



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSTGRADO



MAESTRÍA EN ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS

**PRODUCTO TURÍSTICO DE LOS ATRACTIVOS ARQUEOLÓGICOS DE LA
CULTURA INCA-CARANQUI DE LA PARROQUIA DE CARANQUI,
CANTON IBARRA.**

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Magíster en
Ecoturismo en Áreas Protegidas**

DIRECTOR:

Dr. Jesús Aranguren Carrera

AUTOR:

Gonzalo Xavier Checa Ramírez

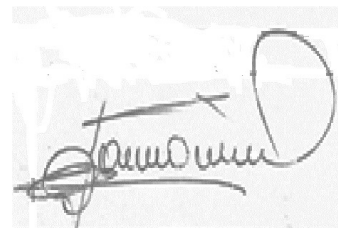
IBARRA - ECUADOR

2017

APROBACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he leído la Tesis de Maestría, presentada por el ciudadano GONZALO XAVIER CHECA RAMÍREZ, para optar al Grado de Magíster en Ecoturismo en Áreas Protegidas, cuyo título es: PRODUCTO TURÍSTICO DE LOS ATRACTIVOS ARQUEOLÓGICOS DE LA CULTURA INCA-CARANQUI DE LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTON IBARRA.

En la ciudad de Ibarra, a los 06 días del mes de abril de 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jesus Aranguren', is written over a faint, illegible stamp or background.

JESUS ARANGUREN

C.I.: 1757181183

APROBACIÓN DEL JURADO



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSGRADO**



CARTA DE ACEPTACION TUTORES

19 de abril de 2018

Magíster
Lucía Yépez
DIRECTOR(a) POSGRADO UTN

De nuestras consideraciones:

Nos permitimos informar a usted que revisado el Trabajo de Grado del (de la) maestrante: CHECA RAMIREZ GONZALO XAVIER, del Programa de Maestría en: EN ECOTURISMO Y MANEJO DE ÁREAS PROTEGIDAS, con el tema: PRODUCTO TURÍSTICO DE LOS ATRACTIVOS ARQUEOLÓGICOS DE LA CULTURA INCA-CARANQUI DE LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTON IBARRA, tenemos a bien certificar que han sido acogidas y satisfechas todas las observaciones realizadas .

En tal virtud, facultamos empastar el mencionado trabajo y que su tutor solicite fecha para defensa pública.

Agradecemos su atención.

Atentamente,

	Apellidos y Nombres	Firma
Asesor:	ROLANDO LOMAS TAPIA	
Tutor:	JESÚS ARANGUREN CARRERA	

AUTORÍA

Yo, GONZALO XAVIER CHECA RAMÍREZ, declaro bajo juramento qué, el presente trabajo es de mi autoría, que no ha sido previamente presentando para ningún grado, ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que son parte de este escrito investigativo.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Checa', with a large, sweeping flourish extending to the right.

GONZALO XAVIER CHECA RAMÍREZ

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

La Universidad Técnica del Norte, dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, y con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión universitaria, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital.

Por medio del presente documento, dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición el siguiente documento:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD	1002279352
APELLIDOS Y NOMBRES	CHECA RAMÍREZ GONZALO XAVIER
DIRECCIÓN	Caranqui, calle Princesa Paccha 15-243 y Duchicela
EMAIL	xaviercheca@gmail.com
TELÉFONO	Móvil 0992890567 Fijo 062 652 479 / 652 885
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	PRODUCTO TURÍSTICO DE LOS ATRACTIVOS ARQUEOLÓGICOS DE LA CULTURA INCA-CARANQUI DE LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTON IBARRA
AUTOR	GONZALO XAVIER CHECA RAMÍREZ
FECHA	Abril 2018
PROGRAMA	POSTGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA	Magister en Ecoturismo en Áreas Protegidas
ASESOR/DIRECTOR	Dr. Jesús Aranguren Carrera

**CESION DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, CHECA RAMÍREZ GONZALO XAVIER con cédula de ciudadanía No. 1002279352 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “PRODUCTO TURÍSTICO DE LOS ATRACTIVOS ARQUEOLÓGICOS DE LA CULTURA INCA-CARANQUI DE LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTON IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de MAGISTER EN ECOTURISMO EN AREAS PROTEGIDAS en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo el derecho moral de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Nombre: Checa Ramírez Gonzalo Xavier

Cédula: 1002279352

Ibarra, abril 06 de 2018

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios, por otorgarme la sabiduría, fortaleza de mi corazón, iluminar mi mente y la salud para lograrlo este trabajo de investigación.

A mis queridos Padres Segundito y Anita, por ser mí modelo de superación, por su comprensión y ayuda en los momentos buenos y malos, por sus constantes desvelos, por enseñarme a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad, ni fallecer en el intento.

A mi esposa Patricia, mis hijos Pamela, Gabriela y Francisco y mis hermanos Anita, Andrés y Santiago, quienes han sido mis compañeros inseparables, en los momentos de alegrías, tristeza y triunfos, quienes estuvieron muy cerca desinteresadamente y generosamente me incentivaron para la culminación de mis formación profesional.



Gonzalo Xavier Checa Ramírez

RECONOCIMIENTO

Nuestros sinceros reconocimiento a las Autoridades Universitarias del Instituto de Postgrado, a los señores Catedráticos de la Maestría en Ecoturismo y Manejo de Áreas Protegidas y de una manera especial al Doctor Jesús Aranguren Carrera Tutor del trabajo de investigación, quien en forma desinteresado y con sus elevados conocimientos vocación de educador contribuyó a forjar y moldear nuestra formación Profesional.

Además nuestra gratitud a las personas de alguna forma directa o indirectamente contribuyeron a la realización del presente trabajo de investigación, quienes colaboraron ya sea con información y con trabajos de investigación de la Parroquia de Caranquí, de la Unidad Educativa Fiscomisional Nuestra Señora de Fátima y de la Universidad Técnica del Norte, para la culminación del presente trabajo de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	pp. vii
RECONOCIMIENTO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
Introducción.....	1
Capítulo I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 Problema de investigación.....	2
1.2 Objetivo de la investigación.....	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos.....	3
1.3 Justificación.....	3
CAPÍTULO II.....	5
MARCO REFERENCIAL.....	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.2 Marco teórico.....	10
2.2.1 Turismo: fenómeno social, económico y cultural.....	10
2.2.2 El turismo la integración de varias disciplinas.....	12
2.2.3 Impactos del turismo: cambios como consecuencia de la actividad turística.....	14
2.2.4 Producto turístico.....	16
2.2.5 Oferta y demanda turística.....	19
2.2.5.1 La demanda turística: bienes y servicios que buscan satisfacer las necesidades del turista.....	19
2.2.5.2 La oferta turística: bienes y servicios para el turista.....	20
2.6 Turismo en el Ecuador: un país de grandes contrastes naturales y culturales.....	21
Turismo en Imbabura: provincia de diversidad étnica y cultural.....	23
2.8 Turismo en Ibarra.....	26
2.9 Cultura patrimonio y tiempo: base del turismo cultural.....	26
2.10 El patrimonio cultural y el buen vivir de los pueblos.....	29
2.11 El patrimonio cultural y la revitalización de la memoria.....	31
2.12 El pueblo Caranqui o caras.....	32
2.13 Atahualpa: Icono cultural del Ecuador.....	33
2.14 Museos arqueológicos y etnográfico Atahualpa.....	35
2.15 Inca Huasi o casa de Inca: lugar de rituales.....	37
2.16 Marco Legal.....	38
CAPÍTULO III.....	41
MARCO METODOLÓGICO.....	41
3.1 Descripción del área de estudio.....	41
3.2 Tipo de investigación.....	43
3.3 Procedimiento de investigación.....	43
Consideraciones bioéticas.....	47
CAPÍTULO IV.....	48
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	48
CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES.....	79
REFERENCIAS.....	80
ANEXOS.....	84

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA	pp.
Tabla 1. Clasificación del patrimonio cultural Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Ecuador.....	28
Tabla 2. Diseño Metodológico por cada fase de análisis de la investigación del Inca Huasi.....	43
Tabla 3. Aplicaciones y alcance de un registro del patrimonio cultural.....	44
Tabla 4. Ficha 1 del inventario de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca -Caranqui.	48
Tabla 5. Ficha 2 del inventario de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca -Caranqui.....	53
Tabla 5. Matriz F.O.D.A de la valoración del potencial turístico de los atractivos arqueológicos del Inca Huasi de la cultura Inca – Caranqui.....	57
Tabla 6. Distribución según el sexo de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.....	60
Tabla 7. Distribución según la edad de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	60
Tabla 8. Distribución según el nivel educativo de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	61
Tabla 9. Motivo de vista de los turistas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	62
Tabla 10. Lugar de procedencia de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	63
Tabla 11. Modalidad de visita de los turistas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	63
Tabla 12. Frecuencia de vista de los turistas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	64
Tabla 13. Actividades a realizan los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	65
Tabla 14. Información de lugar de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	65
Tabla 15. Conocimiento de un corredor turístico que tienen los visitantes sobre los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	66
Tabla 16. Visita a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui...	66
Tabla 17. Actividades realizadas que realizan los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.....	67
Tabla 18. Interés de los comerciantes de la zona arqueológica por adquirir conocimientos de la cultura Inca Caranqui.....	68
Tabla 19. Distribución según el sexo de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.....	69
Tabla 20. Distribución según la edad de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.....	70
Tabla 21. Distribución según el nivel educativo de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.....	70
Tabla 22. Tiempo de permanencia en la actividad económica de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.....	71

Tabla 23. Conocimiento del sitio arqueológico Inca Huasi de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.....	71
Tabla 24. Opinión de la afluencia de visitantes por parte de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.....	72
Tabla 25. Tipo de visitantes que frecuentan en la actividad económica según la opinión de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.....	73
Tabla 26. Conocimiento de un corredor turístico auto guiado de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA	pp.
Figura 1. Piscina, templo de agua o Inca Huasi. Parroquia Caranqui, Ibarra.	6
Figura 2. Canal principal de piedra que trasladaba agua a lo largo del lado sur-este de la estructura del Inca Huasi.	6
Figura 3. Celebración del Inti Raimi en Inca Huasi, Parroquia Caranqui-Ibarra	19
Figura 3. Parque de Caranqui, parroquia Caranqui, cantón Ibarra	33
Figura 4. Muros en el Inca Huasi con la técnica de la pirca (paredes levantadas con cantones rodados, asentado con mortero de tierra).	34
Figura 5. Palacio de Atahualpa, parroquia Caranqui, cantón Ibarra.	35
Figura 6. Antiguo museo de Atahualpa en la parroquia de Caranqui-Ibarra.	36
Figura 7. Elementos de la cultura Caranqui. Sala Caranqui, Centro Cultural El Cuartel	36
Figura 9. Inca Huasi construcción imperial Inca. Parroquia Caranqui, Cantón Ibarra.	37
Figura 10. Ubicación de la parroquia Caranqui, área de estudio Fuente: Instituto Geográfico Militar.	42
Figura 11. Plano de ubicación del Inca Huasi, parroquia Caranqui, Catón Ibarra.	42

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ECOTURISMO EN AREAS
PROTEGIDAS
PRODUCTO TURÍSTICO DE LOS ATRACTIVOS ARQUEOLÓGICOS
DE LA CULTURA INCA-CARANQUI DE LA PARROQUIA DE CARANQUI,
CANTON IBARRA

Autor: Gonzalo Xavier Checa Ramírez

Tutor: Dr. Jesús Aranguren Carrera

Año: 2018

RESUMEN

El Cantón Ibarra, fue un polo de desarrollo de las culturas prehispánicas, prueba de ello son los vestigios arqueológicos, que se localizan en las parroquias de Caranqui, Sagrario y San Antonio. Sin embargo, a estos sitios no se les ha dado la debida importancia. En el Inca Huasi existen elementos materiales arqueológicos de valor monumental, simbólico para el pueblo Caranqui, que constituyen testimonios que identifican una época y al grupo étnico, estos pueden ser observados por visitantes en el desarrollo de un turismo cultural. La investigación propone un producto turístico arqueológico de la cultura Inca - Caranqui en la Parroquia de Caranqui, Cantón Ibarra. La presente investigación es de enfoque mixto, con alcance descriptivo, de campo y documental. Se dividió en 4 fases: 1) Atractivos turísticos arqueológicos de la cultura Inca –Caranqui; 2) Valoración del potencial turístico de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui 3) Perfil de los visitantes potenciales que llegan hasta los atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui, parroquia Caranqui, Canton Ibarra y 4) Propuesta de un producto turístico, donde incluya un corredor turístico autoguiado para el Inca Huasi. Los resultados demostraron que existe falta de información por parte de los residentes y visitantes sobre la cultura Caranqui y sus sitios arqueológicos, a pesar de ser el asentamiento Inca de mayor importancia en el extremo norte de Ecuador y poseer un complejo arquitectónico como es la piscina para baños rituales, denominada Inca Huasi. De acuerdo a los entrevistados la actividad productiva de la parroquia Caranqui, podrá ser potenciada con el desarrollo del turismo en la zona, a partir de sus ruinas arqueológicas del Inca Huasi. La propuesta de un producto turístico, donde incluya un corredor turístico en la parroquia Caranqui promovería la visita al sitio arqueológico Inca Huasi, potenciando la llegada de visitantes a la zona y con ello dinamización de la economía del sector.

Palabras clave: Producto turístico, turismo cultural arqueológico, Caranqui. Inca Huasi.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA

**PRODUCTO TURÍSTICO DE LOS ATRACTIVOS ARQUEOLÓGICOS DE LA
CULTURA INCA-CARANQUI DE LA PARROQUIA DE CARANQUI,
CANTON IBARRA**

Autor: Gonzalo Xavier Checa Ramírez

Tutor: Dr. Jesús Aranguren

Año: 2018

ABSTRACT

The Canton Ibarra, was a pole of development of the prehispanic cultures, proof of it are the archaeological vestiges, which are located in the parishes of Caranqui, Sagrario and San Antonio. However, these sites have not been given due importance. In Inca Huasi there are archaeological material elements of monumental value, symbolic for the Caranqui people, which constitute testimonies that identify an era and the ethnic group, these can be observed by visitors in the development of a cultural tourism. The research proposes an archaeological touristic product of the Inca culture - Caranqui in the Parish of Caranqui, Cantón Ibarra. The present investigation is of mixed focus, with descriptive, field and documentary scope. It was divided into 4 phases: 1) Archaeological tourist attractions of the Inca culture -Caranqui; 2) Assessment of the tourist potential of the archaeological attractions of the Inca culture - Caranqui 3) Profile of the potential visitors that arrive to the archaeological attractions of the Inca culture - Caranqui, Caranqui parish, Canton Ibarra and 4) Proposal of a tourist product, where it includes a self-guided tourist corridor for the Inca Huasi. The results showed that there is a lack of information on the part of residents and visitors about the Caranqui culture and its archaeological sites, despite being the most important Inca settlement in the far north of Ecuador and having an architectural complex such as the swimming pool ritual baths, called Inka Huasi. According to the interviewees, the productive activity of the Caranqui parish, can be enhanced with the development of tourism in the area, from its archaeological ruins of the Inca Huasi. The proposal of a tourist product, including a tourist corridor in the Caranqui parish, would promote the visit to the Inca Huasi archaeological site, boosting the arrival of visitors to the area and thereby boosting the economy of the sector.

Keywords: Tourism product, archaeological cultural tourism, Caranqui. Inca Huasi.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En tiempos pre hispánico en América del sur existió un imperio poderoso que es el de los Incas. Ellos empezaron a explorar y conquistar otras culturas y dentro de sus cruzadas llegaron a territorio Caranqui donde sometieron a sus aborígenes y como pacto de paz el emperador Inca Huayna Cápac contrajo nupcias con la Princesa Paccha Doncella del pueblo Caranqui del cual nació Atahualpa considerado como el último Inca del imperio. En Caranqui se asentaron réplicas de templos incas como símbolo de conquista. Actualmente existe un sitio que se considera de gran importancia ya que es donde se realizaban los rituales de aquella época.

Este sitio es el, Inca Huasi o baño del Inca, pero falta descubrir el Inti Wasi (Casa del Sol), que se afirma que se encuentra bajo el altar mayor del Santuario del Señor del Amor que se venera en la parroquia, en el que se supone que deben existir vasijas de oro y plata, y que sus paredes están tapizadas con planchas de estos metales preciosos. Los dos espacios Inca Huasi e Inti Wasi son cercanos y se conoce por información de caranqueños mayores que entre los dos ambientes patrimoniales existe comunicación por túneles, que pocos individuos se han propuesto ingresar por el temor a la obscuridad, a la presencia de animales y a la falta de oxígeno.

Hacia el oriente al norte y al sur se construyeron edificaciones que representaban el dominio de este pueblo Caranqui, pero lastimosamente las edificaciones actuales han destruido estos túneles que las conectaban, dominio que llega a la propiedad de los herederos de la señora Dina Clerque (entre la intersección de las calles Huaca y Princesa Pacha). En esta propiedad se aprecia en la actualidad puertas y sótano con piedra labrada, que corresponden a la cultura Caranqui.

El Inca Huasi fue descubierto en la década de los 90 y el Municipio de San Miguel de Ibarra se adjudicó como dueño del predio, pero poco se ha hecho para difundir este sitio y dar a conocer a los visitantes que acuden a la parroquia a la degustación del tradicional pan de leche y los helados de crema.

Si se desarrolla no sólo el turismo de gastronomía, sino el cultural con la visita al Inca Huasi en la zona, la actividad turista puede ayudar a la parroquia Caranqui a promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades vinculadas con el turismo, incidiendo en la generación del PIB.

En el Inca Huasi existen elementos materiales arqueológicos de valor monumental, simbólico para el pueblo Caranqui, que constituyen testimonios que identifican una época y al grupo étnico, estos pueden ser observados y palpados por el visitante en el desarrollo de un turismo cultural.

Todas estas razones conllevan a la necesidad de realizar una propuesta de un corredor turístico en el sector, resaltando la visita al sitio arqueológico y con ello dinamizar la economía del sector y potencializar el turismo en la zona.

1.1 Problema de investigación

El Cantón Ibarra, fue un polo de desarrollo de las culturas prehispánicas que desplegaron sus actividades vivenciales, prueba de ello han quedado al descubierto los vestigios que son áreas de gran importancia histórica arqueológica, estas se localizan fundamentalmente en las parroquias de Caranqui, Sagrario y San Antonio; sin embargo, a estos sitios no se les ha dado la debida importancia.

Los lugares arqueológicos que se encuentran en el Cantón de Ibarra forman parte del patrimonio prehispánico del país y parte de la América del Sur, debido a que se consideran estos sitios réplicas de monumentos sagrados del imperio inca, estos lugares han sufrido deterioro, abandono, destrucción por aficionados que se han realizado excavaciones y otros que los han utilizado como huaquearías, lo que ha impedido el rescate en su totalidad de estos lugares y no se ha podido potencializarlos como productos turísticos, los cuales permitirían un desarrollo económico del sector.

Las parroquias de Caranqui, Sagrario y San Antonio cuentan con sitios arqueológicos, pero no se benefician directamente de estos recursos, posiblemente por el

desconocimiento de la existencia de estos sitios y la poca importancia que se le da a conocer sobre su cultura.

En este contexto, es conveniente desarrollar un producto turístico en la parroquia de Caranqui sobre el atractivo arqueológico existente, que destaque la importancia histórica de la cultura Inca – Caranqui.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Proponer un producto turístico arqueológico de la cultura Inca - Caranqui en la Parroquia de Caranqui, Cantón Ibarra

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar los atractivos turísticos arqueológicos de la cultura Inca –Caranqui, Cantón Ibarra.
- Valorar el potencial turístico de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.
- Establecer el perfil de los visitantes potenciales que lleguen hasta los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.
- Diseñar un producto turístico de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

1.3 Justificación de la investigación

En el Ecuador existen vestigios arqueológicos que aún se conservan, estos podrían ser parte de la oferta turística que se oferte en el país y con ello dar a conocer la identidad, costumbres tradiciones que son parte de las raíces de los pueblos, lo cual debería ser difundido tanto para el turista nacional como al extranjero.

El Estado Ecuatoriano tiende a conservar la plurinacionalidad e interculturalidad planteando la unidad en la diversidad, reconociendo la existencia de las nacionalidades indígenas (14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas), afros ecuatorianos y montubios que se comunican en 12 lenguas, reconocidos por su identidad ecuatoriana que hacen del bagaje cultural ecuatoriano muy rico.

Además, Atahualpa no ha merecido el homenaje nacional del reconocimiento que corresponde por su importancia histórica; sólo en Caranqui se ha construido un monumento junto a otros símbolos que posee la Parroquia urbana y San Antonio. Es necesario investigaciones que aporten al conocimiento sobre Atahualpa, trabajos arqueológicos y etnohistóricos para ser utilizados en el desarrollo de la actividad turística en el sector y este se constituya un polo de desarrollo del turismo.

Con el fin de valorar el turismo local y de la parroquia, esta investigación contribuirá con un diseño de producto turístico para dar a conocer la riqueza arqueológica y el realce que tuvo a lo largo de la historia el pueblo ancestral como fue el karanki.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

Según Bray y Echevarría (2017) en su investigación indica, que la población de Caranqui ha sido desde hace algún tiempo reconocido como el distrito antiguo de Ibarra, fundada en 1606 con tierras expropiadas de los indios de Caranqui, entre los cuales explícitamente se nombre a Doña Joana Atabalipa (Tobar, 1985).

En la segunda mitad de 1990, investigaciones conducidas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) revelaron los cimientos de tres estructuras Inca rectangulares, así como de una serie de canales cubiertos de piedra al este del callejón La Huaca y al nor-este del gran edificio Inca (Tobar, 1998).

Como consecuencia de estos hallazgos, este sector de Caranqui fue declarado zona arqueológica protegida por el INPC en 1998. A pesar de ello, la zona donde se encontraron las estructuras Inca continuó siendo utilizada para la manufactura de ladrillos, hasta que fue comprado por el municipio de Ibarra en el 2006.

Bray y Echevarría (2017) señalan que el área del sector oeste del lote municipal pudo integrar una porción de la zona residencial para la elite Inca y los funcionarios imperiales de alto rango. Estos edificios parecen estar segregados espacialmente del templo semisubterráneo al este por un canal con dirección norte-sur que posiblemente dividía esta zona, pareciera tratarse de una estructura sobre la superficie.

En el sector noreste de este dos bases de paredes de piedra (120 cm. de ancho) con orientaciones este-oeste fueron excavadas en el 2008 y 2009. Una se encuentra inmediatamente al norte de la estructura semisubterránea. El autor anteriormente citado señala que, pudo haber servido como base de una pared de cerramiento designada para contener la vista de las actividades que ocurrían en el área de la piscina, templo de agua o Inca Huasi, la que se supone era destinada para actividades rituales (Figura 1).



Figura 1. Piscina, templo de agua o Inca Huasi. Parroquia Caranqui, Ibarra.

El flujo de agua tanto desde y hacia esta estructura semisubterránea fue esencial para la actividad ritual que se ejecutara en ella. El agua fue dirigida a este lugar ceremonial desde el sur y entraba por medio de una serie de chorreras en el lado sur y un canal principal de piedra que corría a lo largo del lado sur-este de la estructura (Figura 2). Según la información recogida por Echeverría (2009) del señor Luis Molina de 70 años de edad, oriundo de San Gabriel, Carchi, quien vive 40 años en Caranqui y trabaja de plomero y haciendo adobes, hasta hace unos 10 años había un canal de agua que cruzaba por el terreno al sur de Miguel Dávila, y salía sesgo a la esquina sureste del “baño del Inka.



Figura 2. Canal principal de piedra que trasladaba agua a lo largo del lado sur-este de la estructura del Inca Huasi.

Los atractivos arqueológicos como los señalados anteriormente, han cumplido un rol muy importante dentro de las ofertas turísticas que permiten las diferentes agencias de viajes, ya sea en el país o a nivel mundial. Al fomentar este tipo de turismo se está reconociendo la historia de un pueblo con sus costumbres sus orígenes y parte de la historia que tuvieron las poblaciones.

