

Estrategias de promoción del Centro Histórico de Latacunga: valorización del patrimonio cultural y arquitectónico para un turismo sostenible

Promotion strategies of the Historical Centre of Latacunga: Valorization of the cultural and architectural heritage for a sustainable tourism

Deysi Mireli Pacheco-Cajas, Guido Olivier Erazo-Alvarez, Jorge Ormaza-Andrade

Resumen

El Centro Histórico de Latacunga enfrenta una limitada promoción de su patrimonio cultural y arquitectónico, lo que ha afectado el turismo sostenible y el desarrollo económico local. Esta investigación tiene como objetivo evaluar el impacto de las estrategias de promoción en la valorización de este patrimonio, que enfrenta desafíos en términos de visibilidad, con énfasis en su contribución al turismo y al crecimiento económico. La metodología empleada combina técnicas cuantitativas y cualitativas. Mediante encuestas aplicadas a residentes y turistas, se analiza la percepción y efectividad de las estrategias actuales, proponiendo indicadores concretos para mejorar su implementación. El análisis estadístico y la exploración cualitativa permiten el diálogo entre datos objetivos y subjetivos para obtener conclusiones sólidas. Los hallazgos sugieren analizar las estrategias actuales y medir la efectividad para identificar la verdadera relevancia. Los resultados señalan que una promoción efectiva puede incrementar la afluencia turística, y, a la vez mejorar la valoración del patrimonio y contribuir al desarrollo de la económico local. Esta investigación propone aportar al fortalecimiento de la identidad cultural, al fomento del desarrollo sostenible y a la generación de recursos para la conservación patrimonial. El caso de estudio busca servir como modelo para gestionar nuevas estrategias de promoción del patrimonio en contextos similares.

Palabras clave: Patrimonio cultural; Turismo sostenible; Estrategias de comunicación; Valorización del patrimonio y Desarrollo económico local.

Deysi Mireli Pacheco-Cajas

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | deysi.pacheco.63@est.ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-6608-2202>

Guido Olivier Erazo- Alvarez

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | oerazo@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2494-0967>

Jorge Ormaza-Andrade

Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | jormaza@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5449-1042>

<http://doi.org/10.46652/resistances.v6i12.189>

ISSN 2737-6222

Vol. 6 No. 12 julio-diciembre 2025, e250189

Quito, Ecuador

Enviado: enero, 19, 2025

Aceptado: marzo, 10, 2025

Publicado: marzo, 25, 2025

Publicación Continua

Abstract

The Historic Centre of Latacunga faces limited promotion of its cultural and architectural heritage, which has affected sustainable tourism and local economic development. This research aims to evaluate the impact of promotion strategies on the development of this heritage, which faces challenges in terms of visibility, with emphasis on its contribution to tourism and economic growth. The methodology used combines quantitative and qualitative techniques. Through surveys applied to residents and tourists, the perception and effectiveness of current strategies is analyzed, proposing concrete indicators to improve their implementation. Statistical analysis and qualitative exploration enable dialogue between objective and subjective data to reach sound conclusions. The findings suggest analyzing current strategies and measuring effectiveness to identify true relevance. The results show that effective promotion can increase tourism, and at the same time improve the valuation of heritage and contribute to the development of local economy. This research proposes to contribute to the strengthening of cultural identity, the promotion of sustainable development and the generation of resources for heritage conservation. The case study aims to serve as a model for managing new strategies for heritage promotion in similar contexts.

Keywords: Culture heritage; Sustainable tourism; Promotional strategies; Heritage valorization; Local economic development.

Introducción

El Centro Histórico de Latacunga posee una importante riqueza en historia y arquitectura colonial, lo cual representa un valor añadido, tanto para las estrategias de comunicación, como para la implementación de estrategias de promoción efectivas que pongan en valor el patrimonio cultural de la ciudad. Así mismo, es de gran importancia en la aplicación del turismo sustentable y responsable, que genere un impacto positivo en la economía local y en la preservación de la identidad cultural.

La promoción del patrimonio cultural y el turismo sostenible en los centros históricos requieren estrategias integradas, que logren un punto de equilibrio justo entre el desarrollo económico y la preservación del legado histórico. Los estudios destacan la importancia de analizar la cadena de valor y el potencial de desarrollo turístico de destinos como Latacunga, de esta manera se puede garantizar un crecimiento turístico responsable (García Zambonino et al., 2023).

La actividad turística es importante para la economía de acuerdo a la cadena de valor en la ciudad de Latacunga; por esto la necesidad de crear nuevas acciones y estrategias de comunicación sobre la conservación del entorno patrimonial, así como fortalecer los productos turísticos de la ciudad. De igual modo, es imperante identificar nuevos mercados turísticos y diseñar estrategias de promoción que visibilicen estos nichos.

El turismo sostenible, en el contexto cultural, es un elemento fundamental para el desarrollo económico de algunas comunidades locales. Son muchos los factores que pueden influir en el éxito de este tipo de turismo, pero cualquier acción o estrategia que se adopte debe estar estrechamente

relacionada con la satisfacción del turista (Huete-Alcocer et al., 2019). Las estrategias para el turismo patrimonial sostenible requieren un análisis específico, integrando actividades innovadoras y que estas se alineen a las políticas turísticas, urbanas y culturales, e involucren a las instituciones locales, sector público, sector privado, y actores sociales.

