



**República del Ecuador**

**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG**

**Facultad de Posgrado e Investigación**

**Tesis en opción al título de Magister en:**

**Gestión De Empresas Turísticas**

**Tema de Tesis:**

**Diseño De Un Sistema De Servucción Turística Sostenible En La  
Parroquia Ingapirca Del Cantón Cañar**

**Autor:**

**Diana Fabiola Quezada Sarmiento**

**Director de Tesis:**

**Gorki Dimitrov Aguirre Torres. Msc.**

**Enero 2020**

**Guayaquil – Ecuador**

## **Declaración expresada**

Yo, **Quezada Sarmiento Diana Fabiola**

### **DECLARO QUE**

El Trabajo de Tesis, **diseño de un sistema de servucción turística sostenible en la parroquia Ingapirca del cantón Cañar** en opción al Título de **Magister en Gestión de Empresas Turísticas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Tesis referido.

**Guayaquil, a los días del mes de Enero del 2020**

**EL AUTOR**

---

**Quezada Sarmiento Diana Fabiola**



## **Dedicatoria**

¡Un día lo soñé, hoy lo viví!

Y es que el creer y el crear están tan sólo a una letra de distancia, y todo esto se cristalizó en cada paso, mi infinito amor a los promotores eternos de mis sueños y anhelos (Mónica, Miguel y Elvita) quienes inyectaron en mis las fuerzas inagotables de esfuerzo y superación por eso yo te bendigo vida, lo tengo claro los pequeños detalles alimentan el alma, por aquello celebro una etapa más cumplida, dejemos huella y hagamos que las cosas sucedan.

## **Agradecimiento**

Mi sentimiento de reconocimiento a cada una de las personas que fueron parte del camino. A esta prestigiosa entidad educativa y por su intermedio al MSc. Gorki Aguirre, por su valioso aporte en la construcción de este proyecto.

## Resumen

Este proyecto, tiene el propósito de presentar un diseño de una sistema de servucción turística sostenible en la parroquia Ingapirca del cantón cañar complejo arqueológico en el cual se resaltara el valor histórico del lugar, los elementos que lo conforman y su aporte al turismo al desarrollo sostenible del sector, las celebraciones que son tradicionales de la cultura cañari en el transcurso de cada año, así como sus costumbres; así como también algunas alternativas de hospedaje y alimentación que brinda este lugar turístico en conjunto con la opciones que ofrece el sector. Para cumplir con lo indicado, se procedió a realizar el levantamiento de información del complejo, sus componentes arqueológicos, a través del análisis de los datos recopilados del sector, se integró su historia obtenida de fuentes bibliográficas y documentales, las tradiciones de su cultura y los elementos iconográficos representativos, En este sentido podremos ofertar al turista nacional y extranjero un producto único y nuevo brinde confianza mejorándose así la promoción del lugar y su afluencia turística, garantizando lo sostenible del sector, como resultado del proyecto se pude determinar que la permanencia del turista es vital para la zona.

**Palabras Claves:** Ingapirca, opciones, arqueológicos, sostenible, servucción.

## **Abstract**

This project has the purpose of presenting a design of a sustainable tourist service system in the Ingapirca parish of the canton Cañar archaeological complex in which the historical value of the place, the elements that make it up and its contribution to tourism to sustainable development will be highlighted of the sector, the celebrations that are traditional of the Cañari culture during the course of each year, as well as their customs; as well as some alternatives of lodging and food that this tourist place offers together with the options offered by the sector. To comply with the above, we proceeded to carry out information on the complex, its archaeological components, through the analysis of the data collected from the sector, its history was obtained from bibliographic and documentary sources, traditions of its culture and Representative iconographic elements. In this sense we can offer the national and foreign tourist a unique and new product, providing confidence, thus improving the promotion of the place and its tourist influx, guaranteeing the sustainability of the sector, as a result of the project it can be determined that the permanence of the tourist It is vital to the area.

**Keywords:** Ingapirca, options, archaeological, sustainable, servuction

## Índice General

Declaración expresada .....	I
Dedicatoria .....	II
Agradecimiento.....	III
Resumen .....	IV
Abstract .....	V
Índice General .....	VI
Índice de Anexos .....	IX
Índice de Tablas .....	X
Índice de Figuras .....	XI
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I.....	17
1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
1.1. Antecedentes de la investigación .....	17
1.2. Descripción del Complejo Arqueológico de Ingapirca.....	19
1.3. Problema de investigación.....	31
1.3.1. Planteamiento del problema .....	31
1.3.2. Formulación del problema de investigación.....	34
1.3.3. Sistematización del problema de investigación .....	34
1.4. Objetivos de la investigación .....	34
1.4.1. Objetivo general.....	34
1.4.2. Objetivos específicos.....	34
1.5. Justificación de la investigación.....	35
1.6. Marco de referencia de la investigación .....	37
1.6.1. Marco Teórico.....	37
1.6.2. Marco Conceptual.....	38
1.6.3. Marco Legal .....	55

CAPÍTULO II.....	59
2. MARCO METODOLÓGICO .....	59
2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación.....	59
2.1.1. Diseño dela Investigación .....	59
2.1.2. Alcance de la investigación .....	59
2.1.3. Enfoque .....	59
2.2. Metodología de la investigación.....	60
2.2.1. Método Analítico .....	60
2.2.2. Método Empírico.....	60
2.2.3. Método Descriptivo .....	60
2.3. Unidad de análisis, población y muestra. ....	60
2.3.1. Unidad de análisis .....	60
2.3.2. Población de estudio .....	61
2.3.3. Tamaño de la muestra.....	61
2.4. Variables de investigación, operacionalización .....	62
2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información .....	62
2.5.1. Fuentes de información .....	62
2.5.2. Técnicas para la recolección de información.....	62
2.6. Tratamiento de la Información .....	63
CAPÍTULO III.....	65
3. ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO .....	65
3.1. Análisis de la situación actual.....	65
3.1.1. Georreferencia.....	65
3.1.2. Ambiente político - administrativo .....	66
3.1.3. Análisis de la demanda turística .....	72

3.2.	Análisis de Entrevistas y Encuestas .....	73
3.2.1.	Análisis de la encuesta .....	73
3.2.2.	Entrevistas a las sub actividades turísticas .....	85
3.2.3.	Discusión de las encuestas y Entrevistas .....	86
CAPÍTULO IV .....		88
4.	PROPUESTA .....	88
4.1.	Justificación .....	88
4.2.	Propósito general.....	88
4.3.	Desarrollo .....	88
4.3.1.	Plan de Servucción.....	88
CONCLUSIONES.....		107
RECOMENDACIONES.....		109
REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍAS.....		110

## **Índice de Anexos**

Anexo N° 1 Matriz Auxiliar de Operación de Diseño del Trabajo de Investigación. ....	118
Anexo N° 2 Formato de Encuesta.....	103
Anexo N° 3 Formato de Entrevista.....	106

## Índice de Tablas

Tabla 3.1 Estructura Orgánica.....	67
Tabla 3.2 Estadística de fiabilidad.....	73
Tabla 3.3 Genero.....	74
Tabla 3.4 Edad de los turistas .....	75
Tabla 3.5 Procedencia.....	76
Tabla 3.6 Grupos Familiares .....	77
Tabla 3.7 Sistema versado de la calidad.....	78
Tabla 3.8 Acompañante de viaje .....	79
Tabla 3.9 Servicio de guía turístico .....	80
Tabla 3.10 Discernimiento del servicio gastronómico local .....	81
Tabla 3.11 Calidad de hostales de la zona.....	82
Tabla 3.12 Servicio turísticos.....	83
Tabla 3.13 Circuito Turístico.....	84
Tabla 3.14 Sector Hotelero.....	85
Tabla 3.15 Sector Gastronómico .....	85
Tabla 3.16 Sector Transportista.....	85
Tabla 3.17 Sector de agenciamiento y operatividad turística.....	86
Tabla 4.1 Plan de Unidad de Trabajo No.1.....	95
Tabla 4.2 Plan de Unidad de Trabajo No.2.....	95
Tabla 4.3 Plan de Unidad de Trabajo No.3.....	96
Tabla 4.4 Plan de Unidad de Trabajo No.4.....	96
Tabla 4.5 Plan de Unidad de Trabajo No.5.....	96
Tabla 4.6 Plan de Unidad de Trabajo No.6.....	97
Tabla 4.7 Plan de Unidad de Trabajo No.7.....	97
Tabla 4.8 Plan de Unidad de Trabajo No.8.....	97
Tabla 4.9 Plan de Unidad de Trabajo No.9.....	98
Tabla 4.10 Plan de Unidad de Trabajo No.10.....	98
Tabla 4.11 Plan de Unidad de Trabajo No.11.....	98
Tabla 4.12 Plan de Unidad de Trabajo No.12.....	99
Tabla 4.13 Plan de Unidad de Trabajo No.13.....	99
Tabla 4.14 Plan de Unidad de Trabajo No.14.....	100
Tabla 4.15 Plan de Unidad de Trabajo No.15.....	100

