



Culture, Heritage and Base Time of Tourism in Inca Huasi: Place of Rituals, Caranqui, Ibarra, Ecuador

CULTURA, PATRIMONIO Y TIEMPO BASE DEL TURISMO EN INCA HUASI: LUGAR DE RITUALES, CARANQUI-IBARRA- ECUADOR

Jesús Aranguren Carrera

Instituto de Posgrado, Universidad Técnica del Norte

Email: jaranguren@utn.edu.ec

Gonzalo Xavier Checa Ramírez

Instituto de Posgrado, Universidad Técnica del Norte

Email: xaviercheca@gmail.com

RESUMEN

El Cantón Ibarra, posee vestigios arqueológicos en las parroquias de Caranqui, Sagrario y San Antonio, que no se les ha dado la debida importancia. El Inca Huasi son restos arqueológicos, símbolo del pueblo Caranqui y testimonio de 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, Parroquia Caranqui, Cantón Ibarra. La investigación fue de enfoque mixto, con alcance descriptivo, de campo y documental. Consta de 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 al Inca Huasi y 4) Propuesta de un producto turístico. 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 podrá ser potenciada con el desarrollo del turismo en la zona, a partir de sus ruinas arqueológicas. Se propone el producto turístico “cultura, patrimonio y tiempo base del turismo en Inca Huasi: lugar de rituales”, que promueva la visita al sitio arqueológico Inca Huasi, potenciando la llegada de visitantes y con ello la dinamización de la economía del sector.

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

ABSTRACT

The Ibarra Canton has archaeological remains in the parishes of Caranqui, Sagrario and San Antonio, which have not been given due importance. The Inca Huasi are archaeological remains, symbol of the Caranqui people and testimony of 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, Parroquia Caranqui, Cantón Ibarra. The investigation was of a mixed approach, with descriptive, field and documentary scope. It consists of 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 to the Inca Huasi and 4) Proposal of a tourist product. 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 Inca Huasi. According to the interviewees, the productive activity of the parish can be enhanced with the development of tourism in the area, from its archaeological ruins. The tourist product "culture, heritage and time base of tourism in Inca Huasi: place of rituals" is proposed, which promotes the visit to the Inca Huasi archaeological site, promoting the arrival of visitors and with it the revitalization of the economy of the sector.

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

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.

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.

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 y dinamice la economía del sector.

Según Bray y Echevarría (2017) 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 emergen dos bases de paredes de piedra (120 cm. de ancho) con orientaciones este-oeste, que 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.

Ruarte (2014) y Xicarts (2005) señalan 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, indican 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.

Moreno y Sariago (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. Además, señalan que los yacimientos arqueológicos son el recurso más importante a la hora de estructurar servicios y productos turísticos relacionados con la arqueología.

En el Ecuador el Inca Huasi es uno de los atractivos arqueológicos de la época incaica, en la parroquia de Caranqui, es 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, como consecuencia de estos hallazgos, este sector de Caranqui fue declarado zona arqueológica protegida por el INPC en el mismo año del descubrimiento. Cuando el sitio arqueológico Inca Huasi se revalorice en el ámbito turístico, reciba visitantes y se considere un atractivo turístico, dejará 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 (Morére y Jiménez, 2007).

Díaz (2014) concluye como resultado de sus investigaciones, 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 Cranqui, 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.

MÉTODOS

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. Se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, en las coordenadas 0° 19' 18" N y 78° 7' 26" O (figura 3), a una altitud de 2187 m.s.n.m.

La investigación tuvo un enfoque mixto, de tipo descriptivo, (Hernández, Fernández-Collado y Baptista, 2014), porque se propuso 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.

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

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.

Se inició con el registro para señalar la existencia legal del bien, luego se procedió a inventariarlo, proceso técnico en el cual se realizó el análisis de cada uno de sus elementos constitutivos, y por último se lo catalogó para contar con estudios puntuales sobre ese bien patrimonial.

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, Canton Ibarra.

Se aplicó una entrevista a los dueños de los 11 locales de expendio gastronómico, con el fin de determinar el número de turistas visitan el parque central de Caranqui, su opinión acerca de la propuesta del diseño del producto turístico Inca Huasi y el diseño de un corredor turístico en la zona.

Según los comerciantes entrevistados el número de turistas varían dependiendo de la temporada, considerando 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 la zona.

A partir de este registro 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 a los turista se aplicó el método del uso del tiempo (Russell, 1995), para lo cual se estableció un cronograma de visitas al parque central de Caranqui, y se le solicitó el consentimiento informado de cada persona entrevistada.

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 diseñó una propuesta de un producto turístico, donde incluyó un corredor turístico autoguiado para el Inca Huasi, de tal manera de difundir y crear una cultura de visita a los sitios arqueológicos, los cuales tienen un potencial turístico que debería ser difundido a la colectividad.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

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 una ficha de inventario de sitios arqueológicos del Ministerio de patrimonio y cultura del Ecuador Ministerio (2014).

Los atractivos más resaltantes del Inca Huasi fueron:

- Canal hidráulico (Figura 2), son 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 (Figura 3 y 4).



Figura 3. Canal hidráulico del Inca Huasi, Parroquia Caranqui.

- Piscina ceremonial, la estructura semi subterránea en forma de piscina.



Figura 4. Piscina ceremonial del Inca Huasi, Parroquia Caranqui.

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 1).