De la misma forma, el turismo sostenible se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo económico en diferentes ámbitos, de manera especial en el contexto cultural de las actividades turísticas para la conservación, y el cuidado de las tradiciones y el entorno de los lugares a promover, al tiempo en que los turistas viven experiencias memorables vinculadas al patrimonio arquitectónico, cultural y natural.

Se proponen estrategias urbanas que aprovechen la ubicación estratégica, diversifiquen festividades, utilicen innovación tecnológica y fortalezcan la gestión municipal y seguridad. Además, se destaca la importancia de preservar la historia de una ciudad, para futuros estudios (Chico-Brito & Moreno-Gavilanes, 2024). La ciudad de Latacunga es una joya arquitectónica en la sierra centro del Ecuador, posee un rico patrimonio histórico y cultural, que la posiciona como un destino turístico por promover al máximo, debido a factores como su posesión geográfica, riqueza en tradiciones y belleza de sus paisajes.

La cultura de una ciudad tiene un papel significativo en la gestión de la marca urbana, debido a que tiene un importante valor social para las personas. La cultura puede ser un recurso estratégico intangible para la diferenciación de una ciudad como destino turístico (Chico-Brito & Moreno-Gavilanes, 2024). Latacunga es muy reconocida a nivel nacional e internacional gracias a su rica herencia cultural y a festividades emblemáticas como “La Mamá Negra”, celebración en la que los habitantes de la ciudad comparten con los turistas nacionales y extranjeros sus tradiciones y gastronomía.

El presente artículo tiene como objetivo, desde un enfoque cualicuantitativo, evaluar el impacto de las estrategias de promoción en la valorización del patrimonio cultural y arquitectónico del Centro Histórico de Latacunga, midiendo su contribución al turismo sostenible y al desarrollo económico local. De este modo, se pretende responder la pregunta científica: ¿De qué manera y en qué medida pueden las estrategias de promoción del Centro Histórico de Latacunga valorizar su patrimonio cultural y arquitectónico para fomentar un turismo sostenible?

Referencial teórico

En países Latinoamericanos el Patrimonio Cultural durante varias décadas ha sido visualizado como depositarios del legado y las memorias de los pueblos, paradigma que, a inicios del siglo XXI, adquiere una connotación diferente para la generación de ingresos. Las estrategias de comunicación turística desempeñan un papel fundamental en la promoción y difusión del patrimonio

cultural en las principales ciudades del Ecuador, además, son importantes en el contexto sociocultural, debido a que estas influyen en la percepción y valorización del patrimonio.

La comunicación y difusión turística contribuye a fortalecer la identidad cultural y a generar conciencia sobre la importancia de la conservación del patrimonio. Es así, por ejemplo, el caso del Centro histórico de Quito, que analiza y prioriza como tema principal la conservación de su patrimonio, una ciudad llena de historia y su centro histórico, considerado uno de los más importantes en Latinoamérica (Rivera-Mateos & Santana-Moncayo, 2024). Desde otra perspectiva, son varias ciudades que han apostado por nuevas estrategias de desarrollo, pero en la práctica se ajustan a nuevas experiencias de economía y marketing.

La evolución histórica del patrimonio cultural y arquitectónico de Latacunga analiza los materiales de construcción utilizados desde la época colonial, así también los eventos históricos que marcaron a la ciudad, además de las influencias culturales que han dejado su huella en la ciudad (Salinas Niacato, 2024). De manera que la arquitectura latacungueña ha ido variando debido a diversos factores, como son los terremotos y erupciones volcánicas; en consecuencia, los materiales utilizados en las construcciones durante la época colonial han cambiado con el pasar del tiempo, de la misma manera los eventos culturales e históricos.

Latacunga busca abrirse al mundo y recibir al mundo. Esa frase tiene una gran carga simbólica, que refleja que la ciudad quiere ser cosmopolita sin perder sus raíces que la hacen única y esplendorosa. Su historia trasciende al periodo incásico, la colonia y la era republicana, y está condensada en monumentos, edificios, parques y riqueza cultural, mismos que han sido premiados y reconocidos a escala mundial como únicos e inigualables (Vargas Riera & Cárdenas Pérez, 2023). Para aprovechar al máximo este potencial, el sector turístico debe innovar y adaptar sus productos a las demandas actuales del mercado.

El siguiente referencial teórico aborda conceptos claves relacionados a las estrategias para la promoción del Centro Histórico de Latacunga, priorizando la valorización del patrimonio cultural y arquitectónico, y de esta manera fomentar el turismo sostenible. Así también, se analizan las prácticas de turismo aplicadas en ciudades patrimoniales, al tiempo en que se consideran las oportunidades y desafíos que enfrenta la ciudad para la implementación de las nuevas estrategias de promoción.

Estrategias de promoción turísticas

Es el caso de estudio para el sector turístico es la implementación de las nuevas herramientas tecnológicas, el cual ha permitido acceder a la información a través de canales digitales, generando

cambios y beneficios positivos en la industria y su estructura de promoción turística. El uso de las nuevas plataformas de información y comunicación han incidido en decisiones estratégicas, de manera que, su uso, genera el interés de viajar y fomenta la comunicación de los consumidores, como también ha facilitado el acceso al mundo digital.

De tal manera que las estrategias para fomentar las actividades turísticas según el caso de estudio de Perera Téllez et al. (2021), es un proceso que debe involucrar a los actores implicados en la oferta y promoción de las actividades turísticas y la comercialización de nuevas rutas, diseños de productos con agencias de viajes y operadores turísticos, los mismos que incluyan actividades en el Centro Histórico de Latacunga.