Según Moreno y Sariego (2017) la arqueología es una ciencia que tiene como objetivo el conocimiento de la historia y la prehistoria para ponerla al servicio de la sociedad. Por esta razón, su relación con la actividad turística es esencial ya que contribuye a la generación de ingresos que auspicien la conservación, investigación y difusión del patrimonio arqueológico. Señala además, que es necesario conocer la tipología turística basada en el patrimonio arqueológico teniendo en cuenta sus particularidades. Además, indica que son fundamentales las relaciones entre ambas disciplinas para el desarrollo económico de las comunidades.

Ruarte (2014) señala que, las estructuras arqueológicas utilizadas en la actividad turística, conllevan a su rescate y puesta en valor tanto para reforzar la identidad de la comunidad local como para su desarrollo local. Así mismo, indica que entendiendo que el turismo es una de las actividades principales del siglo XXI y que el mismo contribuye al fortalecimiento y puesta en valor de la cultura de cada lugar, se puede lograr una recuperación, restauración, protección del patrimonio. En especial la modalidad de turismo cultural que tiene el propósito de revelar y revalorizar uno de los componentes esenciales de la cultura viva como lo es la identidad de un territorio.

La misma autora citada anteriormente señala que, un aspecto importante en la investigación del patrimonio cultural y del patrimonio arqueológico como parte de él, es conocer y entender los valores atribuidos a los bienes culturales para una sociedad determinada. Esto permite conocer las razones por las cuales el público se dirige a espacios culturales de este tipo, sus preferencias y razones de rechazo, de qué modo se apropia de este patrimonio y qué dificultades encuentra para relacionarlo con su vida cotidiana.

Xicarts (2005) encuentra en sus investigaciones sobre turismo arqueológico, que es importante considerar cómo los individuos de una comunidad perciben y valoran el patrimonio arqueológico incorporado a la actividad turística.

Walker y Carr (2013) reportan que desde los comienzos de la ciencia arqueológica, en el siglo XVIII, la relación existente entre arqueología y turismo fue distante debido a la postura de los arqueólogos y de la percepción destructiva del desarrollo turístico espontáneo. Además, para muchos arqueólogos la actividad turística representa otro grupo que quiere apropiarse y manipular su trabajo; y el turismo considera a los arqueólogos como un elemento propenso a interferir y complicar los planes de promoción turística de los destinos. Sin embargo, es necesario un cambio en el pensamiento de los arqueólogos, con una postura en términos de divulgación a la sociedad a través del contacto directo de los visitantes con los restos arqueológicos.

Moreno y Sariego (2017) concluyen en sus investigaciones sobre el turismo cultural utilizando restos arqueológicos, que estos permiten revelar cosas sobre el pasado, y probablemente sobre el presente que no se conocían previamente y ayudar a comprender el funcionamiento y evolución del mundo.

Los mismos autores señalan que, los yacimientos arqueológicos son el recurso más importante a la hora de estructurar servicios y productos turísticos relacionados con la arqueología. Para ello se debe acondicionar el yacimiento arqueológico. Pérez-Juez (2011) realizan una propuesta de agrupación para manejar los yacimientos, estos son: yacimientos intervenidos y abiertos a la visita; yacimientos intervenidos y acondicionados: parques arqueológicos; yacimientos reconstruidos; parques de historia recreada y campos de batalla. Para el caso de la zona de trabajo de esta investigación el Inca Huasi, corresponde a los yacimientos intervenidos y abiertos a la visita.

De acuerdo a la categoría propuesta por Ruiz (1998) quien sostiene que en las ofertas turísticas de sitios arqueológicos y parques de arqueología se puede trazar una escala gradación: por ejemplo, de lo más auténtico y científico a lo más artificial, lo más aburrido a lo más entretenido; o, finalmente, de lo más difícil de visualizar a lo más fácil de ver, las categorías propuestas son: sitio arqueológico presentado con mínima conservación e información; parque arqueológico o de sitio; sitio arqueológico

reconstruido casi integralmente y debidamente presentado; parque de arqueología con estructuras reconstruidas inspiradas directamente en el caso de un yacimiento y con paisaje de época restituido y parque de arqueología convencional con estructuras ideales y paisaje actual. Para el Inca Huasi correspondería a sitio arqueológico presentado con mínima conservación e información.

El Inca Huasi es uno de los atractivos arqueológicos de la época incaica, en la parroquia de Caranqui, que significa Baño en la Casa del Inca, un complejo que se cree que era destinado al culto de dioses de su época, y también se realizaban baños de rituales de los emperadores incas en donde importante función desempeñaron las vírgenes del sol (Echeverría, 2009).

En 1998 investigaciones conducidas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) revelaron los cimientos de tres estructuras incaicas rectangulares, así como una serie de impresionantes canales cubiertos de piedra en un lote al este de un callejón llamado Huaca y al noreste del gran edificio Inca (Echeverría y Uribe, 1995). Como consecuencia de estos hallazgos, este sector de Caranqui fue declarado zona arqueológica protegida por el INPC en el mismo año del descubrimiento.

Con respecto a quien dispuso la construcción de este sitio y porque, los escritos etnohistóricos son contradictorios, los unos lo atribuyen al Emperador Huayna Cápac, para propósitos conmemorativos y los otros dicen que fue su hijo Atahualpa, como una preparación para su coronación como el nuevo Sapa Inca. Las investigaciones arqueológicas realizadas en Inca Huasi en los últimos años ofrecen nuevas perspectivas sobre la importancia de este sitio, estrategias incaicas del arte de gobernar durante las últimas fases de la expansión imperial, y las formas en que las instalaciones estatales incas comunicaban y forzaban a los nuevos sistemas de orden en las provincias. (GAD IBARRA, 2017).

Cuando un sitio arqueológico como el Inca Huasi se revaloriza en el ámbito turístico, puede recibir visitantes y considerarse un atractivo turístico. Es así que el yacimiento arqueológico visitable deja de ser un enclave de interés exclusivamente científico para pasar a la esfera de lo público, de lo docente, de lo didáctico, y por ello de lo musealizado, de lo museable y del Museo (Morère y Jiménez, 2007).

Díaz (2014) que como resultado de sus investigaciones concluye, que a finales del siglo XX se ha comenzado a producir un acercamiento y una colaboración cada vez más necesaria entre turismo y arqueología fruto de las necesidades generadas por la afluencia masiva de visitantes a determinados recursos arqueológicos y el desarrollo del turismo cultural en áreas arqueológicas. La demanda de productos turísticos arqueológicos está creciendo constantemente desde hace varias décadas a nivel internacional. El turismo arqueológico se ha extendido desde los años setenta en muchas ocasiones a áreas antes raramente visitadas y es parte de los cambios económicos y sociales que éste está provocando, y este puede ser el caso de atractivo turístico Inca Huasi en la parroquia Caranqui, que por su singularidad, es único en la historia de este pueblo, que tiene como icono histórico a uno de los más importantes Inca, como fue Atahualpa.

Una vez descubierto y al conocer el potencial histórico que tiene el sitio, como es el caso de Inca Huasi, es necesario crear un producto turístico que explote el potencial del lugar. La presente investigación tiene como fin el proponer el producto turístico Inca Wasi, donde se desarrolle un corredor turístico auto guiado.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Turismo: fenómeno social, económico y cultural

Krapf (1953) señala que el turismo puede entenderse desde dos perspectivas: a) como una actividad humana que se refleja en la ausencia pasajera del domicilio habitual por causa psico-físicas, y, b) el equipamiento técnico-económico para facilitar dicha actividad.

Desde estas dos dimensiones, se identifica al turismo tanto en su contexto subjetivo como en su contexto objetivo. La subjetividad determinada por los motivos de los viajes que obedecen a razones que van desde el descanso, la obtención de conocimiento, la búsqueda de la verdad, cuestiones, deportivas religiosas o de salud, las cuales encierran una connotación cultural de donde se desprende el carácter social del fenómeno.

El turismo es la actividad económica que ha tenido mayor dinamismo en los últimos tiempos a nivel mundial, se ha convertido en punta de lanza del capitalismo global, significa un vehículo muy eficaz para la globalización financiera y el movimiento mundial de capitales, (Arnaiz y César, 2009).

Pero, no se debe reducir el turismo sólo como actividad económica, porque sólo estaría pensando en vender y en busca del lucro. El turismo es un fenómeno social que se desarrolla en un contexto, por lo que, se deben considerar todas las aristas: políticas, culturales y religiosas, entre otras.

El turismo tiene que ver con personas de diferentes partes del mundo, que se encuentran en cualquier parte del mundo, con diferentes idiomas, religiones, creencias, formas de vida.

El turismo constituye uno de los sectores económicos más dinámicos e importantes a nivel global y uno de los fenómenos sociales más trascendentales de la era moderna. La dimensión cultural del turismo sustentable ha adquirido una relevancia significativa en las sociedades actuales, a partir de la profunda interacción de los factores económicos, sociales y ecológicos que influyen en el mercado de los viajes.

En el Ecuador esta modalidad de turismo cultural contribuye de forma destacada a la creación de nuevas oportunidades socioeconómicas aportando modalidades sustentables y responsables de desarrollo turístico a escala local, regional y nacional.

Así, el país responde a los objetivos fijados por la OMT en el ámbito del turismo cultural: velar para que el desarrollo de esta modalidad de turismo sea responsable, integrador y sustentable contribuyendo al desarrollo socioeconómico de las comunidades de acogida y mejorando su bienestar; velar para que el turismo contribuya al enriquecimiento y la conservación de la identidad cultural del destino, promoviendo intercambios transculturales entre los visitantes y la comunidad de acogida, así como el fomento y la conservación del patrimonio cultura (OMT, 2016).

El desarrollo sustentable del turismo cultural según la OMT (op.cit) debe: promover el respeto de los valores culturales y éticos de las comunidades de acogida, con

programas turísticos basados en su patrimonio cultural material e inmaterial, fortaleciendo los intercambios transculturales con los visitantes y la calidad de vida de la comunidad de acogida; empoderar a las comunidades para que protejan, conserven, presenten y expresen de forma contemporánea la singularidad de su patrimonio cultural material e inmaterial en el contexto del turismo mediante un mayor grado de sensibilización, sensación de orgullo e identificación, y construir modelos más sustentable de desarrollo de diversos productos turísticos culturales, que determine la vulnerabilidad y las limitaciones, planteándose enfoques nuevos e innovadores para gestionar las corrientes turísticas en los sitios del patrimonio, teniendo en cuenta la integridad de éstos y la comunicación eficaz de sus valores.

Por eso la trilogía del turismo que conjuga lo social, económico y cultural guardan estrechas relaciones de interdependencia, sujeto a una gestión sustentable promoviendo la conservación del patrimonio cultural. A la vez, la cultura puede ser un bien turístico fundamental en la medida en que ofrece a los destinos turísticos diversas posibilidades a partir de atractivos específicos.

2.2.2 El turismo la integración de varias disciplinas

Considerando que el turismo es una actividad socioeconómica y cultural, con un carácter multidisciplinario, las investigaciones integran lo socioeconómico, político, cultural y lo ecológico del turismo (Santos, 2011).

Dada su naturaleza del sector turístico, su estudio debe ser abordado desde una perspectiva multidisciplinaria, involucrando elementos de diferentes ramas de la ciencia para comprender sus diversas interacciones, promover resultados favorables para su continuo desarrollo e impulsar la sustentabilidad de dicha actividad por medio de la conservación de sus recursos naturales y culturales.

Esta posición interdisciplinaria del turismo implica el estudio de problemáticas concebidas como sistemas complejos (Rodríguez, 2014). Un estudio integrado de un sistema complejo necesita tener en consideración la existencia de una diversidad de marcos epistémicos, conceptuales y metodológicos, cuando se hace referencia a distintas disciplinas (Morín, 2001). Pombo (2013) señala que existe la necesidad de pasar a un

status donde la ciencia aborde las nuevas complejidades en un proceso cada vez más transversal.

La construcción del conocimiento en turismo implica, entre otros aspectos, profundizar en las particularidades e importancia como fenómeno, actividad y objeto de estudio, desde una perspectiva interdisciplinar. La relativa juventud del Turismo como disciplina como objeto de estudio, se suma su vertiginoso dinamismo al integrar los paradigmas cuantitativo y cualitativo, que busca atender numerosas y cambiantes motivaciones puestas de manifiesto a través de múltiples actividades en espacios tanto consolidados como emergentes.

El turismo, forma parte del objeto de estudio de disciplinas ya conformadas, las cuales aplican sobre el mismo sus métodos propios para incursionar en sus problemas, donde ninguna de ellas tiene supremacía sobre las demás ni puede comprenderlo cabalmente.

El campo disciplinario Turismo se comporta de acuerdo a la clasificación de Smirnov (1983) en la categoría de interdisciplinariedad epistemológica sistémica integrada, la cual es definida por el autor como: “constitución de epistemo estructuras específicas que permite realizar, en el nivel teórico, la unidad objetiva sistémica integrada de ciertos campos de la realidad que, hasta ahora, no eran más que campos de estudio distintos, dependientes de disciplinas autónomas”.

Conde (2010) señala que el Turismo es esencialmente un campo de conocimiento transversal aunque reconoce que sobre la epistemología del saber turístico existe una pobreza conceptual de sus marcos teóricos y tejidos metodológicos. Por lo cual, al ser el turismo un fenómeno integral, multidimensional y complejo, producto de la interacción de múltiples actores, contextos espacio-temporales, impulsos y niveles de actividad, por lo que surge la necesidad de abordar sus interrogantes y problemáticas de forma transversal, integradora y dinámica.

2.2.3 Impactos del turismo: cambios como consecuencia de la actividad turística.

Los impactos del turismo son los cambios que se presentan como consecuencia de la actividad turística. Según Wall (2000) citado por (Panosso, 2012), los estudios se enfocan hacia los impactos en la región de destino, olvidando que la región de origen y los propios turistas también son afectados por esta actividad. Los estudiosos señalan que los principales impactos del turismo son económicos, ecológicos, sociales y culturales, pero a este grupo pueden sumarse los impactos políticos y psicológicos. (Panosso, op.cit.).

Los impactos, tanto positivos como negativos, que produce la actividad turística en los destinos, son necesarios cuantificarlos y valorar sus efectos a través de indicadores que faciliten la realización de planes de buenas prácticas y un proceso continuado de evaluación de las mismas.

Para mitigar los impactos del turismo es necesario considerar que las comunidades locales deben transformarse en protagonistas de la programación y gestión de los destinos turísticos, estableciendo sus propios modelos de gestión y planificación, equilibrando las necesidades del desarrollo turístico y minimizando los efectos negativos que puedan ocasionar los mismos.

Con la práctica del turismo, los destinos tienden a modificarse debido a la influencia de las costumbres y necesidades de los turistas. Con frecuencia, para satisfacer las necesidades o la curiosidad de los visitantes. En algunas ocasiones los anfitriones muestran modos de vida que no existen en la realidad, transformando al turismo y a su cultura local en fenómenos poco auténticos, ocasionando un impacto negativo en la conservación de su cultura.

Entre otros impactos negativos se destacan: la pérdida de la cultura local por el proceso de aculturación, banalización de la cultura local y de grupos minoritarios, que se transforman en simples atracciones, perdiendo su verdadera identidad y su autenticidad, mestizaje cultural, influencias idiomáticas que des caracterizan gradualmente el idioma local. (Panosso, 2012).

Pero, este intercambio de cultura trae también impactos positivos, porque enriquece tanto a los turistas como a los residentes del lugar, y rescate de la cultura local, que se convierten en modelos de valoración cultural, valoración de la cultura local por medio de programas de concienciación de la población, como es el caso del área de Inca Huasi en la parroquia Caranqui, donde es necesario el desarrollo de la actividad turística, que permita conservar el área cultural a través del conocimiento del área de sus residentes y visitantes.

En la actividad turística la política de turismo es lo que un gobierno decide hacer o no (Hall, 2004). Así, con o sin una dirección política se producirán consecuencias para la sociedad y los agentes que forman parte de ella. La diferencia es que si no ha y objetivos prefijados los impactos negativos serán más dañinos e irreversibles.

La puesta en práctica de políticas turísticas resulta de extrema importancia para controlar la actividad y aumentar sus beneficios (Beni, 2006). La existencia de una política turística no significa que todos los problemas del turismo de una localidad serán resueltos o que el turismo no ocasionará impactos negativos, sino que éstos podrán ser estructuralmente identificados y mejorados para atender los intereses de la sociedad y propiciarle beneficios a través de un proceso articulado en la toma de decisiones (Hall, 2004).

Estos lineamientos estratégicos por parte del gobierno del Ecuador han sido criticados, pues si bien en las últimas décadas muchos destinos han presentado sus planes de desarrollo turístico, su aplicabilidad no ha sido debidamente demostrada. Esto ha generado descontento social y escepticismo en relación a su efectividad. Sin embargo, las fallas del mercado en la gestión de la actividad turística y sus intereses prioritariamente económicos marcan la necesidad de la intervención de políticas públicas (Hall, 2004).

El turismo tiene en el poder público una de las bases de su desarrollo. Al poder público, y en consecuencia a los políticos, compete establecer una política pública de turismo clara para la región, el estado o el país en cuestión, pero teniendo siempre a la vista el mínimo de impactos negativos y la maximización de los impactos positivos.

Los principales impactos negativos característicos de la no intervención política son la ausencia de supervisión de las iniciativas del mercado, la ausencia de una dirección estratégica para el desarrollo, la falta de atención a los intereses y necesidades colectivas, mayores impactos culturales, sociales, ambientales y políticos, desarticulación y falta de sinergia. Los impactos políticos negativos resultantes de una inadecuada creación de políticas son: política ineficaz, autopromoción política, exceso de burocracia y complejidad organizacional (Fletcher & Morakabati, 2008)

En relación a los impactos positivos característicos de la intervención política la bibliografía enfatiza la planificación, articulación, sinergia, la representación de los intereses de la colectividad, mayor posibilidad de equilibrio regional, contribución al desarrollo sustentable y mayor posibilidad de eficiencia y eficacia en las acciones. (Petrocchi, 2001).

En la parroquia Caranqui, perteneciente al cantón de Ibarra, en la zona arqueológica Inca Huasi, es necesario una política pública que permita la conservación y manejo sustentable del patrimonio cultural, legado de cultura Caranqui, con su máximo representante el Inca Atahualpa. Esta zona esta abandona a la inclemencia del ambiente y de las personas que dañan y extraen parte de este patrimonio cultural.

2.2.4 Producto turístico

Ramírez (2006) señala que la misma dinámica del fenómeno turístico ante las exigencias de la globalización y los valores de la modernidad y recreación, hacen que la concepción del producto turístico sea una compleja red de elementos que responden a las exigencias y cambios del mercado con esfuerzos financieros, humanos y técnicos.

De acuerdo a Cárdenas (2008), el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que se llama turista.

El turista al viajar con fines turístico requiere de un conjunto de bienes y servicios, que son consumidos directos e indirectos asociados a su viaje. Por ejemplo, los turistas utilizan durante su estadía temporal, parte de los servicios que ofrecen las infraestructuras del país receptor, como la aeroportuaria y portuaria, las vías carreteras, los servicios públicos, como sistemas de comunicaciones y servicios de la luz y el agua, entre otros. (Ascanio, 2012).

Medlik y Middleton (2004) indica que el producto turístico desde la perspectiva del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe, como son: alojamiento, recreación, transporte y alimentación a los cuales Ramírez, (2006) incluye los atractivos y recursos humanos.

Para Boullón (2003) el producto turístico es mucho más complejo, es el que está conformado por toda la oferta turística, integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. Es decir, son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado.

Una concepción más amplia la reporta Cárdenas (2004), cuando señala que el producto turístico es todo lo que contribuye a satisfacer al turista, conformado, en un nivel básico, por las facilidades, lo que incluye el alojamientos, proveedores de restauración, de entretenimiento y agencia de viajes, entre otros; la accesibilidad que están compuesto por proveedores de transporte aéreo, marítimo, terrestre y fluvial entre otros.

Indica además, que la experiencia completa se logra gracias a los atractivos naturales, artificiales y culturales, los cuales comprenden los recursos naturales y contexto geográfico y social de la comunidad receptora, generando importantes ventajas comparativas. El turismo se enriquece del patrimonio natural y cultural del destino para configurar la oferta y de la combinación de aspectos ecológicos, socioculturales y económicos (Díaz et.al., 2006).

Opaschowski (2001) señala que los turistas buscan experimentar emociones y que de hecho, compran emociones o sentimientos y experiencias y no sólo productos turísticos. A partir de ese señalamiento Ramírez (2006) definen al producto turístico como el “conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en combinaciones de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los turistas”. Agrega

además, que “Dichos bienes y servicios pueden estar destinados al confort y disfrute material o espiritual de los visitantes”.

Opaschowski (2001), afirma que los intereses y estilos de vida del turista han cambiado hacia los lugares donde la naturaleza y la cultura este más conservada, debido a que buscan experiencias, felicidad y crecimiento personal. Middleton (1994), indica que existen dos niveles de producto turístico, un nivel específico del producto ofertado y otro más amplio que comprende la experiencia del turista. Por lo tanto para definir al producto turístico, se requiere recurrir a su visión sistémica.

Desde esta visión sistémica, el producto turístico está conformado por las organizaciones que ofrecen bienes y servicios a los turistas, incluyendo a los servicios de entretenimiento y de recreación, así como a todo activo natural, cultural y social donde se desarrollan las actividades de servicio como es la localidad receptora, que constituye, en muchos casos, el mayor atractivo para el turismo y la principal razón de los desplazamiento. Es así, como un producto turístico resulta de la combinación, según Álvarez et.al. (2001) y Cárdenas (2001), de los atractivos de cada localidad y los servicios prestados. Es decir, los productos turísticos concebidos como sistemas, están conformados por un conjunto de características naturales, culturales y factores creados en infraestructura de alojamiento y transporte entre otros.

Trauer (2006) señala que el producto turístico concebido como sistema interdisciplinario, la demanda turística forma parte de un nivel macro en el que confluyen la oferta y la demanda.

Un ejemplo de ello es la celebración del inti Raymi, una de las tradiciones que tiene como legado el pasado la nación Cañarí-Inca, constituye la fiesta del sol y la cosecha del solsticio de Junio. Es un símbolo de la gratitud de los pueblos andinos a la Paccha Mama, por haber permitido una buena producción y cosecha de los cultivos tradicionales. Se celebra con la presencia de música y danza. Es festividad milenaria se realiza todos los años en Inca Huasi, permitiendo que las raíces étnicas se conserven y puedan ser disfrutada por quienes visitan el área (Figura 3).



Figura 3. Celebración del Inti Raymi en Inca Huasi, Parroquia Caranqui-Ibarra

2.2.5 Oferta y demanda turística

2.2.5.1 La demanda turística: bienes y servicios que buscan satisfacer las necesidades del turista.

Socatelli (2013) define la demanda turística como al conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios que buscan satisfacer sus necesidades de viaje, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planifican visitar.

La demanda turística comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos.

La demanda está directamente relacionada con la toma de decisiones que los individuos realizan en la planificación de sus actividades de ocio, cuando se trata de viajes de recreación y familiares o bien de sus ocupaciones profesionales, cuando se trata de viajes de negocios. Ésta se ve afectada, positiva y negativamente, por factores tales como: las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos y seguridad, entre otros; y finalmente factores propios del mercado los cuales son derivados de su relación con la oferta, como el conocimiento de la oferta y desarrollo de productos turísticos, entre otros (Socatelli, 2013).

El bien denominado turismo es muy complejo, pues está formado por los bienes y servicios que consume el turista durante el periodo de tiempo que esta fuera de su hogar,

esto es, estancia en hoteles, servicios de restaurantes, viajes, servicios de ocio y cultura. La cantidad de servicios turísticos que los consumidores demandan depende de varios factores, si bien el más significativo es el precio (Navarro, 2004).

