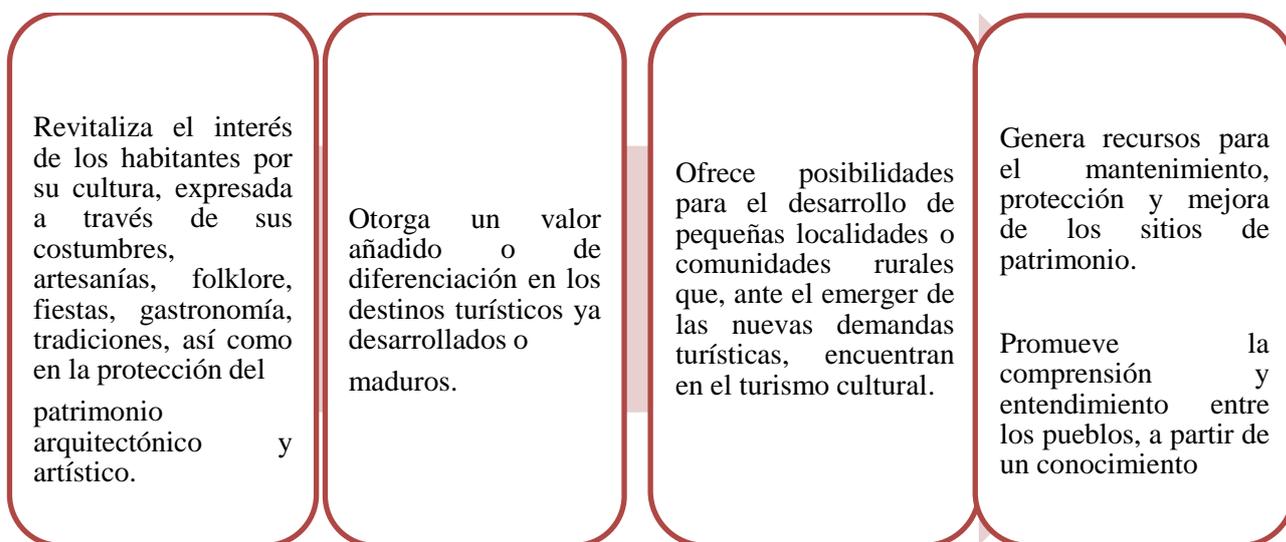


Ilustración 5. Factores positivos del turismo cultural.

Fuente: Toselli, C. (2010). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El turismo cultural, a partir del análisis anterior, incluye aspectos determinantes que son positivos como el hecho de otorgar un valor añadido o de diferenciación en los destinos turísticos ya desarrollados y contribuye a atenuar o romper la estacionalidad en destinos cuya oferta principal se basa en productos de marcada estacionalidad como por ejemplo, el caso del turismo de sol y playa.

Ofrece posibilidades para el desarrollo de pequeñas localidades o comunidades rurales que, ante el emerger de las nuevas demandas turísticas, encuentran en el turismo cultural una oportunidad de desarrollo y diversificación de sus economías. Fortalece el desarrollo de políticas y programas conjuntos entre el sector turístico y cultural, además que genera recursos para el mantenimiento, protección y mejora de los sitios de patrimonio.

Por otro lado, promueve la comprensión y entendimiento entre los pueblos, a partir de un conocimiento más profundo de la comunidad anfitriona por parte de los visitantes, y viceversa. Brinda el marco ideal para la promoción de productos y artesanías locales. Recupera “viejos recursos para nuevos turismos (Escriche, 2001), puesto que a través de la puesta en valor de recursos del patrimonio tangible e intangible se recupera la herencia de los antepasados, y se lo integra a proyectos de desarrollo local a través del turismo.

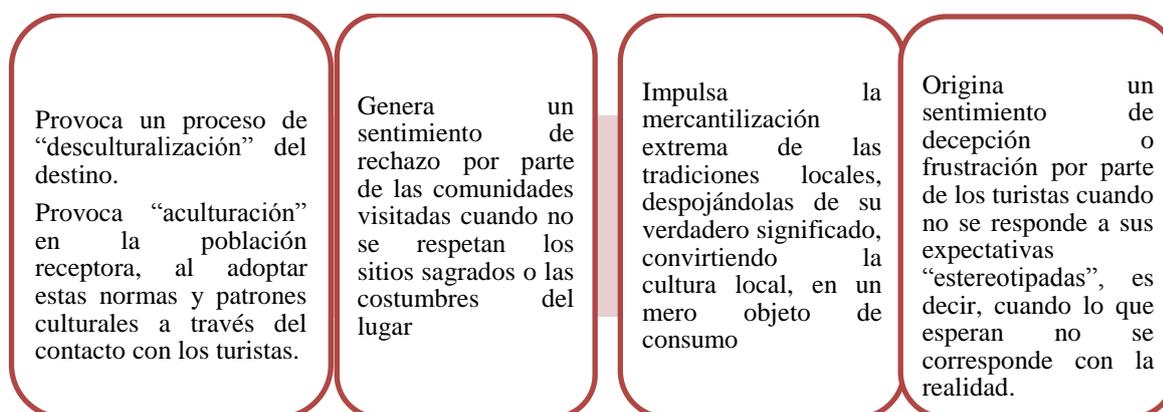


Ilustración 6. Factores Negativos.

Fuente: Toselli, C. (2010). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

A pesar del análisis del autor Toselli (2010), el turismo cultural genera aspectos negativos. Provoca un proceso de “desculturalización” del destino, inclusive de banalización, o de acuerdo a Monreal (2002) de “autenticidad escenificada” (ejemplo,

artesanías reproducidas en serie sin empleo de técnicas y materiales originales; fiestas o celebraciones locales que constituyen solo una “puesta en escena” para los turistas). Genera un sentimiento de rechazo por parte de las comunidades visitadas cuando no se respetan los sitios sagrados o las costumbres del lugar, o bien, genera inhibición cuando la comunidad siente invadido su espacio vital y observada, según la expresión de Marchant (1999), como “pez en un acuario”. Impulsa la mercantilización extrema de las tradiciones locales, despojándolas de su verdadero significado, convirtiendo la cultura local, en un mero objeto de consumo. Propicia, en ciertos destinos, un mercado negro de antigüedades o bienes del patrimonio artístico. Origina un sentimiento de decepción o frustración por parte de los turistas cuando no se responde a sus expectativas “estereotipadas”, es decir, cuando lo que esperan no se corresponde con la realidad (provocado esto por una falta de comunicación y difusión responsable por parte de los planificadores o tour operadores). O de acuerdo a Monreal (2002) provocado por la promoción de “imágenes culturales idealizadas”, consecuencia de la manipulación en pos de objetivos meramente comerciales. Provoca “aculturación” en la población receptora, al adoptar estas normas y patrones culturales a través del contacto con los turistas.

Desde estas perspectivas, se puede afirmar que el turismo cultural debe ser sostenible, planificado, generar una oferta turística de acuerdo a las exigencias de los turistas para evitar afectaciones en los destinos, además del seguimiento y sistematización que debe realizarse con los turistas para contrarrestar daños al patrimonio, si se considera que el turismo cultural puede convertirse en una alternativa para el fortalecimiento de la identidad y el desarrollo local. De este modo, el turismo y el consumo cultural adquieren una gran relevancia como fuente de riqueza y seña de identidad de una sociedad, así como por los flujos económicos que generan. En todo caso, los bienes culturales no representan un output cualquiera, sino que poseen ciertas particularidades que determinan la complejidad de su análisis, entre las que se destacan las siguientes: son bienes de carácter aditivo (utilidad marginal creciente); comportan un valor cualitativo asociado a la experiencia estética de su consumo, en la que influyen, tanto el cúmulo de conocimientos individuales (capital humano), como las "señales de información" que puedan producirse (el valor de las "críticas artísticas"); además, los bienes culturales, y en especial los relacionados con el patrimonio histórico, comportan no sólo un valor de uso y de cambio, sino también un valor de uso pasivo, asociado al interés por el mantenimiento de estos elementos como seña de identidad de los pueblos y de su historia y que los ciudadanos

estarían dispuestos a sufragar aún cuando no consumiesen el bien en sí mismo. Este tipo de demandas tiene dificultades para reflejarse directamente en el mercado en forma de precios, porque en realidad, de lo que se trata, es de la economía de un intangible (Bedate, 2009), de elementos culturales.

La cultura abarca todos los aspectos creativos, las redes sociales, la religión o la ideología; en fin, las diferentes formas de vida de los seres humanos y sus manifestaciones. Por tanto, hablar de cultura significa, por una parte, hablar de igualdad entre individuos de los más diversos medios y, por otra, de procesos continuos de cambio que deben ser tenidos en cuenta a la hora de establecer análisis culturales. Cuando se refiere específicamente al patrimonio cultural, se refiere a la expresión de las manifestaciones de la cultura, de la herencia que vamos dejando los seres humanos a lo largo de nuestra trayectoria sobre la tierra, a través de los cuales puede conocerse a las distintas generaciones. Patrimonio es aquello que identifica a los grupos humanos, aquello por lo que se diferencia a los individuos pertenecientes a distintas etnias, e incluye aspectos tan dispares como la arquitectura, las leyendas, los útiles de labranza, los textos históricos o los que nos hablan de tecnología actual; también la música, la poesía o las manifestaciones artísticas, así como los conocimientos que se tienen sobre las formas de producir.

Ahora bien, dichas manifestaciones tienen que ser reconocidas por los grupos como propias para que puedan considerarse patrimonio cultural, las producciones, ya sean individuales o grupales, deben ser aceptadas y asumidas por la colectividad. Así, aunque el patrimonio se construya continuamente, no se define como tal hasta que no ha sido incorporado a las formas de vida del grupo (Pastor, 2010).

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

Transversal: porque se la realiza en un solo momento. Al respecto Sampieri (2017) afirma que el estudio transversal se define como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un período de tiempo sobre una población, muestra o subconjunto predefinido. Este tipo de estudio también se conoce como estudio de corte transversal, estudio transversal y estudio de prevalencia.

La investigación transversal es un método no experimental para recoger y analizar datos en un momento determinado. Es muy usada en ciencias sociales, teniendo como sujeto a una comunidad humana determinada. Frente a otros tipos de investigaciones, como las longitudinales, la transversal limita la recogida de información a un único período de tiempo.

Este tipo de diseño de investigación no experimental es utilizado para observar y registrar los datos en un momento específico y, por su propia naturaleza, único. De esta forma, el análisis que se realiza está enfocado en los efectos de un fenómeno que ocurre en algún momento particular.

3.1.2. Diseño

No experimental, al no existir manipulación de variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

3.1.3. Nivel

a) Nivel descriptivo:

Se busca determinar en la investigación que el patrimonio histórico tiene relación con el turismo cultural, desde el análisis de sus aspectos teóricos fundamentales.

Se determinará las características fundamentales de cada categoría y su interrelación.

b) Nivel de asociación de variables:

Se observa si el turismo cultural que se gestiona en la ciudad de Latacunga, brinda buenos resultados, de lo contrario, se podrían aplicar nuevas alternativas desde la promoción y difusión del patrimonio histórico y así lograr mejorar la oferta turística.

Se demostrará si existe relación en el turismo cultural desde el patrimonio histórico que posee la ciudad de Latacunga.

c) Nivel explicativo:

Se investiga para demostrar la relación del patrimonio histórico en la ciudad de Latacunga y de acuerdo a la percepción de la población y cómo aporta al turismo cultural.

Se comprueba estadísticamente la hipótesis mediante todo el proceso de investigación, usando para esto las encuestas. Por último, se plantea una propuesta que ayude a potenciar el turismo cultural apoyado en el Patrimonio Histórico que posee la ciudad de San Vicente Mártir de Latacunga.

3.2. Unidad de análisis

La población la cual fue tomada en cuenta para la investigación son los habitantes de veinte años de edad en adelante, al tener una mayor comprensión de la actividad turística y del patrimonio con el que cuenta la ciudad de Latacunga.

3.3. Población de estudio

Población mayor a veinte años de la ciudad de Latacunga.

3.4. Tamaño de muestra

Se toma como muestra a 379 personas mayores a veinte años de la ciudad de Latacunga, según fórmula finita aplicada.

3.5. Selección de la muestra

Se ha tomado para la presente investigación la población de Latacunga del sector urbano de la ciudad que son 51689 habitantes, de los cuales 24888 son hombres y 26801 son mujeres distribuidos en los diferentes sectores o barrios del cantón. En la población de

veinte años en adelante, se pudo constatar que existen 18750 hombres y 15467 mujeres según datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la ciudad de Latacunga (2015), obteniendo que al año 2018 según las proyecciones (PDyOT 2015) existen un total de 34217 personas como población.

Para calcular el tamaño de una muestra hay que tomar en cuenta tres factores:

1. El porcentaje de confianza con el cual se quiere generalizar los datos desde la muestra hacia la población total.
2. El porcentaje de error que se pretende aceptar al momento de hacer la generalización.
3. El nivel de variabilidad que se calcula para comprobar la hipótesis.

La confianza o el porcentaje de confianza es el porcentaje de seguridad que existe para generalizar los resultados obtenidos. Esto quiere decir que un porcentaje del 100% equivale a decir que no existe ninguna duda para generalizar tales resultados, pero también implica estudiar a la totalidad de los casos de la población.

Para evitar un costo muy alto para el estudio o debido a que en ocasiones llega a ser prácticamente imposible el estudio de todos los casos, entonces se busca un porcentaje de confianza menor. Comúnmente en las investigaciones sociales se busca un 95%.

El error o porcentaje de error equivale a elegir una probabilidad de aceptar una hipótesis que sea falsa como si fuera verdadera, o la inversa: rechazar a hipótesis verdadera por considerarla falsa. Al igual que en el caso de la confianza, si se quiere eliminar el riesgo del error y considerarlo como 0%, entonces la muestra es del mismo tamaño que la población, por lo que conviene correr un cierto riesgo de equivocarse.

Comúnmente se aceptan entre el 4% y el 6% como error, tomando en cuenta de que **no** son complementarios la confianza y el error.

La variabilidad es la probabilidad (o porcentaje) con el que se aceptó y se rechazó la hipótesis que se quiere investigar en alguna investigación anterior o en un ensayo previo a la investigación actual. El porcentaje con el que se aceptó tal hipótesis se denomina variabilidad positiva y se denota por p , y el porcentaje con el que se rechazó se la hipótesis es la variabilidad negativa, denotada por q .

Hay que considerar que p y q son complementarios, es decir, que su suma es igual a la unidad: $p+q=1$. Además, cuando se habla de la máxima variabilidad, en el caso de no existir antecedentes sobre la investigación (no hay otras o no se pudo aplicar una prueba previa), entonces los valores de variabilidad es $p=q=0.5$.

Una vez que se han determinado estos tres factores, entonces se puede calcular el tamaño de la muestra aplicando una fórmula para cálculo de población finita como a continuación se expone.

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

Fuente: Sampieri, R. (2017), Metodología de la Investigación Científica. Cuarta edición. Editorial Mc Graw Hill.

Dónde:

n es el tamaño de la muestra;

Z es el nivel de confianza;

p es la variabilidad positiva;

q es la variabilidad negativa;

N es el tamaño de la población;

E es la precisión o el error.

Se considerará una confianza del 95%, un porcentaje de error del 5% y la máxima variabilidad por no existir antecedentes en la población sobre la investigación y porque no se puede aplicar una prueba previa.

Primero habrá que obtener el valor de Z de tal forma que la confianza sea del 98.5%, es decir, buscar un valor de Z tal que $P(-Z < z < Z) = 0.98$. Utilizando las tablas o las funciones de *Excel* se pueden obtener, o viendo (en este caso) el ejemplo anterior, resulta que $Z=1.96$.

De esta manera se realiza la sustitución y se obtiene la muestra de estudio siendo el número de habitantes a ser encuestados:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(34217)}{(34217)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5)(0.5)}$$

n = 379 personas

Se aplicó la encuesta a un total de 379 personas distribuidas por los principales barrios del sector urbano, obteniendo los resultados que se mencionan con posterioridad.

Para efecto de esta investigación se consideró pertinente la selección de los informantes claves a través de los siguientes:

Tabla 1. Personas a encuestar grupo focal.

Entidad y/o profesión	Cargo	Número de personas a encuestar
Personas y directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.	Miembros de la Comisión del Centro Histórico y Patrimonio.	4
	Jefatura de Cultura	2
Personas y directivos del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial.	Jefatura de Cultura	1
Personas y directivos de la Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi.	Miembros Correspondientes	9
Personas conocedoras de la historia de la ciudad de San Vicente Mártir de Latacunga.	Historiadores	
	Conocedores de la Cultura y Folclore de la Ciudad.	2
Personas profesionales que trabajan con los atractivos y/o bienes culturales.	Custodios de espacios y Bienes Históricos en la Hacienda Obraje Tilipulo.	2
	TOTAL DE PERSONAS A ENCUESTAR	20

Fuente: Investigación de campo.
Elaborado por: García, Carlos (2019).

Estas personas generaron información de acuerdo a su percepción de gran relevancia porque tienen conocimiento y contacto directo con temas turísticos, culturales e históricos lo cual permitió tomar información relevante sobre los mismos y todo el medio que forma parte del entorno.

Tabla 2. Total de personas a encuestar.

Población latacungueña mayor a 20 años de edad.	379 personas
Servidores públicos y expertos en patrimonio y cultura	20 personas
TOTAL	399 personas

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: García, Carlos (2019)

3.6. Técnicas e instrumentos de la investigación.

Encuesta: Técnica que se aplicó a través de un cuestionario para caracterizar la problemática en estudio, que es precisamente, el análisis de la relación del patrimonio histórico con el turismo cultural en la ciudad de Latacunga.

El cuestionario que se empleó como instrumento, se estructuró de acuerdo a los indicadores de las variables, su análisis y medición a través de ítems.

Se realizó el análisis y procesamiento de los datos desde la tabulación, codificación de la información obtenida, para la interpretación de resultados a partir del cuestionario aplicado a estudiantes a partir de su propia percepción sobre el tema.

En cuanto a la tabulación, se resumieron los datos en gráficos estadísticos estableciendo su análisis porcentual e interpretación, a partir de las medias aritméticas obtenidas en cada ítem.

El instrumento de encuesta es un documento formado por un conjunto de preguntas que fueron redactadas de forma coherente y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas puedan ofrecer toda la información que se precisa.

3.7. Validez de los instrumentos.

La validez se refiere al nivel en que los ítems de los instrumentos, responden a los indicadores de las variables en estudio. Los cuestionarios realizados mantienen una correlación directa con la operacionalización de variables.

Cuestionarios que fueron aprobados previamente a su aplicación en campo por tres expertos.

3.8. Confiabilidad de los instrumentos.

Los valores presentados del alfa de Cronbach (estima la correlación entre el puntaje observado en el instrumento y el puntaje verdadero (hipotético) del individuo, fue de 0.85. Los valores aceptables de Alfa para propósitos de investigación es mayor o igual a 0.7 que es el punto de corte estándar para aceptar la consistencia interna de la característica), por lo que se puede afirmar que existe una consistencia interna en el instrumento.

Las características alcanzan un índice superior a 0.700 (punto estándar) establecido por Cronbach, por lo tanto, se consideran aceptables, es decir, existe consistencia interna lo cual permite considerarlas como unidades válidas en el análisis, para la presente investigación.

Determinación del Alfa de Cronbach

Tabla 3. Resumen del procesamiento de los casos.

		Casos	
		N	%
	Válidos	20	5,3
Casos	Excluidos	359	94,7
	Total	379	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Tabla 4 Estadísticos de fiabilidad.

Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,939	30

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El valor del Alfa de Cronbach demuestra que el instrumento es altamente confiable considerando que el valor obtenido es 0,939 muy cercano a 1.

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.

En el presente capítulo se realiza un resumen de los resultados obtenidos a través de las encuestas dirigidas a la ciudadanía de Latacunga así como a los funcionarios públicos y especialistas en el patrimonio cultural de la ciudad con el fin de conocer su opinión acerca de las variables de estudio, el análisis fue realizado con el soporte del software informático IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Statistics Versión 25, dicha información se encuentra a continuación, software que facilitó la tabulación de información de cada uno de los cuestionarios aplicados a la muestra de la investigación, esta información presente en frecuencia y porcentajes así como su respectivos gráficos estadísticos . Se muestra a continuación un resumen de resultados obtenidos.

4.2.Resultado de encuestas.

4.2.1. Resultados de las encuestas obtenidas a la ciudadanía latacungueña.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las 379 personas de la ciudadanía de Latacunga.

Estos resultados que como con el fin de conocer su opinión acerca de las variables de estudio, el análisis fue realizado con el soporte del software informático IBM SPSS, dicha información se encuentra analizada a continuación:

4.2.1.1. Pregunta 1: Género.

Tabla 5. Género.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	199	52,5	52,5	52,5
	Masculino	180	47,5	47,5	100,0
	Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía latacungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

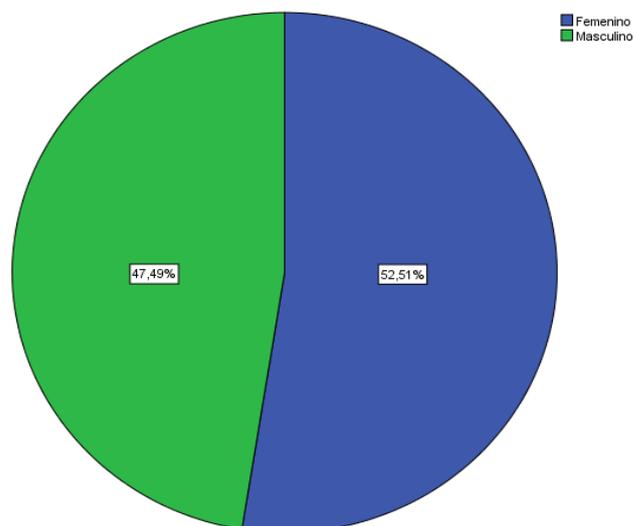


Gráfico 1. Género.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 53% de encuestados son mujeres y el 47% son hombres existiendo una proporción equitativa entre géneros.