Promoción turística

La promoción turística es fundamental para dar a conocer destinos y atraer visitantes, y para esto es importante conocer las necesidades, motivaciones y expectativas de los segmentos de mercado, esto implica tener en cuenta varios factores como demografía, estilos de vida, tendencias sociales y principales actividades y experiencias que buscan los turistas en una campaña de difusión y promoción turística (Chico-Brito & Moreno-Gavilanes, 2024). Al diseñar campañas de promoción turística es importante el contenido por segmento, es así que, en el tema de turismo sostenible, la información debe ser acorde al tema, con un mensaje de responsabilidad y cuidado del entorno, de la misma manera con los demás temas: cultura, historia, patrimonio, y los beneficios para el desarrollo económico local.

En el caso de estudio de Hernández-Mogollón et al. (2020), en la industria del turismo, la promoción se refiere a la utilización de nuevos medios o estrategias publicitarias para promover un destino o empresa de servicios turísticos. Es así que las redes sociales y plataformas digitales han evolucionado la forma de hacer, permitiendo llegar a una audiencia globalizada de manera inmediata, facilitando la difusión de ofertas turísticas y generando interacción directa. Sin embargo, una estrategia de promoción turística exitosa no debería ceñirse a la promoción en medios digitales, sino que es primordial involucrar a la comunidad local en la difusión y promoción de la ciudad. Al fomentar la participación de la ciudadanía se logra un sentido de pertenencia y se garantiza que las iniciativas turísticas sean sostenibles, con respeto por el entorno y las tradiciones locales.

Marketing digital como estrategia de promoción

La filosofía de marketing se centra en comprender y satisfacer las necesidades de los consumidores, es un pilar fundamental para el éxito de las estrategias de promoción (Durán Ramírez et al., 2023). Un programa de marketing y promoción digital para la ciudad de Latacunga, median-

te el cual se brinde información general en temas de interés para los visitantes nacionales e internacionales, que permita captar el interés de los turistas para visitar y conocer el centro histórico y los demás atractivos de la ciudad. Así también, es fundamental motivar a la población local a redescubrir su propio entorno, a valorar y cuidar el patrimonio cultural como también a disfrutar de los servicios y productos que posee la ciudad, todo esto con un plan de marketing que sea accesible y que tenga información actualizada de los sitios de interés general del cantón.

Patrimonio cultural y arquitectónico

El patrimonio cultural tangible se concreta en las construcciones o el conjunto de ellas, hechas por el hombre desde la prehistoria hasta la época actual, mismas que representan la identidad de la ciudad. “Matanzas es un ejemplo de ciudad que posee una elevada riqueza en cuanto a valores culturales y patrimoniales que son muestra de identidad” (Medina Rodríguez et al., 2022).

El legado cultural, tanto tangible como intangible, comprende componentes que simbolizan la identidad de una comunidad. En el marco de Latacunga, su núcleo histórico alberga construcciones coloniales, plazas y costumbres que lo hacen un punto de atracción para el turismo. Sin embargo, es importante fomentar una cultura de conservación del patrimonio a la ciudadanía para que perdure.

Turismo sostenible

El turismo sustentable presenta una extensa historia, ya que durante décadas se ha hecho más visible generar un cambio urgente en el turismo. Y aunque trae beneficios importantes en los aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales de las poblaciones anfitrionas (Osuna Flores, 2024). El turismo sustentable toma en cuenta los efectos sociales, económicos y ambientales de las actividades del turismo, persiguiendo el balance entre el crecimiento y la preservación. En núcleos históricos como Latacunga, el turismo sustentable posibilita el uso de su encanto cultural.

De manera que, es importante tener presente que el turismo es una actividad que está vinculada directamente con el medio ambiente, por esta razón se debe adoptar una visión de cuidado y protección a largo plazo. El análisis de turismo sostenible según el estudio de London et al. (2021), es una actividad y una alternativa adecuada para el desarrollo de las ciudades, que busca minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales, a fin de, garantizar la preservación de los recursos naturales y culturales para las futuras generaciones.

Valorización del patrimonio

Para que un bien cultural sea considerado como patrimonio debe, básicamente, poseer valor simbólico o significar algo para alguien; y según la trascendencia de este valor, puede tener carácter universal, nacional o local; resultando en objetos únicos e irrepetibles. Santana Moncayo (2024), menciona que, es común observar el patrimonio como una oportunidad en las actividades turísticas, de manera que, puedan crear un ambiente de respeto y valorización patrimonio de las estructuras patrimoniales existentes.

El turismo cultural y patrimonial se centra especialmente en la ciudad de Latacunga, que cuenta con un importante patrimonio de arquitectura civil y religiosa, debidamente inventariado y que se halla en el perímetro del centro histórico de la ciudad, según el plan de turismo del cantón Latacunga. La valoración no solo conlleva la conservación, sino también la apreciación del patrimonio como impulsor económico y social. Así como en la ciudad de Quito, los recorridos históricos y la difusión cultural han potenciado la apreciación y el aprovechamiento del patrimonio por parte de las autoridades, visitantes y habitantes, lo cual ha dinamizado y repotenciado la economía.

Gestión de proyectos y políticas públicas

Lograr una coordinación eficiente de la gestión turística entre todos los niveles de gobierno: nacional, provincial, municipal y parroquial. Además, cooperación y alianzas estratégicas con todos los actores turísticos: público, privado, comunitario y académico, para fortalecer el trabajo mancomunado con el fin de crear emprendimientos turísticos exitosos en el cantón.