La demanda turística, como la de cualquier otro bien y servicio, depende de una serie de factores entre los que destacan el precio del bien, la disponibilidad de renta y las preferencias del consumidor.

El turista se enfrenta a diferentes niveles de elección: duración del viaje, destino, forma de viaje, tipo de alojamiento, actividades complementarias, canal de compra. El consumo turístico requiere el desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual de quien lo realiza, lo que exige disponer de mucho tiempo libre y contribuye a explicar la estacionalidad de la demanda turística y su concentración en fines de semana. El consumo turístico supone un desembolso importante de dinero dentro de la estructura de gasto de los presupuestos familiares. La compra de un producto turístico conlleva hacer frente a la incertidumbre de adquirir algo que en parte se desconoce. El turista no sabe que del dependerá el viaje a un destino que no ha visitado antes ni la ciudad de los servicios que le prestaran (Navarro, 2004).

La demanda turística en realidad no es un todo uniforme ante un conjunto de consumidores con características idénticas. La diversidad de la demanda aconseja identificar segmentos de mercado que se definen como subconjuntos distintos de consumidores que responden a características similares entre sí.

2.2.5.2 La oferta turística: bienes y servicios para el turista.

Para explicar el turismo en toda su extensión, no se puede limitarlo al análisis de la demanda, es necesario ver el otro lado y delimitar conceptualmente la oferta turística. Ésta se define como: “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. (Sancho, 1994).

La oferta de bienes y servicios turísticos depende fundamentalmente de la existencia de elementos de atracción que contribuyen al desplazamiento turístico para el viajero. La oferta turística se puede identificar como la estructura productiva que

proporciona una serie de bienes y servicios a la demanda que se dirige a determinados espacios que poseen unos recursos turísticos (Escalona, Peña y Hiriarte, 2012).

Según Cárdenas (2008), el enfoque más frecuente concibe la oferta turística desde un punto de vista descriptivo, esto es, como un conjunto de ofertas de bienes y servicios y gran diversidad, relacionados entre sí únicamente por satisfacer al turista, los cuales son:

- **Alojamiento;** oferta hotelera, extra hotelera, alojamientos específicos (residenciales de tiempo libre, albergues juveniles, casas particulares, tiempo compartido).
- **Transporte;** ferrocarril, autobuses, transporte aéreo, transporte marítimo y alquiler de coches.
- **Creación y comercialización de bienes y servicios turísticos;** agencia de viajes, operadores turísticos que legalmente son agencias mayoristas que crean paquetes turísticos para ofrecerlos a las agencias minoristas.
- **Restauración;** restaurantes, bares, cafeterías, establecimientos de comida rápida, para llevar, deservicio a domicilio.
- **Provisión de actividades recreativas, eventos y lugares de interés turístico;** puertos deportivos, campos de golf, teatros, parques temáticos, museos, parques nacionales.
- **Servicios periféricos del sector privado;** servicios bancarios, seguros de viaje.
- **Servicios periféricos del sector público;** en el lugar de origen y en el lugar de destino.
- **Servicios de asistencia a oferentes turísticos;** prensa especializada, información estadística.

2.6 Turismo en el Ecuador: un país de grandes contrastes naturales y culturales.

La dinámica potencial del mercado turístico de un país es evidenciado por sus fortalezas naturales y aquellas de infraestructura generadas a partir de las innovaciones que hace el ser humano en su entorno, construyendo infraestructura hotelera y destinos turísticos. El Ecuador es el país de la mega diversidad y posiblemente uno de los más ricos del planeta, pues gracias a sus grandes contrastes, en su pequeño territorio conjuga cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas,

páramos, playas, islas y selva, que a la vez constituyen el hogar de miles de especies de flora y fauna (Narváez, 2013).

En la actualidad no se cuenta con información estadística oficial actualizada sobre el comportamiento vacacional de los ecuatorianos en calidad de turista o excursionista. La última investigación oficial sobre el turismo interno la hizo el MINTUR a raíz de la implementación del Proyecto Cuenta Satélite de Turismo del Ecuador (CSTE) conjuntamente con el SETE – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador, que se realizó durante el periodo junio 2002-julio 2003 en cooperación con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE), Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional, Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo (FENACAPTUR). Igualmente, y reuniendo los resultados de entrevistas, resúmenes de informes, se sintetiza el perfil del turismo interno de Ecuador (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009).

Los mercados de origen principales son Quito, Guayaquil y Cuenca. Los desplazamientos de los ecuatorianos están divididos por temporadas: temporada Baja de Mayo a Noviembre y temporada Alta de Diciembre a Abril. Así también, está caracterizada la temporada de Costa que coincide con la temporada Alta de Diciembre a Abril y la temporada de Sierra de Junio a Septiembre.

Durante la temporada Alta los ecuatorianos visitan en gran medida las playas aprovechando los días de sol. Las opciones de alojamiento son las casas de playa de fin de semana, alquiler de casas o departamentos, como también hoteles, hostales y pensiones. Durante la temporada Baja, la gente de clase media alta se desplaza también a las playas, y en los meses de mayo a septiembre por temporada de avistamiento de Ballenas Jorobadas en Puerto López y Salinas, principalmente.

Los feriados más importantes para los ecuatorianos son: Carnaval (febrero), Semana Santa (abril), Difuntos (Noviembre), Navidad (Diciembre) y Fin de Año (Diciembre). Los motivos principales de visita en feriados y fines de semana son principalmente: recreación, visitas a familias y amigos, negocios/ motivos profesionales, motivos religiosos, compras, tratamiento de salud, estudios, congresos/conferencias. Los desplazamientos típicos son fines de semana (estimado de 1/2 noches), puentes (estimado

de 2/3 noches) y vacaciones (estimado de 7 noches). Los desplazamientos de 3 a 4 días suponen un estimado del 48% de los desplazamientos, los de 6-7 días un 25%, los de 1 a 2 días 19% y los demás de 9 días 19%. El gasto promedio total por visitante (excursionista y turista) estimado por día oscila entre US\$42 y US\$52 en el 2008. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009).

Estos datos reflejan la movilidad de los turistas ecuatorianos en diferentes épocas del año, que debe ser aprovechado por los residentes y gobierno parroquial de Caranqui, Pero, existe un visitante de fines de semana que no espera fechas de feriados o vacaciones para trasladarse a la parroquia y que debe ser atraído para desarrollar la actividad de turismo cultural, utilizando los atractivos arqueológico que posee la misma, como es el Inca Huasi, que actualidad no se utiliza.

2.7 Turismo en Imbabura: provincia de diversidad étnica y cultural

Imbabura es la provincia de la diversidad étnica y cultural por excelencia en ella habitan pueblos distintos, con raíces culturales propias y una identidad particular. Los pueblos indígenas, así como el pueblo afro imbabureño del Valle del Chota, junto a la población mestiza, definen esta riqueza histórica y cultural en un espacio territorial relativamente pequeño. (Narváez, 2013).

En las últimas dos décadas, el gobierno del Ecuador, ha considerado al turismo como una prioridad nacional y como un eje importante para la reactivación económica del país. Se estima, que el turismo repercute en más de cincuenta actividades económicas. Por lo tanto, la realización de actividades turísticas son generadoras de beneficios económicos para otras áreas productivas que no están relacionadas directamente con esta actividad, como es la agricultura y la salud, ente otras. Así, el desarrollo del turismo posibilita un avance en el bienestar económico de una buena parte de la población, mejorando los ingresos y la generación de empleo.

La provincia de Imbabura, ha sido por tradición turística. Dentro de la misma han destacan los cantones de Otavalo y Cotacachi, los cuales han sido principalmente puntos receptivos para el turismo extranjero. Según las empresas turísticas, Otavalo es la localidad más visitada del Ecuador luego de Galápagos y Quito. Al interior del país, la Provincia de Imbabura representa el 13.5% del turismo nacional (CONAM, CONCOPE,

GTZ, 2001). Esto se debe a la capacidad turística instalada en estas zonas, así como también una estructura económica y social, establecida por su historia y enfocada a la prestación de servicios turísticos. Su mayor potencial para el desarrollo de esta actividad, consiste en disponer de importantes recursos paisajísticos y culturales que le han dado nombre a nivel nacional e internacional como la Provincia de los lagos o provincia azul.

Además, Imbabura presenta otros atractivos con bellezas escénicas y ecosistemas con una gran biodiversidad, pero fundamentalmente con la más alta diversidad étnica; pueblos con características culturales propias. Además, cuenta con sitios arqueológicos, museos, monumentos, tolas, miradores, y santuarios ecológicos, entre otros (GAP de Imbabura, 2015).

El turismo, es el eje fundamental del proceso productivo imbabureño por la larga cadena de actividades involucradas: hotelería, artesanías, gastronomía, comunicaciones, transporte, cultura y lagos, entre otros.

El éxito de ciertas poblaciones en el desarrollo del turismo en la provincia de Imbabura, contrasta con otras zonas de la misma provincia, las cuales han permanecido relegadas por mucho tiempo de esta actividad económica. Sin embargo, fruto de las nuevas preferencias de la demanda turística extranjera, existen oportunidades para desarrollar diferentes tipos de turismo que satisfacen a ciertos nichos de mercado, como son: el turismo comunitario, cultural, de aventura y deportivo, entre otros. Esto abre importantes posibilidades para integrar dentro de esta actividad económica a comunidades y a zonas rurales, urbanas, o aledañas a las ciudades.

El turismo en la Provincia de Imbabura, por sus recursos culturales, es una actividad que debe ser potenciada. Sin embargo, estas grandes ventajas étnicas y culturales que presenta la Provincia dentro del nuevo paradigma de desarrollo se consideran únicamente como ventajas corporativas, no competitivas. Por lo tanto los actores involucrados en el sector turístico de la provincia necesitan crear condiciones que, basadas en los recursos étnicos y culturales, generen un mayor valor agregado para sus potenciales turistas. Por lo tanto, se deben innovar un conjunto de elementos, que lo diferencien de la competencia y que tengan un valor superior para sus visitantes. Estas actividades turísticas competitivas pueden ser de las acciones directas del Gobierno Provincial o de las colectivas de sus

poblaciones organizadas como es el caso de la parroquia de Caranqui en el cantón de Ibarra.

Existen en la provincia tanto instituciones públicas como privadas que están relacionadas con el desarrollo del sector turístico. Entre estas instituciones se pueden mencionar del sector público, el Gobierno Provincial, los municipios, cada uno integrado por parroquias urbanas y rurales, el Consejo Cantonal de Turismo de Cotacachi; la Gerencia Regional Sierra - Norte del Ministerio de Turismo del Ecuador; y, la Universidad Técnica del Norte con sede en la ciudad de Ibarra. En el sector privado se son las siguientes: Cámara Provincial de Turismo de Imbabura, la Cámara Cantonal de Turismo de Otavalo, los gremios empresariales, las empresas turísticas, la Pontificia Universidad Católica y la Universidad de Otavalo.

Los sistemas turísticos en Imbabura, se basan en un conjunto de empresas de micro, pequeña y mediana escala de origen y estructura familiar, las cuales han trabajado aisladas unas de otras, sin la colaboración oportuna de proveedores, de instituciones de apoyo, ni de instancias gubernamentales nacionales o locales que impulsen su desarrollo. En la mayoría de los casos carecen de innovaciones organizacionales y tecnológicas que les permitan asegurar alguna ventaja competitiva sobre la competencia. El precio es la única herramienta con que ellas cuentan para competir en sus mercados (Miño, 2000). Esta situación reportada por el autor aún prevalece en la provincia.

Las empresas dependen en mayor medida de su entorno inmediato, es decir, de su articulación con otras empresas e instituciones locales con las cuales pueden crear sinergias productivas y competitivas. Esta situación pudiese ser mejorada al promover escenarios colectivos, que permitan crear nuevos productos turísticos, como la propuesta en esta investigación en la parroquia Caranqui, donde el gobierno provincial, cantonal y parroquial, en conjunto con la población de la zona y las empresas turísticas locales, regionales y nacionales, se integren y produzcan sinergia que permita que el producto sea rentable económicamente, socialmente, cultural y ecológica, promoviendo la modalidad de turismo cultural, dentro del enfoque de turismo sustentable.

2.8 Turismo en Ibarra

El Municipio de Ibarra, en su Plan de Desarrollo del Cantón (GADI 2015), establece: en relación a la región norte, el Cantón San Miguel de Ibarra se ubica en una de las áreas de mayor dinamismo turístico del país, área liderada turísticamente por Otavalo y su mercado artesanal, el cual ha logrado consolidarse como un destino del turismo receptivo nacional. Además, la provincia consolida su vocación turística por su cultura y naturaleza. Se observa atractivos turísticos relacionados a la cultura local, la cual asociada con la naturaleza forma productos turísticos que son complementados por la oferta de servicios y otras actividades como la artesanía. (Narváez, 2013).

En el cantón de Ibarra el turismo se promueve a través de la Empresa de Ferrocarriles, y las Universidades en zonas como la Laguna de Yahuarcocha, el Museo del Banco Central del Ecuador, el Museo de Atahualpa y actualmente la recuperación del antiguo cuartel militar de Ibarra, que funciona como un centro cultural para la ciudad.

A pesar de contar con estos atractivos naturales y culturales, el turismo en la ciudad se convierte en un turismo de servicios, exclusivamente en los cuales se destaca el desarrollo de hoteles, restaurantes y cafeterías. En el área urbana el turista no tiene otras opciones más que el turismo de gastronomía y utilizar los servicios de alojamiento, por esta razón el visitante se desplaza a la zona rural del cantón para realizar otro tipo de actividades como: turismo de aventura, turismo comunitario, agroturismo, turismo cultural y ecoturismo, entre otros.

La ciudad de Ibarra cuenta 271 establecimientos turísticos para la prestación de servicios a los visitantes locales e internacionales (GADI, 2015), entre los cuales se encuentran: agencias de viajes, hostales, hosterías, hoteles, moteles, paraderos, pensiones, bares, discotecas, peñas, salas de baile, cafeterías, fuentes de soda, restaurantes, salas de recepción y banquetes, termas, balnearios y servicios de transporte terrestre turístico.

2.9 Cultura patrimonio y tiempo: base del turismo cultural.

La cultura de los grupos humanos esta basada en comportamientos grupales, que no se heredan si no que se van aprendiendo durante la vida con la acumulación de

conocimientos, que pasan de generación en generación. Para Mosterín, (2010) la cultura es:

Conjunto de todas las formas, modelos o patrones, explícitos o implícitos a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. (pág. 23)

Por lo tanto, la cultura es parte de la historia de los pueblos, que va pasando de generación en generación a través de conocimientos, formas o modos de vida, y van conservándose en el tiempo, así los pueblos tienen una identidad propia y se diferencian de las demás. La evolución de la cultura en los grupos humanos permite transformaciones, estas pueden ser materiales o concretos y simbólicos o espirituales, en este caso se empleará lo inmaterial.

El patrimonio de los pueblos es la herencia que se recibe de sus antepasados. Es el resultado de la simbiosis de la riqueza natural y cultural. Estas relaciones entre el espacio geográfico y las manifestaciones culturales fortalecen la identidad, dan sentido de pertenencia, y permite valorar lo que son y lo que se tienen los pueblos (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014). El patrimonio es el legado de los grupos étnicos, ya sean materiales o por el contrario saberes, tradiciones e incluso ideologías que dan identidad a los pueblos.

El valor turístico del patrimonio cultural, se ha comenzado a considerar como eje primordial para el desarrollo de la actividad turística. Este valor patrimonial es el que es reconocido como valioso por los miembros de la sociedad en la que está inserto. Por lo tanto, la gestión turística del patrimonio cultural es la aplicación de conocimientos específicos para la adecuación de bienes de patrimonio cultural de recursos turísticos.

Desde la década de los 90' existe una creciente presión para que el patrimonio cultural sea adaptado a un uso turístico, lo cual está relacionado por el progresivo aumento del turismo cultural (Organización Mundial de Turismo, 2015).

La modalidad de turismo cultural integra el patrimonio generado por los diferentes grupos étnicos, es el tipo de turismo que comprende el progresivo interés social por

conocer la relación presente-pasado de diferentes civilizaciones. Si bien hasta hace muy poco alcanzó el reconocimiento en la actividad turística. Siempre ha existido visitantes motivados por factores artísticos-culturales, que buscan satisfacer esta necesidad a través de la modalidad del turismo cultural (Bustamante, 2015).

Organización Mundial de Turismo (2015) definen esta modalidad de turismo como los turistas que realizan viajes con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad, estableciendo una relación con el pasado y el presente.

Este tipo de turismo valora los testimonios de formas de vida y capacidades de épocas anteriores, sintiendo especial curiosidad por conocer qué funciones tenían porque, de manera expresa o tácita. Valorán además, los objetos que por diferentes razones han sobresalido en la época en que fueron hechos y no se han destruido totalmente, reconocen que son parte del patrimonio cultural y deben ser conservados y mantenidos, ya que, más allá de los hechos y las ideas de la historia, los objetos en sí son más elocuentes para una valoración intelectual y emotiva del pasado.

La conservación de los bienes patrimoniales no se limita al presente, se toman medidas para mantenerlos para las futuras generaciones pues, no se puede rescindir del pasado lejano o cercano, se debe conservar. (Vásquez, Paredes & Arteaga, 2014)

El patrimonio cultural se clasifica en dos grandes grupos de acuerdo al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2011): patrimonio cultural tangible y el patrimonio cultural intangible (Tabla 1):

Tabla 1.

Clasificación del patrimonio cultural Instituto Nacional de Patrimonio Cultural de Ecuador.

Patrimonio cultural tangible	Bienes muebles	Son objetos arqueológicos históricos, artísticos, etnográficos, religiosos y aquellos de origen artesanal o folklórico que constituyen colecciones importantes para las ciencias, la historia del arte y la conservación de la diversidad cultural del país.
	Bienes inmuebles	Son los lugares, sitios, edificaciones, obras de ingeniería, centros industriales, conjuntos arquitectónicos, zonas típicas y monumentos de interés o valor relevante desde

		el punto de vista arquitectónico, arqueológico, histórico, artístico o científico, reconocidos y registrados como tales.
Patrimonio intangible	Tradiciones y Expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial.	Incluyen proverbios, adivinanzas, cuentos, canciones infantiles, leyendas, mitos, cantos, poemas épicos, encantamientos, plegarias, cánticos, representaciones dramáticas, etcétera. Transmiten conocimientos, valores y recuerdos colectivos, y desempeñan un papel esencial en la vitalidad cultural.
	Artes del espectáculo	Lo más relevante es la música vocal o instrumental, la danza y el teatro, junto a estas existen otras como la pantomima, la poesía cantada y ciertos tipos de narración histórica.
	Usos sociales, rituales y actos festivos.	Son actividades habituales que estructuran la vida de las comunidades y de los grupos, siendo compartidas y estimadas por grandes segmentos de los mismos
	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Se entiende a los conocimientos, las técnicas materiales, las competencias, las prácticas y representaciones desarrolladas y perpetuas por las comunidades en la interacción con su entorno natural.
	Técnicas artesanales y tradicionales	No son los productos artesanales en sí mismos, sino las competencias y los conocimientos que son imprescindibles para que no desaparezca su producción.

Fuente: I.N.P.C. (2014).

En esta investigación el patrimonio cultural turístico está enmarcado en el patrimonio cultural tangible en bienes muebles, para generar una propuesta de corredor turístico auto guiado del Inca Huasi en la parroquia de Caranqui, cantón Ibarra.

2.10 El patrimonio cultural y el buen vivir de los pueblos.

La conservación del patrimonio cultural es un pilar del buen vivir, concepto que guía la Constitución de la República del Ecuador (2008) y el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida (Senplades 2017). El buen vivir constituye una alternativa a los planteamientos economicistas del crecimiento y del desarrollo. El hedonismo neoclásico, que se basa en la satisfacción de los deseos y base de la economía tradicional, no distingue las necesidades de los deseos y, desde una mirada de la supremacía del consumidor, consideraba que las necesidades eran infinitas, puesto que reflejarían todo lo que el consumidor desea. Desde esa perspectiva, el desarrollo tenía que ver con la

maximización del consumo y la satisfacción, no tanto de necesidades sino de deseos a través de bienes y servicios. (El Juri, 2013).

El disfrute del patrimonio, la contemplación, la identidad, la cohesión social y la solidaridad que éste promueve, se enmarcaría en ese disfrute de bienes relacionales a los que refiere la concepción de una vida buena o del buen vivir. Sin lugar a dudas, el poder integrador y de cohesión social del patrimonio apunta a esta nueva forma de concebir el bienestar del ser humano, basada no en el desarrollo individual de cada persona, sino en el individuo social. (El Juri, op.cit.).

Este modelo alternativo de vida, promueve como valores fundamentales: la defensa de la vida, la recuperación de los equilibrios del ecosistema vinculados a una expresión de espiritualidad sagrada con la naturaleza y, la importancia de lo colectivo frente al individualismo y valoro el patrimonio cultural de los pueblos. (Quijano, 2010; de Sousa, 2010; Gudynas, 2011 y Miranda 2014).

Este modelo de Toda una Vida, promueve la conservación de la tierra, territorio y cultura, pues a partir de ella pueden reproducir todos los otros componentes del estilo de vida campesino o indígena (Miranda op.cit.).

En el Ecuador las culturas indígenas mantienen el concepto del Buen Vivir o Sumak Kawsay, que se encuentra en la Constitución de 2008, en textos gubernamentales, en la discusión social acerca de la política económica y entre las demandas de diferentes movimientos sociales. Suele ser utilizado como referencia a una sabiduría indígena poco explicitada, su significado implica con vivir en armonía con la naturaleza.

El Buen Vivir es una manifestación de las culturas indígenas, con un trasfondo indígena como por el rol social que ha adquirido en los últimos años. Por el otro, el Sumak Kawsay puede funcionar como un medio de conservación del patrimonio natural y cultural del Ecuador, con énfasis en la armonía y el equilibrio entre los diferentes partes de la sociedad, la cultura y la naturaleza.

A partir del constructo del Buen Vivir, ahora llamado Toda una Vida y su relación con el patrimonio cultural de la parroquia de Caranqui, se debe desarrollar un turismo

cultural arqueológico el cual es símbolo de identidad de esa comunidad. Es el sustrato material de la cultura tangible e intangible de este pueblo, el cual presenta un potencial para desarrollar esta modalidad de turismo, que integre el patrimonio cultural y el buen vivir de este pueblo.

2.11 El patrimonio cultural y la revitalización de la memoria

La Constitución de la República de Ecuador (2008), en su artículo 377, señala que en el marco de la recuperación de la soberanía y la democratización, aborda el paradigma del patrimonio cultural como un tesoro rescatado del pasado remoto, que ha devenido en mercancía, y también la noción de cultura como un signo de distinción artística de las vanguardias elitistas intelectuales de la partidocracia. En su lugar, concibe al patrimonio cultural como una memoria activada en las relaciones sociales contemporáneas y reconoce a la creación como uno de los derechos culturales de todas las colectividades sociales y los ciudadanos ecuatorianos.

En este marco, la urgencia de rescatar el patrimonio cultural dio lugar al Decreto de Emergencia Patrimonial, a partir del cual se realizó un levantamiento inicial de bienes muebles e inmuebles patrimoniales y se estableció el Sistema de Información para la Gestión del Patrimonio Cultural, denominado ABACO, el cual ha permitido el registro continuo del patrimonio (Morillo y Ullauri, 2013).

En este contexto, la responsabilidad del Estado de garantizar el acceso al patrimonio debe estar orientada hacia el fortalecimiento de redes de investigación, bibliotecas, archivos, museos y sitios patrimoniales a nivel nacional. Estos deben operar a través de un subsistema de memoria y patrimonio por medio de instituciones nacionales que garanticen su acceso y circulación. El fin es garantizar la protección, conservación, salvaguarda y difusión de los patrimonios como un bien común. La identificación de los bienes de especial relevancia patrimonial, el cumplimiento de la agenda de emergencia patrimonial y la gestión del patrimonio contemporáneo se deben realizar con la institucionalidad y los recursos necesarios para su responsable ejecución (Morillo y Ullauri, op.cit).