## Índice de Figuras

Figura 1.1 Complejo Arqueológico de Ingapirca.....	19
Figura 1.2 Pilaloma vista de acceso principal.....	20
Figura 1.3 Las Collcas.....	20
Figura 1.4 Tumba Cañari.....	21
Figura 1.5 Réplica .....	22
Figura 1.6 Baños Ceremoniales .....	22
Figura 1.7 Gran Cancha .....	23
Figura 1.8 Viviendas Cañaris.....	23
Figura 1.9 Bodegas .....	24
Figura 1.10 Camino empedrado .....	24
Figura 1.11 Calendario lunar .....	25
Figura 1.12 Palacios exteriores .....	25
Figura 1.13 Akllahuasi o aposento principal .....	26
Figura 1.14 Plaza ceremonial.....	27
Figura 1.15 Templo del sol .....	27
Figura 1.16 Escalinatas del Barranco.....	28
Figura 1.17 Ingachungana.....	28
Figura 1.18 La Tortuga .....	29
Figura 1.19 Asiento del Inca .....	29
Figura 1.20 Cara del Sol.....	30
Figura 1.21 Cara del Inca .....	30
Figura 1.22 Museo del sitio.....	31
Figura 1.23 Elementos internos del proceso de servicio .....	45
Figura 3.1 Mapa de localización de la parroquia Ingapirca .....	65
Figura 3.2 Género .....	74
Figura 3.3 Edades de los turistas .....	75
Figura 3.4 Procedencia.....	76
Figura 3.5 Grupo Familiares .....	77
Figura 3.6 Sistema versado de la calidad.....	78
Figura 3.7 Acompañante de viaje .....	79

Figura 3.8 Servicio de Guía turística .....	80
Figura 3.9 Discernimiento del servicio gastronómico local .....	81
Figura 3.10 Calidad de hostales de la zona.....	82
Figura 3.11 Servicios turísticos.....	83
Figura 3.12 Circuito Turístico.....	84
Figura 4.1 Responsable de la comisión de turismo de la junta parroquial .....	106

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el turismo es uno de los principales sectores de la economía mundial. Implica importantes transferencias de riqueza, y favorece el desarrollo y el crecimiento activo de las zonas de destino. Tras el estancamiento experimentado en los 3 últimos años en Ecuador, y las cifras confirman la cantidad de arribos de turistas extranjeros al país son alentadoras, pues de acuerdo con datos preliminares, en 2018 llegaron 1'925.994 turistas, lo que representa un crecimiento del 15% con respecto al 2017. (TURISMO 2018), para el año 2018 el crecimiento del turismo se puede evidenciar en un 11%, esto se debe al ingresos de nuevas aerolíneas tales como: Spirit, GOL y Laser Airlines y de igual manera la ampliación de frecuencias y nuevas rutas de Aeroméxico, adicionalmente en el año 2018, la balanza turística creció con relación al año 2017, se registró un saldo positivo cuyo monto asciende US\$ 1.332,3 millones de dólares, por lo que se considera como la tercera fuente de ingresos del país, siendo el asueto de carnaval el mayor movimiento del rubro.

Dado esto, los países buscan el desarrollo de nuevos atractivos turísticos contemplando la adecuada protección de las reservas naturales, involucrando los procesos de cada una de las actividades, para el desarrollo y la preservación del sector que garanticen la calidad del servicio ofrecido.

Como gran parte de los atractivos turísticos del Ecuador corresponden también a testimonios imperecederos de la presencia del hombre en estos territorios desde hace diez a doce mil años; que ha dejado un rico legado arqueológico que se halla a disposición de investigadores y turistas para ser estudiado y admirado.

De acuerdo a las expectativas para los próximos años (World Travel & Tourism Council, 2016). Este papel del turismo ha sido adoptado por numerosos organismos oficiales, ya que es considerado como una herramienta clave para el desarrollo de determinadas regiones según Barke, 2004; P. Costa & R. Ortiz, 2011; Ghaderi & Henderson, 2012; Perez & Zizumbo, 2014, a pesar de estos datos favorables, se debe tener en cuenta que la magnitud y el crecimiento del turismo ejercen una gran presión en el medioambiente y en los recursos socioculturales del destino.

Esta presión debe tenerse en cuenta para poder realizar una gestión eficiente de los recursos. Para Rojas, 2009; Deery, Jagb & Fredline, 2012, quienes además mencionan que, las tendencias globales en el sector muestran que los turistas buscan experiencias vinculadas a la sostenibilidad (Alonso & Celemon, 2016), por lo que dicha sostenibilidad debe constituir un objetivo estratégico para cualquier destino (Simao & Partidario, 2012). Las características del entorno rural convierten al turismo en una herramienta de reactivación socioeconómica.

En los últimos años en Ecuador, el turismo se ha convertido un en una importante actividad económica, pero paralelamente se busca la conservación de reservas naturales y preservar lugares históricos, debido a que son parte del patrimonio del país, siendo un trabajo mancomunado de la comunidad en conjunto con los gobiernos locales.

El turista actual se caracteriza por su creciente capacidad de elección. Es un consumidor exigente, y su tiempo de ocio es esencial para su autorrealización personal y social. Por tanto, el turismo que realiza no es un simple desplazamiento a un lugar donde hay algo, sino una actividad más compleja y participativa.

De acuerdo a lo que indica el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se puede determinar que existen pocos vestigios arquitectónicos de la época precolombina que se conservan en el territorio ecuatoriano, los mismos que cuentan con un torreón elíptico localizado en la cuenca alta del río Cañar, en la provincia del mismo nombre, conocido como el Castillo de Ingapirca.

El presente proyecto de investigación buscar desarrollar una adecuada organización en la cual se resalte el orden y la sostenibilidad de los recursos turísticos, considerando a la población y resaltando los atractivos existentes tanto culturales como naturales, y considerar el impacto que podría provocar el uso discriminado del mismo. Dentro del margen territorial de los cantones Cañar y El Tambo para promover el turismo alternativo, alcanzando de manera simultánea el bien común de una sociedad y la protección del patrimonio natural y cultural.

Ecuador a pesar de ser un país pequeño posee recursos naturales y ciudades que son investidas por hermosos paisajes, además cuenta con importantes operadoras turísticas, por esta razón nace la importancia de diseñar procedimientos de servicio u calidad, inspirando confianza, rapidez y optimizar tiempo para garantizar el bienestar de los turistas, así como los residentes de la zona.

Con el debido respaldo de este proyecto de investigación, el análisis del material teórico, contexto se pretende alcanzar conocimientos cognitivos y prácticos necesarios y pertinentes para el diseño de un sistema de servucción turística sostenible, que como único objetivo está enfocado en preservar el beneficio mutuo (turistas y los residentes).

De acuerdo a lo anteriormente comentado, se prevé que, con la intervención de esta metodología, los proyectos turísticos se puedan desarrollar de una manera dinámica, capaz de cumplir en un corto tiempo con requerimientos menos estables que requieren flexibilidad y rapidez.

El capítulo I denominado Marco Teórico Conceptual, contempla el planteamiento del problema, en el cual se describe la realidad actual y se enfoca en la situación de estudio. La información de este apartado, se detalla en aspectos generales, la naturaleza y magnitud del problema en estudio. Posteriormente se realiza la formulación de ideas propositivas, se incluye el objetivo que se determinó a través de una línea base de investigación, la justificación y la fundamentación teórica que es indispensable para el desarrollo del presente trabajo, los cuales guiarán la investigación, a de más que cabe mencionar que esta propuesta seria un proyecto piloto en la Provincia de Cañar, ya que no se ha identificado ningún sub operador turístico que cuente con manuales de procesos y funciones dedicados a la prestación de servicios y productos. Además, la investigación es constructivista social porque estudia la situación actual en la que vive la Parroquia Ingapirca.

El capítulo II dentro de la investigación es la metodología que se emplea para la indagación de nueva información, ya que permite la identificación de las diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos, a través de enfoques cualitativos y cuantitativos en conjunto con los métodos analíticos y

empíricos que aplicados en el espacio correspondiente nos garantiza la correcta práctica en la población y la muestra. Planteando los pasos estructurados y analizados, pretendiendo así dar solución a las debilidades detectadas en el lugar de intervención.