4.2.1.2. Pregunta 2: Edad.

Tabla 6. Edad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20 a 30 años	110	29,0	29,0
	31–40 años	93	24,5	53,6
	41–50 años	92	24,3	77,8
	51–60 años	51	13,5	91,3
	61 o más años	33	8,7	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía latacungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

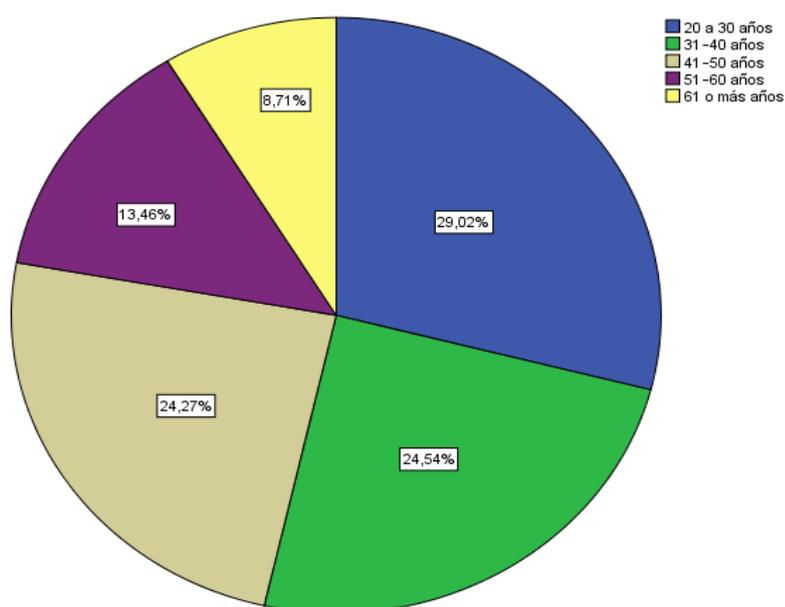


Gráfico 2. Edad.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La población encuestada mayormente se encuentra en el rango de edad de 20 a 30 años en un 29%, mientras que el 24% se encuentra entre 31–40 años y el 24% restante, entre 41–50 años siendo un aspecto positivo contar con criterios de diferentes grupos etáreos.

4.2.1.3. Pregunta 3: Conocimiento de monumentos culturales.

Tabla 7. Conocimiento de monumentos culturales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	128	33,8	33,8
	Deficiente	124	32,7	66,5
	Bueno	69	18,2	84,7
	Muy Bueno	58	15,3	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía latacungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

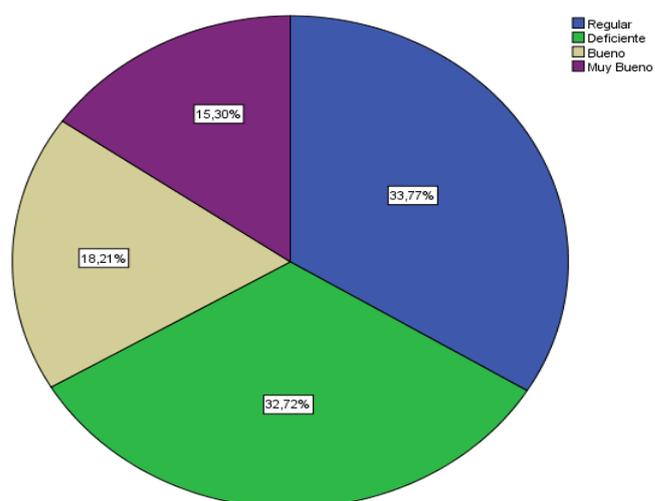


Gráfico 3. Conocimiento de monumentos culturales.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 33% de encuestados que representa a la mayoría, afirma que su nivel de conocimiento de los monumentos culturales es regular, mientras que el 32% afirma que es deficiente, siendo los porcentajes más significativos, lo que evidencia que la ciudadanía no conoce las obras sobre todo arquitectónicas, que tienen un valor cultural, artístico, histórico y social, científico, simbólico, tradicional que forman parte del patrimonio de la ciudad y que deben ser conservadas y difundidas.

4.2.1.4. Pregunta 4: Conocimiento de sitios históricos.

Tabla 8. Conocimiento de sitios históricos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	132	34,8	34,8
	Regular	103	27,2	62,0
	Bueno	78	20,6	82,6
	Muy Bueno	66	17,4	100,0
	Total	379	100,0	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

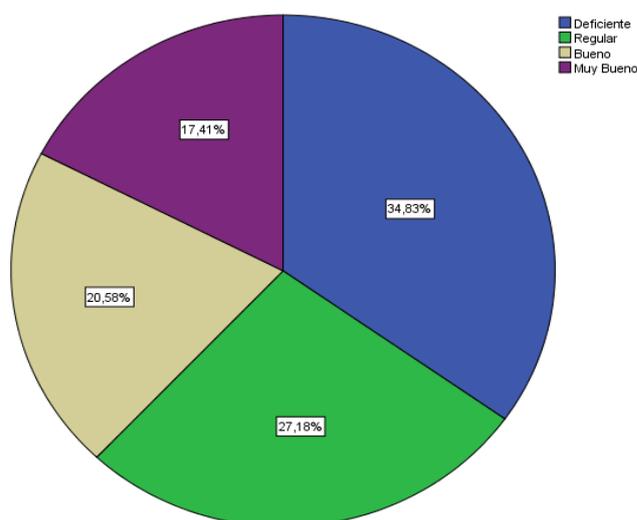


Gráfico 4. Conocimiento de sitios históricos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 34% de encuestados que representa a la mayoría, afirma que su nivel de conocimiento de los sitios históricos es deficiente, mientras que el 27% afirma que es regular, siendo los porcentajes más significativos, lo que evidencia que la ciudadanía no conoce los lugares o parajes naturales vinculados a acontecimientos o recuerdos del pasado, a tradiciones populares, creaciones culturales o de la naturaleza y a obras que poseen valor histórico, etnológico, paleontológico o antropológico que forman parte del patrimonio de la ciudad y que deben ser difundidos y manejados como atractivos turísticos.

4.2.1.5. Pregunta 5: Conocimiento de gastronomía típica.

Tabla 9. Conocimiento de gastronomía típica.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	120	31,7	31,7	31,7
Deficiente	97	25,6	25,6	57,3
Válido Regular	86	22,7	22,7	79,9
Muy Bueno	76	20,1	20,1	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

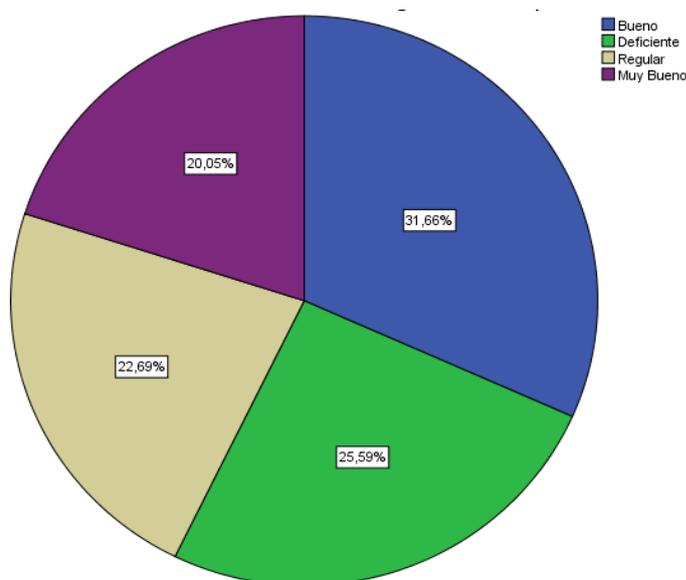


Gráfico 5. Conocimiento de la gastronomía típica.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 31% de encuestados que representa a la mayoría, afirma que su nivel de conocimiento sobre la gastronomía típica es bueno, mientras que el 25% afirma que es deficiente, siendo los porcentajes más significativos, lo que evidencia que la ciudadanía conoce más de la gastronomía que de los monumentos y sitios históricos por lo que se debe fortalecer el conocimiento del patrimonio histórico cultural como aporte a la identidad cultural y a la memoria histórica de la ciudadanía.

4.2.1.6. Pregunta 6: Conocimiento de las leyendas.

Tabla 10. Conocimiento de las leyendas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	140	36,9	36,9	36,9
Regular	101	26,6	26,6	63,6
Bueno	77	20,3	20,3	83,9
Muy Bueno	61	16,1	16,1	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

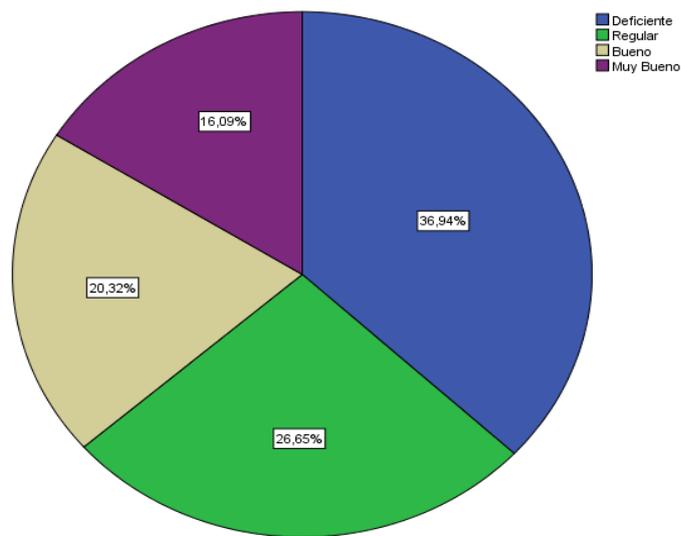


Gráfico 6. Conocimiento de las leyendas.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 36% de encuestados que representa a la mayoría, afirma que su nivel de conocimiento sobre las leyendas es deficiente, mientras que el 26% afirma que es regular, siendo los porcentajes más significativos, lo que evidencia que la ciudadanía no conoce sobre los relatos que forman parte del folklore y constituyen un aspecto importante del patrimonio intangible, siendo necesario difundir su conocimiento, como parte significativa de la cultura de la localidad.

4.2.1.7. Pregunta 7: Conocimiento de las fiestas populares.

Tabla 11. Conocimiento de las fiestas populares.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	123	32,5	32,5
	Regular	91	24,0	56,5
	Bueno	83	21,9	78,4
	Muy Bueno	82	21,6	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía latacungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

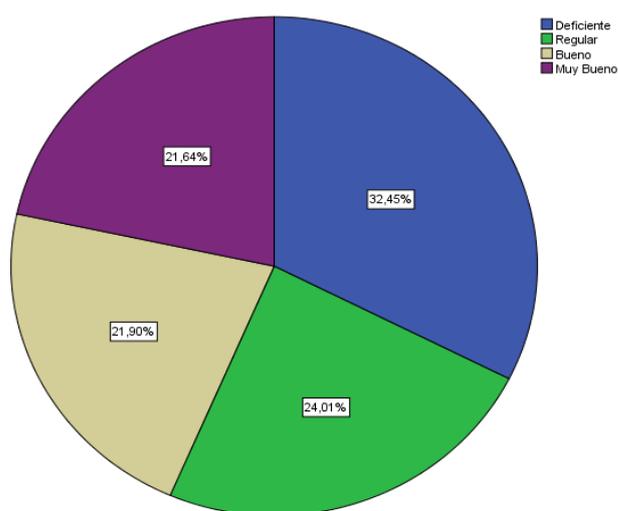


Gráfico 7. Conocimiento de las fiestas populares.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 32% de encuestados que representa a la mayoría, afirma que su nivel de conocimiento sobre las fiestas populares es deficiente, mientras que el 24% afirma que es regular, siendo los porcentajes más significativos, lo que evidencia que la ciudadanía no conoce sobre las tradiciones que constituyen un aspecto importante del patrimonio intangible, siendo necesario difundir su conocimiento, como parte significativa de la identidad cultural.

4.2.1.8. Pregunta 8: Contribución de la identidad cultural al turismo.

Tabla 12. Contribución de la identidad cultural al turismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	143	37,7	37,7	37,7
	Bueno	109	28,8	28,8	66,5
	Deficiente	64	16,9	16,9	83,4
	Regular	63	16,6	16,6	100,0
Total		379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

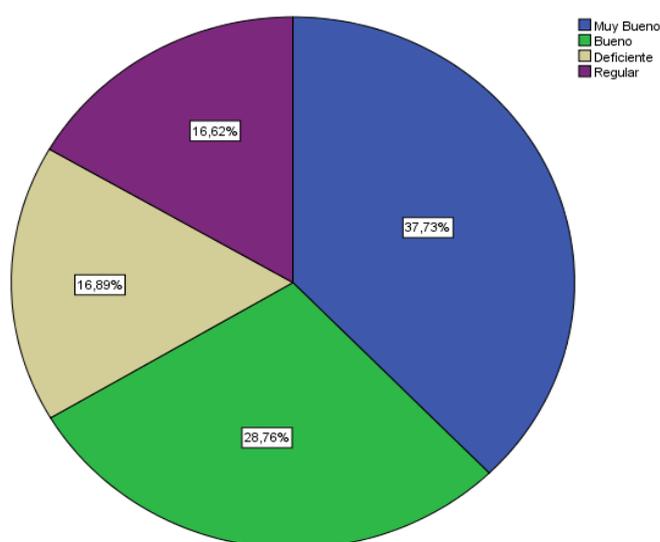


Gráfico 8. Contribución de la identidad cultural al turismo.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 37% de encuestados que representa a la mayoría, afirman que el nivel de contribución de la identidad cultural al turismo cultural, es muy bueno, mientras que el 28% afirma que es bueno, siendo los porcentajes más significativos, lo que evidencia que la existe en la población una concientización de la importancia de la cultura para el desarrollo del turismo, cómo el turismo no solo debe tener un enfoque económico, sino que debe tomar como punto de partida, la cultura.

4.2.1.9. Pregunta 9: Mantenimiento de bienes culturales.

Tabla 13. Mantenimiento de bienes culturales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	143	37,7	37,7	37,7
Regular	133	35,1	35,1	72,8
Válido Bueno	53	14,0	14,0	86,8
Muy Bueno	50	13,2	13,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungeña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

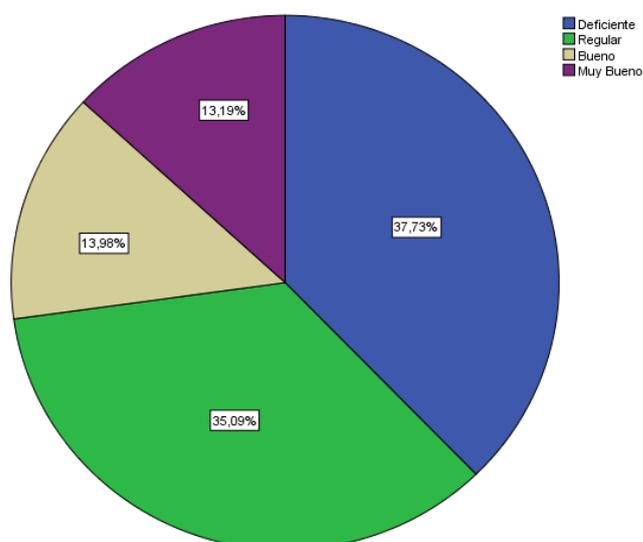


Gráfico 9. Mantenimiento de bienes culturales.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 37% de encuestados que representa a la mayoría, afirman que el mantenimiento de bienes culturales es deficiente, mientras que el 35% afirma que es regular, siendo los porcentajes más significativos, lo que evidencia que la conservación del patrimonio se debe basar fundamentalmente en la preservación.

4.2.1.10. Pregunta 10: Protección de bienes cultural inmateriales.

Tabla 14. Protección de bienes cultural inmateriales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	135	35,6	35,6	35,6
Regular	126	33,2	33,2	68,9
Válido Muy Bueno	64	16,9	16,9	85,8
Bueno	54	14,2	14,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

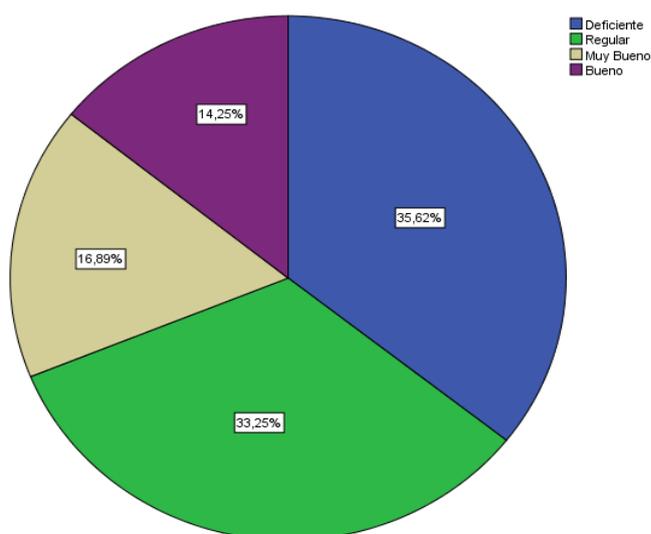


Gráfico 10. Protección de bienes cultural inmateriales.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 35% de encuestados que representa a la mayoría, afirman que el nivel de protección de los bienes culturales inmateriales, es deficiente, mientras que el 33% afirma que es regular, siendo los porcentajes más significativos, por lo que es evidente la necesidad de proteger el patrimonio inmaterial si se considera que es el crisol de nuestra diversidad cultural y su conservación, una garantía de creatividad permanente, el conjunto de creaciones basadas en la tradición de una comunidad cultural expresada por un grupo.

4.2.1.11. Pregunta 11: Seguridad de bienes culturales materiales.

Tabla 15. Seguridad de bienes culturales materiales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	128	33,8	33,8	33,8
Muy Bueno	105	27,7	27,7	61,5
Válido Regular	77	20,3	20,3	81,8
Deficiente	69	18,2	18,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía latacungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

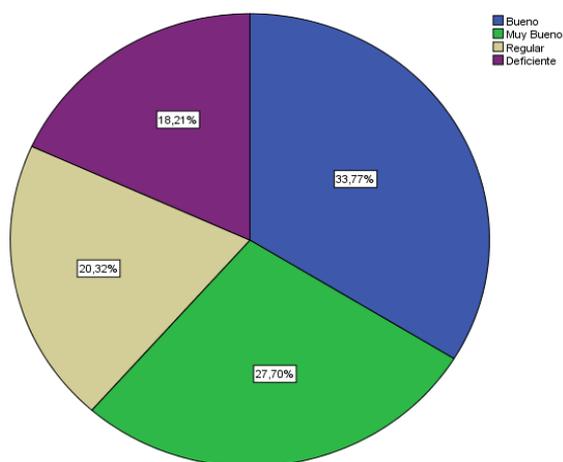


Gráfico 11. Seguridad de bienes culturales materiales.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 33% de encuestados que representa a la mayoría afirman que lograr seguridad en los bienes culturales materiales, es bueno, mientras que el 27% afirma que es muy bueno, siendo los porcentajes más significativos, por lo que es evidente la necesidad de proteger el patrimonio considerando que el Patrimonio Cultural Tangible o Material se compone de los bienes muebles e inmuebles hechos por las sociedades del pasado. Patrimonio Arquitectónico donde se integran Monumentos, edificios y construcciones que representan la memoria física y evolución social.

4.2.1.12. Pregunta 12: Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.

Tabla 16. Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Bueno	136	35,9	35,9	35,9
Bueno	135	35,6	35,6	71,5
Válido Regular	58	15,3	15,3	86,8
Deficiente	50	13,2	13,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía latacungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

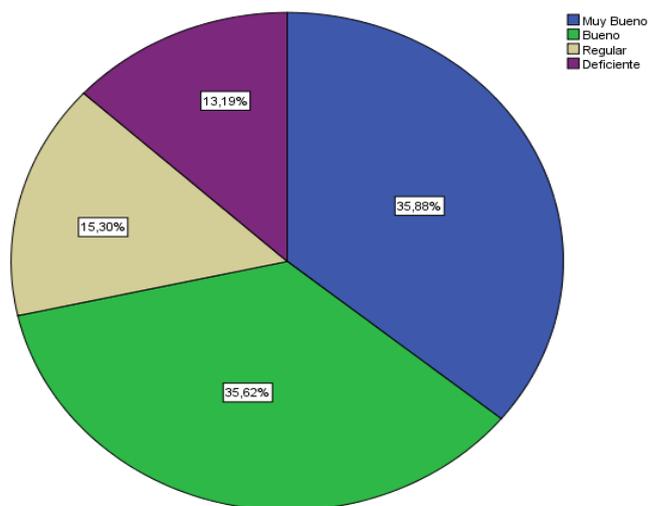


Gráfico 12. Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 35% de encuestados que representa a la mayoría afirman que la contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas, es muy bueno, mientras que el 35% restante, afirma que es bueno, existiendo en la población una concientización de la importancia y relevancia de la cultura, para los procesos de desarrollo, cambio social y por ende, para la actividad turística.