En el caso de estudio de Luque et al. (2025), la modernización es una estrategia para la implementación de proyectos y políticas públicas en las ciudades como parte integral de su desarrollo económico, social y territorial, además, tienen como fin atraer inversionistas y visitantes, al mismo tiempo, la regeneración de espacios en el centro histórico pueden ser objeto de atracción turística, por la experiencia que genera en conectarse con el pasado al implementar nuevos negocios a través de la oferta implementada de boutiques, cafés, hoteles, restaurantes, entre otros.

Las autoridades locales implementan el plan de mejora competitiva en destinos turísticos del cantón Latacunga, el mismo que contribuirá en la transformación, modernización del sector turístico, a su vez, pretenden fortalecer y promover la sostenibilidad empresarial, el desarrollo turístico sostenible y la transformación de las estrategias comunicacionales en los medios digitales de la ciudad, de tal manera que, el turismo impacte en la dinámica social, económica y productiva, lo cual permitirá mejorar la cadena de valor en la economía local (Ramírez, 2020). El autor también señala que la planificación y ejecución de proyectos turísticos deben incluir estudios de mercado, análisis de la demanda y oferta cultural con una gestión financiera eficiente. Las políticas públicas

también juegan un papel importante, ya que garantizan recursos y normativas para la conservación y promoción del patrimonio del Centro Histórico de Latacunga.

Desarrollo económico local

El turismo se ha convertido en un motor clave para impulsar el desarrollo de la economía de Latacunga, esta actividad genera ingresos representativos que benefician a diversos sectores, desde los diferentes sectores como: hotelero, gastronómico, comercio formal e informal, entre otros. El turismo genera empleo y fomenta la inversión, además al atraer a visitantes nacionales e internacionales, se fomenta la producción de bienes y servicios locales, tales como: artesanías, productos agrícolas y la creación de productos propios de la zona.

En el caso de estudio de Barreto et al. (2023), el turismo es una herramienta clave para fomentar la diversificación económica y la creación de pequeñas y medianas empresas. Por otro lado, Manyá Grefa et al. (2024), señala que el desarrollo económico es el proceso de crecimiento y transformación de una localidad, y busca mejorar significativamente la calidad de vida de la población de manera equilibrada y equitativa.

Metodología

En el presente estudio se aplicó el método mixto que combinó enfoques cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión integral del problema y conocer las estrategias de comunicación adecuada. Esto permitió analizar datos estadísticos y al mismo tiempo explorar analizar el resultado de la encuesta, lo cual permitió saber el nivel de conocimiento de las estrategias de promoción utilizadas para la conservación y valorización del patrimonio cultural arquitectónico del Centro Histórico de Latacunga.

Analizando los estudios conseguidos, en el actual aporte investigativo, la metodología se estableció en un estudio de campo no experimental, porque se elaboró una investigación en la cual no varía de manera intencional las variables de tipo dependiente e independiente. Se formuló un enfoque mixto: con el análisis cualitativo, permitiendo adentrar con el entorno de investigación para comprobar la veracidad del estudio y el análisis de tipo cuantitativo: se recopiló información y se analizó con métodos estadísticos de las encuestas aplicadas (Hernández-Mogollón et al., 2020).

Los métodos empleados en la investigación fueron: histórico-lógico que permitió analizar las variables de estudio de manera cronológica y con una secuencia lógica, además se aplicó el método deductivo-inductivo, lo cual posibilitó la identificación de las estrategias de promoción turística, el enfoque mixto se basa en la integración de métodos cuantitativos y cualitativos en un mismo tra-

bajo de investigación. Con el empleo de estas metodologías se recogen y analizan datos, se integran los resultados y se establecen conclusiones e inferencias (Azorín et al., 2024).

Los datos recolectados para la investigación fueron realizados en un cuestionario diseñado para Google Forms (<https://docs.google.com/forms>). Estos fueron analizados mediante tablas de datos que recopilan las respuestas de los encuestados implicados en la investigación, y se tabulan los resultados más relevantes en el software IBM Statistics 2022. de análisis estadísticos como: SPSS para procesar y analizar los resultados obtenidos de las encuestas (Pallant, 2020).

Para el caso de estudio se determinó el universo finito de 245 personas de la ciudad de Latacunga, los mismos que se involucran de manera directa e indirectamente a las actividades de turismo, medios de comunicación, entre otros.

n= 149.83	$\frac{Npq}{(N-1)\left(\frac{e}{z}\right)^2+pq}$	$\frac{1865,25}{(7460)(0,0006507705)+0.25}$	150
------------------	--	---	-----

De donde:

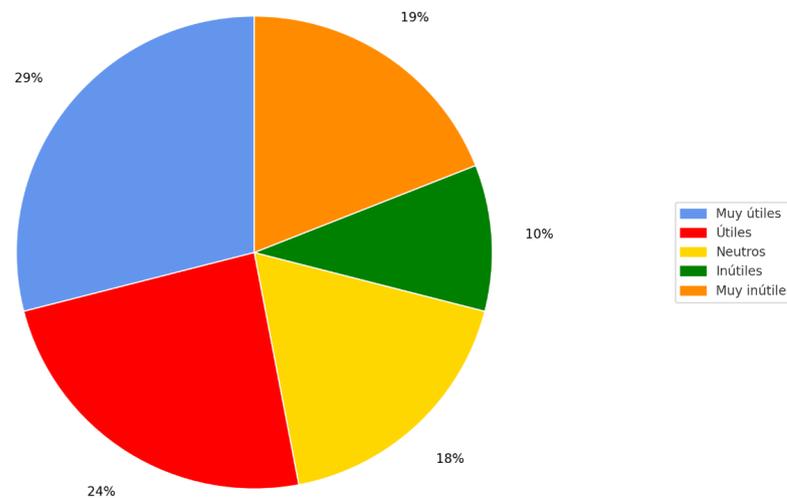
- Z= intervalo de confianza del 95% con un valor crítico de Z=1.96
- p= probabilidad de éxito del 50%
- q= (1-p) probabilidad de fracaso del 50%
- N= Población finita 245
- e= error del muestreo aceptable del 5%
- n = 149.83
- n=150

Resultados

Análisis descriptivo

A continuación, los gráficos representan las respuestas de las 150 encuestas aplicadas en el caso de estudio, de tal manera que, el resultado de la pregunta, ¿Qué tan útiles le parecen los medios de comunicación digitales para promover el centro histórico de Latacunga?

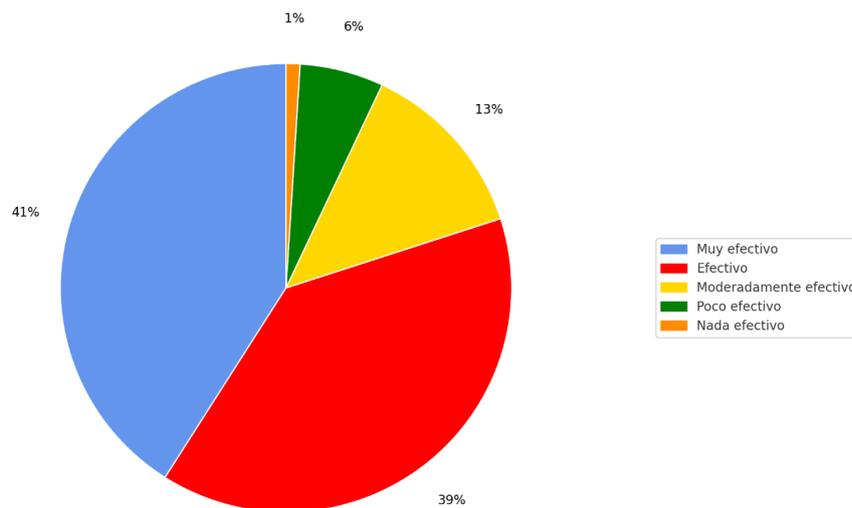
Figura 1. Medios de Comunicación



Fuente: elaborado por los autores.

Nota. El gráfico 1 muestra la utilidad de los medios de comunicación para promover el centro histórico de Latacunga, divididos en 5 rangos. De las cuales las más importantes y el nivel de respuestas positivas son: Muy útiles el 29%. Útiles 24%. En la opción Neutros corresponde una respuesta del 18% de los encuestados, de manera que indica la falta de conocimiento o acceso a las estrategias de comunicación. En la opción inútiles el 10%, y en la opción, Muy inútiles representa el 19%. Esto representa que las estrategias de comunicación deben ser replanteadas para la promoción del centro histórico de Latacunga.

Figura 2. Redes sociales

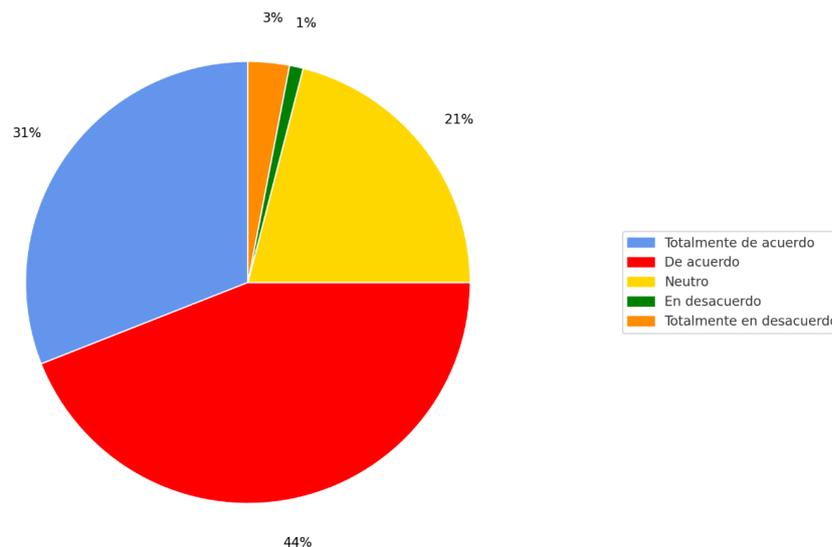


Fuente: elaborado por los autores.

Nota. En el grafico 2 representan las respuestas a la pregunta, ¿Cree que las redes sociales son un medio efectivo para promover el centro histórico de Latacunga?

Los resultados son positivos en las opciones Muy efectivo el 41%, mientras que efectivo el 39%. Si bien la percepción es buena para la efectividad de las campañas en las redes sociales, en las demás opciones los resultados son mínimos, de manera que los encuestados piensan lo contrario como el caso de moderadamente efectivo el 13%, y las opciones: Poco efectivo y Nada efectivo son porcentajes muy bajos.