En este sentido, el patrimonio cultural arqueológico de la parroquia Caranqui, conlleva a la revitalización de la memoria del grupo étnico a través de una propuesta de desarrollo de un turismo cultural en la zona.

2.12 El pueblo Caranqui o caras.

El pueblo Caranqui es un asentamiento indígena desde hace 1500 años atrás, el cual fue invadido por los incas y los españoles, razón por la que esta cultura ha estado en constante cambio.

Según Tobar (1998) Caranquis o caras es el nombre que se conoce a una antigua cultura que habitó en la sierra norte del Ecuador. Esta cultura abarcó el sur de la provincia del Carchi, la totalidad de la provincia de Imbabura y todo el norte de la provincia de Pichincha. Si bien esta nación se le conoce con el nombre de “Caranquis”, este nombre hace referencia también a todos los señoríos que abarcaba esta nación.

El pueblo Caranqui nació por la unión alianzas de los grupos Otavalos y Kayambis. Los Caranquis dieron una dura resistencia a la invasión Inca, pero fueron vencidos en la batalla de Yahuarcocha.

La transición entre la Conquista y la Colonia, según (Vásquez, 2002) fue en el momento en que se asesina a Atahualpa Inca. Se le condenó a morir quemado en nombre de un Dios desconocido para él, y por la aplicación de leyes que tampoco comprendió.

En la actualidad el pueblo Caranqui, está ubicado en la Sierra Norte, en la provincia de Imbabura, se encuentran en los cantones: Ibarra, en las parroquias La Esperanza, Angochagua, Caranqui y San Antonio; Antonio Ante, Andrade Marín; Otavalo, San Juan de Ilumán, Pimampiro, Mariano Acosta y en San Francisco de Sigsipamba, estos últimos están en proceso de definición de su identidad.

Los Caranquis, a pesar de ser un pueblo maltratado por las invasiones de los incas y españoles, se ha mantenido en el tiempo, aunque con un patrimonio cultural cambiante, su actual folclor cultural y restos arqueológicos son los principales atractivos que atraen

a los visitantes, lo que se debe aprovechar para el desarrollo turístico de la Parroquia (Figura 3).



Figura 3. Parque de Caranqui, parroquia Caranqui, cantón Ibarra

2.13 Atahualpa: Icono cultural del Ecuador

Atahualpa es un icono de la cultura nacional ecuatoriana. Y una figura muy conocida. Fue hijo de inca Huayna Cápac y de una Princesa Indígena Princesa Paccha de estas tierras, que nació en Caranqui; gobernó el espacio septentrional del Tahuantinsuyo. Tuvo un enfrentamiento con su medio hermano Huascar, que venció en esta contienda y fue declarado sapa inca o gobernante de todo el imperio; fue apresado a traición por los conquistadores españoles que, al fin, lo ejecutaron luego de obligarlo a bautizarse. (Mora, 2013)

Atahualpa gobernó desde Colombia hasta Chile toda la parte andina, el gran imperio el Sol Tawa cuatro, Inti Sol, Suyu, Región, Chinchasuyu, Collasuyu, Antisuyu, Contisuyu, (pueblos originarios del norte, sur, este, y oeste), del universo andino conocido.

Mando el imperio a los 20 años de edad, y fue rey a los 13 años, hasta que llegaron los españoles, entre ellos Francisco Pizarro, Benalcázar y el Cura Valverde. Estos lo toman prisionero, teniendo como principal objetivo apropiarse del oro que custodiaba y que para los pueblos originarios no tenía un valor económico sino espiritual. Entonces, Atahualpa fue trasladado prisionero a Cajamarca, en donde estuvo preso hasta que se

pague un rescate en oro por él. La solicitud era entregar más de 20 mil toneladas del mineral. Pero fue asesinado y torturado.

Actualmente El Palacio de Atahualpa se encuentra ubicado en la ciudad de Ibarra en el barrio Caranqui. Lleva este nombre ya que es el lugar en donde nació Atahualpa, hijo del Inca Huayna-Cápac y la Princesa Puruhá Paccha Duchicela. La información histórica del cronista Cieza de León, por ejemplo, señala que en este sitio existió un templo al sol. El cronista Betanzos dice por otra parte, que el edificio fue hecho por orden de Huayna Cápac como homenaje a su hijo Atahualpa (Bray y Echeverría, 2017).

En el lugar arqueológico Inca Huasi existen muros de recintos habitacionales, pero los vestigios son muy pocos y además existe ausencia de estudios que permitan conocer la forma en que fue utilizado y construido. Existen dos muros, el muro norte de 60 m de longitud por 3.50 m de altura, muestra varias ventanas falsas limitadas en su parte superior por un dintel de una sola piedra; el muro este de 40 m de longitud tiene huellas de una puerta, la altura es 3.10 m con falsas ventanas. Los muros rebelan la técnica pirca, es decir, paredes levantadas con canto rodado asentado con mortero de tierra, de un grosor de 0.90 m (Mora, 2013) (Figura 4).



Figura 4. Muros en el Inca Huasi con la técnica de la pirca (paredes levantadas con cantones rodados, asentado con mortero de tierra).

En la zona donde está el Palacio de Atahualpa, parroquia Caranqui (figura 5), la comunidad ofrece a los visitantes que llegan hasta allí diversidad de artesanías, principalmente de guitarras. Además del tejido de sombreros. También existe en el lugar industria láctea con una fábrica de quesos y sus derivados. Destaca la venta del pan de

leche. Los restos de las construcciones caras e incas y las tolas de la región son los puntos de atracción para los turistas.



Figura 5. Palacio de Atahualpa, parroquia Caranqui, cantón Ibarra.

La Parroquia Caranqui está unida a las demás parroquias urbanas de Ibarra por la Avenida Atahualpa. Hay un camino vecinal que va a San Antonio y una carretera que une a la Esperanza. También puede llegar por la Avenida del Retorno que une varios barrios de las parroquias urbanas.

2.14 Museos arqueológicos y etnográfico Atahualpa

En la parroquia Caranqui existió el museo arqueológico y etnográfico Atahualpa, donde se exhiben las colecciones de importancia histórica, y todas son piezas originales de gran valor (Figura 6).

El museo tuvo como finalidad recuperar, conservar y difundir el patrimonio histórico arqueológico. Aún la estructura del museo existe, está compuesto por dos salas conectadas por un túnel. Este museo contiene vestigios arqueológicos de la cultura Caranqui que habitaba en la sierra norte del país. La mayoría de las muestras fueron encontradas en los últimos hallazgos registrados en las Ruinas del Inca Huasi ubicadas en este importante sector de Ibarra.



Figura 6. Antiguo museo de Atahualpa en la parroquia de Caranqui-Ibarra.

El museo forma parte de los atractivos turísticos culturales de la parroquia Caranqui, el cual era poco visitado por la poca disfunción, la razón por la cual la mayoría de las piezas fueron trasladadas al Centro Cultural El Cuartel, de Ibarra, y se encuentran expuestas en la sala Caranqui (Figura 7).



Figura 7. Elementos de la cultura Caranqui. Sala Caranqui, Centro Cultural El Cuartel.

2.15 Inca Huasi o casa de Inca: lugar de rituales.

El Inca Huasi es una construcción imperial Inca emprendido antes de la invasión española en 1532 con la llegada de Pizarro, dos teorías giran en torno a su origen; la primera menciona que la construcción fue ordenada por Huayna Capac en conmemoración del nacimiento de su hijo Atahualpa; mientras que la segunda hace alusión que este último lo hizo para rendir honores tras la muerte de su padre y para su investidura real (Bray y Echeverría, 2017)

Estas ruinas conforman un predio de 5 000 m²; se ubican al pie del volcán Imbabura cerca del centro de la parroquia de Caranqui en la calle Princesa Paccha, entre Huaca y Huiracocha al sur de Ibarra; pudiendo acceder a estas por la Av. Atahualpa en Ibarra (Figura 8).



Figura 9. Inca Huasi construcción imperial Inca. Parroquia Caranqui, Cantón Ibarra.

Según Bray y Echeverría (2015) en idioma quichua “Inka Wasi” o Inca Huasai significa casa del inca; este fue uno de los lugares más significativos del Tahuantinsuyo en el territorio norte ecuatoriano del siglo XVI y hoy en día representa uno de los vestigios más importantes de la presencia Inca en el Ecuador, formando parte del Capac Ñan. Su aspecto más distintivo es el Baño del Inca,” o Templo de agua, lo que se visualiza como una plaza hundida, que de acuerdo a los estudios realizados cumplía funciones de una

piscina ceremonial, destinada para la realización de rituales y purificación en honor a las deidades Incas (figura 9).

Según (Bray y Echeverría, 2017) la estructura tiene una extensión de 10 x 20 metros aproximadamente, rodeada de paredes y canales construidos con piedras cuadrangulares talladas a mano y perfectamente ensambladas; muestra características arquitectónicas e hidráulicas en cuatro entradas, dos canales para el ingreso de agua y doble piso de piedra, drenajes y tanques de sedimentación; un hundimiento en la mitad norte de la misma, probablemente hecho por huaqueros de la época colonial; en las esquinas de esta estructura rectangular se observan accesos mediante escalones para el ingreso a la base de la piscina; las cuatro entradas en términos de la cosmovisión andina están direccionados al noreste, noroeste, sureste y suroeste, sugiriendo una división cuatripartita correspondiente a los cuatro imperios, Collasuyo, Chinchasuyo, Antisuyo y Contisuyo.

Se dice que en este lugar se realizaba los rituales de baño en el que participaban el Inca Atahualpa y sus 30 mujeres vírgenes. También en este mismo lugar se sacrificaban a las mujeres que Atahualpa les consideraba no indispensables. Seguramente este espacio estaba destinado para la élite incaica.

2.16 Marco Legal

La salvaguardia del patrimonio cultural es una responsabilidad del Estado ecuatoriano que consta en la Constitución de la República del Ecuador (2008) y le corresponde al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural desarrollar las herramientas específicas para su gestión.

La Constitución de la República del Ecuador (op.cit.) garantiza la protección y rescate del patrimonio cultural, que deben ser gestionadas a través de las entidades pertinentes estatales y administraciones locales; en este documento establece en el artículo 3, literal 7, que son deberes primordiales del Estado: proteger el patrimonio natural y cultural del país. En este ámbito, se da prioridad a la defensa de los elementos de identidad para el beneficio de las personas, tal como versa en el artículo Art.21.:

Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

Dentro de las responsabilidades en el artículo 83, literal 13 señala que: conservar el patrimonio cultural inmaterial del país, y cuidar y mantener los bienes públicos. Así mismo en régimen de competencias de los gobiernos municipales en el artículo 264, literal 8 establece que: preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines. De la misma manera en los principios generales del régimen de desarrollo en el artículo 276, literal 7 expresan que: proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

En el régimen del buen vivir en cultura, el artículo 379, indica: “son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros”. Entre este patrimonio se encuentran las lenguas, formas de expresión, tradición oral y diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo; las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas.

Además, señala que los bienes culturales patrimoniales del Estado serán inalienables, inembargables e imprescriptibles. El Estado tendrá derecho de prelación en la adquisición de los bienes del patrimonio cultural y garantizará su protección. Cualquier daño será sancionado de acuerdo con la ley.

Según el artículo 380, literal 1 de la misma sección serán responsabilidad del Estado: velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador. En su literal 3 asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni

restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida, en su Eje 1. Derechos para Todos Durante Toda la Vida, objetivo 2 Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas, señalan en los siguientes literales:

2.3 Promover el rescate, reconocimiento y protección del patrimonio cultural tangible e intangible, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales.

2.4 Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, la valoración del desarrollo de las identidades diversas, la creatividad, libertad, estética y expresiones individuales y colectivas.

2.6 Salvaguardar los territorios ancestrales y el patrimonio intangible, el fortalecimiento organizativo comunitario, las visiones de desarrollo propio y la sostenibilidad de sus recursos, y proteger la vida y autodeterminación de los pueblos indígenas en aislamiento voluntario.

Estos aspectos permiten tener una base legal para el desarrollo de la investigación en la conservación del patrimonio cultural arqueológico de la parroquia Caranqui, Catón Ibarra.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se presenta la descripción del área de estudio, el tipo de investigación, el procedimiento y las consideraciones bióticas.

3.1 Descripción del área de estudio

La parroquia de Caranqui, a 2 km al sureste de Ibarra, fue un importante asentamiento de las culturas Carague e Inca. Símbolo de las etapas más ricas de la historia del Ecuador. Pueblo antiguo lugar de asentamiento de los Quitus, Caras e Incas que se resistieron a la conquista incásica y luego por ser imperio y cuna de nuestro último Shiry Inca Atahualpa. Punto de irradiación de cultura, valor y conquista.

Fue un mirador estratégico en épocas pasadas para avanzar la llegada del enemigo y hoy mirador para obtener una visión panorámica de la ciudad de Ibarra.

La parroquia de Caranqui se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, en las coordenadas $0^{\circ} 19' 18''$ N y $78^{\circ} 7' 26''$ O (figura 10), a una altitud de 2187 m.s.n.m.

El Inca Huasi (Figura 1 y 2) se encuentra ubicado en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, parroquia de Caranqui en las coordenadas $0^{\circ} 19' 4''$ N y $78^{\circ} 7' 18''$ O, (figura 11), a una altitud de 2353

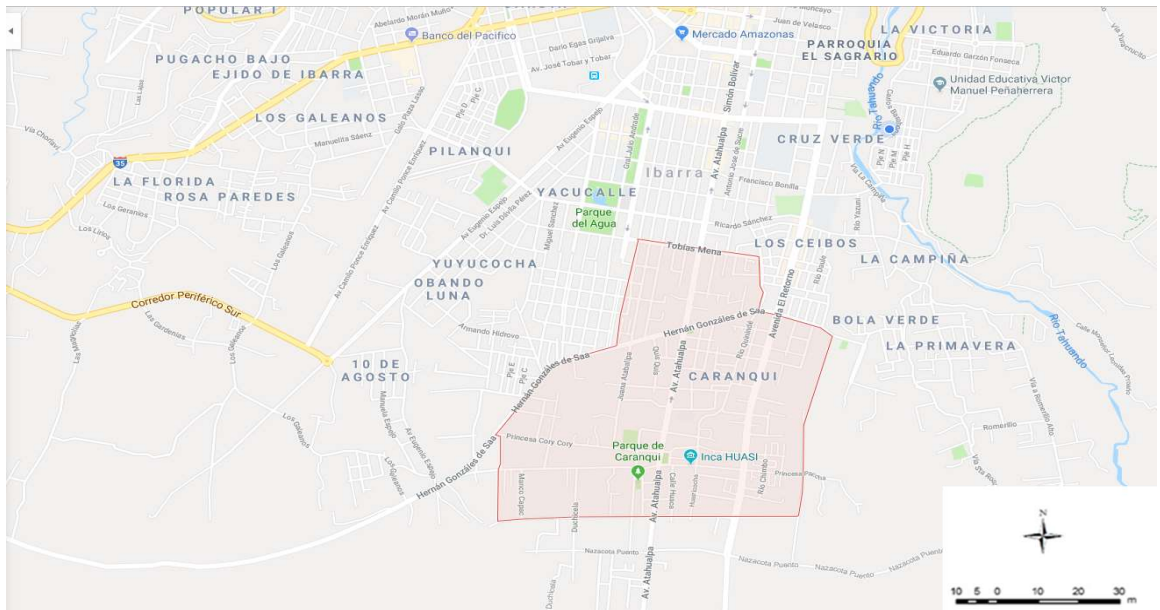


Figura 10. Ubicación de la parroquia Caranqui, área de estudio
Fuente: Instituto Geográfico Militar.

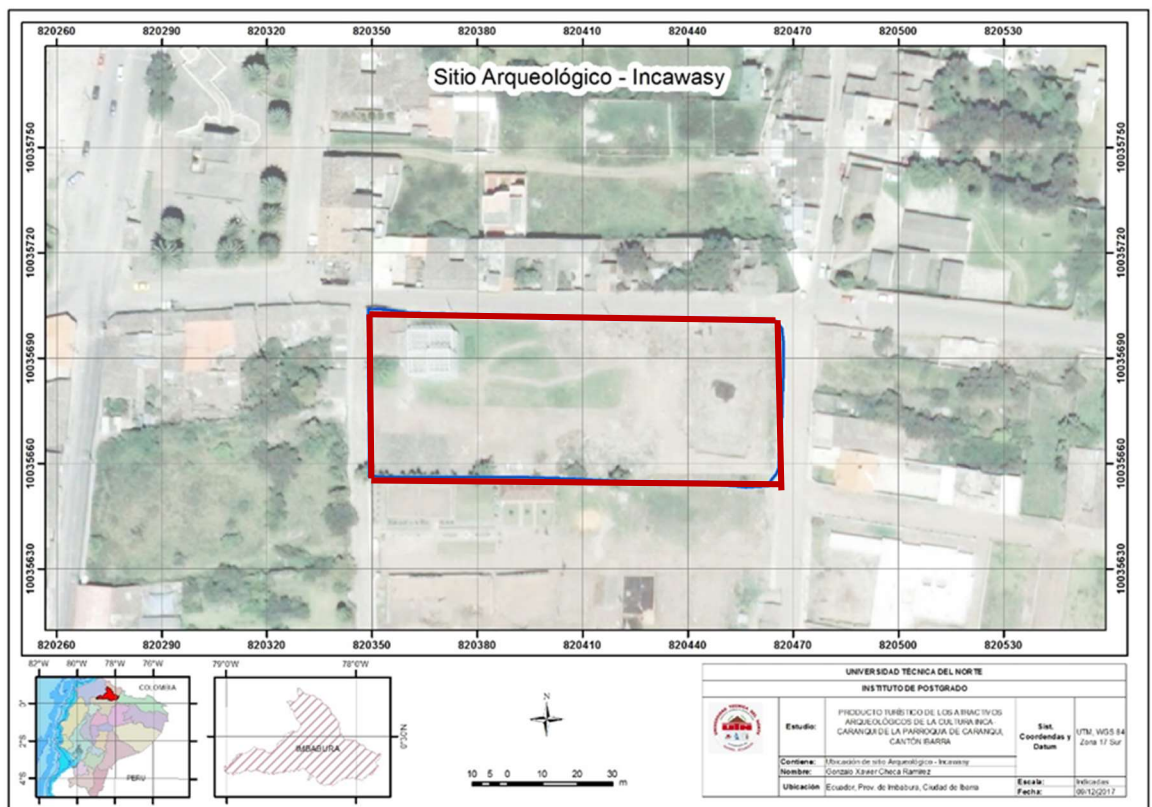


Figura 11. Plano de ubicación del Inca Huasi, parroquia Caranqui, Catón Ibarra.
Fuente: Instituto Geográfico Militar.

3.1 Tipo de investigación

La investigación tiene un enfoque mixto, de tipo descriptiva, (Hernández, Fernández-Collado y Baptista, op. cit.), porque se propone detallar las características de los elementos que conforman la realidad del Inca Huasi, para construir un producto turístico para la parroquia Caranqui, para satisfacer las necesidades de conservación y sustentabilidad del sitio arqueológico. Además, es de campo porque la información se recaba directo de la realidad, y documental, porque se utilizaron fuentes de información como registros escritos en medios bibliográficos, electrónicos e historiográficos, entre otros

3.2 Procedimientos

La investigación se estructuró en cuatro fases para su desarrollo. En la Tabla 1 se presenta el diseño metodológico por fase.

Tabla 2.

Diseño Metodológico por cada fase de análisis de la investigación del Inca Huasi

Objetivos	Unidad de análisis	Método	Técnica	Instrumento
Determinar los atractivos turísticos arqueológicos de la cultura Inca -Caranqui.	Atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui	Fase I: Atractivos turísticos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui	Observación de campo	Planilla de registro y evaluación de Inventario de los atractivos arqueológicos
Valorar el índice de potencial turístico de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	Plan de manejo de los Atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui	Fase II: Valoración del potencial turístico de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui	Análisis FODA	Aplicación de Matiz FODA
Determinar el perfil de los visitantes potenciales que lleguen los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.	Visitantes del parque de Caranqui y habitantes del sector	Fase III: Perfil de los visitantes potenciales que llegan hasta los atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui, parroquia Caranqui, Cantón Ibarra.	Entrevista	Aplicación de cuestionarios a los visitantes y habitantes de Caranqui
Diseñar un producto turístico de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.	INCA HUASI	Fase IV: Propuesta de un producto turístico, donde incluya un corredor turístico autoguiado para el Inca Huasi.		

Fase I. Atractivos turísticos arqueológicos de la cultura Inca –Caranqui

Se realizó un inventario de los sitios arqueológicos y las condiciones que se encuentran con la finalidad de identificar existencia o ausencia de políticas, gestión de los sitios arqueológicos.

Se consideró como bien arqueológicos, el propuesto por Díaz-Andreu, (2014): todos los elementos que representan actividad humana en tiempos pasados, que forman parte del patrimonio cultural del Ecuador. Las construcciones monumentales, las modificaciones en el paisaje, así como también los objetos hechos a partir de diversas materias primas, que permitan conocer, el modo de vida de los seres humanos en el pasado.

La diversidad geográfica, humana y cultural ecuatoriana se expresa en sus patrimonio tangible o material (bienes muebles, inmuebles) e intangible o inmaterial; y cobra sentido gracias a la apropiación asumida por las colectividades. Esta riqueza patrimonial requiere de un proceso sistémico para su registro, inventario y catalogación.

Cada proceso tiene su particularidad. Se inicia con el registro para señalar la existencia legal de un bien, luego se procede a inventariarlo, que es un proceso técnico en el cual se realiza un análisis detallado de cada uno de sus elementos constitutivos, y por último se lo cataloga para contar con estudios puntuales sobre ese bien patrimonial.

El siguiente cuadro detalla las aplicaciones y alcances puntuales de cada uno de estos procesos que se llevaron a cabo en la presente investigación.

Tabla 3.*Aplicaciones y alcance de un registro del patrimonio cultural.*

Registro	Inventario	Catalogación
Se identificó los bienes culturales materiales e inmateriales.	Se describió los bienes que tienen una valoración cultural patrimonial y por lo tanto deben ser conservados y difundidos.	Se estudió, a mayor profundidad, los bienes inventariados, mediante estudios históricos, iconográficos, arquitectónicos, antropológicos, etnográficos, etc.
Se refirió el universo cultural que tiene el país.	Se especificó el universo del patrimonio cultural que tiene el país.	Se documentó de manera científica, sistémica y metodológica los bienes patrimoniales.
Se Estableció el estado de conservación de los bienes culturales materiales y salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.	Se detalló el estado de vulnerabilidad y amenaza de los bienes materiales e inmateriales del Patrimonio Cultural, que tienen en relación a los riesgos naturales y antrópicos.	
Ubicación geoespacial de los bienes culturales en el territorio.	Documentación referencial para expedientes. Elaboración de mapas temáticos. Cartografía digital del patrimonio.	Herramienta para el conocimiento y la investigación académica.
Elaboración de línea de base referencial del patrimonio en los ámbitos material e inmaterial.	Herramienta de información para la gestión del patrimonio cultural de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.	Herramienta de información para la gestión y valoración del patrimonio cultural de los Gobiernos Autónomos Descentralizados.
Información básica para el ordenamiento territorial y control.	Identificación de los riesgos que afectan al patrimonio cultural	Elaboración de planes de protección de los bienes culturales patrimoniales
Propuesta de delimitación preliminar de sitios de interés cultural para su protección y ordenamiento territorial.	Aportación de datos que faciliten el ordenamiento territorial, la conservación, control y uso del patrimonio cultural.	Promoción y difusión del patrimonio cultural, material e inmaterial, mediante la construcción de políticas públicas para su conservación, preservación, salvaguardia y puesta en valor.

Fuente: Instituto Nacional del Patrimonio Cultural (2012)

Fase II. Valoración del potencial turístico de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

Con la información de la fase I se desarrolló una matriz FODA, donde se identificaron los factores internos y externos para garantizar la sostenibilidad de la actividad y plantear el producto turístico.