En el capítulo III denominado resultados y discusiones estarán basados en el objetivo general y este a su vez de los objetivos específicos, con respecto a la recomendación serán en base de los resultados de la ejecución de la recopilación de datos y se entablará los respectivos análisis, contrastes o comparaciones que sean necesarias para desintegrar la información existente.

En el capítulo IV, se realiza la propuesta de la aplicación de un diseño de un sistema de servucción turística sostenible para la Parroquia Ingapirca del Cantón Cañar que concatene adecuadamente las sub actividades turísticas locales.

# CAPÍTULO I

## 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Antecedentes de la investigación

El libro del autor Juan Huescar, “Nuevo marco conceptual del turismo”, nos permite una perspectiva más dinámica acerca del turismo en el Ecuador, la cual nos permite evidenciar la evolución de los sectores turísticos y potencializarlos, preservando el área.

De acuerdo a (Huescar 1993)

El turismo como fenómeno social y como actividad económica es, desde hace unos años, una realidad asumida. Puede decirse que actualmente el sector turístico está viviendo una etapa de desarrollo y crecimiento destacables en la que:

- Los viajes, los movimientos turísticos y el nivel de gasto aumenta continuamente. Aumento de la competencia entre regiones o países destino.
- Mayor conocimiento de los efectos económicos y sociales.
- Mayor importancia desde el sector público al papel dinamizador.
- Dominio de la tecnología en el comportamiento del consumidor, especialmente en búsqueda de información y reservas.

Se puede determinar que el sector turístico en general y sus consumidores en concreto presentan en la actualidad variadas particularidades y estas deberán estar consensuadas en una definición del término turismo con el fin de concretar en todo momento las áreas y actividades que lo componen, excluyendo del mismo aquellas que no presenten una estrecha afinidad, adicionalmente se deberá crear políticas que ayuden a mantener los recursos naturales en óptimas condiciones de manera que perduren para las siguientes generaciones.

La tesis doctoral de Navarro (2019), titulada “el sistema de servucción turística como propuesta actual de solución a los productos turísticos sostenibles rurales” hace un esbozo de las experiencias mantenidas en la

aplicación de estos sistemas en el sector rural de España (Navarro 2017), analiza el enfoque del Desarrollo del turismo rural integrado desde la perspectiva de los residentes: modelo propuesto, basados en la aplicación de la metodología aplicada que proporcionada por los modelos de ecuaciones estructurales con variables latentes. El modelo propuesto permite a los gestores turísticos ser conscientes de la complejidad de las relaciones. En definitiva, generar un destino turístico que pueda ser disfrutado por residentes y visitantes, aplicando un manejo de los recursos en donde los involucrados se empoderen del desarrollo del turismo en forma sostenible.

Las investigaciones dentro del área de estudio siempre han sido incesantes, sin embargo, se exponen únicamente mediante trabajos bibliográficos por su síntesis histórico-cultural.

De las investigaciones de los autores Rodrigues, Simony; Mayer, Fratucci, EOI (2015), recalca la importancia de IMPACTOS PERCIBIDOS DEL TURISMO. Es un estudio comparativo con residentes y trabajadores del sector en Rio de Janeiro-Brasil Una metodología ampliamente utilizada para reflejar esta resistencia multilateral, planteada desde el enfoque por Feenstra (2004) que consiste en incluir efectos fijos del país de origen y del país de destino para controlar la resistencia multilateral y beneficiar de manera equitativa a los alrededores de las áreas.

El libro del autor Carlos Orozco, "Complejo Arqueológico Ingapirca", nos proporciona evidencia contundente para de que la zona de Ingapirca posee un potencial único y que puede ser explotada, pero que a su vez se debe tener mucha precaución con el área protegida.

De acuerdo a (OROZCO 2015)

Considerando que, el turismo son todas las actividades donde se encuentra involucrado el interés de conocer y disfrutar de nuevos lugares, regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente, esto ha hecho que exista varias clases de turismo, y por medio de estas se haga más fácil el manejo de éste, en este mercado existe varias alternativas para todo los tipos de turistas que día a día se vuelven más exigentes, por tal motivo, este presenta diversas

variables entre estos tenemos: El turismo cultural, de aventura, paisajístico, medicinal, religioso, etc. Al igual que existen diferentes focos de turistas grupo de jóvenes, tercera edad, profesionales, parejas, etc. Por tal motivo es un campo donde se puede obtener réditos debido a las diferentes ofertas.

Por otro lado, las capacidades de los destinos de atraer turistas se medirán a partir de los productos turísticos que posee cada destino. Los resultados obtenidos proporcionan información relevante para que los actores públicos y privados puedan fortalecer las estrategias de planificación, diseño de políticas, marketing, comunicación y promoción de los diferentes productos y destinos turísticos.

## 1.2. Descripción del Complejo Arqueológico de Ingapirca.

El área que ocupa el Complejo Arqueológico abarca una superficie aproximada de 4 ha. en donde se encuentran varios edificios y evidencias de otra naturaleza. El Complejo Arqueológico de Ingapirca (CAI) se encuentra en las coordenadas UTM: 736528mE; 9'718982mN a una altura de 3160 msnm.

**Figura 1.1 Complejo Arqueológico de Ingapirca**



Fuente: Recolección de datos de la investigación,  
Elaborado por: Autor

A continuación se describen los componentes del CAI continuación:

- **Pilaloma.** Según los estudios realizados en Pilaloma, es la construcción de más larga ocupación y mayor antigüedad, del

complejo, esta construcción está conformada por una serie de habitaciones rectangulares dispuestas alrededor de un gran patio de forma similar. (Almeida, 2011)

**Figura 1.2 Pilaloma vista de acceso principal**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **Collcas.**\_ Las Collcas son cinco estructuras circulares que servían para almacenar productos agrícolas usados para el consumo de la población. (Almeida, 2011)

**Figura 1.3 Las Collcas**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **Tumba Cañari.**\_ Se observa un pavimento circular hecho con piedras de río; según los investigadores se trata de un enterramiento colectivo, en el que su principal ocupante fue una

sacerdotisa cañari, se la encontró acompañada por una decena de esqueletos, la mayor parte de su mismo sexo y un importante ajuar funerario compuesto de cerámica Cashaloma, grandes tupus de cobre y cuentas de concha spondylus. Junto a esta se encuentra una gran piedra que posiblemente sirvió como señal de las tumbas, o tal vez pudo estar vinculada a cálculos astronómicos ya que está ubicada de tal manera que puede ser iluminada por el sol poniente alrededor del solsticio del 21 de Junio, posible día de referencia del calendario Cañari”. (Almeida, 2011)

**Figura 1.4 Tumba Cañari**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- Réplica de una vivienda prehispánica.\_ Es una reproducción de una vivienda incásica, construida en el año 1996 por los arqueólogos que han realizado algunos estudios y reconstrucciones del Complejo Arqueológico, para demostrar o dar una idea clara a los visitantes de cómo fueron las construcciones de los incas. (Almeida, 2011)

**Figura 1.5 Réplica**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **Baños ceremoniales.**\_ Posiblemente estos baños servían también para la purificación del cuerpo de las personas que realizaban sus cultos o ritos a sus Dioses. (Almeida, N. 2011)

**Figura 1.6 Baños Ceremoniales**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **La gran cancha.**\_ Se encuentra un patio grande, está rodeado de siete habitaciones de diverso tamaño. Por lo descubierto en esta zona como la gran cantidad de cerámica se asume que fueron utilizadas como: almacenes, talleres artesanales, vivienda o trabajo para artesanos. (Almeida, 2011)

**Figura 1.7 Gran Cancha**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **Viviendas Cañaris.**\_ Se habla que estas viviendas son anteriores a las construcciones del Ingapirca Incásico, es decir eran viviendas de los cañaris. (Almeida, 2011)

**Figura 1.8 Viviendas Cañaris**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Las Bodegas.**\_ Son cuatro cuartos rectangulares, en los estudios realizados del sitio han encontrado restos de grandes vasijas de cerámica de estado incásico, también se ha encontrado arríbalos y aribaloides y se piensa que estos eran utilizados como almacenamientos de productos para el intercambio con otras culturas de la costa, oriente, etc. (Almeida, 2011)

**Figura 1.9 Bodegas**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **El Camino Empedrado.**\_ Es un camino empedrado que se asume sirvió como acceso al resto de construcciones y que pudo haber servido un camino procesional. (Almeida, 2011)

**Figura 1.10 Camino empedrado**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **Calendario Lunar.**\_ Son piedras, que fueron encontradas en el sector de “IGLESIAPAMBA”, a 400 metros del centro de la parroquia Ingapirca. Algunos Arquéolos-Investigadores, a esta piedra le conocen como el “calendario lunar” que según la cultura cañari representa el mes lunar. La misma tiene 28 huecos o pozuelos, mientras que para otros investigadores esta piedra,

pudo haber servido como molde para trabajar la cerámica. Son teorías dadas por historiadores ya que no se sabe exactamente qué uso las daban. (Almeida, 2011)

**Figura 1.11 Calendario lunar**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **La Condamine o Palacios Exteriores.**\_ A este lugar también se le conoce con el nombre de la “Condamine”, en honor a Carlos María de la Condamine, científico que integró la primera misión geodésica en 1739, según los historiadores fue quien diseñó un plano casi exacto de las ruinas compuesto por el Templo. (Almeida, 2011). Este sitio tal vez fue destinado a viviendas o varias actividades, que fueron ocupadas por las personas de alto rango también, como las más hermosas jóvenes consagradas al servicio del sol, los sacerdotes, etc.