Figura 3. Centro histórico Latacunga

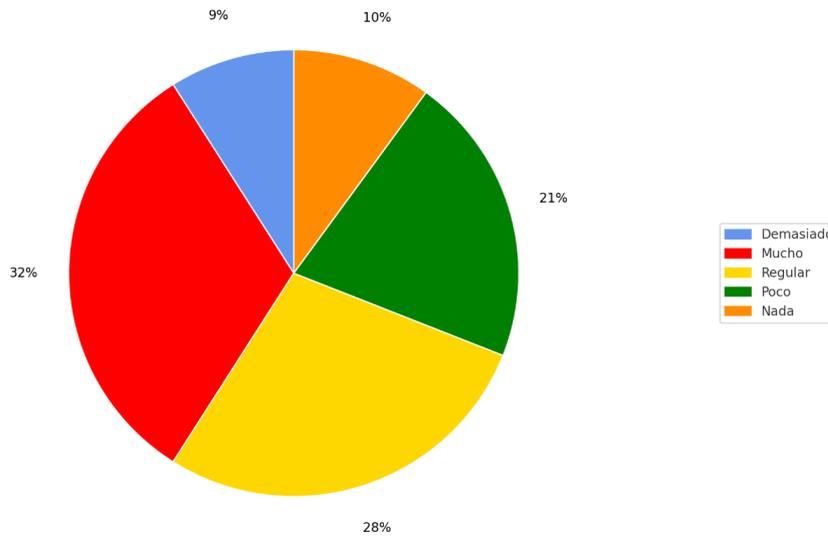


Fuente: elaborado por los autores.

Nota. El gráfico 3 corresponde al resultado de las respuestas a la pregunta, ¿Considera que el centro histórico de Latacunga es un lugar atractivo para el turismo sostenible?

La respuesta con mayor porcentaje es: Totalmente de acuerdo 44%. La opción de acuerdo alcanza el 31%, obteniendo como resultado un porcentaje positivo, sin embargo, requieren áreas para mejorar la percepción. Por otro lado, la opción neutra es el 21%, consideran al centro histórico un lugar atractivo. Y en menor porcentaje las opciones: en desacuerdo y totalmente en desacuerdo responden en negativo.

Figura 4. Estrategias de promoción actuales



Fuente: elaborado por los autores.

Nota. El gráfico 4, responde a la pregunta: ¿Considera que las estrategias de promoción actuales impactan positivamente en la conservación del patrimonio?

Las repuestas con mayor porcentaje es: mucho corresponde al 32%, seguido de la opción regular con el 28%, mientras que, la opción poco representa el 21%. En menor resultado la opción nada el 10%, finalmente la opción demasiado el 9% de los encuestados. Con la percepción del resultado indica que las estrategias actuales se deben revisar para la promoción y la conservación del patrimonio.

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad y Alfa de Cronbrach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,760	16

Fuente: adaptada de las salidas del SPSS

La tabla muestra las estadísticas de fiabilidad para las estrategias de promoción del turismo sostenible en la ciudad de Latacunga, basada en un cuestionario y un Alfa de Cronbach de 0.760. Este coeficiente es una medida de la consistencia interna de un conjunto de ítems o preguntas en un cuestionario de 16 preguntas. En este caso, el valor de 0.760 indica una fiabilidad aceptable. Generalmente, se considera que valores por encima de 0.70 son adecuados para las investigaciones. Esto significa que las preguntas del cuestionario están midiendo de manera coherente el constructor de las “estrategias de promoción para el turismo sostenible”.

Tabla 2. Correlaciones de Pearson

		Estrategias de promoción	Afluencia turística
Estrategias de promoción	Correlación de Pearson	1	,878**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	150	150
Afluencia turística	Correlación de Pearson	,878**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	150	150

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: adaptada de las salidas del SPSS (2022).

El valor de 0.878 indica una correlación positiva muy fuerte entre las estrategias de promoción y la afluencia turística. Esto significa que a medida que aumentan las estrategias de promoción, como: (campañas publicitarias, uso de medios de comunicación y organización de eventos), la afluencia turística también tiende a aumentar en gran medida.

La tabla proporciona una fuerte evidencia de que existe una relación positiva y significativa entre las estrategias de promoción y la afluencia turística. Esto sugiere que invertir en estrategias de promoción efectivas puede generar un aumento considerable en la cantidad de turistas. Los resultados respaldan la importancia de desarrollar e implementar estrategias de promoción turística sólidas para impulsar el crecimiento del sector.

Si bien la correlación es fuerte, no implica causalidad. Es decir, no se puede afirmar que las estrategias de promoción causan directamente el aumento en la afluencia turística, aunque es muy probable que contribuyan de manera significativa. Otros factores (como la calidad de la oferta turística, la estacionalidad, eventos especiales, etc.) también son factores importantes que pueden influir en la afluencia turística.

Discusión

La investigación sobre las estrategias de promoción del Centro Histórico de Latacunga está estrechamente relacionada con la pregunta original sobre cómo y en qué medida estas estrategias pueden valorizar el patrimonio cultural y arquitectónico para fomentar un turismo sostenible. Este hallazgo es consistente con las conclusiones de estudios recientes, como el de Manya Grefa et al. (2024), quien afirma que la adecuada valorización del patrimonio cultural es esencial para la sostenibilidad turística, destacando que, un enfoque integral en la promoción puede potenciar tanto en la economía local como en la conservación del patrimonio.