Fase III. Perfil de los visitantes potenciales que llegan hasta los atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui, parroquia Caranqui, Cantón Ibarra.

Se aplicó una entrevista (Anexo 1) a los dueños de los 11 locales de expendio de helados, pan de leche con el fin de determinar el número de turistas que según su opinión visitan el parque central de Caranqui y su opinión acerca de la propuesta del diseño del producto turístico Inca Huasi y el diseño de un corredor turístico en la zona. Las entrevistas fueron realizadas con la ayuda de estudiantes de tercer año de bachillerato de la Unidad Educativa Fátima, la cual tenía una duración de aproximadamente 15 minutos.

Con la aplicación de la entrevista a los se pudo determinar la cantidad aproximada de visitantes que acuden a la parroquia Caranqui, específicamente al parque central a degustar los productos gastronómicos que se expenden. Según los comerciantes entrevistados el número de visitas varían dependiendo de la temporada, teniendo en cuenta este factor el promedio de visitantes mensuales es de 10848 entre nacionales y extranjeros, que acuden a la degustación de los helados de crema y el pan de leche.

A partir de este registro de visitantes se calculó la muestra, la cual estuvo conformada por 374 visitantes que acudieron al parque principal de Caranqui durante el mes de noviembre, esta muestra es no probabilística, debido a que por la naturaleza de la población es más factible aplicar un muestreo errático o por conveniencia, que como lo explica, Spiegel y Stephens (1979) “Se caracteriza porque la muestra se selecciona arbitrariamente, sin tener en cuenta a priori ningún tipo de circunstancia de la población”.

Para realizar las entrevistas se aplicó el método del uso del tiempo (Russell, 1995), para lo cual se estableció un cronograma de visitas al parque central de Caranqui que inició el día 18 de noviembre del 2017 de 09:00 a 20:00, esta acción se repitió los siguientes fines de semana hasta que se completó el número de entrevistas a realizar. De esta manera se consiguió levantar la información requerida, solicitando el consentimiento informado de cada persona y su disponibilidad.

Fase IV. Propuesta de un producto turístico, donde incluya un corredor turístico autoguiado para el Inca Huasi.

Con la información de las fases I, II y III, se diseñara una propuesta de un producto turístico, donde incluya un corredor turístico autoguiado para el Inca Huasi, de tal manera de difundir y crear una cultura de visita a los sitios arqueológicos que en parte se encuentran ya olvidados, los cuales tienen un potencial turístico que debería ser difundido a la colectividad.

Consideraciones bioéticas.

Antes de realizar cada una de las entrevistas a los propietarios y visitantes de los locales del parque central de Caranqui, se les indico que su participación es voluntaria y que la información será utilizada únicamente con fines académicos. Asimismo, se obtuvo el consentimiento de los informantes a través de una firma o huella.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presentan los resultados de la información obtenida en cada una de las fases establecidas según los objetivos planteados para finalmente proponer al lugar arqueológico Inca Huasi como un producto turístico.

4.1 Fase I. Atractivos turísticos arqueológicos de la cultura Inca -Caranqui

Para el diseño del producto turístico en el sector de Caranqui se, se procedió a realizar un levantamiento de la información de los atractivos turísticos del Inca Huasi, por medio de la observación de campo y aplicación de fichas que contienen datos relevantes de la zona, para realizar este tipo de levantamiento de información considero la ficha de inventario de sitios arqueológicos del ministerio de patrimonio y cultura del Ecuador. Esta ficha contiene información precisa del sitio tipo de sitio, información gráfica, ubicación de este (Tabla 3 y 4).

Tabla 4.

Ficha 1 del inventario de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca -Caranqui.

FICHA DE INVENTARIO SITIO ARQUEOLOGICO	
	Código
	SA-06-00001
1 DATOS DE IDENTIFICACION	
Nombre del sitio: INCA HUASI	Topónimo:
Sector o área específica: Arquitectura hidráulica	Caranqui
Fotografía principal:	



Descripción de la fotografía: Canal hidráulico hacia el complejo de ceremonia

2 DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: Imbabura	Cantón: Ibarra	Parroquia: Caranqui	Recinto/ comunidad/ comuna: Caranqui
		Urbana	Rural
Dirección: Calle princesa Paccha y calle Huiracocha			
Área estimada: 4950 m ²		Perímetro registrado: 110 x 45 m	
Ubicación topográfica			
Cima	Planicie inundable	Quebrada	
Cuchilla	Río / cauce fluvial	Abrigo rocoso / cueva	
Ladera	Margen costero	Humedal	
Planicie	Isla		
3. CARACTERÍSTICAS DEL SITIO			

Período histórico / filiación cultural		Tipo de sitio arqueológico			
1551 – 1557 / Caranqui		<u>Monumental</u>		No monumental	
Subtipo de sitio arqueológico					
Habitacional	cantidad	Agropecuario	cantidad	Industrial	cantidad
Bohío Montículo Estructuras con muros		Campo de camellones Albarradas Terrazas Colca Pukyu Corral		Conchero Taller de lítica Taller de metal Salar / salinas Mina Textil	1
Ritual / funerario	cantidad	Militar	cantidad	Vial	cantidad
Tumbas Montículos Petroglifos Pintura rupestre	4	Pucara / churo Fortaleza		Camino Tambo / chasquiwasi Puente Apachita Mojón Culunco Otros:	
Sin interpretación evidente					


Indefinida			
Otros: N/A			
Descripción del sitio:			
Canales de agua con dirección al sitio donde se realizaban los rituales ceremoniales estos canales se conectaban por una acequia que existía en el lugar y pasaba por la parte superior del mismo.			
4. INFORMACIÓN GEOGRÁFICA ADICIONAL			
Hidrografía:	Acequia SN	Orografía:	Volcán Imbabura
5. ESTADO GENERAL DEL SITIO			
Estado de conservación:	Bueno	Regular	Malo
Estado de integridad:	Bajamente destruido	Medianamente destruido	Altamente destruido
Factores de deterioro:			
Naturales		Antrópicos	
Erosión	Huaquería	Desarrollo industrial /	
Humedad	Actividades agrícolas	comercial	
Desastres naturales	Actividades ganaderas	Desarrollo urbano	
Fauna	Actividades forestales	Negligencia/ abandono	
Flora	Actividades extractivas	Conflicto político / social	
	/minería	Turismo	
Infraestructura civil asociada			
Vías de acceso	Red de servicios básicos		
Infraestructura turística	Tuberías de transporte de combustibles		
5. RÉGIMEN DE CUSTODIA DEL SITIO			
<u>Estatal</u>	Particular	Religioso	

6. TIPO DE PROPIEDAD DEL TERRENO			
<u>Estatal</u>	Privada	Comunal	En litigio
7. INFORMACIÓN GRÁFICA			
Fotografías adicionales			
			
Descripción de la fotografía: Canal hidráulico		Descripción de la fotografía: Canal hidráulico	
			
Descripción de la fotografía: Canal hidráulico		Descripción de la fotografía: Canal hidráulico	
8. INFORMACIÓN RELACIONADA			
Código del sitio: SA-06-00001			
Fichas relacionadas: N/A			

9. DATOS DE CONTROL	
Inventariado por: Xavier Checa	Fecha de inventario: 11/11/17
Registro fotográfico: Xavier Checa	
Última actualización:	Fecha de actualización:

Tabla 5.

Ficha 2 del inventario de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca -Caranqui.

FICHA DE INVENTARIO			
SITIO ARQUEOLOGICO			
Código			
SA-06-00002			
1 DATOS DE IDENTIFICACION			
Nombre del sitio: INCA HUASI	Topónimo:		
Sector o área específica: Piscina ceremonial	Caranqui		
Fotografía principal:			
			
Descripción de la fotografía: Piscina ceremonial			
2 DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia:	Cantón:	Parroquia:	Recinto/ comunida
Imbabura	Ibarra	Caranqui	

				d/ comuna: Caranqui	
		<u>Urbana</u>	Rural		
Dirección: Calle princesa Paccha y calle Huiracocha					
Área estimada: 4950 m ²		Perímetro registrado: 110 x 45 m			
Ubicación topográfica					
Cima		Planicie inundable		Quebrada	
Cuchilla		Río / cauce fluvial		Abrigo rocoso / cueva	
Ladera		Margen costero		Humedal	
<u>Planicie</u>		Isla		Otros:	
3. CARACTERÍSTICAS DEL SITIO					
Período histórico / filiación cultural		Tipo de sitio arqueológico			
1551 – 1557 / Caranqui		<u>Monumental</u>	No monumental		
Subtipo de sitio arqueológico					
Habitacional	cantidad	Agropecuario	cant	Industrial	cant
Bohío		Campo de		Conchero	
Montículo		camellones		Taller de	
Estructuras con		Albarradas		lítica	
muros	5	Terrazas		Taller de	
Otros:		Colca		metal	
		Pukyu		Salar /	
		Corral		salinas	
		Otros:		Mina	

				Textil	
				Otros:	
Ritual / funerario	cant	Militar	cant	Vial	cant
Tumbas	1	Pucara / churo		Camino	
Montículos		Fortaleza		Tambo /	
Petroglifos		Otros:		chasquiwasi	
Pintura rupestre				Puente	
Otros				Apachita	
				Mojón	
				Culunco	
				Otros:	
Sin interpretación evidente					
Indefinida					
Otros: N/A					
Descripción del sitio:					
Estructura semi subterránea en forma de piscina que conforma el Inca Huasi.					
4. INFORMACIÓN GEOGRÁFICA ADICIONAL					
Hidrografía:	Acequia SN		Orografía:	Volcán Imbabura	
5. ESTADO GENERAL DEL SITIO					
Estado de conservación:	<u>Bueno</u>		Regular	Malo	
Estado de integridad:	<u>Bajamente destruido</u>		Medianamente destruido	Altamente destruido	
Factores de deterioro:					

Naturales		Antrópicos	
Erosión	<u>Huaquería</u>	Desarrollo industrial / comercial	
Humedad	Actividades agrícolas	Desarrollo urbano	
Desastres naturales	Actividades ganaderas	Negligencia/ abandono	
Fauna	Actividades forestales	Conflicto político / social	
Flora	Actividades extractivas /minería	Turismo	
Infraestructura civil asociada			
<u>Vías de acceso</u>		<u>Red de servicios básicos</u>	
Infraestructura turística		Tuberías de transporte de combustibles	
5. RÉGIMEN DE CUSTODIA DEL SITIO			
<u>Estatal</u>	Particular	Religioso	
6. TIPO DE PROPIEDAD DEL TERRENO			
<u>Estatal</u>	Privada	Comunal	En litigio
7. INFORMACIÓN GRÁFICA			
Fotografías adicionales			
			
Descripción de la fotografía: Piscina ceremonial		Descripción de la fotografía: Piscina ceremonial	

	
Descripción de la fotografía: Piscina ceremonial	Descripción de la fotografía: Piscina ceremonial
8. INFORMACIÓN RELACIONADA	
Código del sitio: SA-06-00002	
Fichas relacionadas: N/A	
9. DATOS DE CONTROL	
Inventariado por: Xavier Checa	Fecha de inventario: 11/11/17
Registro fotográfico: Xavier Checa	
Última actualización:	Fecha de actualización:

4.2 Fase II. Valoración del potencial turístico de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

A partir de la información obtenida en las entrevistas realizadas tanto a comerciantes como a visitantes del parque central de la parroquia Caranqui, se elaboró la matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (F.O.D.A), la cual permitió valorar el potencial de los atractivos arqueológicos del Inca Huasi de la cultura Inca - Caranqui.

Tabla 5.

Matriz F.O.D.A de la valoración del potencial turístico de los atractivos arqueológicos del Inca Huasi de la cultura Inca – Caranqui.

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES

<p>Los atractivos arquitectónicos se encuentran muy cerca de la ciudad de Ibarra y posee un fácil acceso a la zona.</p> <p>La economía del lugar no depende únicamente del turismo si no de macro y micro empresas ubicados en el mismo sitio.</p> <p>Existe interés por la población para que se promueva el turismo en la zona y se disipe información de la rica historia sobre la cultura Inca Caranqui.</p> <p>Existen lugares únicos que se pueden potenciar como atractivos turísticos lo que beneficiara a la economía de la parroquia.</p>	<p>Fácil acceso a los atractivos arquitectónicos</p> <p>La cultura Inca Caranqui posee varios sitios arqueológicos de belleza escénica que pueden ser visitados por los turistas como por ejemplo el Inca Huasi, el Templo del Sol, la iglesia del Señor del Amor, la cual es icono arqueológico de referencia, debido a que se presume que bajo la iglesia está el verdadero templo inca.</p> <p>Existe beneficio de las personas que viven en la localidad ya que pueden generar macro y micro empresas beneficiándose de los visitantes para así lograr un aumento de su economía.</p> <p>Se puede promover en la zona un turismo auto guiado con sus respectivas señales éticas para que el turista disfrute obtenga una experiencia personal y real tomando en cuenta su disponibilidad de tiempo ritmo y apreciación de la zona.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Que existan modificaciones en la actividad productiva dentro del sistema económico de la localidad.</p> <p>Que no exista un nivel alto de llegada de turistas al sitio ya que podía influir en la</p>	<p>Los visitantes no conocen sobre la cultura Caranqui y sus sitios arqueológicos por lo que la visita al lugar es más de carácter alimentario.</p>

<p>cantidad de empleos ofertados por el mercado turístico.</p>	<p>Existe poca difusión del lugar por medio de medios de comunicación, redes sociales y páginas web, entre otros.</p>
<p>Que los destinos turísticos tengan precios más elevados que otros lugares por lo que se podría producir una presión inflacionaria.</p>	<p>No existe una operadora turística que oferte al visitante lugares y ofertas que se puede ofrecer en el sector.</p>
<p>El museo Atahualpa ha sido retirado de la plaza Atahualpa ubicado en la parroquia de Caranqui el 23 de septiembre del 2016 para llevarla a una Sala Caranqui en el centro cultural el Cuartel en la ciudad de Ibarra.</p>	
<p>El sitio es poco conocido en otras ciudades las personas que frecuentan más al lugar son de la misma ciudad y localidad.</p>	

La Matriz FODA, indica que los atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui, presentan fortalezas y oportunidades para transformarlos en producto turístico, que puede ofrecerse a los potenciales visitantes al área tanto nacionales como internacionales.

Entre las debilidades determinadas sobre las modificaciones en la actividad productiva dentro del sistema económico de la localidad, el desarrollo del turismo en la parroquia a partir de sus ruinas arqueológica puede potenciar nuevas economías locales. Esto conlleva a una promoción de la zona en las agencias turísticas, aeropuertos y otras ciudades, además de las redes sociales.

Una de las debilidades detectadas sobre el conocimiento que tienen los visitantes sobre la cultura Caranqui y sus sitios arqueológicos puede convertirse en una oportunidad o fortaleza, al promover la cultura Caranqui como en el asentamiento Inca de mayor importancia en el extremo norte del imperio; y la importancia de las construcciones del

complejo arquitectónico como es la piscina para baños rituales, hecha con piedras de talla fina, del tipo de arquitectura denominada Inca imperial, única en el norte del Ecuador, denominada hoy como Inca Wasi, como lo señala (Ontaneda, 2012)

4.3 Fase III. Perfil de los visitantes potenciales y de los comerciantes de la zona arqueológica de la cultura Inca - Caranqui.

Perfil de los visitantes.

Para la caracterización del perfil del visitante a la parroquia de Caranqui se realizó una serie de entrevistas con el fin de determinar la realización de un corredor turístico en la parroquia y de conocer más sobre la cultura de la zona.

En la actualidad la visita que realizan a la parroquia tiene como finalidad la degustación de los helados de crema y pan de leche, productos tradicionales del sector, aprovechando esta afluencia de visitantes se analizó la posibilidad de realizar de diseñar un producto turístico que el la propuesta de un corredor turístico autoguiado para conocer la cultura que en tiempos precolombinos habitaron este sector. Las entrevistas se realizaron a los visitantes que frecuentan el parque de Caranqui los resultados son los siguientes:

Distribución según el sexo del visitante a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

De los visitantes entrevistados que llegan a la degustación de los productos tradicionales al parque de Caranqui predomina el género masculino sobre el género femenino, la diferencia no es muy significativa (Tabla 6).

Tabla 6.

Distribución según el sexo de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	141	47%
Masculino	159	53%
Total	300	100%

Distribución por edad de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

La predominancia de las personas que visitan potenciales del parque de Caranqui a la degustación de helados de crema y pan de leche, la edad promedio es 40 años, los jóvenes que visitan el área tienen un promedio es de 20 años (Tabla 7).

Tabla 7.

Distribución según la edad de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 20 años	58	19,33%
De 21 a 30 años	53	17,66%
De 31 a 40 años	102	34%
De 41 a 50 años	74	24,66%
Más de 51 años	13	4,33%
Total	300	100%

Distribución según el nivel educativo del visitante a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

Del grupo de los entrevistados que recorren el lugar, existen dos grupos mayoritarios los que son bachilleres y los que tienen educación superior, para los cuales debe dirigirse la propuesta que se desea implementar en el sector. El otro grupo que no deja de ser importante es el que tiene una educación básica o no la tiene de la misma

manera ellos indican sentirse atraídos a la presentación de algo novedoso en el sector (Tabla 8).

Tabla 8.

Distribución según el nivel educativo de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

Nivel Educativo	Frecuencia	Porcentaje
Sin estudios	7	2,33%
Básica incompleta	8	2,66%
Básica	25	8,33%
Bachiller	134	44,66%
Educación Superior	126	42%
Total	300	100%

Motivo de visita a la zona de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

Del grupo de visitantes entrevistados en su mayoría su deseo es conocer la zona, lo cual es un buen referente para promocionar un producto turístico en la zona, ya que se sienten atraídos hacia el lugar por su posición geográfica y su clima, otro grupo se siente atraído por la historia del existió, la cual representa una cultura incaica, e indican querer conocer más, pero lamentablemente no existe ninguna propuesta sobre ello. Otros visitantes acuden a la zona debido a que tienen familiares o amigos a los que suelen visitar los fines de semana o en el tiempo que dispongan. Otros en cambio pertenecen a la zona ya que poseen propiedades en el sector (Tabla 9).

Tabla 9.

Motivo de vista de los turistas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Conocer sobre la cultura Inca - Caranqui	69	23%
Tiene casa en el sitio	34	11,33%
Visita a familiares y/o amigos	60	20%
Conocer la zona	124	41,33%
Otra:	13	4,33%
Total	300	100%

Lugar de procedencia de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

De las personas entrevistadas la mayoría son ecuatorianos divididos en dos grandes grupos los que provienen de los cantones aledaños por la cercanía, otras ciudades de otras provincias y cantones del Ecuador y el segundo grupo de la ciudad de Ibarra, en menor número la presencia de turistas extranjeros del país vecino Colombia. Por lo tanto, Caranqui es un potencial del turismo local por la cercanía que tiene al centro de la ciudad y la riqueza cultural que guarda este sitio al ser considerada como la cuna del último inca como lo fue Atahualpa (Tabla 10).

Tabla 10.

Lugar de procedencia de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Ecuador	234	78%
Ciudad:	Ibarra, Atuntaqui, Quito, Otavalo	
Exterior	13	4,33%
País:	Colombia	
Vive en la localidad	53	17,66%
Total	300	100%

Modalidad de visita de los turistas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

La mayoría de los turistas que visitan el sector tienen preferencia en acudir con familiares para compartir momentos y degustar de la gastronomía del sector, el segundo grupo mayoritario prefiere realizar una visita con sus parejas para realizar paseos y degustar de las delicias gastronómicas de la zona; en menor escala están los que visitan el sector con amigos y los que prefieren estar solos y disfrutar del momento (Tabla 11). Los datos demuestran que este arqueológico es un sector ideal para pasar en familia o en pareja, con ello da la pauta para implementar un producto turístico en el sector con el fin de que permanezcan más tiempo en el sector y conozcan de la riqueza cultural que esconde el sector.

Tabla 11.

Modalidad de visita de los turistas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	27	9%
En pareja	80	26,66%
Con familiares	161	53,66%
Con amigos	32	10,66%
Total	300	100%

Frecuencia de visita de los turistas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

Un porcentaje muy alto de visitantes acude al lugar mensualmente, seguido de un grupo que manifiesta que visita varias veces al año, en los feriados tanto locales como nacionales. Un grupo turistas los locales visitan el sector semanalmente. Hay turistas que visitan el sector una vez al año, esto puede ser por cuestiones de trabajo o migración. También se registró, un grupo que visita el sector por primera vez y manifiesta que se debería fomentar nuevos atractivos para visitar con más frecuencia la zona (Tabla 12).

Tabla 12.

Frecuencia de vista de los turistas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Es primera vez	21	7%
Una vez al año	17	5,66%
Varias veces al año	92	30,66%
Mensualmente	98	32,66%
Semanalmente	60	20%
Otra	12	4%
Total	300	100%

Actividades que realizan los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

Los visitantes prefieren realizar actividades gastronómicas, disfrutan de la degustación de los helados de crema y pan de leche que se oferta, otro grupo de visitantes prefieren realizar actividades de entretenimiento en el sector, existen canchas en las cuales se realiza actividades deportivas; un menor número de visitantes visitan los sitios arqueológicos que escucharon que existen y les despierta curiosidad conocer, pero no existe una propuesta para que les guíen y obtengan más información (Tabla 13).

Tabla 13.

Actividades a realizan los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Visita a los atractivos arqueológicos	45	11,30%
Actividades de entretenimiento	149	37,43%
Actividades alimentarias	160	40,20%
Otra	44	11,05%
Total	398	100%

Formas de información de los visitantes sobre los atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui del lugar

Las personas que acudieron al lugar tuvieron varias vías de información, pero la mayoría de las visitantes la obtuvieron por contacto personal, otros por el internet. Los medios de comunicación también fueron una buena vía de información del sector; las operadoras turísticas poco hacen la oferta del lugar, el material impreso no ayuda mucho a la difusión del sector porque es escaso el número de visitantes que se informaron del lugar (Tabla 14).

Tabla 14.

Información de lugar de los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Por contacto personal	210	70%
Material impreso (folletos, libros)	2	0,66%
Operadora turística	8	2,66%
Internet	52	17,33%
Medio de comunicación	20	6,66%
Otro	8	2,66%
Total	300	100%

Conocimiento que tienen los visitantes del parque central de la parroquia Caranqui sobre producto y corredor turístico.

La mayor parte del grupo entrevistado no conoce que es un corredor turístico (Tabla 15). Esto implica que debe informarse a los visitantes y la comunidad sobre el mismo, ya que es la propuesta que emerge de esta investigación.

Tabla 25.

Conocimiento de un corredor turístico que tienen los visitantes sobre los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Si	103	34,33%
No	197	65,66%
Total	300	100%

Visitas a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

El 68,66% de los turistas que visitan la parroquia de Caranqui manifiestan haber acudido a sitios arqueológicos de la cultura Inca Caranqui. Esta información demuestra el interés que tienen los turistas por la zona arqueológica y justifica la implementación del corredor turístico (Tabla 16).

Tabla 3.

Visita a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Si	206	68,66%
No	94	31,33%
Total	300	100%

Actividades que realizan los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

La mayor cantidad de visitantes se dirigen al lugar para visitar el santuario Señor del Amor, a pesar de permanecer cerrado el Inca Huasi, los visitantes indicaron sentir curiosidad de conocer este sector, por riqueza cultural que guarda, pero no existe ninguna oferta turística para poder conocer el lugar. Otro grupo de turistas visitan el parque donde se encuentra una réplica del templo del sol, pero indican que no es muy atractiva porque no existe información del lugar y el interior del templo se encuentra vacío, antiguamente existía un museo, pero este fue trasladado al centro de la ciudad en el Centro Cultural El Cuartel (Tabla 17).

Tabla 17.

Actividades realizadas que realizan los visitantes a los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
Visita al santuario del Señor del Amor	157	56,47%
Visita al Inca Huasi	71	25,53%
Visita al Monumento del sol	30	10,79%
Otra	20	7,19%
Total	278	100%

Perfil de los comerciantes.