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 FORTALEZAS	FACTORES EXTERNOS
	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 las empresas ubicadas en el sitio.</p> <p>-Existe interés por la población para que se promueva el turismo en la zona y se divulge la 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>-La cultura Inca Caranqui posee sitios arqueológicos de fácil acceso para 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 para las personas que viven en la localidad, ya que pueden generar beneficios económicos por su gastronomía local.</p> <p>-Se puede promover en la zona un turismo autoguiado.</p>
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>-Que existan modificaciones en la actividad productiva dentro del sistema económico de la localidad.</p> <p>-Que los destinos turísticos tengan precios más elevados que otros lugares, por lo que se podría producir una presión inflacionaria.</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>	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</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>-Existe poca difusión del lugar por medio de las redes sociales y páginas web, entre otros.</p> <p>-No existe una operadora turística que oferte al visitante los lugares arqueológicos.</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.

Se puede potenciar nuevas economías locales a partir del desarrollo del turismo en la parroquia, utilizando las ruinas arqueológicas. Para lo cual es necesario 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 Inka Wasi, como lo señala (Ontaneda, 2012).

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

Perfil de los visitantes.

En la actualidad los turistas que visitan la parroquia tienen como finalidad la degustación de los helados de crema y pan de leche, productos tradicionales del sector y no la visita a las ruinas arqueológicas.

El 53% de los entrevistados son de sexo masculino, con una edad promedio de 40, con un nivel educativo de bachiller (45%) y educación superior (42%), provienen de los cantones aledaños (78%). Su principal motivo de visita es conocer el área, 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.

La mayoría de los turistas (54%) 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 ir en pareja (27%), para realizar paseos y degustar la gastronomía de la zona; en menor escala están los que visitan el sector con amigos y los que prefieren estar solos y disfrutar del momento. Los datos demuestran que este sitio arqueológico es un sector ideal para pasar en familia o en pareja, dando la pauta para implementar un producto turístico en el sector con el fin de que permanezcan más tiempo y conozcan la riqueza cultural que esconde.

Un porcentaje muy alto de visitantes acude al lugar mensualmente (33%), seguido de un grupo que manifiesta que visita varias veces al año, en los feriados tanto locales como nacionales (31%).

Los visitantes se dirigen al lugar para visitar el santuario Señor del Amor (56%), a pesar de permanecer cerrado el Inca Huasi, los visitantes indicaron sentir curiosidad de conocer este sector (26%), por la 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 (11%), 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.



Figura 5. Antiguo museo de Atahualpa en la parroquia de Caranqui-Ibarra.

Las personas que acudieron obtuvieron la información, por contacto personal (70%) y 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 67% de los entrevistados no conoce que es un corredor turístico, esto implica que debe informarse a los visitantes y la comunidad sobre el mismo, ya que es la propuesta de esta investigación.

El 69% 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

Perfil de los comerciantes.

La mayoría de los comerciantes del sector son de género masculino (55%), 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. El 64% son de más de 61 años de edad, son personas jubiladas que se dedican a su actividad económica en su propio hogar o en el sector, con un nivel educativo medio (80%).

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.

También, desean que se les otorgue más información acerca de la cultura Caranqui (73%), este dato justifica la propuesta de realizar un corredor turístico, donde se le entregue información tanto a la población local, comerciantes y visitante sobre: como se originó, en que se basa esta cultura, sus creencias, sus tradiciones, que hacían sus antepasados, quien fue Atahualpa.

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 más porque fue la cuna del último emperador inca.

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: *“sería 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”*.

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”*.

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

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 considero 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 consideró los factores: 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 representate 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 proporcionarán al visitante experiencias y emociones, debido a que posee rasgos únicos o singulares con el que lo diferencia del resto de las ruinas arqueológicas.

Se pretende que el producto turístico y el diseño del corredor turístico autoguiado propuesto, 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.

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.

Los objetivos de la propuesta del 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 acudan 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.

Los valores que se proponen desarrollar en el corredor turístico el Inca Huasi: lugar de

rituales son los siguientes:

- **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” a través 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.

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

- Diseñar estrategia para la diferenciación que permita competir en el mercado de turismo cultural y arqueológico.
- 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 erigía 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 (Figura 6).



Figura 6. La Marca del producto turístico Inca Huasi.

La señalización del corredor Inca Huasi: un sistema de diferentes marcas para señalar los 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 (Figura 7).



Figura 7. Ejemplo de la señalización propuesta para el producto turístico Inca Huasi.

Propuesta de vías de acceso con señalización



A continuación se presenta un ejemplo de la vía de acceso al producto turístico (Figura 8).



Figura 8. Ejemplos de señaléticas para el 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.

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 Inka 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.

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 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, quiatura, pasado y presente de la cultura Caranqui, entre otros temas que permitan desarrollar la actividad turística en la zona

REFERENCIAS

- 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.
- Díaz-Andreu, M. (2014). Turismo y Arqueología. Una mirada histórica a una relación silenciada. *Anales de Antropología*, 48 (II), 9-39.
- 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.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.
- 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.
- Ministerio de patrimonio y cultura del Ecuador Ministerio. (2014). *Proyecto de gestión sociocultural: recuperación y mejoramiento de los repositorios de la memoria: museos, bibliotecas, archivos y procesos de memoria social y colectiva*. Quito: Autor.
- Millar, S. (1989). Heritage manegment for heritage tourism. *Tourism Management*, 10: 9-14.
- Moreno A. y Sariego, I. (2017). Relaciones entre Turismo y Arqueología: el Turismo Arqueológico, una tipología turística propia. *Revista de Turismo y Patrimonio cultural*. 15 (1), 163-180.

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>

Spiegel, M. y Stephens, L. (1979). *Estadísticas*. México Mc Graw Hill.

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.

Xicart, D. (2005.). El patrimonio Arqueológico como recurso turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 14, 51-71.

Recinatur International Journal of Applied Sciences, Nature and Tourism 1(1), January-July 2019.
Ibarra/Ecuador – Boa Vista/Brazil

<http://www.recinatur.periodikos.com.br/>