4.2.1.13. Pregunta 13: Contribución de información y experiencias de la cultura.

Tabla 17. Contribución de información y experiencias de la cultura.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	113	29,8	29,8
	Bueno	100	26,4	56,2
	Regular	87	23,0	79,2
	Deficiente	79	20,8	100,0
	Total	379	100,0	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungeña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

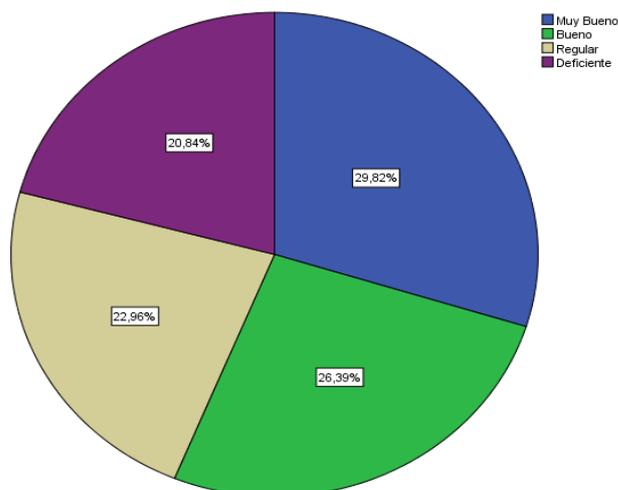


Gráfico 13. Contribución de información y experiencias de la cultura.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 35% de encuestados que representa a la mayoría afirman que la contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas, es muy bueno, mientras que el 35% restante, afirma que es bueno, existiendo en la población una concientización de la importancia y relevancia de la cultura, para los procesos de desarrollo, cambio social y por ende, para la actividad turística.

4.2.1.14. Pregunta 14: Calidad de vida obtenida del turismo cultural.

Tabla 18. Calidad de vida obtenida del turismo cultural.

Calidad de vida obtenida del turismo cultural.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	124	32,7	32,7	32,7
Regular	102	26,9	26,9	59,6
Válido Muy Bueno	78	20,6	20,6	80,2
Bueno	75	19,8	19,8	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

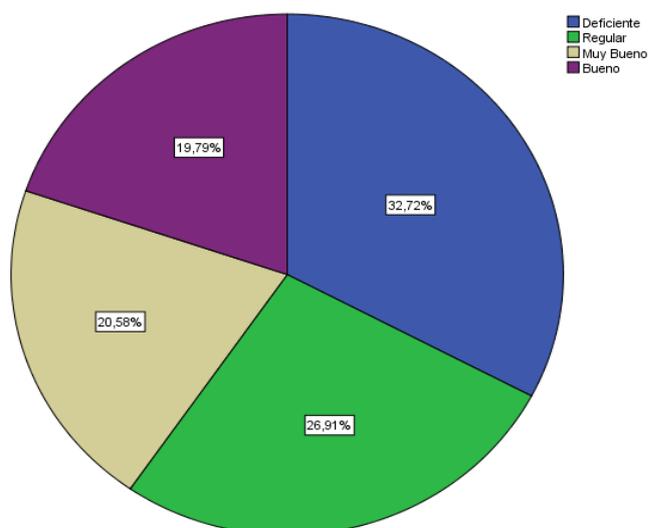


Gráfico 14. Calidad de vida obtenida del turismo cultural.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 32% de encuestados que representa a la mayoría afirman que la calidad de vida obtenido del turismo cultural es deficiente, mientras que el 26% es regular, existiendo en la población una concientización de la necesidad de direccionar la actividad turística desde la cultura, convertir el turismo cultural en un medio de desarrollo, de bienestar crecimiento social.

4.2.1.15. Pregunta 15: Beneficio cultural percibido en la ciudad.

Tabla 19. Beneficio cultural percibido en la ciudad.

Beneficio cultural percibido en la ciudad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	119	31,4	31,4	31,4
	Deficiente	115	30,3	30,3	61,7
	Bueno	73	19,3	19,3	81,0
	Muy Bueno	72	19,0	19,0	100,0
Total		379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

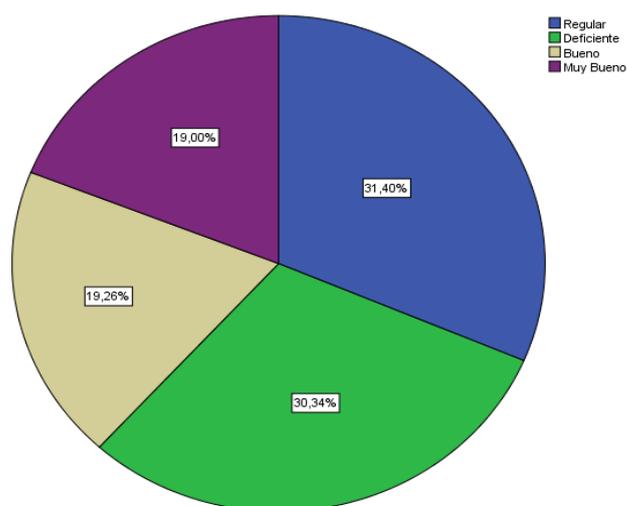


Gráfico 15. Beneficio cultural percibido en la ciudad.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 31% de encuestados que representa a la mayoría afirman que el beneficio cultural percibido en la ciudad es regular, mientras que el 30% afirma que es deficiente, siendo aún insuficiente el manejo de los bienes culturales, el fortalecimiento del patrimonio y su promoción y divulgación como aspectos determinantes para el desarrollo social. Es importante que los actores locales gestionen la conservación del patrimonio, la oferta cultural de la ciudad en función de su desarrollo.

4.2.1.16. Pregunta 16: Beneficio económico obtenido del turismo cultural.

Tabla 20. Beneficio económico obtenido del turismo cultural.

Beneficio económico obtenido del turismo cultural.				
	<u>Frecuencia</u>	<u>Porcentaje</u>	<u>Porcentaje</u> <u>válido</u>	<u>Porcentaje</u> <u>acumulado</u>
Deficiente	126	33,2	33,2	33,2
Regular	117	30,9	30,9	64,1
Muy Bueno	69	18,2	18,2	82,3
Bueno	67	17,7	17,7	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a la ciudadanía laticungueña.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

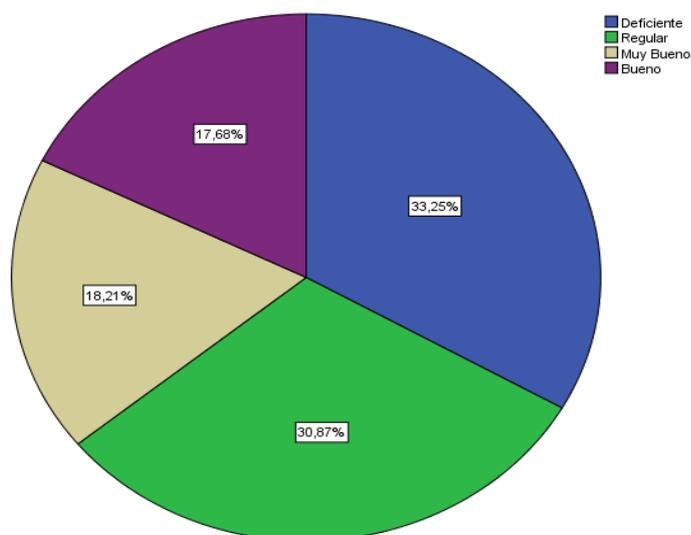


Gráfico 16. Beneficio económico obtenido del turismo cultural.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 33% de encuestados que representa a la mayoría afirman que el beneficio económico obtenido del turismo cultural es deficiente, mientras que el 30% afirma que es regular, siendo necesario se potencie en la ciudad el turismo cultural, basado en una oferta turística que se base en la riqueza del patrimonio, en la riqueza cultural que forma parte de su identidad.

4.2.2. Resultados de las encuestas obtenidas a los funcionarios públicos y expertos en patrimonio y cultura.

4.2.2.1. Pregunta 1: Género.

Tabla 21. Género.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Masculino	11	55,0	55,0	55,0
Válido Femenino	9	45,0	45,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

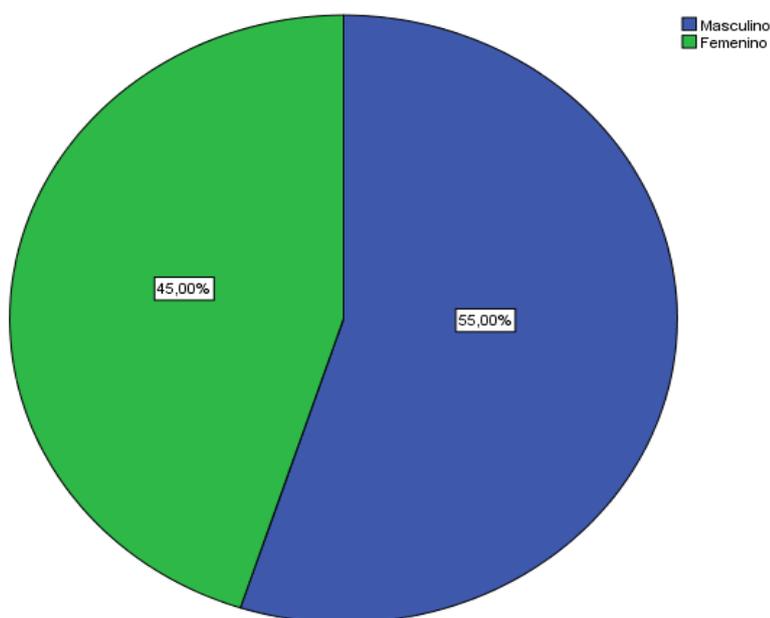


Gráfico 17. Género.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 55% de encuestados que representa a la mayoría son hombres, mientras que el 45% son mujeres.

4.2.2.2. Pregunta 2: Edad.

Tabla 22. Edad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
51–60 años	10	50,0	50,0	50,0
61 o más años	5	25,0	25,0	75,0
Válido 20–30 años	3	15,0	15,0	90,0
41 a 50 años	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

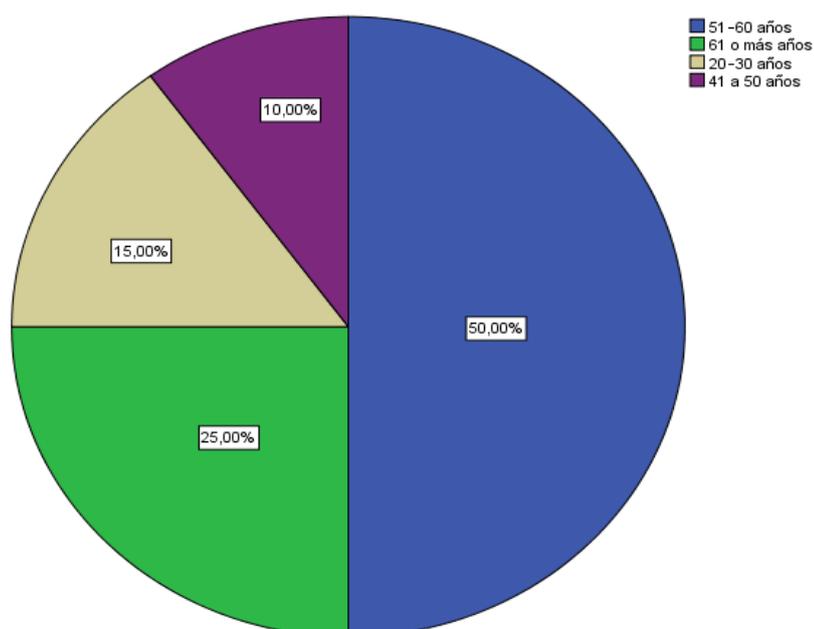


Gráfico 18. Edad.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Los especialistas mayormente pertenecen al grupo etáreo de 51 a 60 años de edad en un 50% de los encuestados mientras que el 25% pertenece al grupo etáreo de 61 años o más.

4.2.2.3. Pregunta 3: Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).

Tabla 23. Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Bueno	11	55,0	55,0
	Bueno	9	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

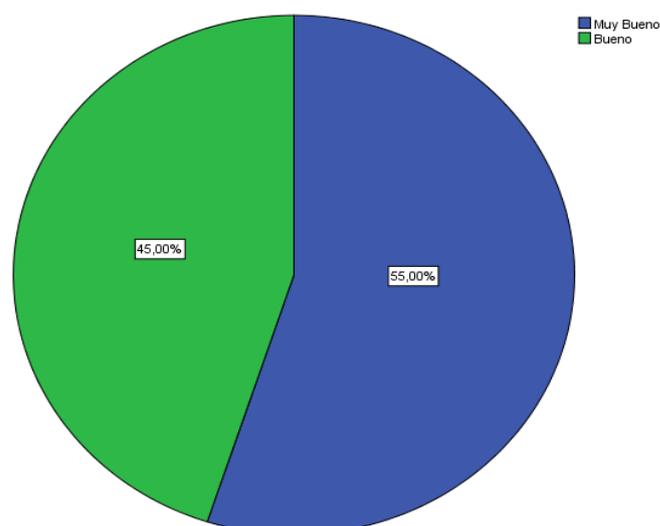


Gráfico 19. Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 55% de encuestados que representa a la mayoría afirman que el estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (iglesias) es muy bueno, mientras que el 45% afirma que es bueno, lo que constituye un aspecto positivo de la ciudad contar con iglesias en buen estado, que forman parte del patrimonio y que pueden convertirse en una opción para el turismo. El turismo religioso, puede representar una oportunidad considerable para el desarrollo de actividades turísticas, una alternativa de usos recreativos y de esparcimiento a la población local.

4.2.2.4. Pregunta 4: Presencia de monumentos históricos.

Tabla 24. Presencia de monumentos históricos.

Válid o		Frecuenci a		Porcentaje	Porcentaje
			Porcentaje	válido	acumulado
	Muy Bueno	12	60,0	60,0	60,0
	Bueno	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

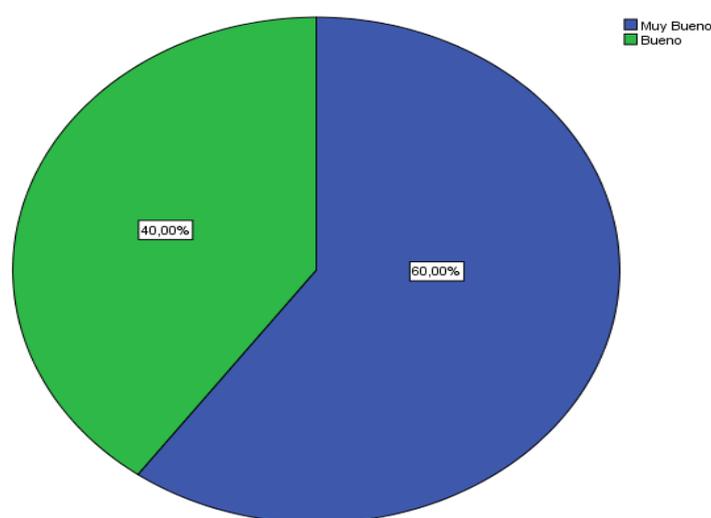


Gráfico 20. Presencia de monumentos históricos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La presencia de monumentos históricos para el 60% de encuestados, se considera muy bueno, mientras que para el 40% se considera bueno, corroborando la importancia de los monumentos como parte de la identidad cultural, que deben ser preservados y conservados activos repositorios de valores, sentidos e interpretaciones que pueden ser apropiados, reapropiados y significados por todos los ciudadanos, por lo que deben realizarse diferentes estrategias de difusión a fin de que puedan valorar, disfrutar y reinventar desde sus esferas inmediatas el patrimonio material, inmaterial y natural.

4.2.2.5. Pregunta 5: Conservación del Centro Histórico.

Tabla 25. Conservación del Centro Histórico.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	8	40,0	40,0
	Deficiente	6	30,0	70,0
	Bueno	6	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

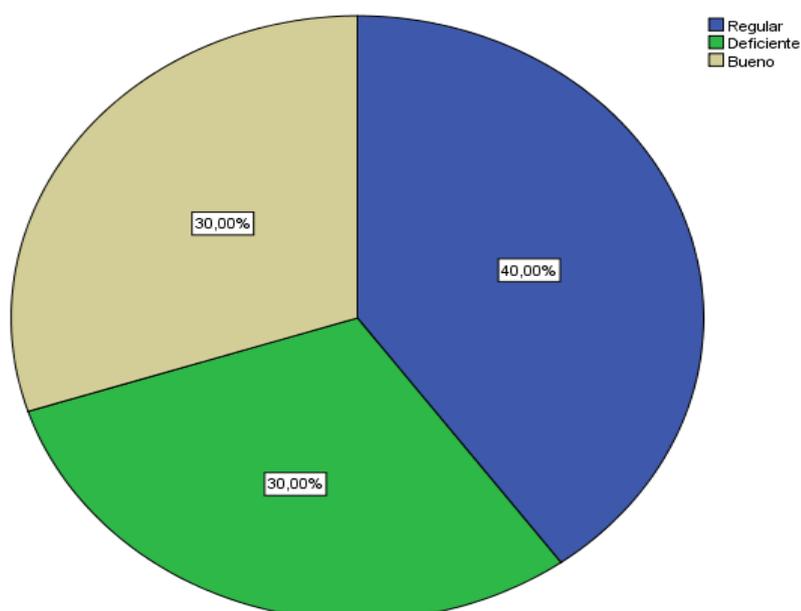


Gráfico 21. Conservación del Centro Histórico.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Para el 40% de encuestados, la conservación del centro histórico es regular, mientras que para el 30% es deficiente, considerando la importancia de que se restaure, de proveer la renovación controlada para valorizar sus potencialidades sociales, económicas y funcionales; además de mantener la identidad y características originales de la ciudad.

4.2.2.6. Pregunta 6: Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.

Tabla 26. Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	12	60,0	60,0	60,0
	Regular	8	40,0	40,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

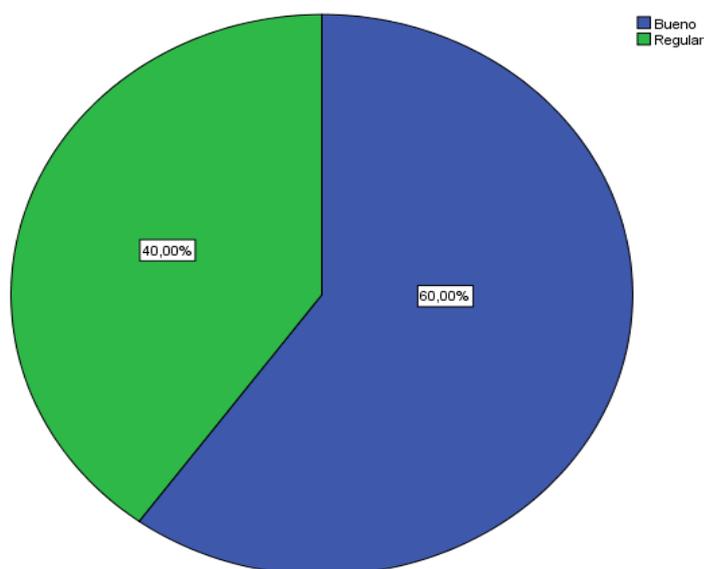


Gráfico 22. Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 60% afirma que la conservación de las edificaciones civiles patrimoniales es bueno, mientras que el 40% afirma que es regular siendo importante el trabajo articulado de los actores locales, la gestión necesaria para la conservación y preservación de los edificios que forman parte del patrimonio, que es relevante porque es el vínculo de la sociedad con su historia.

4.2.2.7. Pregunta 7: Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales.

Tabla 27. Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	12	60,0	60,0	60,0
	Bueno	8	40,0	40,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

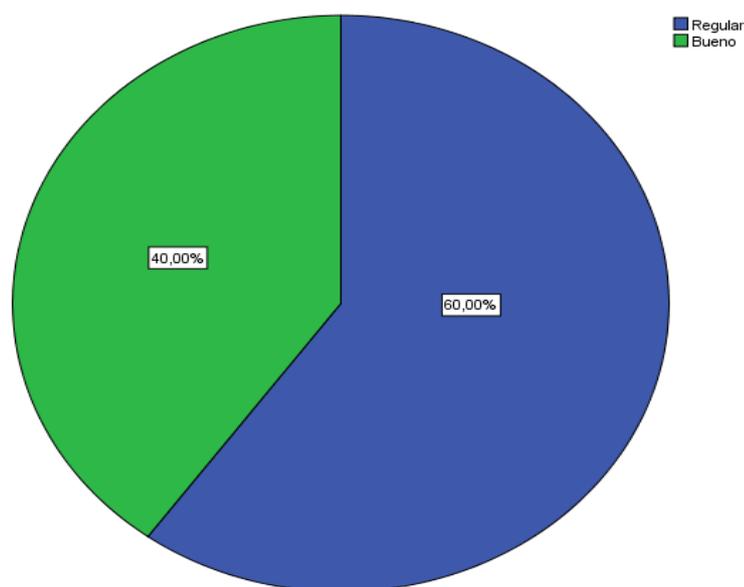


Gráfico 23. Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 60% afirma que la conservación de parques, plazas y plazoletas, es regular, mientras que el 40% afirma que es bueno siendo importante la gestión del cuidado y preservación de parques, plazoletas que constituyen espacios culturales, de recreación y esparcimiento de la población.