Interés de los comerciantes de la zona arqueológica por adquirir conocimientos de la cultura Inca Caranqui.

La mayor parte del grupo entrevistado desea que se les otorgue más información acerca de la cultura Caranqui (Tabla 18), esto justifica la propuesta de realizar de un corredor turístico donde se le entregue información tanto a la población local, comerciantes y visitante.

Tabla 18.

Interés de los comerciantes de la zona arqueológica por adquirir conocimientos de la cultura Inca Caranqui.

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	218	72,66%
Parcialmente en acuerdo	72	24%
En desacuerdo	2	0,66%
No le interesa	8	2,66%
Total	300	100%

Información de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui le gustaría recibir a los comerciantes de la zona.

A los comerciantes les gustaría recibir toda la información que sea posible, como por ejemplo como se originó, en que se basa esta cultura, sus creencias, sus tradiciones, que hacían sus antepasados, quien fue Atahualpa.

Opinión le merece el estado actual de conservación de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

Los comerciantes de la zona consideran que los atractivos turísticos de la cultura Inca Caranqui están en muy buen estado, todos poseen un adecuado mantenimiento por lo que se recomienda visitarlos ya que se obtendrá una experiencia turística motivadora.

Consideran que es necesario el rescate de este sitio que fue icono en su época y es de suma importancia, ya que parte de la historia del pueblo y nuestras raíces y más con el hecho de que el sector de Caranqui fue la cuna del último emperador inca como es el caso de Atahualpa.

Caracterización del comerciante que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

Distribución según el sexo de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

Según la entrevista se determinó que la mayoría de los comerciantes del sector son de género masculino, son jefes de hogar y son los centralizadores del negocio. Las mujeres también presentan un porcentaje significativo entre los comerciantes de la zona, ofreciendo servicios gastronómicos en la zona (Tabla 19).

Tabla 49.

Distribución según el sexo de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	5	45,45%
Masculino	6	54,54%
Total	11	100%

Distribución según la edad de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui

El mayor rango de edad entre los comerciantes es más de 51 años, los que se posiblemente porque son personas jubiladas que se dedican a su actividad económica en su propio hogar o en el sector (tabla 20).

Tabla 20.

Distribución según la edad de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 20 años	0	0%
De 21 a 30 años	2	18,18%
De 31 a 40 años		
De 41 a 50 años	2	18,18%
Más de 51 años	7	63,63%
Total	11	100%

Distribución según el nivel educativo de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

La mayoría de los comerciantes del sector tienen instrucción de bachillerato y básica, pero tienen la disposición y han adquirido el conocimiento para desarrollar negocios y ser unos buenos microempresarios que reactivan la actividad económica del sector, sobre todo en la actividad turística (Tabla 21).

Tabla 21.

Distribución según el nivel educativo de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

Nivel Educativo	Frecuencia	Porcentaje
Sin estudios	1	9,09%
Básica incompleta	0	0%
Básica	4	36,36%
Bachiller	5	45,45%
Educación		
Superior	1	9,09%
Total	11	100%

Tiempo de permanencia en la actividad económica de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

Los comerciantes del grupo entrevistando llevan realizando en su mayoría actividad económica más de tres años, lo que implican q ya tienen experiencia en la atención visitantes que van a degustar de su gastronomía local (Tabla 22).

Tabla 22.

Tiempo de permanencia en la actividad económica de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	1	9,09%
Dos años	1	9,09%
Más de tres años	9	81,81%
Total	11	100%

Conocimiento del sitio arqueológico Inca Wasi de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

54,54% del grupo de comerciantes entrevistados no conocen sobre los sitios arqueológicos que se encuentren cerca de su negocio, siendo ellos fundamentales para dar a conocer sobre el producto turístico Inca Wasi que se propondrá en esta investigación. Por lo tanto, se tendrá que darles información sobre el mismo (Tabla 23).

Tabla 23.

Conocimiento del sitio arqueológico Inca Huasi de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	45,45%
No	6	54,54%
Total	11	100%

Evaluación de la afluencia de visitantes por parte de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

La afluencia de los visitantes ha sido evaluada por los comerciantes como buena y regular. Sin embargo, se espera que con la implementación de la propuesta de esta investigación la afluencia de visitantes aumente, para el desarrollo económico del sector y el fomento de la actividad turística en la zona (Tabla 24).

Tabla 54.

Opinión de la afluencia de visitantes por parte de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	4	26,66%
Buena	3	33,33%
Regular	3	33,33%
Poca	1	6,66%
Total	11	100%

Tipo de visitantes que frecuentan en la actividad económica según la opinión de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

Los visitantes que frecuentan la actividad económica del sector son locales y nacionales en su mayoría, sin embargo, hay un grupo de turistas extranjeros (31%) que visitan y degustan de la gastronomía que se oferta en la zona (Tabla 25).

Tabla 65.

Tipo de visitantes que frecuentan en la actividad económica según la opinión de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

	Frecuencia	Porcentaje
Locales	4	34,48%
Nacionales	4	34,48%
Extranjeros	3	31,03%
Total	11	100%

Opinión de los comerciantes sobre el rescate y la puesta en valor del sitio arqueológico Inca Huasi, con la finalidad de dinamizar el turismo en la parroquia por ser la cuna de Atahualpa.

Los comerciantes opinaron que es muy importante el rescate de la historia sobre Caranqui, así lo expreso uno de los entrevistados *“para que los turistas logren conocer algo diferente y natal de este lugar”*. Otro de los entrevistados señaló: *“seria indispensable rescatar los parques y museos que ahora se encuentran abandonados porque pueden ser un gran atractivo turístico dando beneficio a la mejoría de la economía de esta parroquia”*.

Opinión de los comerciantes sobre el diseño de un producto turístico y una ruta auto guiada para visitar del sitio.

Todos los entrevistados estuvieron de acuerdo, que sería conveniente dar a conocer la historia de la parroquia a través de un recorrido por los diferentes puntos arqueológicos del sector. Uno de los entrevistados señaló que: *“Si sería fundamental para que las cosas se las realice de una manera más organizadas y lograr explotar bien el turismo sobre todo basándose en la historia de esta parroquia que es lo más sobresaliente”*.

Beneficio para la actividad económica según la opinión de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca – Caranqui.

El total del grupo entrevistado cree que si se capta más gente que visite esta parroquia existiría más beneficios para su comercio y para la reactivación económica de la zona y el desarrollo de la actividad turística.

Conocimiento de un corredor turístico auto guiado de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

La mayoría de los comerciantes (63,63%) no conoce que es un corredor turístico auto guiado (Tabla 26), debido a la falta de información y capacitación en la actividad turística que se pueda desarrollar en la zona.

Tabla 76.

Conocimiento de un corredor turístico auto guiado de los comerciantes que prestan servicios en la zona de atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui

	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	36.36%
No	7	63.63%
Total	11	100%

El 91% del grupo entrevistado recomienda que se realice turismo auto guiado para los visitantes y que sean dirigidos a un sitio arqueológico 91% esto beneficiara la economía y el turismo cultural en la zona.

4.4 Fase IV. Propuesta de un producto turístico, donde incluya un corredor turístico autoguiado para el Inca Huasi.

Las zonas de patrimonio cultural tienen características inherentes que deben ser consideradas en el momento de planificar su gestión para el desarrollo de la actividad turística, que según Millar (1989) son las siguientes:

- Son espacios multipropuesta con usos para las atracciones turísticas, interés identitario, recursos educativos y en el caso de las ciudades, son la base para actuaciones de regeneración urbana y económica.

- Están orientadas a interesar y atraer público y requieren de fondos económicos para mantener el interés de los visitantes.
- Su gestión requiere del compromiso de los agentes encargados de la conservación, la de los residentes y la de los visitantes.

Los objetivos de la propuesta deberán considerar cuatro aspectos básicos, que son señalados por González y Pérez (2012):

- La conservación del patrimonio cultural para la posteridad y las futuras generaciones y asegurar que su gestión permita el disfrute de todos.
- El acceso al patrimonio solo tiene sentido si beneficia a todos (residentes y visitantes). Si una parte de la sociedad queda excluida de acceder a él o no lo siente como suyo pierde sentido. No obstante, si se aplica el principio de libre acceso y existe un alto nivel de visitantes se puede dañar este patrimonio.
- La educación factor que mejora el acceso al patrimonio, debido que, al aumentar el nivel educativo, los visitantes aprecian mejor su valor y contenido y entienden por qué es necesario conservarlo.
- La relevancia del patrimonio tiene que llegar a la mayoría de gente y no sólo a un grupo privilegiado, para que refuerce la identidad y el sentimiento colectivo del lugar y pueda ser apreciado por el mayor número posible de residentes locales.

La propuesta también considera los factores que inciden en el nivel de visitantes de una atracción turística, los cuáles son: el acceso al mercado, la distancia existente entre la demanda, la atracción y el tiempo disponible para la visita y el comportamiento turístico del visitante, que debe garantizar el control de las acciones e impactos de estos. Para ello se debe de controlar los movimientos dentro del bien patrimonial y asegurar que el visitante saque el mayor provecho posible de la experiencia.

El producto turístico con el diseño de un recorrido autoguiado propuesto, permite la transformación del recurso en producto turístico cultural que de acuerdo con las recomendaciones de González y Pérez (2012) y McKercher y Du Cross (2002) para que pueda ser viable considero:

- a) Explicar historia de la cultura Caranqui con su máximo representante el Inca Atahualpa. Debido a que se debe considerar que los destinos de turismo cultural tienen una historia detrás, y hay que aprovecharla en el sentido de dar significado al recurso, para que se diferencie de otros atractivos que son similares o de los que la gente sabe poco.
- b) Darle vida al recurso que en este caso es la zona de la cultura Caranqui con el atractivo turístico Inca Huasi, cuando se explique su historia, de tal forma que el atractivo cobre vida y aumente el vínculo emocional con el visitante. El mensaje tiene que ir más allá de las cifras y fechas y tiene que ser entretenido si quiere proporcionar buenas experiencias a los turistas, aumentando la satisfacción, que se incremente el aprendizaje y que se quiera pasar más tiempo y volver a visitarla.
- c) Convertir la visita Inca Huasi en una experiencia participativa. El diseño y presentación de los atractivos tiene que animar la visita a participar y eso solo es posible cuando se consigue involucrar personalmente a los visitantes.
- d) Hacer la historia del Inca Huasi y del Inca Atahualpa relevante para el turista. Por esta razón se realizó en esta investigación el estudio del perfil del visitante potencial y de los comerciantes residentes en la zona. Hay que saber previamente a quien va dirigida el recorrido auto guiado y, a partir de aquí, los contenidos deben presentarse de forma que se relacionen con el conocimiento que el turista tiene del patrimonio y del marco de referencia en que se ubica.
- e) Poner énfasis en la autenticidad que debe ofrecer el producto turístico. Los turistas que realizan turismo cultural pueden desconocer muchas cosas del patrimonio que visitan, pero también tienen un nivel cultural, y motivación centrada en la búsqueda de experiencias únicas por encima de la media. Por este motivo, su nivel de exigencia puede ser elevado y son capaces de distinguir con relativa facilidad los productos de calidad.

El producto turístico y el diseño de un recorrido autoguiado propuesto en la investigación, también considera proporcionar al visitante experiencias, emociones, y poseer rasgos únicos o singulares con el fin de diferenciarse del resto y atraer y retener visitantes.

El propósito de la propuesta es generar un conjunto de recomendaciones prácticas que puedan ser aplicadas, en el corto y mediano plazo, buscando así una mejora sustantiva en el desarrollo turístico del sector y el conocimiento de lo que fue la cultura Inca Caranqui.

Se pretende que el producto turístico y el diseño del corredor turístico autoguiado propuesto en esta investigación, fomente el deseo de visitar un sitio arqueológico, que en la actualidad esta tan cerca del parque central de la parroquia Caranqui pero que la gente desconoce qué fue lo que existió en ese lugar en la época precolombina. La zona es de fácil acceso, lo que no impediría conocer el lugar, además, se ubicarían señaléticas con el fin de que le turista recorra el camino hacia el objetivo principal que en este caso es el Inca Huasi.

A continuación, se presenta un material denominado: Cultura, patrimonio y tiempo base del turismo en Inca Huasi: lugar de rituales, que es la propuesta de producto turístico Inca Huasi y el diseño del corredor turístico autoguiado. Este material está dirigido a la comunidad de Caranqui y gestores de la parroquia, con el objetivo el cual suministra información sobre el producto turístico diseñado.



Cultura, patrimonio y tiempo base del turismo en Inca Huasi: lugar de rituales.

Propuesta de un corredor turístico

Autores:

Gonzalo Xavier Checa Ramírez

Jesús Ramón Aranguren Carrera

Diseño y diagramación: Jesús Aranguren

Fotografías: Gonzalo Xavier Checa Ramírez y Jesús Aranguren

Impresión:

Tiraje:

Deposito legal

ISBN:

Agradecimiento: A la comunidad de Caranqui por sus aportes para el desarrollo de la investigación

Ibarra, Ecuador, 2018



Índice de contenidos

Presentación.....	4
Pueblo Caranqui o caras: patrimonio cultural cambiante.....	5
Inca Huasi: producto turístico de la parroquia Caranqui.....	6
Atahualpa: icono cultural del Ecuador.....	8
Inca Wasi: huellas de los antepasados en territorio Caranqui.....	9
Cultura patrimonio y tiempo: base del turismo cultural.....	10
Características de la propuesta.	12
Cultura, patrimonio y tiempo base del turismo en Inca Wasi: lugar de rituales.....	12
Alcance de la propuesta.....	15
Valores que se proponen desarrollar en la propuesta.....	16
Plan de Acción Turística.....	17
Plan de Marketing.....	17
Posicionamiento en el mercado.....	18
La señalización del corredor Inca Wasi: un sistema de diferentes marcas para señalar el corredor turístico.....	19
Modelo de cartel para el sector de Inca Wasi.....	27
Bibliografía.....	29



Presentación

En tiempos pre hispánico en América del sur existió un imperio poderoso, el de los Incas. Ellos empezaron a explorar y conquistar otras culturas y dentro de sus cruzadas llegaron a territorio Caranqui en Ecuador, donde sometieron a los aborígenes. En Caranqui se asentaron réplicas de templos incas como símbolo de conquista. Actualmente existe un lugar que se considera de gran importancia, ya que es donde se realizaban los rituales de aquella época. Este sitio es el Inca Huasi o baño del Inca, pero falta descubrir el Inti Wasi (Casa del Sol), que se afirma se encuentra bajo el altar mayor del Santuario del Señor del Amor que se venera en nuestra parroquia, en el que posiblemente existen vasijas de oro y plata, y que sus paredes están tapizadas con planchas de estos preciosos metales. Los dos espacios Inca Huasi e Inti Wasi son cercanos y se conoce por información de caraqueños mayores que entre los dos ambientes patrimoniales existe comunicación por túneles, que pocos individuos se han propuesto ingresar por el temor a la obscuridad, a la presencia de insectos, murciélagos, y la falta de oxígeno.

Es una zona para desarrollar el turismo sustentable tiene como objetivo promover el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades residentes, la conservación del ambiente, la promoción de productos y servicios turísticos, así como la satisfacción de los turistas. La modalidad de este enfoque debe ser el turismo cultural, por el patrimonio cultural que encierra la zona.

El Inca Hasi fue descubierto en la década de los 90, el Municipio de San Miguel de Ibarra se adjudicó como dueño del predio, pero poco se ha hecho para difundir este sitio y dar a conocer a los visitantes que acuden a la parroquia a la degustación del tradicional pan de leche y los helados de crema.

Los lugares arqueológicos que se encuentran en el Cantón de Ibarra forman parte del patrimonio prehispánico del país y parte de la América del Sur, debido a que se consideran estos sitios réplicas de monumentos sagrados del imperio inca, estos lugares han sufrido deterioro, abandono, destrucción por aficionados que se han realizado excavaciones y otros que los han utilizado como huaquearías lo que ha impedido el rescate en su totalidad de estos lugares y no se ha podido potencializarlos como productos turísticos, los cuales servirían dentro del desarrollo económico del sector.

Todas estas razones conllevan a la necesidad de realizar una propuesta de un producto turístico, donde incluya un corredor turístico en el sector resaltando la visita al sitio arqueológico y con ello dinamizar la economía del sector y potencializar el turismo en la zona.



Consideraciones teoricas de la propuesta: cultura, patrimonio y tiempo base del turismo en Inca Huasi: lugar de rituales.

Pueblo Caranqui o caras: patrimonio cultural cambiante

El pueblo Caranqui es un asentamiento indígena desde hace 1500 años atrás, el cual fue invadido por los incas y los españoles, razón por la esta cultura ha estado en constante cambio. Según (Tobar, 1985) Caranquis o caras es el nombre que se conoce a una antigua cultura que habito en la sierra norte del Ecuador. Esta cultura abarcó el sur de la provincia del Carchi, la totalidad de la provincia de Imbabura y todo el norte de la provincia de Pichincha. Si bien esta nación se la conoce con el nombre de "Caranquis", este nombre hace referencia también a todos los señoríos que abarcaba esta nación.

El pueblo Caranqui nació por la unión alianzas de los grupos Otavalo y Kayambis. Los Caranquis dieron una dura resistencia a la invasión Inca, pero fueron vencidos en la batalla de Yahuarcocha. La transición entre la Conquista y la Colonia, según (Vásquez, 2014) fue en el momento en que asesina a Atahualpa Inca. Se le condenó a morir quemado en nombre de un Dios desconocido para él, y por la aplicación de leyes que tampoco comprendió.

En la actualidad el pueblo Caranqui, esta ubicado en la Sierra Norte, en la provincia de Imbabura, se encuentran en los cantones: Ibarra, en las parroquias La Esperanza, Angochahu, Caranqui y San Antonio; Antonio Ante, en Andrade Marín; Otavalo, en San Juan de Ilumán y en Pimampiro, en Mariano Acosta y en San Francisco de Sigsipamba, estos últimos están en proceso de definición de su identidad.

Los Caranquis, a pesar de ser un pueblo maltratado por las invasiones de los incas y españoles, se ha mantenido en el tiempo aunque con un patrimonio cultural cambiante, su actual folklor cultural y restos arqueológicos son los principales atractivos que atraen a los visitantes, lo que se debe aprovechar para el desarrollo turístico de la Parroquia.



Inca Huasi: producto turístico de la parroquia Caranqui

Ramírez (2006) señala que la misma dinámica del fenómeno turístico ante las exigencias de la globalización y los valores de la modernidad y recreación, hacen que la concepción del producto turístico sea una compleja red de elementos que responden a las exigencias y cambios del mercado con esfuerzos financieros, humanos y técnicos.

De acuerdo a Cárdenas (2008), el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que se llama turista.

El turista al viajar con fines turístico requiere de un conjunto de bienes y servicios, que son consumidos directos e indirectos asociados a su viaje. Por ejemplo, los turistas utilizan durante su estadía temporal, parte de los servicios que ofrecen las infraestructuras del país receptor, como la aeroportuaria y portuaria, las vías carreteras, restaurantes, hoteles, los servicios públicos, como sistemas de comunicaciones y servicios de la luz y el agua, entre otros (Ascanio, 2012).

Middleton (1994) indica que el producto turístico desde la perspectiva del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe, como son: alojamiento, recreación, transporte y alimentación a los cuales Ramírez, (2006) incluye los atractivos y recursos humanos.

Para Boullón (2003) el producto turístico es mucho más complejo, es el que está conformado por toda la oferta turística, integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. Es decir, son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado.

La experiencia del turista es completa gracias a los atractivos naturales, artificiales y culturales, lo cuales comprenden los recursos naturales y contexto geográfico y social de la comunidad receptora, generando importantes ventajas comparativas. El turismo se enriquece del patrimonio natural y cultural del destino para configurar la oferta y de la combinación de aspectos ecológicos, socioculturales y económicos (Díaz et.al., 2006).

Un ejemplo de ello es la celebración del Inti Raymi, una de las tradiciones que tiene como legado el pasado la nación Inca, constituye la fiesta del sol y la cosecha del solsticio de Junio. Es un símbolo de la gratitud de los pueblos andinos a la Pachá Mama, por haber permitido una buena producción y cosecha de los cultivos tradicionales. Se celebra con la presencia de música y danza. Es festividad milenaria se realiza todos los años en Inca Huasi, permitiendo que las raíces étnicas se conserven y puedan ser disfrutada por quienes visitan el área.



Opaschowski (2001) señala que los turistas buscan experimentar emociones y que de hecho, compran emociones o sentimientos y experiencias y no sólo productos turísticos. A partir de es señalamiento Ramírez (2006) definen al producto turístico como el "conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en combinaciones de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los turistas". Agrega además que "Dichos bienes y servicios pueden estar destinados al confort y disfrute material o espiritual de los visitantes".

Los intereses y estilos de vida del turista han cambiado hacia los lugares donde la naturaleza y la cultura este más conservada, debido a que buscan experiencias, felicidad y crecimiento personal. Middleton (1994), indica que existen dos niveles de producto turístico, un nivel específico ofertado y otro más amplio que comprende la experiencia del turista. Por lo tanto para definir al producto turístico, se requiere recurrir a su visión sistémica.

Desde esta visión sistémica, el producto turístico está conformado por las organizaciones que ofrecen bienes y servicios a los turistas, incluyendo a los servicios de entretenimiento y de recreación, así como a todo activo natural, cultural y social donde se desarrollan las actividades de servicio como es la localidad receptora, que constituye, en muchos casos, el mayor atractivo para el turismo y la principal razón de los desplazamiento.

Es así como un producto turístico resulta de la combinación, según Álvarez et.al. (2001) y Cárdenas (2001), de los atractivos de cada localidad y los servicios prestados. Es decir, los productos turísticos concebidos como sistemas, están conformados por un conjunto de características naturales, culturales y factores creados en infraestructura de alojamiento y transporte entre otros.

Inca Huasi se puede transformar en un producto turístico porque tiene un atractivo único y singular en el Ecuador, que representa la capacidad constructiva de los indígenas, sus restos arqueológicos así lo demuestran; fácil accesibilidad con vías totalmente adoquinadas, se puede llegar a pie, bicicleta, autobús urbano o taxi; presta una serie de servicios gastronómico, telefónico, Wifi, baños y 55 hoteles en la ciudad de Ibarra, entre otros.

Producto turístico Inca Huasi



Atractivo



Accesibilidad



Servicios

Atahualpa: icono cultural del Ecuador

Atahualpa es un icono de la cultura nacional ecuatoriana. Fue hijo de Inca Huayna Cápac y de una Princesa Indígena Princesa Paccha, que nació en Caranqui. Gobernó el espacio septentrional del Tahuantinsuyo; para lo cual tuvo un enfrentamiento con su medio hermano Huascar; al cual venció en esta contienda, y fue declarado sapa inca o gobernante de todo el imperio. Mando el imperio a los 20 años de edad, y fue rey 13 años, hasta que llegaron los españoles, entre ellos Francisco Pizarro, Benalcázar y el Cura Valverde. Estos lo toman prisionero, teniendo como principal objetivo apropiarse del oro que custodiaba y que para los pueblos originarios no tenía un valor económico sino espiritual. Entonces, Atahualpa fue trasladado prisionero a Cajamarca, en donde estuvo preso hasta que se pague un rescate en oro por él. La solicitud era entregar más de 20 mil toneladas del mineral. Pero fue asesinado y torturado por los conquistadores españoles, ejecutándolo luego de obligarlo a bautizarse. (Mora, 2013).

Atahualpa gobernó desde Colombia hasta Chile, toda la parte andina, el gran imperio el Sol Tawa cuatro, Inti Sol, Suyu, Región, Chinchasuyu, Collasuyu, Antisuyu, Contisuyu, (Pueblos originarios del norte, sur, este, y oeste), del universo andino conocido.