La hipótesis planteada al inicio de este estudio, que sugería que las estrategias de promoción tendrían un impacto significativo en la percepción del patrimonio, se encuentra en concordancia con los datos recolectados. A pesar de esto, algunos autores como Medina Rodríguez et al. (2022), también han reportado que incluso en contextos donde se implementan buenas estrategias de comunicación, la efectividad puede ser limitada si la oferta turística no se ajusta a las expectativas o percepciones del turista. Esto sugiere que, aunque existe un reconocimiento del valor patrimonial, la implementación de estrategias aún carece de un enfoque en las satisfacciones y preferencias de los visitantes.

Al revisar los puntos importantes de esta investigación, de acuerdo con el notable conocimiento y la diversidad en las respuestas de los encuestados indica la importancia del tema de investigación para la ciudad. Un estudio de Huete-Alcocer et al. (2019), pone de manifiesto que la diversidad en el perfil del encuestado es fundamental para obtener un panorama amplio y representativo. La inclusión de los visitantes no frecuentes, la opinión de los residentes y de autoridades locales que se involucran con las actividades turísticas de manera directa e indirecta, pueden incrementar la comprensión del impacto real y la importancia que tienen las estrategias de promoción.

Respecto a las opiniones de varios encuestados expresan la insatisfacción con la relevancia y frecuencia de las promociones realizadas, lo cual podría indicar una carencia de alineación estratégica con las necesidades del mercado actual. En un análisis comparativo García Zambonino et al. (2023), argumenta que la promoción efectiva debe basarse en la diferencia cultural y la autenticidad, observando que las estrategias genéricas a menudo fracasan al captar el interés de los turistas contemporáneos. Es así que, se debe analizar las tendencias actuales en las actividades turísticas para tomar acciones y decisiones en las nuevas estrategias a aplicar.

En cuanto a la interpretación de los resultados, se sugiere que la percepción del patrimonio podría mejorar al integrar narrativas auténticas y experiencias inmersas, tal como lo considera Manyá Grefa et al. (2024). Estas narrativas pueden crear un sentido de pertenencia y al mismo tiempo atraer el interés del visitante, lo que indica que son necesarias más investigaciones para explorar cómo las experiencias de los turistas pueden estar influyendo en las percepciones de los visitantes para la conservación del patrimonio.

Este estudio radica en su enfoque metodológico mixto, permitiendo una integración robusta de datos cuantitativos y cualitativos. Este enfoque ha sido documentado como eficaz en varios estudios recientes (Rasoolimanesh et al., 2021). La integración y combinación de métodos cualitativos y cuantitativos ofrece una mayor comprensión en los fenómenos de estudio, además estos pueden resultar en un entendimiento más profundo y matizado de las dinámicas turísticas y patrimoniales. Al aplicar esta metodología en el caso de estudio de la ciudad de Latacunga, este estudio proporciona un marco valioso que no solo evalúa el impacto actual de las estrategias desarrolladas,

sino que también establece un camino hacia la mejora continua y la adaptación en el contexto de la promoción del patrimonio cultural.

Si bien, el presente estudio subraya la necesidad de evaluar y adaptar las estrategias de promoción en función de la percepción de los actores locales y de los turistas, lo que ofrece un modelo referencial para la conservación y la valorización del patrimonio cultural y arquitectónico en contextos similares. La declaración del turismo sostenible debe estar profundamente ligado a la preservación cultural ha sido respaldada por varias fuentes en los últimos años, validando la relevancia de la investigación en este campo.

Conclusión

En el artículo se presenta un análisis detallado de las estrategias de promoción del patrimonio cultural y arquitectónico del Centro Histórico de Latacunga, evidenciando la debilitada visibilidad que estas tienen en el ámbito turístico y el debilitado conocimiento de sus habitantes. El estudio realizado sugiere que, una promoción más efectiva potenciaría de manera significativa el desarrollo del turismo sostenible en la región, lo cual a su vez permitirá el crecimiento económico local.

Uno de los hallazgos más relevantes indica que las estrategias de promoción implementadas tienen un impacto considerable en la percepción del desarrollo turístico y económico, de manera que los actores locales y turistas tienen un debilitado conocimiento sobre las estrategias comunicacionales del patrimonio que posee Latacunga. De la misma manera, los datos recolectados apoyan la hipótesis inicial del estudio, subrayando que, es importante fortalecer estrategias adecuadas para la promoción y que estas a su vez, impacten de manera positiva en la valorización del patrimonio.

Además, se realizó un exhaustivo trabajo metodológico utilizando enfoques mixtos que combinaron métodos cuantitativos y cualitativos, permitiendo una comprensión más profunda de los diversos aspectos implicados en la promoción turística. Este enfoque multifacético ha sido esencial para identificar las estrategias más efectivas que pueden ser implementadas en futuros planes de acción.

La investigación aporta un modelo que no solo es aplicable a la ciudad de Latacunga, sino que también puede servir como referencia para otros contextos con características similares, resaltando la importancia de adaptar las estrategias de promoción según la percepción de los involucrados. Al mismo tiempo, destaca cómo la sostenibilidad del turismo y la conservación del patrimonio están relacionadas entre sí, según los últimos estudios que ha ganado lugar en la literatura reciente.

En conclusión, los resultados de este estudio enfatizan la necesidad urgente de implementar estrategias promocionales eficaces para la difusión del Centro Histórico de Latacunga. En efecto, la valorización adecuada del patrimonio cultural y arquitectónico no solo beneficiará la percepción

de los turistas, sino que también impulsará un desarrollo económico sostenible que favorezca a la comunidad local. De esta forma, la investigación plantea un camino claro para el mejoramiento del turismo en la ciudad, proponiendo una interacción sustentable que priorice tanto la economía local como la preservación cultural.