4.2.2.8. Pregunta 8. Conservación de obras de arte (cuadros).

Tabla 28. Conservación de obras de arte (cuadros).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	13	65,0	65,0	65,0
	Bueno	7	35,0	35,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

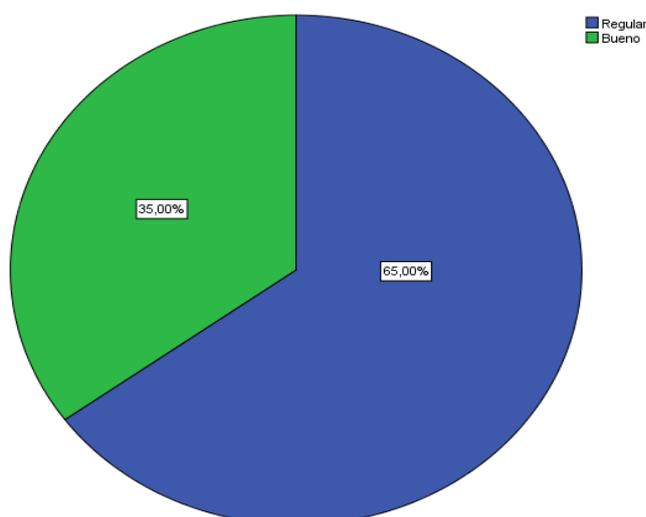


Gráfico 24. Conservación de obras de arte (cuadros).

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La conservación de cuadros es regular según el 65% de encuestados siendo necesario se restauren y preserven las obras de arte, por su importancia y trascendencia. El arte representa la cultura de la localidad, las expresiones, sentimientos de los artistas regionales, siendo importante su difusión y promoción.

4.2.2.9. Pregunta 9: Restauración de piezas (vasijas).

Tabla 29. Restauración de piezas (vasijas).

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	13	65,0	65,0	65,0
	Bueno	7	35,0	35,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

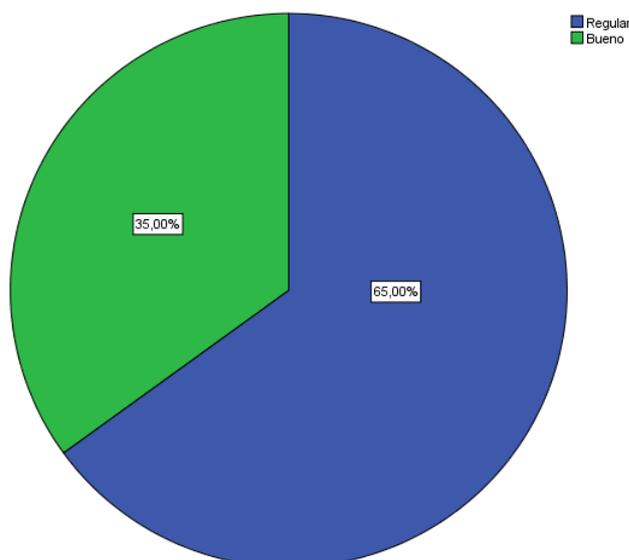


Gráfico 25. Restauración de piezas (vasijas).

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La restauración de las vasijas es regular según el 65% de encuestados siendo necesario se restauren y preserven estas piezas, por su importancia y trascendencia. El arte representa identidad, valores, sentimientos, contextos y características de una época. Se aprende desde las expresiones artísticas, se interactúa con la historia siendo importante su conservación en buen estado.

4.2.2.10. Pregunta 10: Mantenimiento y restauración de esculturas.

Tabla 30. Mantenimiento y restauración de esculturas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	11	55,0	55,0	55,0
	Bueno	7	35,0	35,0	90,0
	Deficiente	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

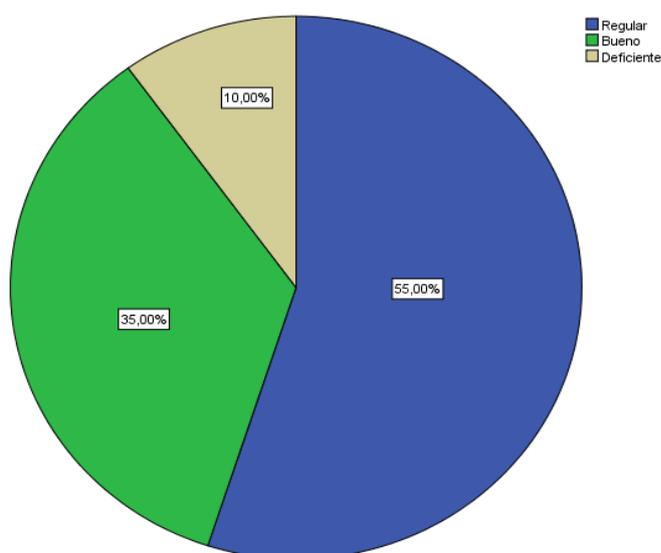


Gráfico 26. Mantenimiento y restauración de esculturas.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El mantenimiento y restauración de esculturas es regular según el 55% de encuestados siendo necesario se restauren y preserven por su importancia y trascendencia. El arte representa la cultura de la localidad, las expresiones, sentimientos de los artistas regionales, siendo importante su difusión y promoción.

4.2.2.11. Pregunta 11: Salvaguardia de manuscritos históricos.

Tabla 31. Salvaguardia de manuscritos históricos.

Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Regular	13	65,0	65,0	65,0
Bueno	4	20,0	20,0	85,0	
Deficiente	3	15,0	15,0	100,0	
Total	20	100,0	100,0		

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

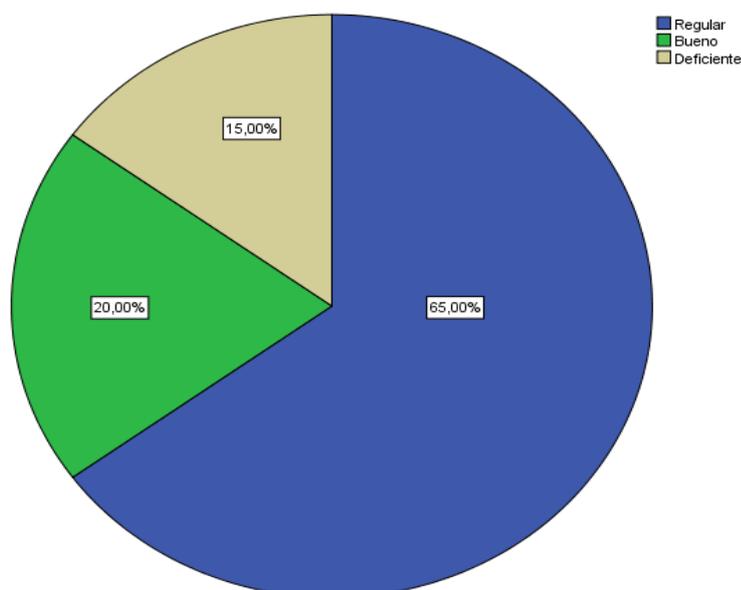


Gráfico 27. Salvaguardia de manuscritos históricos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 65% afirma la salvaguardia de manuscritos históricos es regular, por lo que es necesario que se preserven, se exhiban y muestren a la población su propia historia para el enriquecimiento y fortalecimiento de la memoria histórico cultural.

4.2.2.12. Pregunta 12: Preservación de libros históricos.

Tabla 32. Preservación de libros históricos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	11	55,0	55,0
	Regular	5	25,0	80,0
	Deficiente	4	20,0	100,0
	Total	20	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

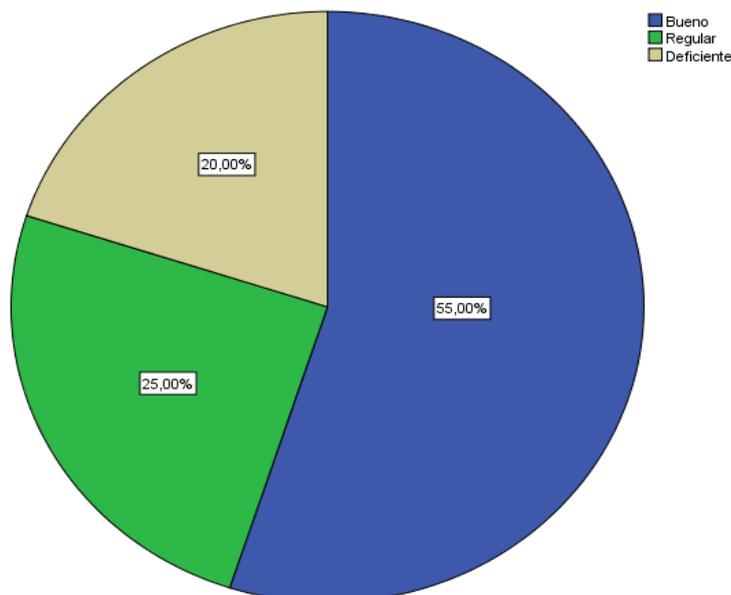


Gráfico 28. Preservación de libros históricos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 55% afirma que la preservación de libros históricos es buena siendo favorable que se difundan, promocionen y exhiban al ser parte de la historia, la cultura y la sociedad puede desde sus lecturas, elementos valiosos de su identidad cultural.

4.2.2.13. Pregunta 13: Resguardo de archivos fotográficos.

Tabla 33. Resguardo de archivos fotográficos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	10	50,0	50,0	50,0
	Deficiente	6	30,0	30,0	80,0
	Regular	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

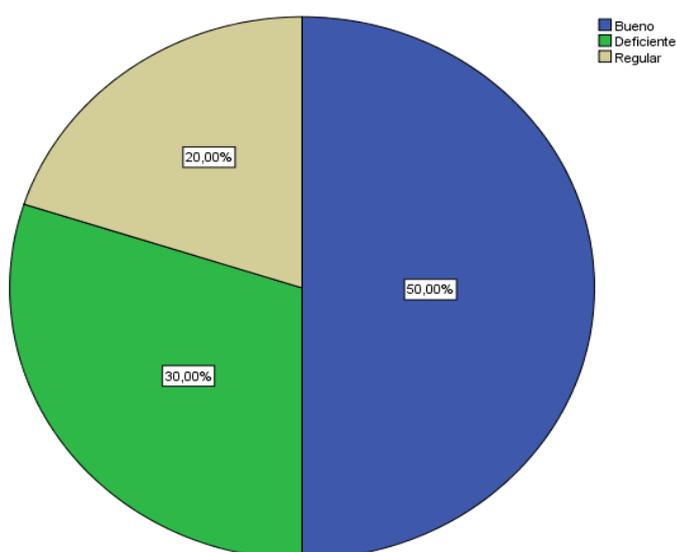


Gráfico 29. Resguardo de archivos fotográficos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 50% afirma que el resguardo de archivos fotográficos es bueno siendo favorable que se difundan, promocionen y exhiban los registros al ser parte de la historia, la cultura y la sociedad puede conocer a través de las fotografías.

4.2.2.14. Pregunta 14: Conservación de gastronomía típica.

Tabla 34. Conservación de gastronomía típica.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	8	40,0	40,0
	Bueno	8	40,0	80,0
	Deficiente	4	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

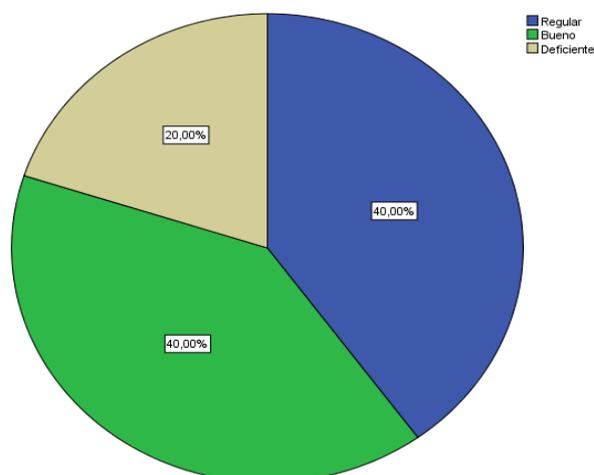


Gráfico 30. Conservación de gastronomía típica.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La conservación de la gastronomía típica es regular según el criterio de la mayoría de encuestados que representan el 40% siendo importante que esta realidad pueda cambiar, si se tiene en cuenta que dicho patrimonio intangible u oral se distingue por su capacidad de evocar valores, sabores, modos, estilos, sazones que en cada ocasión se materializan en un platillo o una manufactura para el paladar y la celebración.. Es decir que los alimentos forman parte fundamental de las economías regionales y locales y su conservación, preservación y aprecio posibilitan estimular su potencial e impacto sobre otras vertientes de la vida material y simbólica de cada lugar.

4.2.2.15. Pregunta 15: Preservación de fiestas populares.

Tabla 35. Preservación de fiestas populares.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	9	45,0	45,0
	Regular	6	30,0	75,0
	Deficiente	5	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

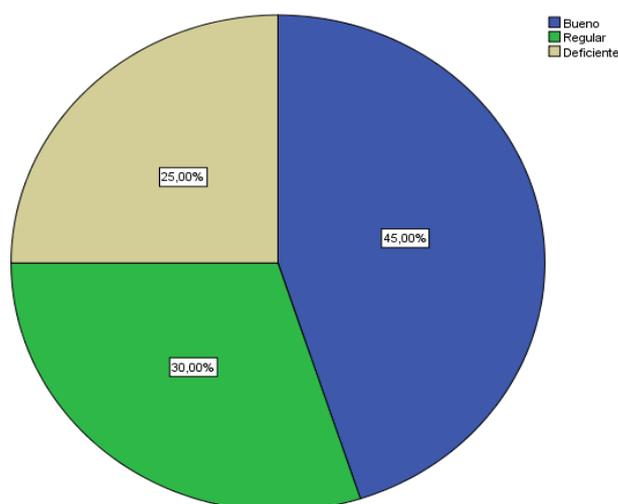


Gráfico 31. Preservación de fiestas populares.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La preservación de las fiestas populares, según el 45% de encuestados, es bueno, siendo favorable que se potencien las fiestas populares. Son una muestra característica de la cultura y por ende de la identidad cultural. Constituyen un suceso de obligada mirada en el tiempo, una visión integral como catalizadora de las expresiones identitarias. Resumen elementos socioculturales que son reflejo de una época, escenario ideal para estudiar la cultura integralmente concebida, vinculada a sucesos de la vida cotidiana. Expresan huellas del tejido social y constituyen reflejo de la identidad cultural de un pueblo según su tradición.

4.2.2.16. Pregunta 16: Revitalización de juegos populares.

Tabla 36. Revitalización de juegos populares.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	8	40,0	40,0
	Deficiente	6	30,0	70,0
	Regular	6	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Fuente: Encuestas aplicadas a servidores públicos y expertos.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

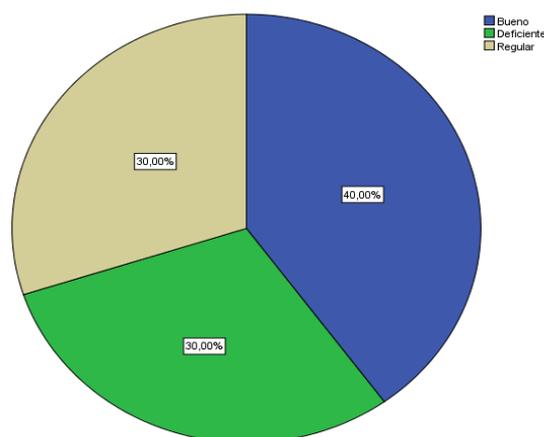


Gráfico 32. Revitalización de juegos populares..

Elaborado por: García, Carlos (2019).

El 40% considera que la revitalización de los juegos populares, es bueno, siendo un aspecto positivo. La importancia de los juegos tradicionales es porque preservan la cultura de cada región, además transmiten reglas, permiten seguir instrucciones y normas que se han establecido de generación en generación y que ayudan a la formación del niño. Sin contar con el beneficio que trae para la familia, ya que fortalece el vínculo afectivo entre hijos y padres. Además de las ventajas físicas que generan en el sistema cardiovascular del individuo, la actividad mejora la circulación, optimiza el esfuerzo del corazón, disminuye la presión arterial en reposo y previene enfermedades como la hipertensión arterial, infartos y varices.

4.2.3. Valoración general de encuestas.

La cultura es el gran activo, la riqueza tangible e intangible, de la que son, objetivamente, propietarios indiscutibles sus propios actores y gestores. Por último, el turismo, entendido en su dimensión de fenómeno socioeconómico de gran magnitud, es el medio que ha de concretar los activos en desarrollo, las potencialidades en realidades tangibles y cuantificables, que sean percibidas por la población protagonista de la implementación de proyectos y programas.

Es pues el momento oportuno para que quienes trabajan en el mundo del Turismo, la Cultura o el Desarrollo, asuman su trascendencia y plasmen en iniciativas prácticas la interacción positiva entre los tres ámbitos. Como profesionales, gestores o responsables de territorios implicados en este proceso, no cabe duda de que se tienen que lograr una nueva responsabilidad que obliga a superar la trayectoria inercial del turismo actual y de la gestión habitual de los activos de la cultura, en aras de un compromiso con el desarrollo social y económico de una gran parte del planeta que ve limitadas sus posibilidades por la mediatización de sus actividades productivas tradicionales.

4.3. Pruebas de Hipótesis

4.3.1. Prueba de Hipótesis Específica 1.

4.3.1.1. Planteamiento de Hipótesis Específica 1.

H₀: No existe relación de los bienes culturales materiales inmuebles en el turismo cultural.

H₁: Existe relación de los bienes culturales materiales inmuebles en el turismo cultural.

4.3.1.2. Establecimiento del Margen de Error.

Alfa: 0.05

4.3.1.3. Elección del Estadístico de Prueba.

Correlación de Spearman, se trata de una Hipótesis de Correlación.

4.3.1.4. Lectura de P valor.

P_valor = 0,000

El p_value determina la aceptación o no de la hipótesis nula, por lo que es una medida a observarse porque al ser mayor que el nivel de significancia, permite aceptar la

hipótesis nula. Si, por el contrario, es menor que el nivel de significancia, se puede aceptar la hipótesis alternativa. Es decir, son medidas simétricas que indican la potencia o fuerza de asociación entre variables.

4.3.1.5. Toma de Decisiones.

Dado que $p_valor = 0.000$ es menor que $\alpha = 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, “Existe relación de los bienes culturales materiales inmuebles en el turismo cultural”, lo cual permitió comprobar que existe una correlación altamente significativa con un coeficiente de valor 0.971.

Tabla 37. Valor de correlación de la Hipótesis Específica 1.

Valor de correlación.			
		TURISMO_CULTURAL	BIENES_CULTURALES_MATERIALES_INMUEBLES
Rho de Spearman	TURISMO_CULTURAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,971**
		N	379
	BIENES_CULTURALES_MATERIALES_INMUEBLES	Coeficiente de correlación	,971**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	379

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: García, Carlos (2019).

La correlación entre bienes inmateriales (que se cataloga como conocimiento de monumentos culturales y conocimientos de sitios históricos) y turismo cultural permite afirmar que es altamente significativa con un coeficiente muy cercano a 1.

4.3.2. Prueba de Hipótesis Específica 2.

4.3.2.1. Planteamiento de las Hipótesis Específica 2.

H₀: No existe relación de los bienes culturales materiales muebles en el turismo cultural

H₁: Existe relación de los bienes culturales materiales muebles en el turismo cultural

4.3.2.2. Establecimiento del Margen de Error.

Alfa: 0.05

4.3.2.3. Elección del Estadístico de Prueba.

Correlación de Spearman, se trata de una Hipótesis de Correlación.

4.3.2.4. Lectura de P valor.

$$P_valor = 0,000$$

El p_value determina la aceptación o no de la hipótesis nula, por lo que es una medida a observarse porque al ser mayor que el nivel de significancia, permite aceptar la hipótesis nula. Si, por el contrario, es menor que el nivel de significancia, se puede aceptar la hipótesis alternativa. Es decir, son medidas simétricas que indican la potencia o fuerza de asociación entre variables.

4.3.2.5. Toma de Decisiones.

Dado que p_valor =0.000 es menor que alfa=0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, “Existe relación de los bienes culturales materiales inmuebles en el turismo cultural”, lo cual permitió comprobar que existe una correlación altamente significativa con un coeficiente de 1.

Tabla 38. Valor de correlación de la Hipótesis Específica 2.

Valor de correlación.			
		TURISMO_ BIENES_CULTURA	CULTURA LES_MATERIALES
		L	_MUEBLES
Rho de Spearman	TURISMO_CULTURAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	379
	BIENES_CULTURALES_M	Coeficiente de correlación	-*
	ATERIALES_MUEBLES	Sig. (bilateral)	1,000
		N	20
			20

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Considerando que bienes culturales materiales implican cuadros, vasijas, esculturas, manuscritos, libros, documentos, artefactos históricos, colecciones científicas naturales, grabaciones, películas, fotografías, obras de arte y artesanía, se ha considerado establecer una correlación entre la variable transformada bienes culturales materiales muebles y turismo cultural, pudiendo corroborar que existe una correlación altamente significativa según los valores del Coeficiente de correlación de Spearman, lo que permite afirmar que si existe relación de los bienes culturales materiales muebles en el turismo cultural.