**Figura 1.12 Palacios exteriores**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **Acllahuasi.**\_ En estos vestigios se pueden apreciar cinco habitaciones independientes, separadas por tres patios interiores. Uno de estos cuartos aún se mantiene en perfecto estado, posiblemente por haber sido utilizado como casa de hacienda de la “Curia de Cuenca”. (Almeida, 2011). El Acllahuasi”, según los arqueólogos que le dieron este nombre significa “casa escogida”, fue la residencia de las vírgenes consagradas a la divinidad, dedicadas a la elaboración de tejidos finos para el inca y para el culto religioso, también para la preparación de la comida y la bebida.

**Figura 1.13 Akllahuasi o aposento principal**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **La Plaza Ceremonial.**\_ Es una gran explanada de forma trapezoidal, que posiblemente tenía función de adoratorio y acogía a gran cantidad de personas a que participaran de las ceremonias religiosas que desarrollarían en ella.

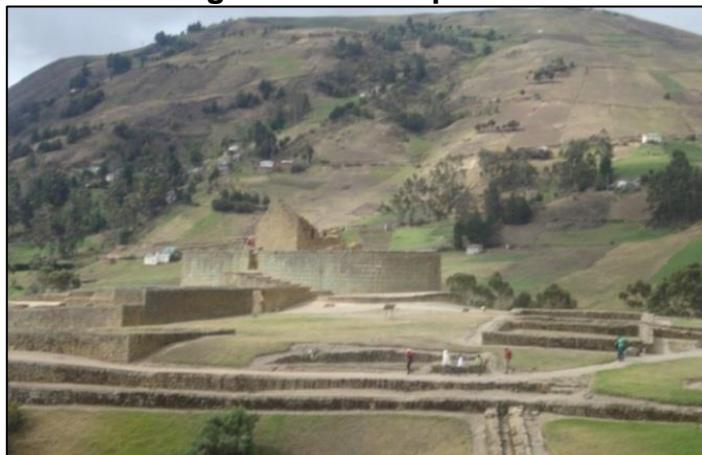
**Figura 1.14 Plaza ceremonial**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- El templo del Sol.\_ Napoleón, Almeida “Guía Turística de Ingapirca”(2011), manifiesta que el templo del sol es una roca natural arenisca en forma ovalada, que según datos de los estudiosos dicen que su eje mayor se halla orientado casi exactamente Este-Oeste su orientación y su forma elíptica como la órbita de la tierra alrededor del sol. El encaje de las piedras es tan perfecto en sus uniones; que no se sabe si utilizaron algun material o es puesto piedra contra piedra, pero hay historiadores que piensan que utilizaron una argamasa, un barro amarillo propio de la zona, denominado “quilocaca”, que solo existe en el relleno interior del muro.

**Figura 1.15 Templo del sol**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **Escalinatas del Barranco.**\_ Junto al gran templo, se localiza una escalinata de piedra de 191 escalones, que fue descubierta en Diciembre 1993, cuando arqueólogos del Banco Central realizaban sus investigaciones.  
Se deduce que estas escaleras pertenecen a la cultura Cañari por la forma de piedras traídas de ríos. (Almeida, 2011)

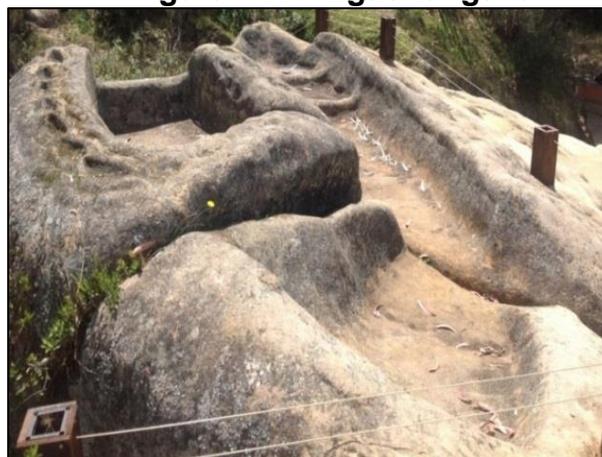
**Figura 1.16 Escalinatas del Barranco**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **Ingachungana.**\_ El “baño del inca” o también conocido como el Ingachungana, (juego del inca), se trata de una especie de depósito, labrado en la roca, que tal vez fue un sitio religioso para el culto al sol. (Almeida, 2011)

**Figura 1.17 Ingachungana**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **La Tortuga.**\_ Es una piedra zoomorfa, que se encuentra a pocos metros del Ingachungana, es decir es una roca arenisca labrada en forma de “tortuga”.

**Figura 1.18 La Tortuga**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **La Silla del Inca.**\_ Conocido como la silla del inca, este asiento fue desprendido del Ingachungana, hace muchos años. (Almeida, 2011)

**Figura 1.19 Asiento del Inca**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- **El Intihuaycu.**\_ Es un círculo de una imagen del sol, según los estudios se trata de una formación natural producida por una inclusión de mineral de hierro. (Almeida, 2011)

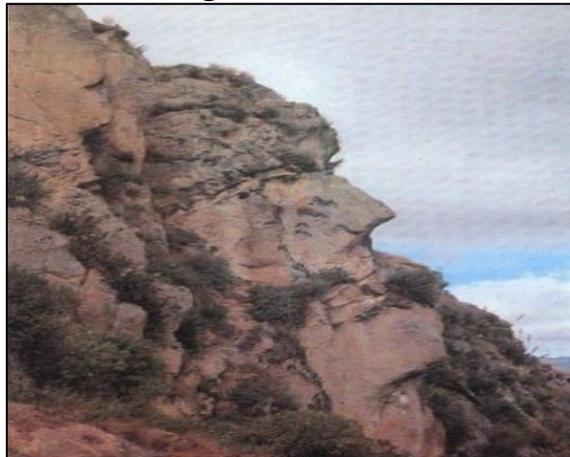
**Figura 1.20 Cara del Sol**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

- La Cara del Inca.\_ En una peña grande se encuentra un rostro humano conocido como Ingañawi o “Cara del Inca”, se habla de que es natural y también tallada por la mano del hombre. (Almeida, 2011)

**Figura 1.21 Cara del Inca**



Fuente: Recolección de datos de la investigación.  
Elaborado por: Autor

- Museo de Sitio.\_ A la entrada del Complejo Arqueológico se encuentra un importante museo de sitio, en el cual se expone varias piezas arqueológicas provenientes de excavaciones y hallazgos hechos en Ingapirca, las mismas que corresponden a las tradicionales alfareras de “Tacalshapa, Cashaloma e Inca Imperial”. También se puede apreciar armas, objetos ornamentales de cobre, hueso, concha, así como fotografías de

sitio, mapas y planos ilustrativos y una maqueta de todo el Complejo Arqueológico de Ingapirca. Finalmente se expone una sala etnográfica, de la vestimenta que usan nuestros indios cañaris, herramientas de trabajo, instrumentos de música, ejemplo de una vivienda típica de la zona. (Almeida, 2011)

**Figura 1.22 Museo del sitio**



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: Diana Quezada. 2019

### **1.3. Problema de investigación**

#### **1.3.1. Planteamiento del problema**

Las ruinas de Ingapirca se encuentran ubicadas a 80 Km de la ciudad de Cuenca, en la provincia de Cañar, su construcción tiene como principal material el adobe marrón cobrizo utilizados por los Cañaris, posteriormente los Incas introdujeron las piedras andesita verde.

En cuanto a las características arquitectónicas que presenta y la existencia de materiales que pertenecen al patrimonio tangible cultural, se puede visualizar una ocupación muy antigua del sitio, se puede decir también que las Ruinas de Ingapirca datan desde el año 400 DC hasta el 1532 D.C.

El trabajo organizado de la gente y el apoyo de entidades públicas y privadas permite a los habitantes disponer de servicios básicos como agua potable de excelente calidad, sistema de alcantarillado en centros poblados,

unidades educativas, centro médico, retén de seguridad policial y un sistema vial.