Actualmente el Palacio de Atahualpa se encuentra ubicado en la ciudad de Ibarra en el barrio Caranqui. Lleva este nombre ya que es el lugar en donde nació Atahualpa. La información histórica del cronista Cieza de León, por ejemplo, señala que en este sitio existió un templo al sol. El cronista Betanzos dice por otra parte, que el edificio fue hecho por orden de Huayna Cápac como homenaje a su hijo Atahualpa (Páez, 2006).

En el lugar arqueológico existen muros de recintos habitacionales, pero los vestigios son muy pocos y además existe ausencia de estudios que permitan conocer la forma en que fue utilizado y construido. Existen dos muros, el muro norte de 60 m de longitud por 3.50 m de altura, muestra varias ventanas falsas limitadas en su parte superior por un dintel de una sola piedra; el muro este de 40 m de longitud tiene huellas de una puerta, la altura es 3.10 m con falsas ventanas. Los muros rebelan la técnica pirca, es decir, paredes levantadas con canto rodado asentado con mortero de tierra, de un grosor de 0.90 m (Mora, 2013). En la zona donde está el Palacio de Atahualpa, Caranqui, la comunidad ofrece a los visitantes que llegan hasta allí diversidad de artesanías, principalmente de guitarras. Además del tejido de sombreros. También existe en el lugar industria láctea con una fábrica de quesos y sus derivados. Destaca la venta del pan de leche. Los restos de las construcciones caras e incas y las tolas de la región son los puntos de atracción para los turistas.



Inca Huasi: huellas de los antepasados en territorio Caranqui

El Inca Huasi es una construcción imperial Inca emprendido antes de la invasión española en 1532 con la llegada de Pizarro, dos teorías giran en torno a su origen; la primera menciona que la construcción fue ordenada por Huayna Cápac en conmemoración del nacimiento de su hijo Atahualpa; mientras que la segunda hace alusión que este último lo hizo para rendir honores tras la muerte de su padre y para su investidura real (Echeverría, 2009).

Estas ruinas conforman un predio de 5 000 m²; se ubican al pie del volcán Imbabura cerca del centro de la parroquia de Caranqui en la calle Princesa Paccha, entre Huaca y Huiracocha al sur de Ibarra; pudiendo acceder a estas por la Av. Atahualpa en Ibarra.

Según Bray y Echeverría (2017) en idioma quichua "Inka Wasi" o Inca Huasai significa casa del Inca; este fue uno de los lugares más significativos del Tahuantinsuyo en el territorio norte ecuatoriano del siglo XVI y hoy en día representa uno de los vestigios más importantes de la presencia Inca en el Ecuador; formando parte del Capac Nan. Su aspecto más distintivo es el Baño del Inca, o Templo de agua, lo que se visualiza como una plaza hundida, que de acuerdo a los estudios realizados cumplía funciones de una piscina ceremonial, destinada para la realización de rituales y purificación en honor a las deidades Incas.

Según Ontaneda (2010) la estructura tiene una extensión de 10 x 20 metros aproximadamente, rodeada de paredes y canales construidos con piedras cuadrangulares talladas a mano y perfectamente ensambladas; muestra características arquitectónicas e hidráulicas en cuatro entradas, dos canales para el ingreso de agua y doble piso de piedra, drenajes y tanques de sedimentación; un hundimiento en la mitad norte de la misma, probablemente hecho por huaqueros de la época colonial; en las esquinas de esta estructura rectangular se observan accesos mediante escalones para el ingreso a la base de la piscina; las cuatro entradas en términos de la cosmovisión andina están direccionados al noreste, noroeste, sureste y suroeste, sugiriendo una división cuatripartita correspondiente a los cuatro imperios, Collasuyo, Chinchasuyo, Antisuyo y Contisuyo.

Se dice que en este lugar se realizaba los rituales de baño en el que participaban El Inca Atahualpa y sus 30 mujeres vírgenes. También en este mismo lugar se sacrificaban a las mujeres que Atahualpa les consideraba no indispensables. Seguramente este espacio estaba destinado para la élite Incaica.



Cultura patrimonio y tiempo: base del turismo cultural.

La cultura de los grupos humanos esta basada en comportamientos grupales, que no se heredan si no que se van aprendiendo durante la vida con la acumulación de conocimientos, que pasan de generación en generación. Para Mosterín (2010) la cultura es el conjunto de todas las formas, modelos o patrones, explícitos o implícitos a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

Por lo tanto, la cultura es parte de la historia de los pueblos, que va pasando de generación en generación a través de conocimientos, formas o modos de vida, y van conservándose en el tiempo, así los pueblos tienen una identidad propia y se diferencian de las demás. La evolución de la cultura en los grupos humanos permite transformaciones, estas pueden ser materiales o concretos y simbólicos o espirituales, en este caso se empleará lo inmaterial.

El patrimonio de los pueblos es la herencia que se recibe de sus antepasados. Es el resultado de la simbiosis de la riqueza natural y cultural. Estas relaciones entre el espacio geográfico y las manifestaciones culturales fortalecen la identidad, dan sentido de pertenencia, y permite valorar los que son y lo que se tienen los pueblos (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014). El patrimonio es el legado de los grupos étnicos, ya sean materiales o por el contrario saberes, tradiciones e incluso ideologías que dan identidad a los pueblos.

El valor turístico del patrimonio cultural, se ha comenzado a considerar como eje primordial para el desarrollo de la actividad turística. Este valor patrimonial es el que es reconocido como valioso por los miembros de la sociedad en la que está inserto. Por lo tanto, la gestión turística del patrimonio cultural es la aplicación de conocimientos específicos para la adecuación de bienes de patrimonio cultural de recursos turísticos.





Desde la década de los 90^o existe una creciente presión para que el patrimonio cultural sea adaptado a un uso turístico, lo cual está relacionado por el progresivo aumento del turismo cultural. (Organización Mundial de Turismo, 1995).

La modalidad de turismo cultural integra el patrimonio generado por los diferentes grupos étnicos, es tipo de turismo comprende el progresivo interés social por conocer la relación presente-pasado de diferentes civilizaciones. Si bien hasta hace muy poco alcanzó el reconocimiento en la actividad turística. Siempre ha existido visitantes motivados por factores artísticos-culturales, que buscan satisfacer esta necesidad a través de la modalidad del turismo cultural (Bustamante, 2010).

Rodríguez Pulgarín (2011) definen esta modalidad de turismo como turistas que realizan viajes con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad, estableciendo una relación con el pasado y el presente.

Este tipo de turismo valora los testimonios de formas de vida y capacidades de épocas anteriores, sintiendo especial curiosidad por conocer qué funciones tenían y porque, de manera expresa o tácita. Valoran además, los objetos que por diferentes razones han sobresalido en la época en que fueron hechos y no se han destruido totalmente, reconocen que son parte del patrimonio cultural deben ser conservados y mantenidos, ya que, más allá de los hechos y las ideas de la historia, los objetos en sí son más elocuentes para una valoración intelectual y emotiva del pasado.

La conservación de los bienes patrimoniales no se limita al presente, se toman medidas para mantenerlos para las futuras generaciones pues, no se puede rescindir del pasado lejano o cercano, se debe conservar. (Vásquez, Paredes y Arteaga, 2014)



Características de la propuesta: Cultura, patrimonio y tiempo base del turismo en Inca Huasi: lugar de rituales.

Las zonas de patrimonio cultural tienen características inherentes que deben ser consideradas en el momento de planificar su gestión para el desarrollo de la actividad turística, que según Millar (1989) son las siguientes:



Son espacios multipropuesta con usos para las atracciones turísticas, interés identitario, recursos educativos y en el caso de las ciudades, son la base para actuaciones de regeneración urbana y económica.



Están orientadas a interesar y atraer público y requieren de fondos económicos para mantener el interés de los visitantes.



Su gestión requiere del compromiso de los agentes encargados de la conservación, la de los residentes y la de los visitantes.



Los objetivos de la propuesta deberán considerar cuatro aspectos básicos, que son señalados por González y Pérez (2012):



La conservación del patrimonio cultural para la posteridad y las futuras generaciones y asegurar que su gestión permita el disfrute de todos.



El acceso al patrimonio solo tiene sentido si beneficia a todos (residentes y visitantes). Si una parte de la sociedad queda excluida de acceder a él o no lo siente como suyo pierde sentido. Si se aplica el principio de libre acceso y existe un alto nivel de visitantes se puede dañar este patrimonio.



La educación factor que mejora el acceso al patrimonio, debido que, al aumentar el nivel educativo, los visitantes aprecian mejor su valor y contenido y entienden por qué es necesario conservarlo.



La relevancia del patrimonio tiene que llegar a la mayoría de gente y no sólo a un grupo privilegiado, para que refuerce la identidad y el sentimiento colectivo del lugar y pueda ser apreciado por el mayor número posible de residentes locales.



La propuesta también considera los factores que inciden en el nivel de visitantes de una atracción turística, los cuáles son: el acceso al mercado, la distancia existente entre la demanda, la atracción y el tiempo disponible para la visita y el comportamiento turístico del visitante, que debe garantizar el control de las acciones e impactos de estos. Para ello se debe de controlar los movimientos dentro del bien patrimonial y asegurar que el visitante saque el mayor provecho posible de la experiencia.

El corredor auto guiado propuesto, permite la transformación del recurso en producto turístico cultural que de acuerdo con las recomendaciones de González y Pérez (2012) y McKercher y Du Cross (2002), para que pueda ser viable se debe considerar:



Explicar historia de la cultura Caranqui con su máximo representante el Inca Atahualpa. Debido a que se debe considerar que los destinos de turismo cultural tienen una historia detrás, y hay que aprovecharla en el sentido de dar significado al recurso, para que se diferencie de otros atractivos que son similares o de los que la gente sabe poco.



Darle vida al recurso que en este caso es la zona de la cultura Caranqui con el atractivo turístico Inca Huasi, cuando se explique su historia, de tal forma que el atractivo cobre vida y aumente el vínculo emocional con el visitante. El mensaje tiene que ir más allá de las cifras y fechas y tiene que ser entretenido si quiere proporcionar buenas experiencias a los turistas, aumentando la satisfacción, que se incremente el aprendizaje y que se quiera pasar más tiempo y volver a visitarla.



Convertir la visita Inca Huasi en una experiencia participativa. El diseño y presentación de los atractivos tiene que animar la visita a participar y eso sólo es posible cuando se consigue involucrar personalmente a los visitantes.



Hacer la historia del Inca Huasi y del Inca Atahualpa relevante para el turista. Por esta razón se realizó en esta investigación el estudio del perfil del visitante potencial y de los comerciantes residentes en la zona. Hay que saber previamente a quien va dirigida el recorrido auto guiado y, a partir de aquí, los contenidos deben presentarse de forma que se relacionen con el conocimiento que el turista tiene del patrimonio y del marco de referencia en que se ubica.



Poner énfasis en la autenticidad que debe ofrecer el producto turístico. Los turistas que realizan turismo cultural pueden desconocer muchas cosas del patrimonio que visitan, pero también tienen un nivel cultural, y motivación centrada en la búsqueda de experiencias únicas por encima de la media. Por este motivo, su nivel de exigencia puede ser elevado y son capaces de distinguir con relativa facilidad los productos de calidad.



El recorrido auto guiado propuesto en la investigación, también considera proporcionar al visitante experiencias, emociones, y poseer rasgos únicos o singulares con el fin de diferenciarse del resto y atraer y retener visitantes.

El propósito de la propuesta es generar un conjunto de recomendaciones prácticas que puedan ser aplicadas, en el corto y mediano plazo, buscando así una mejora sustantiva en el desarrollo turístico del sector y el conocimiento de lo que fue la cultura Inca Caranqui.

Se pretende que el corredor turístico auto guiado propuesto en esta investigación, fomente el deseo de visitar un sitio arqueológico, que en la actualidad está tan cerca del parque central de la parroquia Caranqui pero que la gente desconoce qué fue lo que existió en ese lugar en la época precolombina. La zona es de fácil acceso, lo que no impediría conocer el lugar, además, se ubicarían señaléticas con el fin de que el turista recorra el camino hacia el objetivo principal que en este caso es el Inca Huasi.



Inca Huasi o baño del inca. Parroquia Caranqui, Ibarra-Ecuador.



Alcance de la propuesta

Con el fin de dar cumplimiento a los objetivos que se plantean en el presente estudio, se ha considerado desarrollar una propuesta para el diseño de un corredor turístico auto guiado a partir del diagnóstico realizado en la investigación.

Es de importancia implementar acciones de manejo de visitantes para el área de estudio, y así diseñar los lineamientos para que su visita sea más enriquecida con un turismo cultural que complementaría el gastronómico que ya se desarrolla en la zona.

Los objetivos de la propuesta de un recorrido auto guiado son los siguientes:

1. Elaborar puntos de información relevante de la cultura y ubicarlos en sitios estratégicos para la conducción de los turistas hacia el Inca Huasi.
2. Incentivar al turista a través de un recorrido auto guiado a que conozca de la cultura, la identidad y las raíces precolombinas de la parroquia Caranqui.
3. Apoyar a la reactivación económica del sector a partir un turismo cultural arqueológico que atraiga a los turistas a la zona, y así conservar y fomentar los espacios de mayor significación del Patrimonio Cultural y Religioso de Caranqui.

Misión

Ofrecer un servicio a los visitantes que acuden al lugar, aprovechando las bondades turísticas tanto naturales como culturales del "Inca Huasi", para promover el desarrollo de la actividad turística, y minimizar los impactos que afectan al ambiente logrando superar las expectativas de los visitantes.

Visión

Ser un lugar turístico competitivo, confiable y sólido en el mercado, que permita implantar una armonía entre el desarrollo turístico, la conservación del ambiente y la cultura local, optimizando los recursos y brindando un servicio de calidad para ser líder a nivel nacional e internacional.



Valores que se proponen desarrollar en el corredor turístico el Inca Huasi: lugar de rituales.



Confiabilidad: comprometida con su trabajo, demostrando satisfacción en las expectativas de los turistas de manera eficaz.



Responsabilidad: cumplir con las obligaciones adquiridas y asumiendo las consecuencias de los resultados



Creatividad e innovación: en los servicios que ofrecerá el Inca Huasi utilizará la tecnología y la innovación de forma permanente.



Respeto: actitud de comprensión hacia los demás, con un comportamiento de cordura y tolerancia. De este valor dependerá el incremento de turistas.



Compromiso: cumplir con lo prometido al turista en cuanto al producto turístico ofertado, esto depende de la obligación moral y la seriedad como organización ligada siempre con la responsabilidad.



Plan de Acción Turística

Para que la propuesta pueda ser aplicada, la municipalidad deberá gestionar la colocación de los diferentes puntos de información que serán ubicados en el trayecto del recorrido auto guiado. Además, de la elaboración de infraestructura sanitaria en el sector para dar todas las comodidades al turista. También deberán autorizar el ingreso al público de forma controlada al sitio arqueológico, ya que en la actualidad se encuentra cerrado. Se deberá socializar con la población residente la existencia de este sitio arqueológico con el fin de que sea visitado y así se convierta en otro atractivo turístico más de la ciudad y con ello la reactivación de la economía del sector a partir del turismo cultural.

Plan de Marketing

Objetivo General: Posicionar al Complejo Turístico "Inca Huasi" de una señalética para llegar al lugar donde se ofrece los servicios del recorrido auto guiado de calidad y con una infraestructura adecuada, para contribuir al desarrollo de la actividad turística, social y económico del sector siendo competitivo en el mercado turístico.

Estrategia de marketing centrada en el cliente

Segmentación de Mercado

Los segmentos identificados para el análisis de la demanda son los turistas nacionales y extranjeros. El mercado Nacional está constituido por los turistas locales, regionales que lleguen al complejo turístico solos, acompañados o en grupos y el mercado internacional lo componen los turistas extranjeros provenientes de diferentes países con la finalidad de disfrutar de nuevas alternativas de turismo cultural.

Determinación del Mercado Meta

El mercado meta del "Inca Huasi" es dar a conocer en las diferentes provincias del país el fácil acceso al lugar por la implementación de adecuada señalización y de un corredor turístico, mientras que el mercado objetivo a corto plazo sería la ciudad de Ibarra, debido que hay muchos ibarreños que todavía no conocen el lugar.



Posicionamiento en el mercado

Objetivos del posicionamiento en el mercado

Con las estrategias de mercado se logrará posicionar en la memoria del consumidor para conseguir los siguientes objetivos:



Establecer diferencia entre la competencia.



Fomentar una actitud de excelencia para optimizar la calidad de servicio.



Impulsar la conservación a través de recorridos y corredores turísticos que conciencie a los turistas del patrimonio cultural Inca Huasi.

Acciones de la estrategia creación de marca

El nombre se presenta en quechua, identifica al sitio denominándolo como "Inka Huasi" o "Casa del Inka", sitio desde donde la élite erigió su poder en la zona de Caranqui. El nombre se plasma en letras mayúsculas, formando dos niveles unidos por la letra A, se representa en color negro para que sea fácil de ver y con una flecha en color para que haga contraste. La imagen de la flecha roja, distingue una división el nombre y el slogan.

El slogan permite transmitir la esencia misma del sitio arqueológico que en este caso es el redescubrimiento de su carácter patrimonial, debido que se está volviendo a darle la importancia, el valor y la relevancia que tenía en otra época. Por lo cual la idea es generar la curiosidad e interés por el sitio, en el individuo que lea el slogan.

El slogan se visualiza en letra cursiva de rasgos delicados y de un menor tamaño en comparación con el nombre del sitio, de la misma manera es de color negro pero de un contraste más bajo.

INKA
WASI

Cultura, patrimonio y tiempo, base del
turismo en Inca Huasi: lugar de
rituales



La señalización del corredor Inca Huasi: un sistema de diferentes marcas para señalar el recorridos.

La señalización de un recorrido tiene el objetivo definir el trazado establecido, identificar el recorrido e indicar y anunciar diferentes datos relevantes para servir de guía e información a los usuarios.

La señalización propuesta para el corredor turístico es en madera donde se labran las indicaciones que corresponda.



Propuesta de vías de acceso con señalización

A continuación se presentan la vía de acceso al producto turístico.

Acceso norte	
La ruta de acceso	La ruta de acceso por el norte es la Av. Atahualpa
Medios de acceso	Debido a que es un acceso de una sola vía se la realiza a pie.
Colocación de Señalización	Señalización 1: En la esquina de la Princesa pacha y Atahualpa a 170m
Señalización	

Figura 1. Acceso norte al Inca Huasi

Propuesta de vías de acceso con señalización

<p>Acceso oeste:</p>	
<p>La ruta de acceso</p>	<p>La ruta de acceso por el oeste es la Princesa Pacha y Rumiñahui</p>
<p>Medios de acceso</p>	<p>Debido a que es un acceso de una sola vía se la realiza a pie.</p>
<p>Colocación de Señalización</p>	<p>Señalización 1: En la esquina de la Princesa pacha y Atahualpa a 170m Señalización 2: En la esquina de la Princesa pacha y Rumiñahui a 270m Señalización 3: En la esquina de la Rumiñahui a 350m</p>
<p>Señalización</p>	

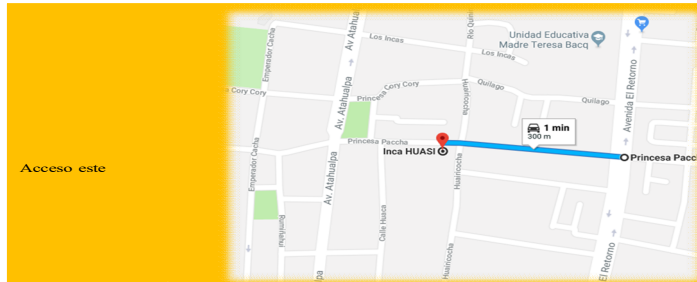
Figura 2. Acceso oeste al Inca Huasi

Propuesta de vías de acceso con señalización

<p>Acceso sur</p>	
<p>La ruta de acceso</p>	<p>La ruta de acceso por el sur es la Av. Atahualpa</p>
<p>Medios de acceso</p>	<p>Debido a que es un acceso de una sola vía se la realiza a pie.</p>
<p>Colocación de Señalización</p>	<p>Señalización 1: En la esquina de la Princesa pacha y Atahualpa a 170m</p>
<p>Señalización</p>	

Figura 3. Acceso sur al Inca Huasi

Propuesta de vías de acceso con señalización



La ruta de acceso	La ruta de acceso por el norte es la Av. Retorno
Medios de acceso	Debido a que es un acceso de una sola vía se la realiza a pie, en carro, moto y bicicleta.
Colocación de Señalización	Señalización 1: En la esquina de la Princesa pacha y Av. Retorno a 300m

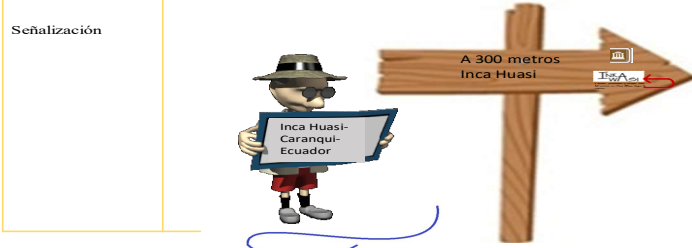


Figura 4. Acceso este al Inca Huasi

Propuesta de vías de acceso con señalización



La ruta de acceso	La ruta de acceso por el sur - oeste es por el redondel del corredor periférico sur
Medios de acceso	Es un acceso en donde se lo realiza por vehículo, moto, carro, bicicleta y a pie
Colocación de Señalización	Señalización 1: En la esquina del redondel del corredor periférico sur con la Av. Eugenio Espejo 4.1 km Señalización 2: En la esquina de la Av. Eugenio Espejo 2.7 km Señalización 3: En la esquina de la Av. Eugenio Espejo y Hernán Gonzales 1.6 km Señalización 4: En la esquina de la Av. Atahualpa y princesa pacha 170 m.



Figura 5. Acceso sur-oeste al Inca Huasi

Propuesta de vías de acceso con señalización

	
Acceso nor - este:	
La ruta de acceso	La ruta de acceso por el nor - este es por Pana americana Norte y Av. 17 de julio
Medios de acceso	Es un acceso en donde se lo realiza por vehículo, moto, carro, bicicleta y a pie.
Colocación de Señalización	Señalización 1: En la esquina de la Pana Americana Norte y Av. 17 de Julio 6.8 km Señalización 2: En la esquina de la Av. Padre Aurello 3.7 km Señalización 3: En la esquina del puente taguando 2.4 km Señalización 4: En la esquina de la Av. Retorno 2 km Señalización 5: En la esquina de la Av. Retorno y Princesa pacha 300 m
Señalización	

Figura 6. Acceso nor-oeste al Inca Huasi

Ventajas de la señalización en la ruta hacia Inca Huasi.

- ➔ Mejora la forma de llegar al centro arqueológico Inca Huasi, además, permite nuevas alternativas para perfeccionar la oferta, mejora de la calidad, valores añadidos al servicio, ajustar el servicio a los cambios en la demanda o captar nuevos nichos de mercado, enfocadas a posicionar al turista nacional como internacional.
- ➔ La distribución de señalética basa su estrategia en la búsqueda de nuevos turistas, sin descuidar las relaciones con los actuales que hasta ese momento se tiene.
- ➔ La estrategia de comunicación visual trata de fidelización del canal de acceso del cliente.



Modelo de cartel para el sector de Inca Wsai.



Modelo de cartel para el sector de Inca Wsai.