4.3.3. Prueba de Hipótesis Específica 3.

4.3.3.1. Planteamiento de las Hipótesis Específica 3.

H₀: No existe relación de los bienes culturales inmateriales en el turismo cultural.

H₁: Existe relación de los bienes culturales inmateriales en el turismo cultural.

4.3.3.2. Establecimiento del Margen de Error.

Alfa: 0.05

4.3.3.3. Elección del Estadístico de Prueba.

Correlación de Spearman, se trata de una Hipótesis de Correlación.

4.3.3.4. Lectura de P valor.

$P_{\text{valor}} = 0,000$

El p_{value} determina la aceptación o no de la hipótesis nula, por lo que es una medida a observarse porque al ser mayor que el nivel de significancia, permite aceptar la hipótesis nula. Si, por el contrario, es menor que el nivel de significancia, se puede aceptar la hipótesis alternativa. Es decir, son medidas simétricas que indican la potencia o fuerza de asociación entre variables.

4.3.3.5. Toma de Decisiones.

Dado que $p_{\text{valor}} = 0.000$ es menor que $\alpha = 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, “existe relación de los bienes culturales inmateriales en el turismo cultural”, lo cual permitió comprobar que existe una correlación altamente significativa con un coeficiente de 0.995.

Tabla 39. Valor de correlación de la Hipótesis Específica 3.

Valor de correlación.			
		TURISMO_C ULTURAL	BIENES_CULTURALE S_INMATERIALES
Rho de Spearman	TURISMO_CULTURAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,995**
		N	379
	BIENES_CULTURALE	Coeficiente de correlación	,995**
	S_INMATERIALES	Sig. (bilateral)	,000
		N	379

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: García, Carlos (2019).

4.3.4. Prueba de Hipótesis General.

4.3.4.1. Planteamiento de Hipótesis General.

H₀: No existe un aporte significativo del Patrimonio Histórico al Turismo Cultural en la ciudad de Latacunga.

H₁: Existe un aporte significativo del Patrimonio Histórico al Turismo Cultural en la ciudad de Latacunga.

4.3.1.2. Establecimiento del Margen de Error.

Alfa: 0.05

4.3.1.3. Elección del Estadístico de Prueba.

Correlación de Spearman, se trata de una Hipótesis de Correlación.

4.3.1.4. Lectura de P valor.

P_valor = 0,000

El p_value determina la aceptación o no de la hipótesis nula, por lo que es una medida a observarse porque al ser mayor que el nivel de significancia, permite aceptar la hipótesis nula. Si, por el contrario, es menor que el nivel de significancia, se puede aceptar la hipótesis alternativa. Es decir, son medidas simétricas que indican la potencia o fuerza de asociación entre variables.

4.3.1.5. Toma de Decisiones.

Dado que $p_valor = 0.000$ es menor que $\alpha = 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la Hipótesis alternativa, “Existe un aporte significativo del Patrimonio Histórico al Turismo Cultural en la ciudad de Latacunga en el período 2018 – 2019”, lo cual permitió comprobar que existe una correlación altamente significativa con un coeficiente de valor 1.

Tabla 40. Valor de correlación para la Hipótesis General.

Valor de correlación.			
		TURISMO_CULT URAL	PATRIMONIO _HISTORICO
Rho de Spearman	TURISMO_CULTURAL	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	379
	PATRIMONIO_HISTORICO	Coeficiente de correlación	.
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	20

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: García, Carlos (2019).

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1. CONCLUSIONES.

- Se demostró que existe relación de los bienes culturales materiales inmuebles en el turismo cultural, ya que en la ciudad de Latacunga exista una gran belleza arquitectónica como sus edificaciones civiles representado por el Palacio Municipal construido y ornamentado en piedra pómez así también la Casa de los Marquesas de Miraflores construida en estilo Árabe y decorada con arabescos y mudéjares sus tumbados (bóvedas), edificaciones religiosas como el templo de Santo Domingo, con una gran decoración historiada en su interior, parques y plazas emblemáticos como el parque central “Vicente León” que contiene importante historia para la ciudad y son motivo de visita de turistas locales, nacionales y extranjeros dando cabida a la actividad del turismo cultural.
- Se demostró que existe relación de los bienes culturales materiales muebles en el turismo cultural, existiendo un vínculo directo con la cultura y que los museos proporcionan, tanto para los visitantes de una misma ciudad como para los extranjeros que vienen a conocer otras culturas, demuestra su valor como expresión del patrimonio y alternativa para el desarrollo del turismo cultural. En este sentido, en la presente investigación se considera viable aportar el diseño de un Museo como materialización del aporte del patrimonio histórico al turismo cultural, que exponga muestras de bienes culturales muebles representativas a la ciudad de Latacunga, ya que los museos posibilitan el conocimiento del arte, la cultura a la sociedad, contribuyendo a la formación de la identidad cultural.
- Se demostró que existe relación directa de los bienes culturales inmateriales en el turismo cultural, ya que el patrimonio histórico en la ciudad de Latacunga tiene una gran riqueza para desarrollar un turismo cultural, que no ha sido completamente desarrollado como un recurso y atractivo turístico por lo que la presente investigación pretende analizar el patrimonio histórico cultural de la ciudad con el fin de que se convierta en un factor de desarrollo turístico, integrando la historia, cultura y tradiciones como sus fiestas populares de gran

aporte, que se ve representada por la Fiesta de la Capitanía de la Mama Negra, siendo un producto turístico que diversifique la oferta actual de la ciudad, contribuyendo al turismo cultural.

- Se demostró la relación del Patrimonio Histórico en el Turismo Cultural, ya que todo intento de contribuir al turismo cultural, significa considerar el concepto de cultura impregnado en la subjetividad social, que en ocasiones, se limita a la percepción de que cultura es arte, manifestaciones artísticas; en cambio, se debe entender la cultura como integración de aspectos subjetivos, como aquello que envuelve, identifica y trasciende las realizaciones humanas, individuales o colectivas, permitiendo deducir la íntima relación entre el objeto y el sujeto que lo realiza, entre el patrimonio y la cultura, entre lo material y lo inmaterial, lo tangible y lo intangible. De todo ello puede afirmarse, que el fruto de una cultura, de un pueblo, es el patrimonio cultural, que es el testimonio fehaciente de una manera de hacer y de comportarse, individual o colectivamente y la seña de identidad propia de la sociedad en la que se realiza (De Manuel, 2010).

5.2.RECOMENDACIONES.

- Al ser únicos en el mercado local debido a no poseer competencia directa, se deben realizar actividades que motiven a la población a visitar el Museo, dando a conocer las diferentes características de las piezas que lo identifican, de tal manera, que se logre aprovechar al máximo esta ventaja competitiva.
- La aplicación de las estrategias desarrolladas de acuerdo al estudio de mercado, permitirá el posicionamiento y el incremento de la participación de mercado para el Museo.
- Se debe maximizar las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechar las oportunidades de tal manera, que sobrelleven las amenazas que fueron identificadas para el Museo a través de las estrategias planteadas.
- Es necesario una correcta ejecución del plan de marketing ya que ayudará a mejorar el número de visitas al Museo, así mismo se logrará alcanzar progresivamente el posicionamiento del mismo.
- Se recomienda plantear objetivos para el Museo, para de esta manera, lograr alcanzar la misión establecida y perseguir su visión, aplicando los valores que lo identifican.
- Uno de los clientes potenciales del Museo son los estudiantes, por tal motivo, se sugiere aplicar las estrategias planteadas en cuanto a las alianzas estratégicas con las instituciones educativas de la localidad y las instituciones que representen el desarrollo del patrimonio cultural que en esta se representa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Acerenza, M. (2004). *Fundamentos de marketing turístico*. Mexico: Trillas.
- Aguilar, L. (2012). Cultura popular, identidad, artesanías y sus manifestaciones en la provincia de Azuay. *Cultura Popular*, 103-129.
- Almeida, J. (1992). *Esquema para una investigación de la cultura en la sierra norte*. Quito: Marka.
- Amerian. (19 de Agosto de 2015). *Amerian Hotels*. Recuperado el 08 de Agosto de 2016, de <http://www.amerian.com/blog/folklore-la-expresion-cultural-de-un-pueblo/>
- Atlas del Patrimonio Cultural Inmaterial de Canarias*. (2010).
- Ballart, J. (1997). *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona.
- Barbero, A. (2011). *La Gestión del Patrimonio Histórico como Instrumento para un Desarrollo Sostenible*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Mexico: Pearson .
- Bolaños, C. (2014). *Estrategias de gestión del patrimonio cultural en los GAD: caso cantón Urcuquí 2013 – 2014*. Quito.
- Bonolla, G. (1998). *Como hacer una Tesis de Graduación con Técnicas Estadísticas*. El Salvador: UCA Editores.
- Bonta, P., & Farber, M. (1994). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá: Norma S.A.
- Caicedo, G. (2013). *La promoción turística y su incidencia en la dinamización del turismo del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Caraballo, C. (2011). *Patrimonio Cultural*. Mexico: Danda.
- Casaña, L. (2015). *Tutela y gestión del patrimonio cultural de la iglesia: análisis de actuación en la diócesis de Lleida*. Barcelona: Universidad Internacional de Cataluña.
- Cerdas, R. (2010). *El patrimonio histórico arquitectónico: en búsqueda de un régimen integral de incentivos compensaciones para su efectiva protección jurídica*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Chavez, N. (2004). *Metodología de la investigación*. Caracas: Anera.
- Chavez, V. (2015). *Lineamientos metodológicos y operativos para facilitar la inserción y gestión de la competencia de patrimonio cultural y arquitectónico en los gobiernos autónomos descentralizados municipales del Ecuador en sus planes de desarrollo y ordenamiento territorio*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Civallero, E. (2007). *Tradición Oral*.

- Cobra, M. (2000). *Marketing de Servicios*. Bogota: McGRAW-HILL.
- Cordero, C. (2012). *Cultura popular*. 2012: Universidad de Azuay.
- Cortazar, A. (1975). *Los fenomenos folkloricos y su contexto humano y cultural*. Caracas: Italgrafica.
- Cortes, T. (2002). *Recuperacion del patrimonio cultural urbano como recurso turístico*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Cowles, W. (2010). *Psicolinguistica*. New York: Springer Publishing.
- Crespi, M., & Planells, M. (2003). *Patrimonio Cultural*. Madrid: Sintesis S.A.
- Cuche, D. (2002). *La nocion de la cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Nueva Vision.
- Curiel, J. (2007). *La demanda del turismo cultural y su vinculaci3n con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- De la Orden, C. (2012). *La satisfacci3n del turista cultural enol3gico : causas y efectos*. Huelva: Universidad de Huelva.
- De la Torre, O. (2007). *El turismo: fenomeno social*. Texas: Reimpresa.
- Diccionario de Contabilidad de Finanzas*. (2002). Madrid.
- ESPE-L. (2016). *numerico de alumnos*. Latacunga.
- Fernandez, G., & Guzman, A. (2004). *El turismo cultural y el patrimonio*. Argentina.
- Freire, M. (2011). *Identificaci3n, documentaci3n y analisis del PCI*. Cusco: CRESPIAL.
- Garcia, A. (2000). *Introducci3n a la metodologia cientifica*. Plaza y Valdes: Colombia.
- Garcia, C. (2016). *Analisis historico de los bienes culturales del Cnetro Historico para el fortalecimiento de la ctividad cultural de la ciudad de San Vicente Martir de Latacunga*. Latacunga: ESPE.
- Garcia, M., & Baeza, C. (1996). *Modelo teorico para la identidad cultural*.
- Gimenez, C., & Retamal, P. (2013). *Patrimonio Material e Inmaterial en el Barrio Patronato: Análisis de la interacci3n entre estos bienes culturales*. Santiago de Chile, 2013: Universidad de Chile.
- Gracia, K. (2015). *“El patrimonio cultural como base para un modelo de desarrollo end3geno. La herencia cultural del Período Liberal en Costa Rica (1870-1940) como capital cultural. Un estudio de caso”*. Madrid: Universidad Autonoma de Madrid.
- Guerrero, P. (2002). *La Cultura*. Quito: Abya-Yala.
- Gurria, M. (2010). *Introducci3n al Turismo*. Mexico: Trillas.

- Hathcote, J. (1995). *Institutional and promotial Newspaper advertising practices in the US*.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2000). *Metodologia de la investigacion*. Bogota: McGraw.
- Hurtado de Barrera, J. (2002). *El proyecto de investigacion holistica*. Bogota: Holos Magisterio.
- INEC. (2010). *Censo de Población y Vivivenda*. Latacunga.
- INPC. (2011). Instructivo para fichas de registro e inventario. Bienes Inmuebles. Quito: Ediecuatorial.
- INPC. (2011). *Instructivo para fichas de registro e inventario. Patrimonio Cultural Inmaterial*. Quito: Ediecuatorial.
- INPC. (2011). *Manual de uso para el manejo del Sistema de Informacion Patrimonial*. Quito: Mujica TMP.
- INPC. (2014). *Manual de uso de SIPCE*. Quito.
- Jasso, E., & Marfil, M. (2013). *Efectos sociales en el turismo cultural a consecuencia de la inseguridad ciudadana en San Luis Potosí Capital "caso museos"*. San Luis de Potosi: Universidad Autonoma de San Luis de Potosi.
- Jofre, M. (1995). *Tentando vias: Semiotica, estudios culturales y teoria de la literatura*. Quito: Universidad Andina Simon Bolivar.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Garcia, J., & Flores, J. (2011). *Marketing Turistico*. Madrid: Pearson Education S.A. .
- Lechua, A. (2007). *Guía para el turismo cultural de la ciudad de Valparaiso - Rescate Gráfico de la Identidad Bohemio y Cultural del Sector Patrimonial de la Ciudad*. Valparaiso: Universidad de Chile.
- Leslie, J. (2000). *Nuevo diseño de revistas*. Mexico: Gustavo Gili S.A.
- Lugo, A. (25 de 06 de 2004). *mailxmail.com*. Recuperado el 2016 de 09 de 28, de <http://www.mailxmail.com/curso-taller-redaccion-ensayos-informes-investigacion/revista>
- Machicado, J. (Junio de 2008). *Apuntes Juridicos*. Recuperado el 01 de Agosto de 2016, de <https://jorgemachicado.blogspot.com/2013/08/bbb.html>
- Macías, R. (2012). *El trabajo social comunitario. Fundamentos epistemologicos, metodologicos y practicos para su realizacion*.
- Malo, C. (2004). La Cultura Popular y los otros. *Cultura Popular*, 9-25.
- Malo, C. (2012). Cultura Popular y los otros. *La Cultura*, 9-26.

- Monjas, M. (2012). *El patrimonio cultural y su tratamiento periodístico*. . Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Moya, E. (2013). *La modernidad y la incidencia en las manifestaciones culturales de la comunidad San Victor, de la parroquia Puerto Misahualli, canton Tena provincia de Napo*. Ambato: UTA.
- Nina, J. (2014). *Diseño de una guía de turismo cultural para el fortalecimiento de las actividades turísticas del cantón Guano*. Riobamba: UNIANDES.
- Owen, W. (1991). *Diseño de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Pelakais, C., Raspa, P., Finol, M., Neuman, Carrasquero, E., Garcia, & Leal. (2012). *El ABC de la Investigación Guía didáctica*. Maracaibo: Astro Data.
- Pinzano, O. (2004). *Fiestas y patrimonio cultural*. Bogota: OP Graficas.
- Querol, M. (2010). *Manual de gestión del patrimonio cultural*. Madrid: Akal S.A.
- Rei, A. (2009). *“Desarrollo del turismo cultural de la ciudad histórica de Ouro Preto (Minas Gerais-Brasil), Patrimonio de la Humanidad”*. Gran Canaria: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Rico, E. (2012). *El Patrimonio Cultural como Argumento para la renovación de destinos turísticos Consolidados del litoral en la provincia de Alicante*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Romano, S. (2009). *Impactos socioculturales del turismo en San Antonio de Areco*. Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana.
- Ron, J. (1977). *Sobre el concepto de cultura*. Quito: IADAP.
- Sabino, C. (2005). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.
- Schmidt, M., & Bjerre, M. (2003). *Can Recipients of sales flyers be segmented*.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Base de la Investigación Cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.
- Ullai, N. (2012). Turismo y Patrimonio. *La Cultura*, 69-80.
- UNESCO. (1964). *Carta de Venecia*. Venecia.
- UNESCO. (1964). *Carta de Venecia*.
- UNESCO. (1982). Conferencia Mundial sobre el Patrimonio Cultural. Mexico.
- UNESCO. (1982). Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. Mexico.
- UNESCO. (s.f.). *Conferencia Mundial sobre el Patrimonio Cultural*. Mexico: 1982.

Villagomez, C. (2017). *Análisis del patrimonio cultural de la parroquia Tanicuchí cantón Latacunga, para promover el desarrollo turístico de la zona*. Latacunga: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Villamir, L. (2008). *La evaluación del Patrimonio Cultural Arquitectónico urbano para su protección*. Cataluña: Universidad Politecnica de Cataluña.

ANEXOS

ANEXO 1. PROPUESTA

PLAN DE MARKETING PARA EL MUSEO DE LA CASA DE LOS MARQUESES EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

Para la generación del plan de marketing para promocionar el museo Casa de los Marqueses de Miraflores de plantaron objetivos a desarrollar:

Objetivo General

Diseñar el plan de marketing para el museo de la casa de los Marqueses de la ciudad de Latacunga.

Objetivos Específicos

- Realizar la caracterización del museo de la Casa de los Marqueses.
- Realizar el estudio de mercado.
- Realizar el diseño de la marca.
- Realizar un manual de uso de marca.
- Generar estrategias de publicidad y promoción del museo.

Introducción

Los museos son instituciones públicas o privadas, que ofrecen un espacio de manifestación cultural, a partir de la exhibición de piezas, obras de arte de diferentes períodos de la historia ecuatoriana y animales disecados, entre otros objetos, que enriquecen el turismo nacional e internacional mediante su alcance social, educativo, económico y cultural, por lo que es necesario que estas instituciones cuenten con un plan de promoción que les permita difundir en la población sus servicios y lograr la satisfacción de los visitantes para que contribuyan con sus visitas frecuentes, acciones de integración de la población con la comunidad como premisas para el posicionamiento de los productos y servicios que ofrecen.

Sin dudas, las instituciones públicas deben construir relaciones sostenibles con los clientes, mediante la entrega de un valor superior y de una mayor satisfacción. En el Ecuador, los museos juegan un papel importante como entes de comunicación, democratizadores y

socializadores de la ciencia, tecnología y saberes ancestrales, sin embargo, se observa despreocupación de estas instituciones por comunicar y difundir sus servicios, cultivando en la población el interés y motivación de aprendizajes sobre la cultura y patrimonio histórico. En la provincia de Cotopaxi, existen alrededor de 7 museos, ubicados mayormente en la ciudad de Latacunga, donde se puede constatar que muchas personas no conocen de su existencia y de la riqueza cultural que exhiben en sus salas.

Según ICOM (2012) un museo es una institución destinada al servicio de la sociedad, la misma que adquiere, conserva, estudia, expone, exhibe y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio e investigación. Podgorny (2005) establece que los museos no son únicamente lugares donde se coleccionan objetos; sino más bien, es un lugar donde las personas interactúan con la historia, con los acontecimientos pasados y que permiten conocer de la cultura y fortalecer a su vez, la identidad cultural.

La actual perspectiva con los museos se enfoca a lograr que los clientes desarrollen nuevas experiencias, que puedan interactuar y alcanzar sus metas. Los museos están ligados a la interrelación que se crea entre cada cliente con el lugar, con el momento y las sensaciones que surgen en la visita, sus emociones, aprendizajes generales y contacto con la cultura que ha conformado su legado cultural.

Según Herrera (2000) los museos que difunden el patrimonio histórico deben incorporar nuevas estrategias, para que de forma didáctica, expliquen una exposición, colección o muestra permanente que se expone a fin de lograr mayor satisfacción en el cliente; por lo tanto los museos deben tener una imagen en relación al contexto social y su desarrollo histórico.

La mejor forma de que los turistas conozcan y respeten el patrimonio del lugar que visitan es que, de alguna manera, se sientan identificados. Para ello, deben ser observadores activos, es decir, que lleguen a crear un sentimiento a través del hecho de la observación. Una buena parte del patrimonio cultural, se conserva en Museos. Dentro del medio turístico, los Museos pueden cumplir con un rol importante en la medida que pretenden satisfacer tanto a los visitantes locales, como a los foráneos. La comunidad es, hoy en día, el fin último de los Museos; pero cuando se habla de un destino turístico, los grupos humanos de interés no tienen por qué ser solamente aquellos que generan el Museo

dentro de su propia sociedad, también hay que tener en cuenta a los turistas que, de diversas maneras, inciden en la cultura local.

El Museo debe constituirse como un instrumento de comunicación, que se sirve de colecciones patrimoniales para lograr acercar a los turistas, hasta la cultura específica del lugar.

En los espacios museísticos puede asimilarse el patrimonio según la orientación de quienes trabajan con las colecciones de objetos; esta es una de las razones por las que este tipo de instituciones no deben permanecer estáticas, ni en sus exposiciones, ni en la lectura que de ellas se haga. El público será el protagonista, pero al decir público, debe considerarse no solamente al nativo, también el turista que deberá tenerse en cuenta a la hora de programar las exposiciones; para ello, es necesario conocer las inquietudes de ambos sectores, ya que tanto unos como otros se acercan al Museo para conocer y disfrutar sus contenidos.