Por lo antes expuesto, se conoce que esta actividad turística en la zona es relativamente nueva, lo que motiva a generar varios estudios e investigaciones como la que se mencionarán a continuación y se basarán en el primer estudio realizado en España sobre las actitudes de los residentes hacia el turismo en un destino de esta naturaleza. Se ha elegido un destino en parte de turismo rural ya que, siguiendo a Madrigal (1993), el turismo presenta efectos más visibles en las áreas rurales que en las urbanas y, en consecuencia, su efecto es mayor sobre los residentes de zonas rurales causando varios tipos de afectaciones, la teoría del intercambio social asume que los individuos seleccionan sus transacciones una vez han evaluado sus beneficios y costes Según esta concepción, las actitudes se ven afectadas por las percepciones del intercambio que los individuos consideran que están realizando. Así, los sujetos que evalúan el intercambio como beneficioso, perciben el mismo impacto de forma diferenciada que aquéllos que lo evalúan como perjudicial. En concreto, los individuos que se benefician personalmente del turismo perciben mayores beneficios económicos y menores impactos sociales y medioambientales negativos derivados de su desarrollo que otros (Getz 1994).

Así, entre los vestigios prehispánicos más importantes se halla el Complejo Arqueológico de Ingapirca, en la parroquia del mismo nombre, perteneciente al cantón Cañar, considerado uno de los más importantes del Ecuador. Dada la potencialidad turística con la que cuenta este atractivo, se debería además captar dicha demanda de turistas y/o visitantes hacia el turismo alternativo (Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Rural), existente dentro de los cantones Cañar y El Tambo, accesibles debido a sus cercanías. Contando en los mismos con un gran número de atractivos de carácter cultural (sitios arqueológicos, obras técnicas, tradiciones, etc.), y naturales (montañas, bosques, ríos, ambientes lacustres, etc.), donde se pueden poner en práctica una diversidad de actividades, pero que no ha existido ese dinamismo entre las entidades pertinentes y la colectividad para incluir el turismo dentro de sus actividades económicas.

De acuerdo a la (OMT 1997) define como el turismo sostenible como aquel que pretende satisfacer las necesidades de los turistas, así como de los destinos turísticos protegiendo e incrementando las oportunidades a futuro. En otras palabras, es la forma de gestionar los recursos de manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas mientras se mantiene la identidad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica, los sistemas de vida garantizando los recursos naturales de la zona (Pérez de las Heras 2004). Es importante señalar que el desarrollo turístico sostenible apunta a minimizar los daños ambientales y culturales, optimizar la satisfacción del visitante y maximizar el desarrollo económico a largo plazo de la región en cuestión. Es por tanto una forma de obtener un balance entre el potencial crecimiento del turismo y la necesidad de conservación (Aguirre 2007).

Los beneficios económicos que la comunidad residente espera del desarrollo turístico se suelen traducir en oportunidades de empleo (Davies et al. 1988; Belisle y Hoy 1980; Por otra parte, los beneficios sociales y culturales se traducen en un aumento de las actividades lúdicas para los residentes, la mejora de los servicios e infraestructuras públicas y el efecto instigador sobre el cambio social. El turismo incrementa el orgullo y la identidad cultural, la cohesión y el intercambio de ideas y mejora el conocimiento de la cultura de la zona, crea oportunidades de intercambio cultural y revitaliza las tradiciones locales, incrementa la calidad de vida y mejora la imagen de la comunidad. Podemos decir que cada uno de los residentes de la zona tendrá diferentes percepciones de la actividad, en cuanto a la influencia de las características personales del residente y su actitud hacia el turismo y el turista.

Para crear un proyecto turístico sostenible, es imprescindible la participación de la comunidad residente, debido a que esta aceptación determina un mayor desarrollo, es importante enfatizar que conforme avanza el desarrollo turístico; incrementan los impactos asociados, por lo que se debe considerar que para evitar efectos negativos se deberá proteger y preservar las costumbres de la zona.

Estas medidas garantizarán un nivel de seguridad adecuado al riesgo existente. En caso de que exista un riesgo particular de violación de la seguridad de la red, el prestador de servicios de telecomunicaciones deberá informar a sus abonados, clientes o usuarios sobre dicho riesgo y, si las medidas para atenuar o eliminar ese riesgo no están bajo su control, sobre las posibles soluciones.”

### **1.3.2. Formulación del problema de investigación**

¿De qué manera se verá beneficiada La Parroquia Ingapirca del Cantón Cañar al promover la actividad turística a través de un sistema de servucción turística sostenible?

### **1.3.3. Sistematización del problema de investigación**

- 1) ¿Cuáles son los aspectos se necesitan para establecer un sistema de calidad turística, desde los gremios de las subactividades?;
- 2) ¿Cuál sería las características y la forma adecuada de ponderar una cultura de calidad en la gestión de alianzas institucionales?; y,
- 3) ¿De qué manera se podrán certificar las competencias de productos y servicios?

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Diseñar un sistema de servucción turística sostenible para la parroquia Ingapirca del cantón Cañar que concatene adecuadamente las sub actividades turísticas locales.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

1. Levantar un diagnostico preliminar y línea base de los eslabones y departamentos veedores de la cadena de servicios turísticos locales;

2. Establecer un sistema versado de la calidad como herramienta para la competitividad entre los actores de las subactividades turísticas; y,
3. Institucionalizar las políticas de intervención del sistema de servucción y asentar los compromisos de las partes en todas las responsabilidades delegadas.

### **1.5. Justificación de la investigación**

El producto turístico es muy complejo (transporte, alojamiento, restauración, información, ocio, etc.), pero la hospitalidad que muestran los trabajadores y habitantes de un destino hacia los turistas es una parte fundamental del producto turístico, un recurso turístico más (OMT, 1980). Se considera que la hospitalidad recibida por el turista depende en gran parte de la valoración que los mismos pueden dar del lugar visitado. También debe considerarse que para que un lugar llegue a desarrollarse como turístico es debido a que la población de ese lugar considera que con ello obtiene beneficios, tomando en cuenta la Teoría del Intercambio Social y que por lo general no se aplica con demasiada frecuencia. Estas dos razones son las que justifican la importancia de conocer las actitudes de los residentes si se desea una gestión de los destinos turísticos que permita su sostenibilidad a largo plazo.

Según Butler (1989) un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende 5 etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento. Aunque es importante aclarar que no todos los destinos pasan por todas las etapas, esto dependerá de la naturaleza con que se desarrollen.

Por ello hoy en día los turistas son mucho más selectivos al momento de escoger entre las variadas opciones de destinos, basados en experiencias de otros, comentarios y/o sugerencias; y es aquí donde la servucción turística cobra un papel relevante ya que se considera una gestión empresarial interna que el cliente no lo ve, pero lo puede percibir la misma que empieza con la concepción de la idea como tal y hasta la obtención del servicio en su totalidad,

la presente investigación propuesta tiene como objeto contribuir con el diseño de herramientas basados en la calidad que permitan desarrollar el turismo en la zona de Ingapirca, preservando los recursos naturales y garantizando una agradable estancia de los turistas en conjunto con el desarrollo local. Esto ayudaría a mejorar eficientemente las formas de gestión y modelos en que los propietarios, al mismo tiempo de proporcionar al sector de la industrialización del turismo un desarrollo sostenible, esta propuesta innovadora se basa en la calidad de los servicios y productos que debe ser el norte de todos los prestadores de servicios involucrados, no se vale improvisar, porque como hemos visto, es un proceso de detalles, de unión y cohesión de elementos importantes que persiguen un fin común y que crean y agregan valor al servicio que se ofrece.

La investigación es relevante, por su importancia relacionada a un profundo análisis del desarrollo de las alternativas y estrategias que favorezcan la protección de la biodiversidad, basándose en ideas innovadoras que permitan el respeto a la identidad de las culturas, el incremento de los ingresos y por ende el mejoramiento del nivel de vida de la población local, por lo que conlleva a la sostenibilidad a través de la actividad turística. Con la finalidad de promover la generación de opciones productivas viables económicamente como un mecanismo de disminución de la presión antrópica sobre algunos ecosistemas.

En adición de aprovechar los mecanismos necesarios y los incentivos locales y nacionales para el fomento adecuado, articulación, fomentación, oferta y desarrollo de iniciativas de desarrollo rural sostenible, como son: El hospedaje rural, el turismo activo, el turismo multiaventura, atracciones de preferencia actual entre los destinos, la restauración especializada en gastronomía local de calidad, el ecoturismo, el agroturismo, y otras actividades de educación ambiental; y el interés es que los productos turísticos permitan el desarrollo turístico sostenible no solo en teoría y que los principios de dicha sustentación permitan preservar el legado histórico, cultural y natural del área, generando un desarrollo local y por ende nacional; que implica grandes

compromisos entre los actores involucrados, hablamos de un beneficio mutuo ganar – ganar.