Referencias

- Azorín, J. F. M., Feijóo, S. F., & Barrios, E. L. E. (2024). *Métodos mixtos de investigación: Integrando métodos cuantitativos y cualitativos*. Ediciones Pirámide.
- Barreto, P. del R. P., Ayala, M. A. S., & Andrade, J. E. O. (2023). El turismo como factor de desarrollo económico en la ciudad de Cuenca-Ecuador. *ConcienciaDigital*, 6(1.3), 97-121. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v6i1.3.2525>
- Chico-Brito, F. J., & Moreno-Gavilanes, K. A. (2024). Plan de gestión de marca urbanista basado en los factores arquitectónicos, culturales y turísticos de la ciudad de Ambato. *MQRInvestigar*, 8(1), 1-21. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.8.1.2024.1-21>
- Durán Ramírez, A. L., Ormaza Andrade, J. E., & Ortega Castro, J. C. (2023). Plan de marketing y calidad de servicio para una comercializadora de productos de primera necesidad. *MQRInvestigar*, 7(1), 1222-1243. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.1.2023.1222-1243>
- García Zambonino, M., Toala Columba, E., & Tapia León, J. (2023). Cadena de valor: Un análisis del desarrollo turístico del cantón Latacunga. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(3), 940-954.
- Hernández-Mogollón, J. M., Pasaco-González, B. S., & Campón-Cerro, A. M. (2020). Aplicación del enfoque experiencial a la innovación de marketing de destinos turísticos: Recomendaciones para su implementación en Ecuador. *Innovar*, 30(77), 63-76. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87429>
- Huete-Alcocer, N., López-Ruiz, V. R., & Grigorescu, A. (2019). Measurement of Satisfaction in Sustainable Tourism: A Cultural Heritage Site in Spain. *Sustainability*, 11(23), 6774. <https://doi.org/10.3390/su11236774>
- London, S., Rojas, M. L., & Candias, K. (2021). Turismo sostenible: Un modelo de crecimiento con recursos naturales. *Ensayos de Economía*, 31(58). <https://doi.org/10.15446/ede.v31n58.88712>
- Luque, J. B., Covarrubias, J. E. O., & López, M. C. C. (2025). Regeneración urbana y turistización en el centro histórico de San José del Cabo, Baja California Sur, México (1974-2022). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(1), 227-242. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.015>
- Manya Grefa, Y. S., Erazo Alvarez, G. O., & Ormaza Andrade, J. E. (2024). Modelo de gestión del turismo rural en la comunidad kichwa de Pandanuque. *ConcienciaDigital*, 7(2.1), 93-110. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v7i2.1.3038>
- Medina Rodríguez, A., Tanda Díaz, J., Pons García, R. C., & Rodríguez Veiguela, Y. (2022). Identificación del patrimonio cultural tangible inmueble para el desarrollo del turismo local. Caso Matanzas. *Cooperativismo y Desarrollo*, 10(1), 44-62.
- Osuna Flores, I. (2024). Situación actual del turismo sustentable en México. *Revista Científica Arbitrada de la Fundación MenteClara*, 9. <https://doi.org/10.32351/rca.v9.373>

- Pallant, J. (2020). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using IBM*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003117452>
- Perera Téllez, G., Betancourt García, M. E., Coll Ramis, M. Á., Perera Téllez, G., Betancourt García, M. E., & Coll Ramis, M. Á. (2021). Procedimiento para la gestión integrada de destinos turísticos en ciudades patrimoniales. Un enfoque desde el desarrollo local. *Retos de la Dirección*, 15, 122-146.
- Ramírez, M. W. (2020). Aportes de la comunicación para la difusión del patrimonio cultural. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 25(1), 49-55. [https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25\(1\).49-55](https://doi.org/10.35742/rcci.2020.25(1).49-55)
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M., & Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>
- Rivera-Mateos, M., & Santana-Moncayo, C. (2024). Ciudades, patrimonio arquitectónico y turismo: Un análisis perceptual desde la perspectiva de los residentes en Guayaquil (Ecuador). *urbe. Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 16. <https://doi.org/10.1590/2175-3369.016.e20230306>
- Salinas Niacato, L. F. (2024). *La fotogrametría en el levantamiento del patrimonio edificado. Caso de estudio: Ciudad de Latacunga* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica Indoamérica]. <https://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/7289>
- Santana Moncayo, C. A. (2024). *Las políticas locales de protección y puesta en valor turístico-cultural del patrimonio arquitectónico en las ciudades de Quito, Cuenca y Guayaquil (Ecuador). Un análisis comparado* [Tesis de doctorado, Universidad de Córdoba]. <http://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/28623>
- Vargas Riera, O. A., & Cárdenas Pérez, A. D. L. A. (2023). Innovación como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga. *Religación*, 8(38). <https://doi.org/10.46652/rgn.v8i38.1106>

Autores

Deysi Mireli Pacheco-Cajas. Maestrante en el programa de Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos.

Guido Olivier Erazo- Alvarez. Docente de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Jorge Ormaza-Andrade. Docente tutor, de la Maestría en Administración de Empresas con mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés

No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.

Financiamiento

Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.

Nota

El artículo es original y no ha sido publicado previamente.