Por tanto, el valor del patrimonio, debe ser analizado como un conjunto dinámico del que los Museos son solo una parte que cumple con la misión de transmitir información, al mismo tiempo, que conserva las colecciones, por lo que no deberán ser considerados de forma aislada, sino en relación con el resto de elementos que configuran un lugar, a partir de entender el patrimonio, como un conjunto de factores culturales y naturales, que interactúan entre sí y van construyendo las identidades; por ello, si quiere conocerse y transmitirse el valor del patrimonio de un sitio específico, hay que tener en cuenta todos sus componentes. Cada vez se acrecienta más la demanda de espacios recreativos que conjugan diversos aspectos patrimoniales.

El patrimonio debe considerarse como un proceso de comunicación diseñado para revelar al público significados e interrelaciones del patrimonio natural y cultural, a través de su participación en experiencias de primera mano con un objeto, artefacto, paisaje o sitio; también se considera que es: el arte de revelar “in situ” el significado del legado natural, cultural e histórico, al público que visita esos lugares en su tiempo de ocio (Morales, 1998). Según el mismo autor, algunos de los objetivos que persigue la interpretación son:

a. A partir de la interpretación los visitantes podrán desarrollar una profunda conciencia, apreciación y entendimiento del lugar que visitan.

b. Los fines de gestión se cumplirán a través de dos vías: Por una parte, alentando al visitante a que trate de forma adecuada el recurso, haciendo que tome conciencia de que está en un lugar especial y, por tanto, debe tener un comportamiento especial; en segundo lugar, utilizando la interpretación para minimizar los posibles daños del impacto humano, por ejemplo, desviando la atención en zonas frágiles, concentrando a los visitantes en zonas de uso intensivo.

c. Promover y facilitar la comprensión pública, transmitiendo una serie de mensajes que se correspondan con las finalidades que se desean lograr.

d. Acentuar la comprensión y valoración del patrimonio, conduciendo hacia un respeto y conciencia de la necesidad de su conservación.

e. Incrementar el disfrute del visitante, entendiendo que una comprensión sobre el lugar aumenta el placer producido por la visita.

Los turistas, tanto los que se han decidido por el viaje cultural, como aquellos que, por el contrario, solo desean disfrutar de un ocio vinculado a los elementos naturales, como el sol, la playa o la montaña, pero que en determinados momentos optan por el paseo cultural, podrán acudir a los lugares de interés patrimonial sirviéndose, en la mayoría de los casos, de guías que les orientan.

Según Lobos (2006) el marketing destinado a los museos debe tener presente la misión de la institución museística, misma que debe estar orientada hacia la comunidad como un componente social que motiva a conocer las obras y así se crea una imagen de marca acorde a la misión del museo. El marketing como herramienta sirve a los museos para generar un reconocimiento e imagen dentro de la comunidad y un posicionamiento en ella como un servicio para mejorar la calidad de vida de las personas. Kotler & Armstrong (2003) mencionan tres tipos de ocio, con las cuales el museo debe competir por captar la audiencia:

1. Ocio doméstico, como ver televisión, leer o escuchar música.
2. Comportamientos más activos, cómo salir del hogar, ir de compras, visitar un restaurante, o ir al cine.
3. Participar en actividades culturales como visitar un museo, asistir al teatro, ir a un concierto o ir a la biblioteca.

Los museos deben proveer de experiencias satisfactorias a sus visitantes, ya que sólo a través de un buen servicio, el público se sentirá motivado a repetir su visita. Según Colbert & Cuadrado (2003) el marketing de museos es una disciplina enfocada en las artes y la cultura, donde el producto cultural es el principal protagonista. Es importante resaltar la diferencia que existe entre el marketing empresarial que está enfocado al mercado y el marketing cultural enfocado al producto. Lord & Dexter (2010) hacen referencia al marketing de museos en el cual existe una relación estrecha con el visitante facilitando atraer a nuevos públicos. El marketing de museos adapta su oferta cultural a las necesidades, expectativas e inquietudes de un público objetivo, y satisfacer su necesidad mediante las experiencias y actividades que puedan ser desarrolladas por un museo.

La categoría Museo, debe considerarse como “toda institución permanente, sin fines de lucro y al servicio de la sociedad y su desarrollo, que es accesible al público y acopia, conserva, investiga, difunde y expone el patrimonio material e inmaterial de los pueblos y su entorno para que sea estudiado y eduque y deleite al público” (Definición del ICOM: Consejo Internacional de Museos, 2007), definición que reitera como objetivo principal al público, satisfacer sus necesidades de conocimiento e información a partir de la organización de sus exposiciones, la difusión y promoción y la dinamización de los encuentros que acontezcan en el Museo con la población.

Investigaciones a nivel nacional como la de los autores Ruíz y Altamirano (2017), afirman que se deben realizar planes de marketing para posicionar los Museos que difunden el patrimonio histórico cultural en cada localidad; proyectar metas para que a través del tiempo, se puedan lograr mayor afluencia de visitas, definiendo su segmento objetivo y el valor agregado al servicio. Con respecto al análisis que realizan los autores antes mencionados, afirman que la población de la ciudad de Loja, unidad de observación, afirman que los museos no están adecuadamente posicionados como atractivo turístico cultural, según el criterio del 61% de las personas encuestadas, evidenciando que se presenta una problemática en torno a la necesidad de posicionar los Museos.

Los museos se han asociado empíricamente al campo del Turismo Cultural. En efecto, los museos han pertenecido al campo de investigación de la Cultura con una función socioeducativa que ha sido muy valorada en los últimos años. Pero su impacto se ha visto limitado, en la medida que no se han posicionado como atractivos y la población no incorpora dentro de sus actividades de ocio, la visita a los Museos

Para la presente investigación, se considera necesario diseñar un Plan de Marketing para el posicionamiento en la ciudad de Latacunga, del Museo de Patrimonio Histórico Casa de los Marqueses, ubicado en la Casa de los Marqueses de Miraflores, ubicada en la esquina de las calles Fernando Sánchez de Orellana y Juan Abel Echeverría de la zona urbana de la parroquia la Matriz del cantón. El Museo posee un gran valor al albergar cuadros, historias, piezas de esculturas, cultura popular, vasijas, impresos referentes a la historia de la ciudad, su legado cultural. Es por ello, que se considera importante difundir la existencia del Museo, promocionar sus servicios, para contribuir a la difusión del patrimonio y con ello, a la generación de actividades que pueden considerarse parte de la oferta del turismo cultural.

El plan de marketing comprende una serie de estrategias enfocadas en la diferenciación, comercialización, promoción y posicionamiento del museo Casa de los Marqueses, mediante la creación de un producto experiencial denominado “Family tour”, dicho producto se enfocará en las emociones del visitante transmitiendo conocimiento cultural y generando aprendizajes a través de actividades lúdicas y participativas. La implementación y evaluación del proyecto estará bajo la responsabilidad del Municipio de Latacunga ya que el Museo es administrado de manera pública.

1. CARACTERIZACIÓN DEL MUSEO CASA DE LOS MARQUESES.

Los museos de la ciudad de Latacunga poseen historia de la ciudad, del siglo XVI al XX, fiestas populares y festividades de diferentes cantones de la provincia de Cotopaxi, y piezas arqueológicas de diferentes culturas del Ecuador, que la ciudadanía latacungueña no tiene interés en conocer porque existe una escasa promoción de estos atractivos turísticos culturales. Al crear un producto turístico para la ciudad de Latacunga, las entidades encargadas al sector del turismo no poseen una metodología adecuada para elaborar productos innovadores que ayude al desarrollo turístico y económico. Los dos museos, “Molinos de Monserrat” y “Casa de los Marqueses” al ser atractivos turísticos culturales no constan con un modelo de gestión de los museos, por lo tanto el personal no ocupa sus puestos de trabajo. La información brindada por parte de la guía (E) en los dos museos sobre las diferentes salas es escasa, además de la información física como cédulas informativas no son comprensibles por el desgaste del tiempo (Poquiza, 2016).

Casa de los Marqueses de Miraflores.



Ilustración 7 Casa de los Marqueses de Miraflores.

Fuente: García, Carlos (2019).

Casa de los Marqueses de Miraflores.



Ilustración 8 Casa de los Marqueses de Miraflores.

Fuente: García, Carlos (2019).

Casa de los Marqueses de Miraflores.



Ilustración 9 Casa de los Marqueses de Miraflores.

Fuente: García, Carlos (2019).

El Museo cuenta con los siguientes salones:

- Salón 1 Patrimonio Histórico de la ciudad de Latacunga
- Salón 2 Capitanía de la Mama Negra
- Salón 3 Pinacoteca Municipal
- Salón 4 Museo Arte Religioso
- Salón 5 Salón de los Marqueses de Miraflores

La Casa, denominada de los Marqueses de Miraflores, se presenta como un verdadero Centro de Interpretación con elementos museísticos, que representan, de manera sintética, lo mejor de la ciudad y su historia, sus Valores Humanos, su cultura popular, el arte y el bien logrado dibujo de sus artistas locales, que se complementa talentosamente con la arquitectura singular que se impone y que logra ser la base de todo lo expuesto al público.

A su ingreso, el recorrido nos invita a admirar inicialmente los corredores y patios de la casa, en su interior, iniciando por el corredor izquierdo tenemos la historia urbana y social de Latacunga, con los acontecimientos más relevantes de sus últimos 4 siglos, en una “línea del tiempo”, que nos indica algo más de medio centenar de acontecimientos vitales

de la historia de la ciudad, donde patrimonio se junta al valor humano local, en una respuesta a lo que los latacungueños entregaron con el pasar de los años en favor de su ciudad.

La cultura popular enseguida nos muestra algo de la llamada “Capitanía de la Mama Negra”, en señal de esa devoción mariana de los latacungueños, que, en este caso se manifiesta en favor de la Virgen del Volcán, patrona de la provincia, aquella Virgen de las Mercedes, que espera cada 24 de septiembre la “salida” de la fiesta popular aclamada por todos quienes la admiran, donde la fe cobija a los visitantes y participantes de la fiesta.

Pasamos a la sala de arte, en una pinacoteca que contiene dibujo y pintura de buena calidad, con autorías en su mayoría de artistas locales, que han plasmado lo mejor de la ciudad y su patrimonio, línea y color en comunión del talento de buenos artistas cotopaxenses.

El arte religioso no puede faltar en esta muestra de museo latacungueño, con elementos de pintura y escultura republicana y contemporánea, que representan la religiosidad de grandes artistas de la gubia y el lienzo, en un conjunto armonioso, agrupado en una pequeña sala de gran valor cultural e intelectual.

Por los corredores adjuntos al patio principal, el visitante podrá leer la historia de la ciudad, que en más de 4 siglos nos traslada al pasado de gloria de una ciudad, que nació como un tambo y se convirtió en Patrimonio Cultural del Estado desde 1982, en un conjunto arquitectónico y natural sin igual en el país, presentándonos ante el mundo a la ciudad proyectada a “escala humana”, pensando justamente en el ser humano, para que la visite y la disfrute.

En el salón, denominado “de los marqueses”, podemos admirar y leer algo de la vida del gran latacungueño, que llegó a presidir la Real Audiencia de Charcas o de la Plata (hoy Bolivia), se trata de Ignacio Flores, aquel administrador y político que dejó el nombre de su ciudad en el nivel más elevado de finales del siglo XVIII en América del Sur; además podemos admirar la imagen de su padre, el gran Marqués, de quien proceden valores como el citado Ignacio y su hermano Mariano, quien se encargó de levantar aún más el nombre de su hermano ante las autoridades reales de Europa, luego de las calumnias en su contra por las intrigas políticas y personales de la época. Una historia digna de ser conocida por las actuales generaciones que visiten la Casa.

Esta Casa que contiene además una historia de la edificación, que en más de 4 siglos representa un emblema para la arquitectura en Latacunga, en estilo árabe y con abovedados que contienen arabescos y mudéjares en su interior, no puede haber un complemento más singular como aquellos tallados en pómez, de formas elegantes y armónicos, para lo que allí se expone al público. Quien visite la Casa, sabrá admirar más a Latacunga, a su gente, a su pueblo que laboró y emprendió acciones, que día a día le fueron engrandeciendo a su natal Tacunga, donde el ser humano tiene el mejor de los espejos, en el que deben mirarse, todos quienes honran a la ciudad con su visita.

2. ESTUDIO DE MERCADO

Con el fin de establecer los datos demográficos de los hogares de la ciudad de Latacunga, así como conocer los gustos y preferencias, estilos de vida, beneficios del producto y la capacidad de gasto del segmento objetivo se ha hecho uso de la investigación descriptiva, y como mecanismo de investigación, la aplicación de una encuesta para determinar la percepción de la población sobre el Museo, sus expectativas y cuáles serían sus necesidades.

La población encuestada se conformó a partir de los hombres o mujeres jefes de hogar que pertenecen a los estrato medio, medio alto y alto de la ciudad de Latacunga, parroquia La Matriz donde no se encuentran un número significativo de viviendas, al ser una parroquia central donde se ubican oficinas, edificios públicos, locales comerciales y las viviendas no son un número significativo pero puede constituir un referente válido considerando la cercanía al Museo.

Los siguientes resultados que muestra la Tabla 1, se obtuvieron del análisis de la demanda a partir de la aplicación de la encuesta a 100 jefes de hogar:

Tabla 41 Análisis de la Demanda.

Análisis.		
VARIABLES	Resultados	Interpretación
Edad	El 65% se encuentra en el rango de edad de 40 a 50 años de edad, mientras el 35% en el rango de 30 a 40	La población es joven emprendedora y forma parte de la población económicamente activa.

	años de edad, siendo una población relativamente joven.	
Número de hijos	El 70% de la población tiene de 2 a 3 hijos mientras que el 30% tiene de 1 a 2 hijos, corroborando que en la actualidad la planificación familiar es relevante en el área urbana.	La planificación familiar marca una nueva tendencia dentro de la familia ecuatoriana, ya no existe una tendencia a familias numerosas como años antes.
Nivel de instrucción	El 45% de encuestados son profesionales, poseen título de tercer nivel. Mientras que el 30% son bachilleres y el 25% son tecnólogos.	La población es profesional, posee conocimientos adecuados, y sus criterios pueden ser viables para la presente investigación.
Ocupación	El 38% son empleados públicos, el 25% tienen negocio propio y el 37% restante, comerciantes.	Pertenecen a la población económicamente activa, a los niveles medio y medio alto y alto
¿Conoce si la ciudad de Latacunga posee construcciones antiguas que contengan o reflejen historias de la ciudad?	85% si Conoce 15% No conoce	La mayoría de la población conoce sobre el patrimonio con que cuenta la ciudad.
Tipo de turismo que mayormente practican	Naturaleza 35% Aventura 20% Cultura 25% Comunitario Otros 20%	Es significativo que un porcentaje de la población realiza turismo cultural pero se considera que fortaleciendo la oferta, existirá un mayor porcentaje en la población que se interesaría por el turismo cultural.

¿Cuál de los Museos ha visitado de la ciudad de Latacunga?	Molinos Monserrat 32% Museo Municipal de la Casa de los Marqueses 25% No ha visitado aún y no conoce los Museos 43%	La mayoría no ha visitado los Museos siendo necesario fortalecer a los Museos como atractivos turísticos de la ciudad
Número de visitas realizadas	Un promedio de visita de una vez al año, según el 57% de los encuestados que respondieron afirmativamente la pregunta anterior	Son muy bajos los promedios de visita a los Museos, pero se pueden cambiar esos indicadores a partir de la transformación de la imagen y publicidad de los Museos así como de la oferta de servicios que puedan brindar a la ciudadanía
¿Ha visitado usted el Museo Casa de los Marqueses?	Del total de encuestados el 77% contesta no haberlo visitado mientras que el 33% si ha visitado el Museo; por lo cual, se podrán desarrollar las estrategias del plan de marketing para atraer a este segmento.	No es totalmente conocido el Museo de la Casa de los Marqueses, siendo importante un Plan de Marketing para la difusión del Museo. De igual manera, diversificar la oferta de servicios del Museo.
Le gustaría visitar el Museo	El 80% responde afirmativamente y el 20% afirma que no	Constituye un aspecto positivo que la mayoría estaría dispuesto a visitar el Museo.
¿Cuáles serían los términos con los que ud identificaría al Museo?	Del total de personas encuestadas, definen al Museo como sitio de Aprendizaje y educación cultural, calidad y	La percepción del Museo en la población es un aspecto favorable, en la medida que la población reconoce la importancia de los Museos

	exclusividad.	para el aprendizaje y educación.
¿Cómo califica las características que busca al visitar un Museo?	<p>Del total de encuestados las siguientes características son las más importantes y las que buscan al momento de visitar un museo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación en salas. • Guía especializado. • Experiencia cultural. 	<p>Los servicios requeridos en la población, permitirán diseñar la oferta del Museo.</p>
¿Qué te motivaría a visitar el Museo?	<p>Las exposiciones referentes al patrimonio, según el 59% es la principal motivación de visitar el Museo.</p>	<p>El conocimiento del patrimonio histórico es importante para la población, considerando que el Museo puede constituirse como producto turístico, demostrando que el patrimonio histórico aporta significativamente al turismo cultural.</p>
Medios principales para recibir información del Museo	<p>El 21% prefieren recibir información por medio de Facebook, por su parte el 18% prefieren el uso de la radio, mientras que el 14% desean recibir información mediante campañas publicitarias. El periódico, la televisión y las páginas web son preferidas por el 25% equitativamente, mientras que las redes sociales Instagram y Twitter</p>	<p>Las nuevas tendencias en publicidad, demuestran que los medios tradicionales de comunicación deben articularse con las nuevas tecnologías de acuerdo a los nuevos contextos.</p>

	son escogidas por el 22% restante.	
Tiempo de permanencia en el Museo	El 62% de los encuestados dedicarían una hora a visitar el museo, el 28% visita menos de una hora, y el 20% visitarían el museo de 2 a 3 horas	El tiempo de permanencia en el Museo demuestra que se deben crear servicios de manera tal que la hora que visite la población sea amena, divertida, dinámica y por ende, regresarán con mayor frecuencia.
Días en que le gustaría mayormente visitar al Museo	El 46% de los encuestados prefieren visitar el museo entre semana; mientras que el 44% prefieren visitar fin de semana y feriados.	El Museo debe contar con personal que trabaje todos los días de la semana, según la Gestión del Municipio considerando la disponibilidad de tiempo de la población.
Tarifa que mayormente estaría dispuesto a pagar por el ingreso al Museo	De los encuestados el 50% estaría dispuesto a pagar un dólar, mientras que el 36% de los mismos pagarían 2 dólares y tan solo el 14% de ellos cancelarían más de tres dólares.	La tarifa del servicio debería de ser de 1 dólar sin embargo, se deben lograr otros servicios para que se generen ingresos económicos sustentables
Consumo promedio que realizarían	Una proporción de 38 personas de cada cien gastarían en promedio en la compra de souvenir (álbum y cromos) seis dólares, mientras tanto 72 personas de cada 100 estarían dispuestos a pagar por guianza el valor de cinco	La oferta que sugiere la población es muy viable económicamente, solo que se deben lograr los servicios con calidad y eficiencia.

dólares por persona,
asimismo 70 de cada cien
estarían dispuestos a pagar
por reservar para un evento
temático más de seis dólares
por persona y el principal
método de pago es por
medio de efectivo.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Respecto al análisis de la demanda se puede concluir que el segmento de mercado está conformado por las familias laticungueñas, quienes tienen un nivel socioeconómico de medio, medio alto, con un nivel de educación profesional, con una frecuencia de visita al museo de 1 vez al año, cuya motivación principal es el aprendizaje y educación cultural, así como también están interesados en un museo con innovación en salas, guía especializado y experiencia cultural; además se puede concluir que una proporción de 38 personas de cada cien gastarían en promedio en la compra de souvenir (álbum y cromos) seis dólares, mientras tanto 72 personas de cada 100 estarían dispuestos a pagar por guianza el valor de cinco dólares por persona, asimismo 70 de cada cien estarían dispuestos a pagar por reservar para un evento temático más de seis dólares por persona y el principal método de pago es por medio de efectivo.

Un 43% de los encuestados no ha visitado aún el Museo y no conoce los Museos pero sí están dispuestos a visitar. Los encuestados disponen de 1 hora para visitar el museo, además les gustaría recibir información sobre el museo a través de Facebook, radio y campañas publicitarias. Es relevante para el tema financiero, considerar que la demanda está dispuesta a pagar una tarifa de entrada correspondiente USD\$1.00 por persona, el consumo interno estaría de alrededor de USD\$15.00 que corresponde a: guianza con un valor de USD\$5,00 por visitante y la compra de Souvenir por un valor de USD\$6, 00 siendo importante que la mayoría cancelaría en efectivo.

Las razones principales por las que el 40% de los encuestados no visitaron ningún tipo de museos son las siguientes:

- No encuentran variedad en sus servicios.
- Desconocimiento de la existencia de salas de exposición y museo.
- La falta de promoción y divulgación

Análisis de la Oferta

Necesidad: Latacunga cuenta con varias edificaciones históricas que están catalogadas patrimonios, que tan solo con ingresar a cada una de ellas se transporta al pasado y empieza a imaginar cómo era la vida cotidiana tiempo atrás. Esta oportunidad, solo pueden aprovechar los amantes de la cultura, el arte y la historia. Son muy pocos los que aprovechan estos patrimonios, puesto que los propios latacungueños desconocen o no están interesados en visitar sitios de interés cultural. Identificando los atractivos turísticos culturales que tiene Latacunga se trata de cambiar la cosmovisión de las personas, con el fin de romper los esquemas, y aprecien lo que tienen en su ciudad.