La importancia del turismo cultural en el país ha crecido tanto de manera que, en el año 2011, nuestro país fue sede de la III Feria Mundial de Turismo Cultural y de Patrimonio. A través de esta se mostraron varias tendencias, entre ellas opciones de gastronomía, expediciones arqueológicas y festivales artísticos, permitiendo al turista romper con la cotidianidad, generando actividades diferentes, diseñadas, planificadas y organizadas con el fin de que el visitante vaya más allá de un simple circuito turístico, sino más bien sea un recuerdo de un lugar a donde querrá regresar.

Como un referente, de las características culturales tenemos a la Provincia de Cañar, donde hallamos un testimonio de la diversidad cultural, que persiste en el tiempo, conformando por las huellas que han dejado las diferentes culturas nativas, así como la inca y española a lo largo de la historia, todo esto se enfoca en la relevancia de la cultura cañari en la zona. Los descendientes de la misma, sufrieron esos procesos históricos de conquista, resistencia y mestizaje, transformándolos en cuanto a su ideología y forma de vida, demostrando su capacidad de creatividad y recreación de su cultura.

## **1.6. Marco de referencia de la investigación**

### **1.6.1. Marco Teórico**

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante, el turismo tiene antecedentes históricos claros. Con la Revolución industrial se consolida la burguesía que volverá a disponer de recursos económicos y tiempo libre para viajar.

En la Edad Contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda

Europa y Norteamérica. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos. Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son. Esta evolución sirvió como referente, de tal manera que todas las personas que decidían emprender un viaje, generaban necesidades diversas como tipos de transportación, servicios de alimentación, hospedaje, entre otros; lo que implica la creación de estos espacios en los lugares más concurridos de las ciudades.

Con el transcurso de los años la Organización Mundial del Turismo (OMT), define a esta actividad como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual por un período inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos. a OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible en todo el mundo.

## **1.6.2. Marco Conceptual**

El presente estudio se desarrolló en base a la propuesta del modelo contemplado en el esquema metodológico de la inserción del piloto de servucción diseñado por la agencia española de cooperación internacional para el desarrollo e institucionalización en convenio con la Prefectura de la Provincia de Manabí.

### **1.6.2.1. Turismo**

El turismo es el conjunto de actividades que las personas llevan a cabo durante los viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por motivos de ocio, negocio u otros (González 2011).

#### **1.6.2.2. Complejo Turístico**

Un complejo arqueológico es un sitio geográfico donde se ha encontrado vestigios, evidencia, restos de distintas interpretaciones como pueden ser humanas, arquitectónicas, etc. El cual evidencie actividad en el pasado estas pueden ser de largo mediano y corto tiempo de antigüedad marcando así las épocas antiguas, para que estas lleguen a ser parte de un verdadero complejo arqueológico debió ser investigado utilizando varias disciplinas de la arqueología, dando como resultado que el sitio estudiado representa ya parte de un registro arqueológico en su ciudad, país, región, etc.

El concepto de zona arqueológica tiende a cambiar dependiendo del periodo que es estudiado el sitio en particular, así también influye en el concepto por los aportes teóricos que proporcione él o el grupo de arqueólogos a cargo de la investigación con respecto a la delimitación de estas zonas o sitios arqueológicos son bastante complejos y discutidos por los entendidos en arqueología. Las delimitaciones de estos sitios se los puede manejar ampliamente en cuestión de habitabilidad y se puede marcar una zona donde vivieron comunidades o grupos humanos en el pasado (actividad humana) y no se recomienda hacer una delimitación exacta de hitos históricos como se las realiza en otras áreas de investigación históricas.

Estas zonas o sitios arqueológicos son diferenciados de los demás por existir otros factores como son los restos de vivienda, factores ambientales (material biológico dejado o son resultado de la actividad humana). (Domínguez 2011)

Las zonas arqueológicas son formadas por lo general en procesos que están relacionados con la actividad del ser humano, aunque en algunos casos se puede dar que sea un proceso más relacionado con la naturaleza y factores de descomposición y deposición.

### **1.6.2.3. Evolución del Complejo de Arqueología**

En el siglo XVIII la arqueología empieza a dar sus primeros pasos. El ansia del coleccionismo había crecido, y la única forma de satisfacerla era mediante la búsqueda de aquellos lugares donde pudiese haber vestigios. Dos ejemplos claros fueron los descubrimientos de Pompeya y Herculano. El Príncipe de Elboeuf, en 1710, inició la excavación de una serie de pozos y túneles en Herculano descubierta casualmente encontrándose por primera vez un teatro romano. Sin embargo, poco interés despertó ello, sino que el objetivo era en encontrar obras de arte para engrandecer su colección privada, otros materiales como el mármol fueron desprendidos de los edificios y reutilizados. Años después, se descubría en Pompeya, en 1748, siguiéndose un mismo procedimiento, en ese entonces auspiciado por el rey de Nápoles. No sería hasta la segunda mitad del siglo XVIII cuando Johann Hoachim Winckelman considerado padre de la arqueología clásica realizó la primera carta sobre los descubrimientos de Herculano. Pero, ante todo los descubrimientos conllevaron un interés estilístico más que científico, qué hizo que se tendiera a realizar mobiliarios y decoraciones al modo Romano. Como se puede ver, los descubrimientos no fueron sistemáticamente registrados.

En EEUU como estado independiente, se lleva a cabo la primera excavación arqueológica realizada por Thomas Jefferson quien sería presidente estadounidense, en una de sus propiedades en Virginia; Jefferson estaba realizando una zanja en esta propiedad, evidenció un túmulo en donde pudo observar la estratigrafía. Jefferson, aplicando un enfoque científico, se dio cuenta de que los restos humanos que allí había estaban más deteriorados conforme más abajo estaban. Llegó a la conclusión revolucionaria en su época que los que estaban más abajo tenían más tiempo y que el túmulo, por tanto, había sido reutilizado en sucesivas ocasiones. Aunque este fue un adelanto en su tiempo y prácticamente nadie le seguiría en los años posteriores. En Europa Richard Colt Hoare, que se dedicó a excavar túmulos con el único fin de rescatar piezas de gran valor, seguían manteniendo la idea de que el hombre no podía tener una antigüedad anterior a los 4004 a.C.

El término arqueología entre los historiadores antiguos tenía el significado de estudio del pasado, pero se trataba de un estudio en el que sólo se tenían en cuenta los restos materiales y no la situación social, económica o política que constituía el contexto de dichos vestigios, asociándose además casi exclusivamente a los objetos procedentes del mundo griego y romano.

El año 1940 supuso un punto de inflexión en los estudios arqueológicos cuando Walter Taylor inauguró la llamada nueva arqueología, abanderada más tarde por Lewis R. Binford, que proponía un estudio más orientado hacia la comprensión de la evolución cultural y no tanto a la mera catalogación y datación de los objetos encontrados. Esta teoría se basaba en las leyes evolucionistas, hacía uso de complejos métodos informáticos y pretendía basar los cambios culturales en leyes. Desde entonces las teorías se han sucedido y hoy la nueva arqueología se considera superada.

#### **1.6.2.4. Región, localidad o destino turístico.**

Según (Peter Murphya Mark P Pritchard bBrock Smithc 2000) un destino es una amalgama de productos y experiencias individuales que adecuadamente combinadas evocan una experiencia de visita global. (Enrique Bigne Alcaniz, Xavier Font Aulet 2000) definen los destinos como combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas.

Un “clúster” o “polo” turístico es un área geográfica definida, con unas características homogéneas en cuanto a recursos, infraestructuras, servicios, empresas y mercado, etc. (Cerveró 2002)

Para la finalidad de esta tesis, por región, localidad o destino turístico hay que entender el espacio geográfico vinculado a un potencial o actual uso turístico, identificable en la oferta internacional como diferente de otros espacios, que generan una experiencia integral para el turista y con una población residente que se encuentra afectada o puede encontrarse afectada en su vida diaria por la actividad turística.

#### **1.6.2.5. Los residentes**

Cuando se habla de los residentes o de los habitantes de una región, localidad o destino turístico nos referimos a las personas que viven durante la mayor parte del año en el espacio geográfico, y que consideran a este como su hogar se encuentra en el espacio geográfico mencionado. Se pueden dividir las personas presentes en un destino turístico, principalmente, en turistas y residentes.