Bibliografía

- Álvarez, J., Díaz, F. y Álvarez, I. (2001). El Sistema Canario de innovación y el Sector Turístico. Canarias: Fundación FYDE Caja Canarias, España.
- Ascanio Guevara, A. (2012). Teoría del turismo. México: Trillas.
- Bray T. y Echeverría J. (2017). Al final del Imperio: El sitio arqueológico Inca-Caranqui en la Sierra Septentrional del Ecuador. Antropología Cuadernos de Investigación, 13, 127-150.
- Boullón, R. (2003). Planificación del espacio Turístico. México: Trillas.
- Cárdenas, F. (2008). Producto Turístico: Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño. México: Trillas.
- Díaz, F., Álvarez, J., González, O., Jiménez, V., Bethencourt, M., Vera, J., Fernández, C., Clivaz, C. y Matos-Wasem, R. (2006). Política Turística. Editorial Tirant Lo Blanch. España.
- Echeverría, J. (2009). Prospección arqueológica en el predio del señor Amable Isaías Torres Clerque y otros, ubicado en la avenida Atahualpa y calle La Huaca, parroquia Caranqui, Ibarra, Imbabura. (Proyecto "alternativas turísticas de Caranqui: investigación y puesta en valor de los vestigios arquitectónicos del palacio de Atahualpa. Fase I. Primer informe INPC, Quito. 2006-07. Fonsalci). Ibarra: Autor.
- González, F. y Pérez, E. (2012). Planificación y gestión de destinos y atracciones de turismo cultural. Cataluña: Autor.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2014). Instructivo para fichas de registro e inventario. Series normativas y directrices. Quito: Autor.
- McKercher, B.; du Cros, H. (2002) Cultural Tourism. The partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. Tourism and Marketing, 13: 14-15.
- Middleton, V. (1994). Marketing in Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Millar, S. (1989). Heritage management for heritage tourism. Tourism Management, 10: 9-14.
- Mosterín, J. (2010). Naturaleza, vida y cultura. Barcelona: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- Ontaneda, Santiago, (2010). Historia de los pueblos precolombinos de la Sierra Norte del Ecuador. Catálogo del Museo de Arqueología Regional de la Sierra Norte – Ibarra, Quito, Nuevo Arte. Quito: Autor.
- Opaschowski, H. (2001). Tourismus im 21. Jahrhundert, das gekaufte paradies, B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut GmbH, Hamburg.
- Ramírez, C. (2006). Marketing Turístico. México: Trillas.
- Tobar, C. (1985). Monografía de Ibarra. Ibarra: Centro de Ediciones Culturales de Imbabura.
- Vásquez E.; Paredes, D. y Arteaga F. (2014). Patrimonio Cultural. Universidad - Verdad, 66: 191. Recuperado de <http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/publicaciones/UV-64.pdf>.

Cultura, patrimonio y tiempo base del turismo en Inca Huasi: lugar de rituales.



CONCLUSIONES

Existe falta de información por parte de los residentes y visitantes sobre la cultura Caranqui y sus sitios arqueológicos, a pesar de ser el asentamiento Inca de mayor importancia en el extremo norte del imperio y poseer las construcciones del complejo arquitectónico como es la piscina para baños rituales, hecha con piedras de talla fina, del tipo de arquitectura denominada Inca imperial, única en el norte del Ecuador, denominada hoy como Inca Huasi.

Según los entrevistados la actividad productiva de la parroquia Caranqui, podrá ser potenciada con el desarrollo del turismo en la zona, a partir de sus ruinas arqueológicas del Inca Huasi. Esto conllevó al diseño del producto turístico que debería promocionarse en las agencias turísticas, aeropuertos y otras ciudades, además de las redes sociales.

La mayoría de los visitantes del parque central de la parroquia Caranqui son de género masculino, con una edad promedio de 40 años, con un nivel educativo de bachiller, son nacionales y provienen de la ciudad de Ibarra, sin embargo, existe un número considerable de turista de colombianos. Vienen acompañados de familiares y amigo mensualmente. Su principal motivo de visita es conocer la zona y desgastar el tradicional pan de leche y helado de crema.

El 69% de los turistas que visitan la parroquia de Caranqui manifiestan haber acudido a sitios arqueológicos de la cultura Inca Caranqui, pero no conocen la zona del Inca Huasi, si el Santuario Señor del Amor que se encuentra ubicado en el parque central de la parroquia. Muestran curiosidad por conocer Inca Huasi, porque es un sector guarda una riqueza cultural del pueblo Caranqui, pero no lo hacen porque no existe ninguna oferta turística para ir al lugar.

Los comerciantes del parque central de Caranqui la mayoría son del sexo masculino, con más de 51 años, con un nivel educativo entre básica y bachiller. La mayoría señalaron no tener conocimiento sobre el sector del Inca Huasi, pero consideran que los restos arqueológicos de la parroquia están en muy buen estado, pero que es necesario el rescate de este sitio, que fue icono en su época y es parte de la historia del pueblo por el hecho de que fue la cuna del último emperador Inca Atahualpa. Mostraron

gran interés por obtener información sobre la cultura Caranqui, del sector Inca Huasi y del Inca Atahualpa.

Los comerciantes entrevistados consideran que el diseño de un producto turístico debe captar más gente que visite esta parroquia y traería más beneficios para su comercio y para la reactivación económica de la zona y el desarrollo de la actividad turística.

La propuesta de un producto turístico, donde incluya un corredor turístico en la parroquia Caranqui promovería la visita al sitio arqueológico Inca Huasi, potenciando el turismo en la zona y con ello dinamización de la economía del sector.

RECOMENDACIONES

A los entes gubernamentales de la provincia Imbabura, Cantón de Ibarra y parroquia Caranqui

Valoración por el patrimonio cultural arqueológico e histórico de la parroquia Caranqui, a través de planes y programas que permita el desarrollo de la actividad turística en resguardo no solo del sector Inca Huasi, sino de todo el patrimonio arqueológico, histórico, artesanal, gastronómico que encierra el espacio geográfico y los habitantes a través de su estilo de vida, costumbres y creencias en la parroquia.

A los residentes y comerciantes de la parroquia Caranqui

Las personas que viven en la localidad valoren que la actividad turística en la modalidad de turismo cultural y arqueológico puede potenciar la macro y microeconomía de la parroquia, a través del incremento de visitantes nacional e internacional.

Los residentes de la parroquia Caranqui deben capacitarse en temas relacionados con el turismo sustentable en las modalidades de turismo cultural y arqueológico, atención al cliente, guiatura, pasado y presente de la cultura Caranqui, entre otros temas que permitan desarrollar la actividad turística en la zona

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, J., Díaz, F. y Álvarez, I. (2001). *El Sistema Canario de innovación y el Sector Turístico*. Canarias: Fundación FYDE Caja Canarias, España.
- Ascanio Guevara, A. (2012). *Teoría del turismo*. México: Trillas.
- Arnaiz B, y César, A. (2009). *Geopolítica, recursos naturales y Turismo*. México: Universidad de Guadalajara.
- Beni, M. (2004). *Análisis estructural del turismo*. Sao Paulo: Senac.
- Boullón, R. (2003). *Planificación del espacio Turístico*. México: Trillas.
- Bray T. y Echeverría J. (2017). Al final del Imperio: El sitio arqueológico Inca-Caranqui en la Sierra Septentrional del Ecuador. *Antropología Cuadernos de Investigación*. 13, 127-150.
- Bustamante, B. (2015). *Diversificación del producto turístico: Turismo*. Tesis de doctorado no publicada, Universidad de Malaga, Malaga.
- Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado*. México: Trillas.
- Cárdenas, F. (2004). *Producto Turístico. Aplicación práctica de la estadística y del muestreo para su diseño*. México: Trillas.
- Cárdenas, F. (2008). *Producto Turístico: Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño*. México: Trillas.
- CONAM, CONCOPE, GTZ. (2001). *Consecuencia de las Transferencias de Competencias. Consejo Provincial de Imbabura*. Quito: Autor.
- Constitución de la República del Ecuador. *Registro Oficial*, No. 449. Quito, 20 de octubre de 2008.
- De Sousa, B. (2010). *La hora de los invisibles. En Sumak kawsay /buen vivir y cambios civilizatorios*, Irene león (Coord.). Quito: FEDAEPS.
- Díaz-Andreu, M. (2014). Turismo y Arqueología. Una mirada histórica a una relación silenciada. *Anales de Antropología*, 48 (II), 9-39.
- Díaz, F., Álvarez, J., González, O., Jiménez, V., Bethencourt, M., Vera, J., Fernández, C., Clivaz, C. y Matos-Wasem, R. (2006). *Política Turística*. Editorial Tirant Lo Blanch. España.
- Echeverría, J y Uribe, V. (1995). *Área septentrional andina norte: Arqueología y Etnohistoria*. Quito: IOA, Abya-Yala, Banco Central del Ecuador.
- Echeverría, J. (2009). *Prospección arqueológica en el predio del señor Amable Isaías Torres Clerque y otros, ubicado en la avenida Atahualpa y calle La Huaca, parroquia Caranqui, Ibarra, Imbabura*. (Proyecto “alternativas turísticas de Caranqui: investigación y puesta en valor de los vestigios arquitectónicos del

palacio de Atahualpa. Fase I. Primer informe INPC, Quito. 2006-07. Fonsalci). Ibarra: Autor.

- El Juri, G. (2013). El patrimonio cultural en el nuevo milenio. *Universidad – Verdad*. 66: 203.
- Escalona-Ulloa, M; Peña, F. y Hiriarte, R. (2012). Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios turísticos del borde costero de la Araucanía, Chile. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 21: 306 – 321.
- Fletcher, J., y Morakabati, Y. (2008). Tourism activity, terrorism and political instability within the Commonwealth. *International Journal of Tourism Research*, 537-576.
- González, F. y Pérez, E. (2012). Planificación y gestión de destinos y atracciones de turismo cultural. Cataluña: Autor.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra. GAD IBARRA. (2017). *Turismo Ibarra*. Ibarra: Autor. Recuperado de <https://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php>.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra [GADI]. (2015). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra 2015 -2023*. Ibarra.
- GUDYNAS, E. (2011). Buen Vivir: Germinando alternativas al desarrollo. *América Latina en Movimiento*, 462: 1-20.
- Hall, C. (2004). Planteamiento turístico. Sao Paulo: Contexto.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2014). *Instructivo para fichas de registro e inventario*. Series normativas y directrices. Quito: Autor.
- Krapf, K. (1953). *La consumición turística. Una contribución a la teoría de la consumición*. (Tesis para acceder al puesto de profesor numerario). Universidad de Berna, Alemania.
- McKercher, B.; du Cros, H. (2002) Cultural Tourism. The partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management. *Tourism and Marketing*, 13: 14-15.
- Middleton, V. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Millar, S. (1989). Heritage management for heritage tourism. *Tourism Management*, 10: 9-14.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2009). *Plan Nacional de Mercadeo*. Recuperado de https://www.google.com.ec/search?ei=zF7GWOH4vi0gKYiZDwDQ&q=MIN TUR%2C+2009&oq=MINTUR%2C+2009&gs_l=psy-ab.12...3883.7435.0.9765.2.2.0.0.0.0.149.274.0j2. 2.0....0...1.1 j2.64.psy-ab..0.1.148...33i160k1.0.uPo-uopEgHo

- Miranda G. (2014). Pueblos indígenas: Prospectiva de la defensa de la Naturaleza, el Ser Humano y la Sociedad” en Los pueblos indígenas en el estado de Guanajuato: su historia, su actualidad y sus derechos colectivo. México: Universidad de Guanajuato/ PEARSON.
- MIÑO, H. (2000). *Diagnóstico Integral de la Situación de Competitividad del Ecuador. Documento 04 - MICIP - COMP. Comparación del Ecuador en su Competitividad en relación con las mejores prácticas del mundo, sus ventajas y desventajas.* Proyecto BIRF – MICIP. Quito: Autor.
- Mora, E. (2013). *Atahualpa, El inca que nació en Caranqui.* Ibarra: Corpacion Imbabura.
- Moreno A. y Sariago, I. (2017). Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia. *Revista de Turismo y Patrimonio cultural.* 15 (1), 163-180.
- Morère, N. y Jiménez, J. (2007). Análisis del turismo arqueológico en España: un estado de la cuestión. *Estudios Turísticos,* 171: 115-139.
- Morillo R. y Ullauri D. (2013). El museo como principal atractivo turismo cultural. *Universidad - Verdad.* 66: 28.
- Morín, E. (2001). *Introducción al pensamiento complejo.* Barcelona: Gedisa.
- Mosterín, J. (2010). *Naturaleza, vida y cultura.* Barcelona: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- Narvaéz, D. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística y prestadora de servicios en el sector comunitario de Paniquindra, parroquia La Esperanza, provincia de Imbabura.* Ibarra: UTN. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/3062>.
- Navarro, A. (2004). *Economía y Turismo.* Madrid: MacGRAW-HILL.
- OMT. (2016). *Tourism Market Trends UNWTO. Panorama OMT del turismo internacional.* Madrid: Autor.
- Opaschowski, H. (2001). *Tourismus im 21. Jahrhundert, das gekaufte paradies,* B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut GmbH, Hamburg.
- Ontaneda, Santiago, (2010). Historia de los pueblos precolombinos de la Sierra Norte del Ecuador. *Catálogo del Museo de Arqueología Regional de la Sierra Norte – Ibarra, Quito, Nuevo Arte.* Quito: Autor.
- Panosso, A. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas.* México: Trillas.
- Pérez-Juez, A (2011). Patrimonio Arqueológico y Territorio. *Arqueología y Revista digital Amigos de los Museos n° (31): 22-27.* Organización Mundial de Turismo.
- Petrocchi, M. (2001). *Gestión de plos turísticos.* Sao Paulo: Futura.
- Pombo, O. (2013). Epistemología de la interdisciplinariedad. La construcción de un nuevo modelo de comprensión. *Interdisciplina. Revista del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.* I (1): 21-50.

- Russell, B. (1995). *Métodos de investigación en Antropología Abordajes cualitativos y cuantitativos*. London: Altamira Press.
- Quijano, A. (2011). Bien vivir: entre el desarrollo y la des/colonialidad del poder (Tema Central). *Ecuador Debate. Acerca del Buen Vivir*. Quito: Autor.
- Ramírez, C. (2006). *Marketing Turístico*. México: Trillas.
- Rodríguez, E. (2011). Evolución histórica del turismo.
- Ruarte P. (2014, septiembre). *Patrimonio arqueológico y turismo. El estudio de la potencialidad turística en sitios arqueológicos como contribución para su rescate*. Ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística Neuquén. Recuperado de <http://170.210.83.98:8080/jspui/bitstream/123456789/474/1/169%20Ruarte.pdf>.
- Ruiz Zapatero, G. (1998, noviembre). *Fragmentos del pasado: la presentación de sitios arqueológicos y la función social de la arqueología*. Ponencia presentada en II Seminari Arqueologia i Ensenyament. Treballs d'Arqueologia, Barcelona.
- Rodríguez, L. (2014). Epistemología y política de la metodología interdisciplinaria. *Revista Latinoamericana de Metodología de las Ciencias Sociales*. 4(1). Recuperado de http://www.relmecs.fahce.unlp.edu.ar/article/view/relmecs_v04n01a02 Acceso en 1/12/2015.
- Sancho, A. (1994). Introducción al turismo. Madrid: OMT.
- Santos Roque, A. S. (2011). *El turismo y su relación con otras ciencias*. México: Universidad Autónoma de Chiapas.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES 2017. Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida. Quito – Ecuador.
- Smirnov, S. (1983). *La aproximación interdisciplinaria en la ciencia de hoy. Fundamentos ontológicos y epistemológicos. Formas y funciones*. Madrid: Tecnos.
- Spiegel, M. y Stephens, L. (1979). *Estadísticas*. México Mc Graw Hill.
- Socatelli, M. (2013). *Mercadeo aplicado al Turismo*. San José, Costa Rica: Intermark.
- Tobar, C. (1985). *Monografía de Ibarra*. Ibarra: Centro de Ediciones Culturales de Imbabura.
- Tobar, O. (1998). *Prospección sistemática en el sector este de la calle La Huaca, Caranqui, Imbabura*. Ibarra: Ilustre Municipio de Ibarra. Unidad de Proyectos.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis. *Tourism Management*. 27:183-200.
- Vázquez, R. (2002), *Increasing the economic benefis of tourism for local communities in Ecuador, enhancing the economic benefis of tourism for local communities and poverty alleviation*, Madrid: OMT.

- Vásquez E.; Paredes, D. y Arteaga F. (2014). Patrimonio Cultural. Universidad - Verdad, 66: 191. Recuperado de <http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/publicaciones/UV-64.pdf>.
- Xicarts, D. (2005.). El patrimonio Arqueológico como recurso turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 14, 51-71.
- Walker, C. y Carr, N. (2013). *Tourism and archeology: sustainable meeting grounds*. Walnut Creek. Recuperado de https://www.boekman.nl/sites/default/files/downloads/free_downloads/leestip_walker_7aug14.pdf



Anexo 1.

Entrevista sobre la caracterización del visitante potencial de la parroquia de Caranqui, cantón Ibarra

Estimado visitante:

Estamos realizando un estudio para los visitantes potenciales que visiten los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui, donde su opinión es importante. Mucho le agradecemos nos otorgue unos minutos de su tiempo para responder estas preguntas:

1. ¿Por qué ha visitado esta zona?

Conocer sobre la cultura Inca - Caranqui	
Tiene casa en el sitio	
Visita a familiares y/o amigos	
Conocer la zona	
Otra:	

2. ¿De dónde viene?

Ecuador	
Ciudad:	
Exterior	
País:	
Vive en la localidad	

3. ¿Con quién suele venir al sector?

Solo	
En pareja	
Con familiares	
Con amigos	

4. ¿Con qué frecuencia visita el sector?

Es primera vez	
Una vez al año	
Varias veces al año	
Mensualmente	
Semanalmente	
Otra:	

5. ¿Qué actividades realiza cuando viene al sector?

Visita a los atractivos arqueológicos	
Actividades de entretenimiento	
Actividades alimentarias	
Otra:	

6. ¿Cómo se enteró de la existencia de esta parroquia y sus tradiciones?

Por contacto personal	
Material impreso (folletos, libros)	
Operadora turística	
Internet	
Medio de comunicación	
Otro:	

7. ¿Conoce usted lo que es un corredor turístico?

Si	
No	

8. ¿Ha visitado los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui?

Si (Pase a 8)		No (Pase a 9)	
---------------	--	---------------	--

9. ¿Qué actividades realizó en este sector?

Visita al santuario del Señor del Amor	
Visita al Inca Wasi	
Visita al Monumento del sol	
Otra:	

10. ¿Si a usted le proponen además de la actividad que realiza en el parque conocer un poco más de la cultura Caranqui usted estaría?

De acuerdo	
Parcialmente en acuerdo	
En desacuerdo	
No le interesa	

11. ¿Qué información de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui le gustaría recibir?

12. ¿Qué opinión le merece el estado actual de los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui?



DATOS DEL ENTREVISTADO:

18. Sexo

Masculino	Femenino
-----------	----------

19. Edad

Menor de 20 años	
De 21 a 30 años	
De 31 a 40 años	
De 41 a 50 años	
Más de 51 años	

20. ¿Cuál es su nivel educativo?

Sin estudios	
Básica incompleta	
Básica	
Bachiller	
Educación Superior	

SUGERENCIAS U OBSERVACIONES

Entrevistador: _____
 Fecha: _____

11. ¿Qué información de los atractivos arqueológicos de la cultura inca - Carandú le gustaría recibir?

12. ¿Qué opinión le merece el estado actual de los atractivos arqueológicos de la cultura inca - Carandú?

Anexo I
Entrevista sobre la caracterización del visitante potencial de la parroquia de Carandú, cantón Barba

Estimado visitante,
 Estamos realizando un estudio para los visitantes potenciales que visitan los atractivos arqueológicos de la cultura inca - Carandú, donde su opinión es importante. Mucho le agradeceremos nos otorgue unos minutos de su tiempo para responder estas preguntas:

1. ¿Por qué ha visitado esta zona?

Conocer sobre la cultura inca	
Carandú	
Tiene casa en el sitio	
Visita a familiares y/o amigos	
Conocer la zona	
Otra	

2. ¿De dónde viene?

País	
Exterior	
Ciudad	
Estado	
Vive en la localidad	

3. ¿Con quién suele venir al sector?

Con amigos	
Con familiares	
En pareja	
Solo	

4. ¿Con qué frecuencia visita el sector?

Otra	
Semanalmente	
Mensualmente	
Varias veces al año	
Una vez al año	
En primera vez	

5. ¿Qué actividades realiza cuando viene al sector?

Otra	
Actividades recreativas	
Actividades de entretenimiento	
Visita a los atractivos arqueológicos	



Anexo 2
Entrevista sobre la caracterización del
comerciante de la parroquia de Caranqui,
cantón Ibarra

Estimado comerciante:

Estamos realizando un estudio para los visitantes potenciales que visiten los atractivos arqueológicos de la cultura Inca - Caranqui, donde su opinión es importante. Mucho le agradeceremos nos otorgue unos minutos de su tiempo para responder estas preguntas:

1. ¿Cuánto tiempo lleva realizando la actividad económica a la que se dedica?

Menos de un año	
Dos años	
Más de tres años	

2. ¿Conoce usted sobre sitios arqueológicos entre ellos el Inca Wasi que se encuentra cerca de su negocio?

Sí	
No	

3. ¿Cómo calificaría la afluencia de visitantes al parque de Caranqui?

Muy buena	
Buena	
Regular	
Poca	

4. ¿Qué tipo de visitantes frecuentan a degustar de los helados de crema?

Locales	
Nacionales	
Extranjeros	

5. ¿Además de la degustación de los helados de crema del sector conoce usted de otro sitio el cual puedan visitar como por ejemplo el templo del sol?

Sí	
No	

6. ¿Usted creería conveniente que se rescate un sitio arqueológico con la finalidad de dinamizar el turismo en la parroquia al ser considerada la cuna de Atahualpa?

Menor de 21 años	
De 21 a 30 años	
De 31 a 40 años	
De 41 a 50 años	
Más de 51 años	

7. ¿Usted cree que sería conveniente que se realizara un proyecto auto guiado para la visita de un sitio arqueológico y se conozca de la historia que guarda la parroquia?

Sí	
No	

8. ¿Al captar más gente que visite la parroquia ayudaría al desarrollo de la misma y tendría más beneficios para su local?

Sí	
No	

9. ¿Conoce usted los que es un corredor turístico auto guiado?

Sí	
No	

10. ¿Recomendaría a los visitantes realizar turismo auto guiado y ser conducidos a un sitio arqueológico?

Sí	
No	

DATOS DEL ENTREVISTADO:

18. Sexo

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--



¿Listed crea un convenio que se realice en un sitio arqueológico con el fin de determinar el turismo en la zona?

19. Edad

Menor de 20 años	
De 21 a 30 años	
De 31 a 40 años	
De 41 a 50 años	
Más de 51 años	

20. ¿Cuál es su nivel educativo?

Sin estudios	
Básica incompleta	
Básica	
Bachiller	
Educación Superior	

SUGERENCIAS U OBSERVACIONES

¡Gracias por su tiempo y participación!

Entrevistador: _____

Fecha: _____

8. ¿Al contar más gente en la zona, ¿se tendría más beneficios para su localidad?

Si	
No	

9. ¿Crees que los turistas que visitan la zona ayudan a la economía local?

Si	
No	

10. ¿Recomendarías a los visitantes visitar este sitio arqueológico?

Si	
No	

DATOS DEL ENTREVISTADO

18. Sexo

Masculino	
Femenino	



Anexo 2

Entrevista sobre la caracterización del comercio de la parroquia de Carandú, cantón Ibarra

Estimado comerciante:
Estamos realizando un estudio para los visitantes que visitan los sitios arqueológicos de la cultura Inca en Carandú, donde su opinión es importante. Mucho le agradeceremos nos otorgue unos minutos de su tiempo para responder estas preguntas:

1. ¿Cuánto tiempo lleva realizando la actividad económica a la que se dedica?

Menos de un año	
De 1 a 3 años	
Más de tres años	

2. ¿Conoce usted sobre estos sitios arqueológicos entre ellos el Inca Wasi que se encuentra cerca de su negocio?

Si	
No	

3. ¿Cómo calificaría la situación de visitantes al parque de Carandú?

Muy buena	
Buena	
Regular	
Poca	

4. ¿Qué tipo de visitantes frecuentan a degustar de los platos de crema?

Locales	
Nacionales	
Extranjeros	

5. Además de la degustación de los platos de crema del sector, ¿cómo usted de otro sitio el cual pueda visitar como por ejemplo el templo del sol?

Si	
No	