Análisis de la oferta: La ciudad de Latacunga posee atractivos turísticos culturales como museos, parques, iglesias, monumentos, la mayoría en el área de primer orden del Centro Histórico, entre otros para ofrecer al propio habitante; los museos conservan reliquias valiosas que se exponen al público, pero la información de los objetos y muebles son escasas y deficientes, para esto se pretende potenciar al Museo de la Casa de los Marqueses como atractivo turístico a través de un Plan de Marketing.

Las piezas arqueológicas del Museo de Latacunga, que en el 2015 fueron trasladadas a la hacienda Obraje Tilipulo, regresaron en el año 2017 al Museo. Estas fueron cambiadas de lugar entonces, por decisión del Cabildo, a causa de la reactivación del volcán Cotopaxi. Más de un año, el área de Cultura coordinó con los departamentos de Patrimonio y Obras Públicas, inició el adecentamiento de los espacios. Según Carlos García (2017), de la Jefatura de Cultura, se aprovechará el rediseño del Museo para contar la historia de la cabecera cantonal.

Para ello se contarán con cinco salones. En el primero se exponen –como ha quedado ya mencionado a su momento- a los latacungueños que marcaron un hito en el devenir de la ciudad, su historia urbana, institucional y social; en el segundo, una descripción de la Capitanía de la Mama Negra y sus principales personajes; en el tercero se instalará la pinacoteca de artistas locales; en el cuarto, arte religioso republicano; y en el

quinto salón, se expondrá la vida de los Marqueses de Miraflores, junto a la historia de la edificación.

Tabla 42 Análisis de la oferta.

Análisis.		
Variables	Tipos de Investigación y Metodología	Resultados a partir de la aplicación del instrumento
Número de Museos en la ciudad	Descriptiva	2 museos principalmente
Tipología de Museos	Descriptiva	Históricos y de difusión del patrimonio cultural
Tipo de administración	Descriptiva	Pública
Servicios que ofrecen	Salas donde se exponen las pinturas, además esculturas y artesanías.	Los museos conservan reliquias valiosas que se exponen al público, pero la información de los objetos y muebles son escasas y deficientes
Servicios extras	Descriptiva	No existen
Condiciones del establecimiento	Descriptiva	Adecuadas
Identidad corporativa	Descriptiva	Insuficiente, se requiere potenciar
Segmento de mercado	Descriptiva	Los turistas que visitan son nacionales y extranjeros y las familias locales.
Disponibilidad de espacios	Descriptiva	Amplios espacios
Aspectos diferenciadores	Descriptiva	Se diferencia el museo por la construcción de su edificación, y además posee una ventaja competitiva que es el estado actual de la infraestructura y las

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Respecto al análisis de la oferta, se puede concluir que el producto cultural en estudio cuenta con un excelente servicio y de calidad, una ubicación estratégica, infraestructura única, novedosas exposiciones y cobertura de medios de comunicación tradicional como la prensa, televisión y radio, por lo que todo ello sumado a la creatividad e innovación, lo pueden convertir en un producto experiencial con muy buena oferta de mercado.

3. DISEÑO DE LA MARCA

Está diseñado en base a lo más importante que tiene la edificación, en cuanto a los detalles de sus bóvedas, que son trabajadas a pulso en piedra pómez, con características de la arquitectura árabe, es decir, con arabescos y mudéjares, propios de este estilo, especialmente en construcciones religiosas, siendo ésta quizá la única en el país en construcción civil y/o privada.

4. MANUAL DE USO DE MARCA

El Manual de Marca representa la creatividad y los detalles con los que el bien inmueble está construido y decorado, de esta manera el diseño de la marca debe ser respetado para su difusión y promoción con el que fue realizado.

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

MANUAL DE USO DE MARCA



Casa de los
Marqueses
de Miraflores

Ilustración 10 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 11 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

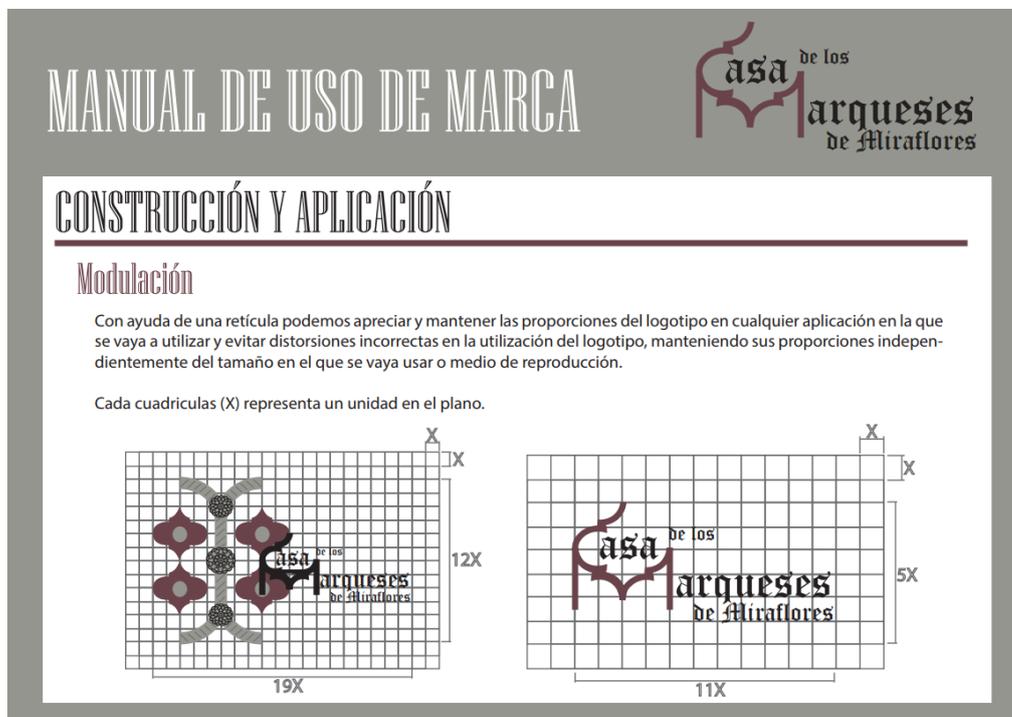


Ilustración 12 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

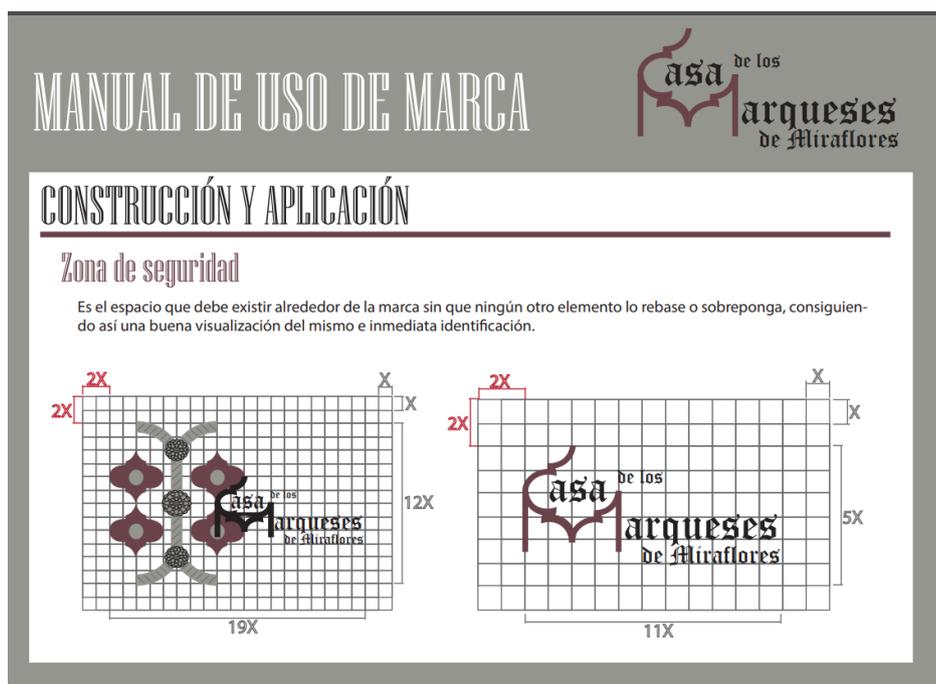


Ilustración 13 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 14 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 15 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”
Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 16 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”
Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 17 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”
Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 18 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”
Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 19 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”
Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 20 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”
Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”



Ilustración 21 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

Fuente: García, Carlos (2019).

Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

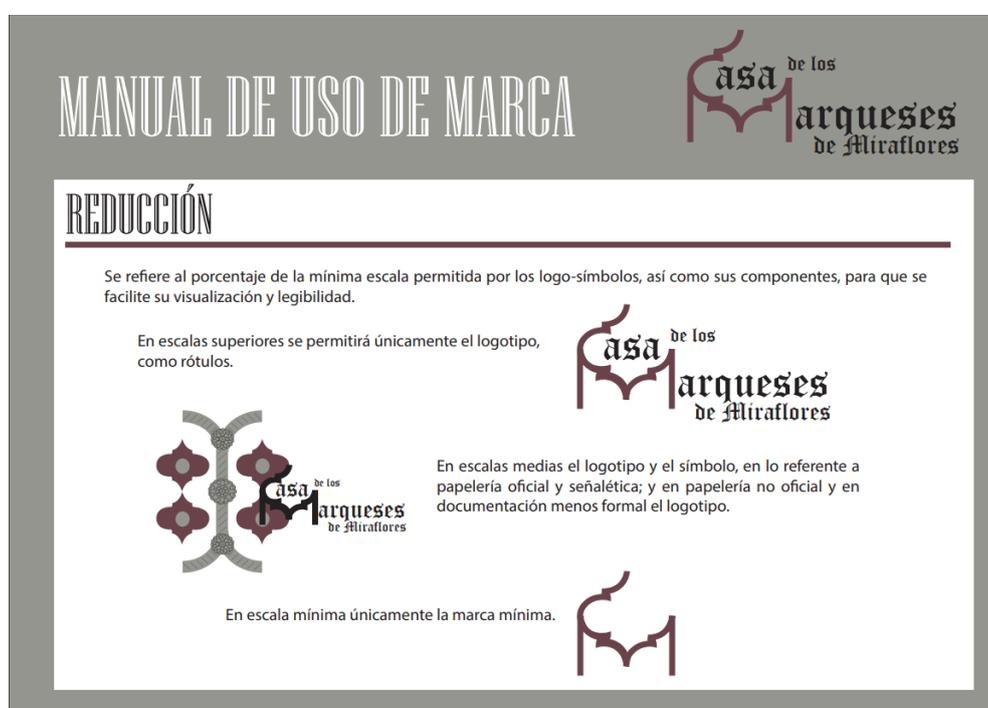


Ilustración 22 Manual de Uso de Marca “Casa de los Marqueses de Miraflores”

Fuente: García, Carlos (2019).

Principales aspectos con que cuenta el museo Casa de los Marqueses de Miraflores.

La muestra museográfica está dividida en cinco salones a saber:

Salón “Patrimonio Histórico de Latacunga”: Donde se puede apreciar información acerca de, Valores Humanos, edificaciones y espacios patrimoniales, nóminas de Alcaldes y Reinas de la ciudad, símbolos patrios, breve historia de la ciudad en una “línea del tiempo” de 4 siglos, además de los 4 planos más antiguos de la ciudad, desde 1657 a 1930.

Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.



Ilustración 23. Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.

Fuente: García, Carlos (2019).

Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.



Ilustración 24 Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.

Fuente: García, Carlos (2019).

Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.



Ilustración 25. Salón Patrimonio Histórico de Latacunga.

Fuente: García, Carlos (2019).

Salón “de la Capitanía de la Mama Negra”: Maniqués de los cinco personajes principales de la fiesta de la Mama Negra, y sus cuatro personajes más, como son Ángel de la Estrella, Capitán, Abanderado y Rey Moro, fiesta que se presenta anualmente el primer sábado de noviembre, además descripciones y nómina de los principales personajes desde 1964, sus inicios y protagonistas.

Salón de la Capitanía



Ilustración 26. Salón de La Capitanía.

Fuente: García, Carlos (2019).

Ángel de le Estrella



Ilustración 27. Ángel de la Estrella.

Fuente: García, Carlos (2019).

Rey Moro



Ilustración 28. Rey Moro.
Fuente: García, Carlos (2019).

Capitán



Ilustración 29. Capitán
Fuente: García, Carlos (2019).

Abanderado



Ilustración 30 Abanderado.
Fuente: García, Carlos (2019).

Mama Negra



Ilustración 31 Mama Negra.
Fuente: García, Carlos (2019).

Personajes de la Capitanía de la Mama Negra.



Ilustración 32 Personajes de la Capitanía.
Fuente: García, Carlos (2019).

Personajes de la Capitanía de la Mama Negra.



Ilustración 33 Personajes de la Capitanía.
Fuente: García, Carlos (2019).

Personajes de la Capitanía de la Mama Negra.



Ilustración 34 Personajes de la Capitanía.
Fuente: García, Carlos (2019).

Personajes de la Capitanía de la Mama Negra.



Ilustración 35 Personajes de la Capitanía.
Fuente: García, Carlos (2019).

Pinacoteca Municipal: Exhibición de artes plásticas locales y nacionales. Tenemos allí una muestra de dibujo y pintura republicana y contemporánea, especialmente con la descripción gráfica de lo patrimonial de Latacunga entre otros temas.

Pinacoteca Municipal.



Ilustración 36 Pinacoteca Municipal.
Fuente: García, Carlos (2019).

Pinacoteca Municipal.



Ilustración 37 Pinacoteca Municipal.
Fuente: García, Carlos (2019).

Pinacoteca Municipal.



Ilustración 38 Pinacoteca Municipal.
Fuente: García, Carlos (2019).

Pinacoteca Municipal.



Ilustración 39 Pinacoteca Municipal.

Fuente: García, Carlos (2019).

Pinacoteca Municipal.



Ilustración 40 Pinacoteca Municipal.

Fuente: García, Carlos (2019).

Salón de Arte Religioso: Obras religiosas de diversa índole y tendencia artística. Especialmente en obras de escultura y pintura de arte republicano y contemporáneo, de artistas nacionales y extranjeros.

Salón Arte Religioso



Ilustración 41 Salón Arte Religioso

Fuente: García, Carlos (2019).

Salón Arte Religioso



Ilustración 42 Salón Arte Religioso

Fuente: García, Carlos (2019).

Salón Arte Religioso



Ilustración 43 Salón Arte Religioso.
Fuente: García, Carlos (2019).

Salón Arte Religioso



Ilustración 44 Salón Arte Religioso
Fuente: García, Carlos (2019).

Salón Arte Religioso



Ilustración 45 Salón Arte Religioso
Fuente: García, Carlos (2019).

Salón Arte Religioso



Ilustración 46 Salón Arte Religioso
Fuente: García, Carlos (2019).

Salón “de los Marqueses”: Auditorio, en homenaje a los Marqueses de Miraflores, sus semblanzas e historia de la residencia. Por ser ellos los más importantes propietarios de la casona, con detalles de sus vidas y acción política y social, además una revisión de la historia de dicha casa de estilo árabe.

Salón de los Marqueses.



Ilustración 47 Salón de los Marqueses.

Fuente: García, Carlos (2019).

Salón de los Marqueses.



Ilustración 48 Salón de los Marqueses.

Fuente: García, Carlos (2019).

Ignacio Flores.



Ilustración 49. Ignacio Flores.
Fuente: García, Carlos (2019).

Antonio Flores



Ilustración 50 Antonio Flores.
Fuente: García, Carlos (2019).

5. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL MUSEO.

La difusión de los servicios que posee el Museo, y las diferentes promociones que se realicen serán anunciadas en los diferentes medios publicitarios.

Trípticos

Los trípticos son una representación gráfica que consta de información general de los servicios que se ofertan, datos de contacto, así como también, la imagen, misión, visión y valores corporativos del Museo.

Volantes

Las hojas volantes, son parte de la estrategias de comunicación que se desarrollarán, estas constarán del logo, datos de contactos, breve información que se brinda, además del precio establecido por concepto de entrada al Museo, de ser el caso.

Tarjetas de presentación

Las tarjetas de presentación, serán emitidas por los directivos de la Casa de los Marqueses, así también como todo el personal del Museo. Esta consta de datos de contacto y logo del Museo.

Banner

El banner estará ubicado en la entrada del Museo, de igual manera, será utilizado en las diferentes casas abiertas que se realicen.

Anuncio Radial

La cuña se realizará en la Radio Latacunga por todo el año, una hora al día.

Spot radial

Si te gusta la cultura y conocer sobre el patrimonio histórico de la ciudad, te invitamos a visitar el museo Casa de los Marqueses. En el podrás disfrutar de interesantes historias, piezas, pinturas y obras de arte otras. Puedes visitarnos de lunes a viernes de 09h00 a 12h00 o también puedes reservar tu cita a los teléfonos 023 800370. El museo Casa de los Marqueses se encuentra localizado en las calles Fernando Sánchez de Orellana y Juan Abel Echeverría, Latacunga. Te esperamos.

Prensa escrita

El Municipio de Latacunga realizará gestiones para difundir al Museo por medio de la prensa escrita, como es el medio de comunicación “La Gaceta” que posee una gran aceptación en el mercado local, donde comprará un cuarto de página para realizar la publicidad, también se efectuará un publrreportaje acerca del Museo en la página web del periódico, de esta manera, la colectividad podrá conocer las particularidades y el valor del Museo.

Plan de relaciones públicas

Convenios con las diferentes instituciones que están involucradas con la cultura como el Ministerio de Cultura y las direcciones provinciales, las mismas que constituyen la presentación de los servicios que se oferta en el Museo.

Plan de medios digitales

Crear y diseñar una página de Facebook y twitter que genere expectativas visuales y de contenido confiable sobre las expresiones culturales que se muestra así como de eventos a desarrollarse en el Museo de la Casa de los Marqueses.

5.7 ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN DEL MUSEO

Tabla 43 ACTIVIDADES DE DIVULGACIÓN DEL MUSEO

Actividades.		
Estrategias	Descripción	Metas
Estrategia para alcanzar nuevos servicios	Intervención: Determinar la oferta de servicios a brindarse de manera personalizada para los segmentos de mercado identificados.	Incrementar la frecuencia de visitas a través de la oferta de un producto que genere ventajas competitivas entre el museo de la ciudad y las otras alternativas de recreación cultural existentes.
Intervención: Determinar la oferta de servicios a brindarse de manera personalizada para los segmentos de mercado identificados.	Mediante la obtención del perfil del cliente, se	

	determinará los productos nuevos para ofrecer a la nueva demanda	
Estrategias de alianzas	Elaborar una base de datos de las empresas potenciales para establecer convenios de prestación de servicios.	Determinar el perfil de los consumidores, una vez implementado el producto cultural museográfico a inicios del mes de agosto 2019.
Estrategias de posicionamiento del museo	Determinar un producto diferenciador que permita el posicionamiento del Museo.	<p>Crear guianza teatralizada dentro del Museo como servicio adicional.</p> <p>Venta de souvenir, conversatorios e intercambio mediante Talleres y Foros Debates.</p>
	<p>Establecer mecanismos de comunicación para el posicionamiento del Museo.</p> <p>Uso de herramientas tecnológicas, y digitales para facilitar la comunicación a los segmentos potenciales.</p>	Diseño e implementación de estrategias de comunicación en medios digitales e impresos.
	Elaborar un festival cultural en el museo involucrando a la población con el segmento familias.	Festivales y Ferias Culturales.
Estrategias de fidelización	Creación de una base de datos de todos los usuarios del Museo con información relevante para establecer	Potenciar el segmento de clientes del Museo

	contacto.	
	Implementación de un programa que permita la comunicación directa con los clientes	
Estrategia de promoción	Promoción y divulgación del Museo en los soportes tecnológicos.	Creación de una página Web del Museo, con interfaz amigable conectada con los principales tour operadores de la ciudad. Diseño de una página web de fácil acceso y uso tanto para clientes internos y externos. Crear y diseñar una página de Facebook y twitter que genere expectativas visuales y de contenido confiable sobre las expresiones culturales que se muestra así como de eventos a desarrollarse en el Museo de la Casa de los Marqueses.
Estrategia de participación en ferias y festivales culturales nacionales	Participación en ferias y festivales nacionales	Formar parte de los espacios de divulgación de los atractivos culturales de las ciudades del país.

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: García, Carlos (2019).

Posicionamiento

El objetivo del posicionamiento es crear y mantenerse en el primer lugar de la mente del consumidor o visitante del Museo, para ello se describe a continuación los principales atributos de su producto y servicios.

Declaración de Posicionamiento

El museo Casa de los Marqueses de la ciudad de Latacunga, te permite vivir experiencias únicas, generando interacción entre sus visitantes y fomentando la riqueza cultural. De acuerdo a la investigación de mercado, se determina en los encuestados que las primeras palabras que identifican al museo son:

- Aprendizaje y educación cultural.
- Calidad.
- Exclusividad.