Los turistas son los que permanecen en la región durante un corto periodo de tiempo, generalmente días, y que no tienen intención de vivir en la zona. Son una fuente de información útil de cara a analizar la evolución de un destino.

#### **1.6.2.6. Comunidades.**

Una definición sencilla y clarificadora de lo que es una comunidad puede ser: grupo de personas que comparten objetivos y opiniones comunes (John Williams Rob Lawson 2001). Por comunidad entendemos al conjunto de personas residentes en una región o localidad con uno o varios elementos (objetivos, antigüedad de la residencia, grupo cultural al que pertenece, vinculación personal con la actividad turística, etc.) que las caracteriza y diferencia del resto de la población residente. Por lo tanto, la población residente (caracterizada por su convivencia espacial) se puede dividir en comunidades con elementos homogéneos internamente y con diferencias entre sí.

Esta subdivisión se suele realizar como parte de las investigaciones de campo realizadas para definir las actitudes de la población, pero una buena base para prever las posibles comunidades locales existentes es la consulta de los estudios antropológicos y sociológicos previamente existentes en la región.

Estos estudios previos nos permiten ver los grupos culturales y económicos existentes, que son potentes candidatos a ser comunidades claramente diferenciadas por sus actitudes hacia el turismo.

#### **1.6.2.7. Cultura**

La importancia de la cultura para el estudio del turismo y las actitudes de los residentes se basa en dos elementos:

Para entender, explicar y apreciar la imagen que un pueblo tiene de sí mismo y las actitudes fundamentales y miedos inconscientes que se reflejan a menudo en su visión de las culturas extranjeras, es necesario estudiar la cultura como es en la actualidad y también entenderla como fue, es decir, es necesario estudiar la historia del lugar. Todas las culturas son dinámicas y revelan sus características, no de manera simultánea, sino sucesivamente a lo largo del tiempo (Lanquar 2001).

#### **1.6.2.8. Servucción**

Consultando el diccionario, alrededor de la palabra “producto” se encuentra producción: “el proceso de creación de un producto”; “producir” como la acción; y “producto”, el resultado. En cambio, alrededor de la palabra “servicio”, únicamente giran dos conceptos claves: “servir”, como acción, y “servicio”, el resultado de la acción de servir, quedando un vacío para la “producción de servicios”; este es el concepto de Servucción. (S.A. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA, 1989).

La servucción es una organización que se relaciona básicamente en tres elementos fundamentales, los más importante el cliente, el personal de contacto o colaboradores de una empresa y el soporte físico que se conjugan entre si generando un “servicio” y que son útiles para optimizar los procesos de gestión con el fin de mejorar la experiencia del cliente y en consecuencia cubrir una necesidad. Relacionando el termino con la parte turística, sería el canal de comunicación con ya que constituye una vitrina del servicio o producto que se oferta, basada en herramientas de trabajo, los mismos que están sujetos a críticas, por lo tanto, los integrantes del destino turístico deberán presentar sus mejores herramientas transformadas en procesos de mejora continua, hablemos de varios aspectos a desarrollarse tanto en la parte hotelera, restaurantes, transporte y operatividad turística; quienes no deben operar de manera aislada, sino unir esfuerzos que hagan que el turista piense nuevamente en regresar al lugar o generar un efecto positivo de la zona mediante un boca a boca, la servucción turística no solamente promete buenos

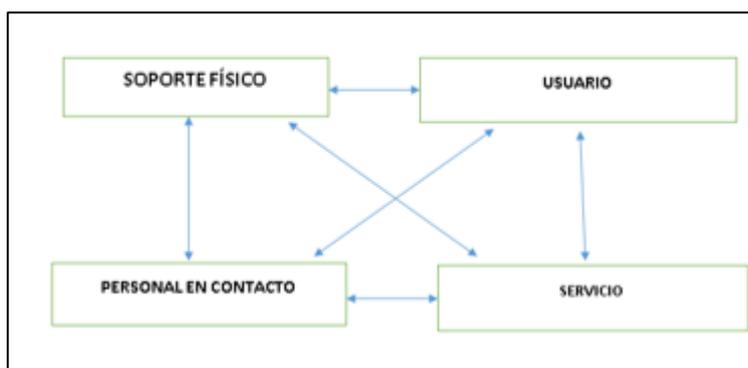
resultados; sino que también eleva los estándares de calidad a otro nivel logrando los resultados esperados en el servicio, estrategias fáciles de aplicar, ahorrar dinero, y brindar al cliente una mayor conveniencia.

La actividad turística actualmente está cobrando fuerza y se convierte en un pilar importante de la economía de los países que tienen vocación turística, así como, de su desarrollo humano y de la sociedad, por lo que es indispensable ubicarlo en las esferas donde impacta directamente y así proponer nuevas tendencias de hacer turismo donde los aspectos sociales, económicos y ambientales se puedan conjugar al momento de practicar esa tendencia el turismo una actividad con mucho mayor proyección que la que tiene actualmente.

El concepto actual de desarrollo sostenible explica el enlace integral e inevitable entre el sistema natural y el desarrollo, tomado de un modo consiente no solo hacia las futuras generaciones sino que suma importancia desde la conciencia actual de las personas en términos de preservación de los recursos, y se refiere a un repetitivo proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos naturales, la dirección de la inversión y del progreso científico y tecnológico, junto con el cambio institucional, permita satisfacer las necesidades sociales. Este concepto no se refiere a un estado estacionario y armonioso, sino a un proceso con condiciones cambiante, donde la conciencia juega un papel imprescindible. Para el año 2000 se dice que el turismo sostenible es “aquel que satisface las necesidades actuales de los turistas, comunidades anfitrionas y prestadores de servicios, protegiendo y fortaleciendo oportunidades para el futuro, y que contempla y se dirige hacia el manejo integral y planificado de los elementos económicos, sociales y culturales de la región, y los procesos ecológicos esenciales para la conservación del medio ambiente y su biodiversidad” (INE, 2000:16). Bajo este concepto se demuestra la importancia ambiental que contemplan aspectos desde la perspectiva económica y social, pero haciendo hincapié en que la planificación

Los elementos de un sistema de Servucción.

**Figura 1.23 Elementos internos del proceso de servicio**



Fuente: EIGLIER, Pierre y LANGEAR, Eric, Servuccion El Marketing de los servicios Interamericana de España S.A. 1989,

Elaborado por: Autor

Para fabricar un producto (por ejemplo, una calculadora), es necesaria la relación de diferentes elementos: maquinaria, mano de obra, materias primas, etc., de los cuales se obtendrá un producto. En el apartado de “maquinaria”, se incluyen no sólo las herramientas de trabajo, sino también los edificios donde se realicen estos trabajos. Dentro de “mano de obra” se consideran no sólo los empleados de la fábrica, sino también su organización interna, etc. Una vez comentado en forma simple los sistemas de producción de productos o bienes tangibles; de la misma manera, se explicará qué elementos son los necesarios para “fabricar servicios” cuando nos referimos al ámbito turístico. Para la producción de un servicio, es imprescindible la existencia de un turista que haga uso del mismo. No existe elaboración del servicio sin la participación del cliente. Hasta ese momento existen capacidades disponibles, potencialidades de servicio. En segundo lugar, es preciso un personal que atienda a los clientes. Puesto que su labor es estar en contacto con los clientes, a éste se le denomina personal en contacto. Como hemos visto en relación con los servicios, existen unas características que los diferencian de los bienes: se trata de la intangibilidad, la inseparabilidad, la heterogeneidad y el carácter perecedero. Middleton y Clarke (2001) señalan, además, otras características propias de los servicios turísticos, que junto a las mencionadas establecerían un carácter diferenciador de éstos sobre el conjunto de servicios de otros sectores de actividad.

Otra característica de los servicios turísticos son los elevados costes fijos que acarrea poner en marcha las infraestructuras necesarias. Desde hoteles a aeropuertos, la necesidad de unas complejas infraestructuras determina el desarrollo del sector en determinadas áreas geográficas.

Se necesitan también conjugar todos los elementos como los materiales que se les identifica como Soporte Físico y se pueden dividir en dos categorías: los instrumentos necesarios para el servicio y el entorno material en el que se desarrolla el servicio. El cuarto elemento a considerar es el Servicio; resultante de la interrelación de los tres elementos anteriores. El Sistema de Organización Interna es la parte no visible de la empresa de servicios para el cliente, así como el personal en contacto y su soporte físico, son las partes visibles. Se puede considerar al sistema de organización interna como la “retaguardia” de la empresa.