Propuesta de Misión: Generar experiencias culturales vivenciales únicas en los visitantes del Museo, logrando fomentar educación por medio de las manifestaciones culturales del patrimonio tangible e intangible como parte de la identidad local. El Museo no cuenta con una Visión, razón por la cual se hace la siguiente propuesta:

Propuesta de Visión: Ser la principal alternativa de recreación cultural que permita vivir experiencias emocionantes, generando aprendizaje y revalorización del patrimonio tangible e intangible. El museo Casa de los Marqueses carece de objetivos, por lo cual se propone el siguiente enunciado:

Propuesta de objetivos: El museo Casa de los Marqueses tiene como objetivo: Contribuir a la difusión de las manifestaciones culturales de los artistas locales y nacionales generando su disfrute, identidad, y revaloración de la historia.

Planteamos los siguientes valores para el Museo:

- Respeto por el arte.
- Responsabilidad social.
- Integración artística.

- Cooperación institucional.
- Difusión del turismo cultural
- Revalorización del patrimonio material e inmaterial.

ANEXO 2. MODELO DE ENCUESTAS

Anexo 2.1. Encuesta dirigida a los ciudadanos de Latacunga - provincia de Cotopaxi.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN
DESTINOS TURÍSTICOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CIUDADANOS DE LATACUNGA - PROVINCIA DE COTOPAXI

Formulario N°: _____

Fecha de encuesta: /_____/_____/_____

Encuestador: _____

TEMA

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Obtener información sobre el nivel de conocimiento y valoración del turismo cultural que se desarrolla en la ciudad de Latacunga.

INSTRUCCIONES

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. La encuesta tendrá la duración de 10 minutos, marque con una X su respuesta, está dada bajo una escala donde 1 es su puntaje más bajo y 5 es el más alto, esto medirá su nivel de conocimiento en base al turismo cultural que se desarrolla en la ciudad de Latacunga.

DATOS GENERALES

1. Género:

1	Femenino		2	Masculino		3	Otro	
---	----------	--	---	-----------	--	---	------	--

2. Edad:

1	20-30		2	31-40		3	41-50		4	51-60		5	61 o más	
---	-------	--	---	-------	--	---	-------	--	---	-------	--	---	----------	--

1 TURISMO CULTURAL

N°	Ítem	1 Deficiente	2 Regular	3 Bueno	4 Muy Bueno	5 Excelente
1	Conocimiento de monumentos culturales					
2	Conocimiento de sitios históricos					
3	Conocimiento de gastronomía típica					
4	Conocimiento de leyendas					
5	Conocimiento de fiestas populares					
6	Contribución de la identidad cultural al turismo.					
7	Mantenimiento de bienes culturales.					
8	Protección de bienes cultural inmateriales.					
9	Seguridad de bienes culturales materiales.					
10	Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.					
11	Contribución de información y experiencias de la cultura.					
12	Calidad de vida obtenido del turismo cultural					
13	Beneficio cultural percibido en la ciudad					
14	Beneficio económico obtenido del turismo cultural					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2.2. Encuesta dirigida a los ciudadanos de Latacunga - provincia de Cotopaxi



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN
DESTINOS TURÍSTICOS

ENCUESTA DIRIGIDA FUNCIONARIOS PUBLICOS DE LATACUNGA - PROVINCIA DE
COTOPAXI

Formulario N°: _____

Fecha de encuesta: / ____ / ____ / ____

Encuestador: _____

TEMA

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Obtener información sobre el nivel de conocimiento y valoración del patrimonio histórico que posee la ciudad de Latacunga.

INSTRUCCIONES

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso. La encuesta tendrá la duración de 10 minutos, marque con una X su respuesta, está dada bajo una escala donde 1 es su puntaje más bajo y 5 es el más alto, esto medirá su nivel de conocimiento en base al turismo cultural que se desarrolla en la ciudad de Latacunga.

DATOS GENERALES

1. Género:

1	Femenino		2	Masculino		3	Otro	
----------	----------	--	----------	-----------	--	----------	------	--

2. Edad:

1	20-30		2	31-40		3	41-50		4	51-60		5	61 o más	
----------	-------	--	----------	-------	--	----------	-------	--	----------	-------	--	----------	----------	--

1 PATRIMONIO HISTORICO

N°	Ítem	1 Deficiente	2 Regular	3 Bueno	4 Muy Bueno	5 Excelente
----	------	-----------------	--------------	------------	-------------------	----------------

1	Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).					
2	Presencia de monumentos históricos.					
3	Conservación del Centro Histórico.					
4	Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.					
5	Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales					
6	Conservación de obras de arte (cuadros).					
7	Restauración de piezas (vasijas).					
8	Mantenimiento y restauración de esculturas.					
9	Salvaguardia de manuscritos históricos.					
10	Preservación de libros históricos.					
11	Resguardo de archivos fotográficos.					
12	Conservación de gastronomía típica.					
13	Preservación de fiestas populares.					
14	Revitalización de juegos populares.					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3. VALIDACION DE ENCUESTAS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS
FORMATO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN:

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.
CUESTIONARIO PARA: Funcionarios Públicos – Patrimonio Histórico

Apellidos y nombres del experto: Renato Hernán Herrera Chávez, Mgs.

Instrucciones: Luego de realizar un análisis de cada ítem del cuestionario, evaluar colocando una (X) en el casillero correspondiente. En cada pregunta se considera una escala del 1 al 5.

1	2	3	4	5
Sin importancia	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy Importante

No.	ITEMS	GRADO DE IMPORTANCIA					OBSERVACIONES									
		1	2	3	4	5										
1	4. Género:															
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>Femenino</td><td>2</td><td>Masculino</td><td>3</td><td>Otro</td><td></td> </tr> </table>	1	Femenino	2	Masculino	3	Otro									
1	Femenino	2	Masculino	3	Otro											
2	4. Edad:															
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>20-30</td><td>2</td><td>31-40</td><td>3</td><td>41-50</td><td>4</td><td>51-60</td><td>5</td><td>61 o más</td> </tr> </table>	1	20-30	2	31-40	3	41-50	4	51-60	5	61 o más					
1	20-30	2	31-40	3	41-50	4	51-60	5	61 o más							
3	Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).															
4	Presencia de monumentos históricos.															
5	Conservación del Centro Histórico.															
6	Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.															
7	Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales															
8	Conservación de obras de arte (cuadros).															
9	Resguardo de piezas (vasijas).															
10	Mantenimiento y restauración de esculturas.															
11	Salvaguardia de manuscritos históricos.															
12	Preservación de libros históricos.															
13	Resguardo de archivos fotográficos.															
14	Conservación de gastronomía típica.															
15	Preservación de fiestas populares.															
16	Subsistencia de juegos populares.															

Observaciones generales: -

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Firma del Experto
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS

FORMATO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN:
 PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.
CUESTIONARIO PARA: Ciudadanía Latacungueña - Turismo Cultural

Apellidos y nombres del experto: Renato Hernán Herrera Chávez, Mgs.

Instrucciones: Luego de realizar un análisis de cada ítem del cuestionario, evaluar colocando una (X) en el casillero correspondiente. En cada pregunta se considera una escala del 1 al 5.

1	2	3	4	5
Sin importancia	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy Importante

No.	ITEMS	GRADO DE IMPORTANCIA					OBSERVACIONES									
		1	2	3	4	5										
1	3. Género:															
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>Femenino</td><td>2</td><td>Masculino</td><td>3</td><td>Otro</td><td></td></tr> </table>	1	Femenino	2	Masculino	3	Otro									
1	Femenino	2	Masculino	3	Otro											
2	3. Edad:															
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>20-30</td><td>2</td><td>31-40</td><td>3</td><td>41-50</td><td>4</td><td>51-60</td><td>5</td><td>61 o más</td></tr> </table>	1	20-30	2	31-40	3	41-50	4	51-60	5	61 o más					
1	20-30	2	31-40	3	41-50	4	51-60	5	61 o más							
3	Conocimiento de monumentos culturales															
4	Conocimiento de sitios históricos															
5	Conocimiento de gastronomía típica															
6	Conocimiento de leyendas															
7	Conocimiento de fiestas populares															
8	Contribución de la identidad cultural al turismo.															
9	Mantenimiento de bienes culturales.															
10	Protección cultural.															
11	Seguridad de bienes culturales.															
12	Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.															
13	Contribución de información y experiencias de la cultura.															
14	Calidad de vida obtenido del turismo cultural															
15	Beneficio cultural percibido en la ciudad															
16	Beneficio económico obtenido del turismo cultural															

Observaciones generales:

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Firma del Experto
 DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Renato Hernán Herrera Chávez, Mgs.

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 5 de junio de 2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

El instrumento de medición, pertenece a la variable dependiente: Turismo Cultural

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	/		
	Total	11		

SUGERENCIAS

Firma del experto (a):



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Renato Hernán Herrera Chávez, Mgs.

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 5 de junio de 2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

El instrumento de medición, pertenece a la variable independiente: Patrimonio Histórico

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	/		
	Total	11		

SUGERENCIAS

Firma del experto (a):



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS
FORMATO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN:
PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.
CUESTIONARIO PARA: Funcionarios Públicos – Patrimonio Histórico

Apellidos y nombres del experto: José Vinicio Palacios Caerillo, Mgs.

Instrucciones: Luego de realizar un análisis de cada ítem del cuestionario, evaluar colocando una (X) en el casillero correspondiente. En cada pregunta se considera una escala del 1 al 5.

1	2	3	4	5
Sin importancia	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy Importante

No.	ITEMS	GRADO DE IMPORTANCIA					OBSERVACIONES
		1	2	3	4	5	
1	6. Género:						
	1 Femenino 2 Masculino 3 Otro					/	
2	6. Edad:						
	1 20-30 2 31-40 3 41-50 4 51-60 5 61 o más					/	
3	Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).					/	
4	Presencia de monumentos históricos.					/	
5	Conservación del Centro Histórico.					/	
6	Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.					/	
7	Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales					/	
8	Conservación de obras de arte (cuadros).					/	
9	Resguardo de piezas (vasijas).					/	
10	Mantenimiento y restauración de esculturas.					/	
11	Salvaguardia de manuscritos históricos.					/	
12	Preservación de libros históricos.					/	
13	Resguardo de archivos fotográficos.					/	
14	Conservación de gastronomía típica.					/	
15	Preservación de fiestas populares.					/	
16	Subsistencia de juegos populares.					/	

Observaciones generales: -

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Firma del Experto 
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS

FORMATO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN:
PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.
CUESTIONARIO PARA: Ciudadanía Latacungueña - Turismo Cultural

Apellidos y nombres del experto: José Vinicio Palacios Carrillo, Mgs.

Instrucciones: Luego de realizar un análisis de cada ítem del cuestionario, evaluar colocando una (X) en el casillero correspondiente. En cada pregunta se considera una escala del 1 al 5.

1	2	3	4	5
Sin importancia	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy importante

No.	ITEMS	GRADO DE IMPORTANCIA					OBSERVACIONES
		1	2	3	4	5	
1	5. Género:						
	1 Femenino	2 Masculino	3 Otro				✓
2	5. Edad:						
	1 20-30	2 31-40	3 41-50	4 51-60	5 61 o más		✓
3	Conocimiento de monumentos culturales						✓
4	Conocimiento de sitios históricos						✓
5	Conocimiento de gastronomía típica						✓
6	Conocimiento de leyendas						✓
7	Conocimiento de fiestas populares						✓
8	Contribución de la identidad cultural al turismo.						✓
9	Mantenimiento de bienes culturales.						✓
10	Protección cultural.						✓
11	Seguridad de bienes culturales.						✓
12	Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.						✓
13	Contribución de información y experiencias de la cultura.						✓
14	Calidad de vida obtenido del turismo cultural						✓
15	Beneficio cultural percibido en la ciudad						✓
16	Beneficio económico obtenido del turismo cultural						✓

Observaciones generales:

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Firma del Experto
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: José Vinicio Palacios Carrillo, Mgs.

Título grados

PhD	()
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 5 de junio de 2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

El instrumento de medición, pertenece a la variable dependiente: Turismo Cultural

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	/		
	Total	/		

SUGERENCIAS

Firma del experto (a):



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: José Vinicio Palacios Carrillo, Mgs.

Título grados

PhD	(X)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 5 de junio de 2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

El instrumento de medición, pertenece a la variable independiente: Patrimonio Histórico

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	/		
	Total	11		

SUGERENCIAS

Firma del experto (a):



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS
FORMATO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN:
PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.
CUESTIONARIO PARA: Funcionarios Públicos – Patrimonio Histórico

Apellidos y nombres del experto: Héctor Germán Pacheco Sanunga PhD.

Instrucciones: Luego de realizar un análisis de cada ítem del cuestionario, evaluar colocando una (X) en el casillero correspondiente. En cada pregunta se considera una escala del 1 al 5.

1	2	3	4	5
Sin importancia	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy Importante

No.	ITEMS	GRADO DE IMPORTANCIA					OBSERVACIONES									
		1	2	3	4	5										
1	2. Género:															
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>Femenino</td><td>2</td><td>Masculino</td><td>3</td><td>Otro</td><td></td></tr> </table>	1	Femenino	2	Masculino	3	Otro							✓		
1	Femenino	2	Masculino	3	Otro											
2	2. Edad:															
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>20-30</td><td>2</td><td>31-40</td><td>3</td><td>41-50</td><td>4</td><td>51-60</td><td>5</td><td>61 o más</td></tr> </table>	1	20-30	2	31-40	3	41-50	4	51-60	5	61 o más					
1	20-30	2	31-40	3	41-50	4	51-60	5	61 o más							
3	Estado de las edificaciones patrimoniales religiosas (Iglesias).						✓									
4	Presencia de monumentos históricos.						✓									
5	Conservación del Centro Histórico.						✓									
6	Conservación de edificaciones civiles patrimoniales.						✓									
7	Preservación de parques, plazas y plazoletas patrimoniales						✓									
8	Conservación de obras de arte (cuadros).						✓									
9	Resguardo de piezas (vasijas).						✓									
10	Mantenimiento y restauración de esculturas.						✓									
11	Salvaguardia de manuscritos históricos.						✓									
12	Preservación de libros históricos.						✓									
13	Resguardo de archivos fotográficos.						✓									
14	Conservación de gastronomía típica.						✓									
15	Preservación de fiestas populares.						✓									
16	Subsistencia de juegos populares.						✓									

Observaciones generales: -

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Firma del Experto
DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS

FORMATO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN:
 PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.
CUESTIONARIO PARA: Ciudadanía Latacungueña - Turismo Cultural

Apellidos y nombres del experto: Héctor Germán Pacheco Sanunga PhD.

Instrucciones: Luego de realizar un análisis de cada ítem del cuestionario, evaluar colocando una (X) en el casillero correspondiente. En cada pregunta se considera una escala del 1 al 5.

1	2	3	4	5
Sin importancia	Poco importante	Medianamente importante	Importante	Muy Importante

No.	ITEMS	GRADO DE IMPORTANCIA					OBSERVACIONES									
		1	2	3	4	5										
1	1. Género:															
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>Femenino</td> <td>2</td><td>Masculino</td> <td>3</td><td>Otro</td> </tr> </table>	1	Femenino	2	Masculino	3	Otro					✓				
1	Femenino	2	Masculino	3	Otro											
2	1. Edad:															
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>20-30</td> <td>2</td><td>31-40</td> <td>3</td><td>41-50</td> <td>4</td><td>51-60</td> <td>5</td><td>61 o más</td> </tr> </table>	1	20-30	2	31-40	3	41-50	4	51-60	5	61 o más					✓
1	20-30	2	31-40	3	41-50	4	51-60	5	61 o más							
3	Conocimiento de monumentos culturales						✓									
4	Conocimiento de sitios históricos						✓									
5	Conocimiento de gastronomía típica						✓									
6	Conocimiento de leyendas						✓									
7	Conocimiento de fiestas populares						✓									
8	Contribución de la identidad cultural al turismo.						✓									
9	Mantenimiento de bienes culturales.						✓									
10	Protección cultural.						✓									
11	Seguridad de bienes culturales.						✓									
12	Contribución de la cultura, sus expresiones y manifestaciones artísticas.						✓									
13	Contribución de información y experiencias de la cultura.						✓									
14	Calidad de vida obtenido del turismo cultural						✓									
15	Beneficio cultural percibido en la ciudad						✓									
16	Beneficio económico obtenido del turismo cultural						✓									

Observaciones generales:

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Firma del Experto
 DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
INSTITUTO DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE
EN DESTINOS TURÍSTICOS

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Héctor Germán Pacheco Sanunga

Título grados

PhD	(✓)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 5 de junio de 2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

El instrumento de medición, pertenece a la variable dependiente: Turismo Cultural

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
	Total	11		

SUGERENCIAS

Firma del experto (a):



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Héctor Germán Pacheco Sanunga

Título grados

PhD	(x)
Doctor	()
Magister	()
Licenciado	()
Ingeniero	()

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 5 de junio de 2019

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PATRIMONIO HISTÓRICO Y TURISMO CULTURAL DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.

El instrumento de medición, pertenece a la variable independiente: Patrimonio Histórico

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
	Total	11		

SUGERENCIAS

Firma del experto (a): 

ANEXO 4.

Operacionalización de variables. (Matriz de Operacionalización y matriz de consistencia).

Operacionalización de Variable Independiente.

Tabla 44. Tabla Operacionalización de Variable Independiente.

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CONCEPTO PROPIO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA EN INSTRUMENTO
Patrimonio Histórico	Se denomina patrimonio histórico al conjunto de bienes, tanto materiales como inmateriales, acumulados a lo largo del tiempo. Estos bienes pueden ser de tipo histórico de diversa índole, artístico (arquitectónico, escultórico, etc.) paleontológico, arqueológico, etnográfico, documental, bibliográfico, científico o técnico, así como sitios naturales o parques, que por su ecosistema o valor histórico deban ser protegidos.	Es todo lo que guarda una comunidad, región o país, en torno a su transcurrir histórico, desde su arquitectura como bienes inmuebles y muebles hasta sus bienes inmateriales como la cultura popular, pasando por narraciones, testimonios y vivencias sociales, económicas y humanas.	Bienes culturales materiales inmuebles	-Iglesias -Monumentos (históricos) -Centros históricos -Edificaciones civiles (patrimoniales) - Parques, Plazas y Plazoletas (patrimoniales)	Método: Observación
			Bienes culturales materiales muebles	-Cuadros (obras de arte) -Vasijas -Esculturas -Manuscritos -Libros -Fotografías	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
			Bienes culturales intangibles	-Gastronomía -Fiestas Populares -Juegos Populares	

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Operacionalización de Variable Dependiente.

Tabla 45. Tabla Operacionalización de Variable Dependiente.

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CONCEPTO PROPIO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA EN INSTRUMENTO
Turismo Cultural	<p>“El Turismo Cultural es aquella forma de Turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre estos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección. 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” (Carta del ICOMOS adoptada en Bruselas en 1976)</p>	<p>Tomando en cuenta que el término cultura es extremadamente amplio, el turismo cultural abarca, desde las manifestaciones populares –y/o folklore– hasta las expresiones y creaciones del arte como parte de la cultura oficial o elitista; sin dejar de lado todo lo que el hombre produce intelectualmente desde la prehistoria hasta nuestra contemporaneidad, es decir, lo abarca todo en todos los tiempos.</p>	Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> -Monumentos -Sitios históricos -Gastronomía -Leyendas -Fiestas Populares 	<p>Método: Observación</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
			Contribución	<ul style="list-style-type: none"> -Identidad (cultural) -Mantenimiento (bienes culturales) -Protección (cultural) -Seguridad (bienes culturales) -Conocimiento de la cultura y todas sus expresiones y manifestaciones artísticas. - Información y experiencias culturales. 	
			Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> -Social -Cultural -Económico 	

Elaborado por: García, Carlos (2019).

Matriz de Consistencia.

Tabla 46. Matriz de Consistencia.

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES
Patrimonio histórico y turismo cultural de la ciudad de Latacunga.	Problema General ¿Cómo se relaciona el Patrimonio Histórico con el Turismo Cultural?	Objetivo General Demostrar la relación del Patrimonio Histórico en el Turismo Cultural	Hipótesis General Existe relación del Patrimonio Histórico en el Turismo Cultural.	Variable Independiente: Patrimonio Histórico	Bienes Culturales Materiales Inmuebles Bienes Culturales Materiales Muebles Bienes inmateriales
	Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
	Problema Específico 1 ¿Cómo los Bienes Culturales Materiales Inmuebles Influyen en el Turismo Cultural?	Objetivo Específico 1 Demostrar la relación de los Bienes Culturales Materiales Inmuebles en el Turismo Cultural.	Hipótesis Específica 1 Existe relación de los Bienes Culturales Materiales Inmuebles en el Turismo Cultural.		
	Problema Específico 2 ¿Cómo los Bienes Culturales Materiales Muebles Influyen en el Turismo Cultural?	Objetivo Específico 2 Demostrar la relación de los Bienes Culturales Materiales Muebles en el Turismo Cultural.	Hipótesis Específica 2 Existe relación de los Bienes Culturales Materiales Muebles en el Turismo Cultural.	Variable Dependiente: Turismo Cultural	Conocimiento Contribución Beneficios
Problema Específico 3 ¿Cómo los Bienes Culturales Intangibles en el Turismo Cultural?	Objetivo Específico 3 Demostrar la relación de los Bienes Culturales Intangibles en el Turismo Cultural.	Hipótesis Específica 3 Existe relación de los Bienes Culturales Inmateriales en el Turismo Cultural.			

Elaborado por: García, Carlos (2019).