De la forma en que se organicen y se dispongan las tareas en la retaguardia, dependerá, en gran medida, que, en el momento de la verdad, el personal en contacto y los soportes físicos estén a la altura de las exigencias del cliente. El último elemento que interviene en la Servucción son los demás clientes (turistas). Una vez planteados los elementos que intervienen en la configuración del servicio, la empresa deberá: a) Definir de forma específica el resultado que pretende conseguir, qué servicio y con qué especificaciones. b) Identificar los elementos que necesita para obtener ese resultado final: qué tipo de cliente, qué tipo de personal en contacto, qué soporte físico y qué sistema de organización interna. c) Reflexionar sobre las relaciones que se van a producir entre esos elementos, de forma que faciliten el resultado deseado. Este método permite considerar y actuar, no sólo sobre la calidad del servicio final, sino también sobre los elementos de la Servucción y sobre las interacciones que se dan entre ellos.

Ante este vacío conceptual, los teóricos Pierre Eiglier y Eric Langeard propusieron un neologismo, la Servucción, para designar el proceso de creación de un servicio. La Organización Mundial del Turismo indica que “la imagen turística de la marca de un país es un conjunto de representaciones afectivas y racionales que resultan de la confrontación de generatrices en todos

los planos: experiencia propia y rumores con motivaciones preexistentes que se asocian espontáneamente al país desde la evocación de aquél” (OMT, 1980).

Otro aspecto diferencial del producto turístico es la interdependencia de los distintos productos turísticos. Ciertamente, resulta difícil imaginar una disociación, en el caso de un viaje combinado, entre el desplazamiento al lugar de destino y el alojamiento en un establecimiento hotelero. También existen productos turísticos como las visitas guiadas o el alquiler de vehículos que se conjugan con los anteriores para conformar un producto turístico integrado, en el que cada uno de sus componentes adquiere gran importancia en el resultado final de la producción del servicio.

### **El cliente**

“El cliente es el consumidor, implicado en la fabricación del servicio. Se trata naturalmente de un elemento primordial, y debemos señalar que su presencia es absolutamente indispensable; sin este el servicio no puede existir”.

Sin cliente no hay servucción, solo existirían potencialidades de servicios, capacidades disponibles. Diseñar la servucción no es más que estructurar la capacidad de producción de un servicio, para lo cual hay que partir de dos premisas:

- Cada servicio que oferta la institución debe tener su propia servucción.
- Cada segmento de mercado necesita su diseño de servucción específico.

Según el valioso aporte de Abraham Maslow en su obra Una teoría sobre la motivación humana (en inglés, A Theory of Human Motivation) de 1943, se deduce que la motivación fundamental del cliente para el consumo es satisfacer una necesidad por tanto es Imprescindible Identificar estas necesidades las que pueden ser:

- Necesidades fisiológicas.
- Necesidades de seguridad.

- Necesidades sociales.
- Necesidades de estima.
- Necesidades de realización.

Para analizar la conducta del cliente en la servucción es necesario definir bien a qué tipo de servicio se enfrenta el cliente pues este puede ser, siendo estos los principales servicios del Marketing.

- Servicios corrientes: que no requiere de muchos esfuerzos de comprensión.
- Servicios de reflexión: el cliente lo escoge pensando en determinadas variables como la relación precio- calidad.
- Servicios especiales: de características únicas donde no se compara.
- Servicios no buscados: No existe una marcada predeterminación a su consumo.

Para la adquisición de un servicio existen diferentes factores que influyen en la decisión, estos son: los factores económicos como renta, riqueza, tipo de Interés, créditos; factores personales, entre los que tenemos motivación, percepción, creencias, personalidad y los factores sociales en el cual se encuentran la influencia familiar, grupo de referencia, clase social, estilo de vida cultura.

Por la cantidad de riesgos percibidos por el cliente de servicio estos procesan más información y su proceso de evaluación tiende a ser más lento y cuidadoso recurriendo al precio, a la apariencia de la empresa, del personal.

El cliente de servicios por las características de los mismos tiende a ser menos dado a cambiar de marca u proveedor con la misma frecuencia de los tangibles. El cliente participa cada vez más en la producción del servicio, además tenemos que el comportamiento del cliente también depende de su cultura de ahí que tengamos clientes más solidarios y cooperadores y otros agresivos.

### **El Soporte Físico**

“Se trata del soporte material que es necesario para la producción del servicio, y del que se servirá, o bien el personal en contacto, o bien el cliente, o bien a menudo los dos a la vez. El soporte físico se divide en dos grandes categorías: los instrumentos necesarios para el servicio y el entorno material en el que se desarrolla el servicio.

Los instrumentos necesarios para el servicio están constituidos por todos los objetos, muebles o máquinas puestas a disposición del personal en contacto, y/ o el cliente. Su utilización por uno u otro permitirá la realización del servicio.

El entorno está constituido por todo lo que se encuentra alrededor de los instrumentos: se trata de la localización, de los edificios, del decorado y de la disposición en los que se efectúa la Servucción.”

La calidad del servicio depende en gran medida del soporte físico y este se estructura en torno al libro analizado sobre El Marketing de servicios de EIGLIER Pierre y LANGEARD, 1989

- La Localización espacial y punto de prestación.
- Valor de la arquitectura.
- Valor de los equipos.
- Valor de los productos a utilizar por los clientes.
- El ambiente

### **La Gestión del Espacio**

La primera característica del entorno físico de un servicio es el espacio en el que van a interactuar el personal de contacto y la clientela, ya que el personal en contacto desea poder controlar al menos una parte de este espacio físico disponible y no es de su entera satisfacción tener que trabajar en un espacio abierto hacia los clientes es por esta razón que se diseñaron los mostradores, las ventanillas las zonas prohibidas, que sirven como punto de separación con los clientes.

### **La Gestión del Tiempo**

“Combinando el espacio y el tiempo se logra una gestión dinámica de la servucción. Sin embargo, pueden aparecer problemas de gestión del tiempo que se reagrupan en tres categorías:

- El primero es el problema de determinar, para un servicio dado, el tiempo más apropiado el tiempo mínimo o el tiempo ajustado. El tiempo mínimo. Es el que se ha verificado estadísticamente como el suficiente para asegurar correctamente la parte funcional de la prestación, y donde el tiempo relacional está voluntariamente minimizado. Mientras, el tiempo ajustado es el de una prestación que exige disponibilidad y un ritmo lento.
- En un segundo lugar está el interés de precisar si las características del servicio ofrecido hacen trabajar en tiempo estándar o durante un tiempo incierto. Entre los numerosos servicios ofrecidos por una servucción polivalente, siempre se encuentra una mezcla de tiempo mínimo y ajustado, de duración estandarizada y de duración incierta. Para resolver estos problemas de tiempo se necesitan, no sólo soportes físicos diferentes, sino aislados unos de otros.
- La última categoría de problemas involucra a la distinción que hay entre el tiempo individual dedicado a cada cliente y el tiempo colectivo en el que grupos de clientes están juntos. Los tiempos colectivos son los tiempos de espera, los tiempos pasivos, y si la relación tiempo individual-colectivo se inclina hacia este último, es necesario administrar este desequilibrio. Una vez más, los tiempos individuales y los colectivos necesitan soportes físicos adaptados y diferentes.”

### **El Personal de Contacto**

“Una de las características más importantes de los servicios es el papel del personal de contacto en la producción del servicio, mientras en los tangibles puede ser más bien operacional y sustituido por las máquinas, en los servicios el personal en contacto es fundamental.”

El personal de contacto debe ser conocedor a plenitud del servicio, conocedor del procedimiento, de la tecnología, ser creativo y paciente. El personal en contacto debe estar en relación con el puesto que ocupa, características del servicio que brinda y del cliente que atiende. Dentro de los elementos de tangibilidad del servicio que hace reducir los riesgos al cliente está el personal de contacto, este se convierte en un recurso valioso para el éxito del negocio, es el rostro de la empresa, su representante inmediato ante el cliente y esto puede traer como consecuencia que sobreestime su poder, por tanto la empresa debe controlar su conducta sin limitar su creatividad.

El papel del personal de contacto se refuerza con la empatía o antipatía que logre con los clientes. Hay que definir el perfil de las personas que estarán en contacto con los clientes, su número, sus perfiles, sus tareas, sus uniformes, etc. Además hay que definir las relaciones que va a tener con los demás elementos del sistema.

Otro aspecto a definir son las relaciones entre el personal de contacto y los elementos del soporte físico, a fin de permitir o no que modifiquen a gusto las instalaciones. Forma parte junto al soporte físico y los demás clientes de la representación mental de la empresa.

#### **1.6.2.9. Servucción Turístico**

Difiere de los productos tradicionales de consumo, en la cual se entrega un artículo material que se puede tocar, degustar o sentir, un producto turístico tiene un contenido físico limitado y muchas veces la única manera de valorar si es bueno o malo se reduce al servicio que se recibe.

En el medio turístico, si bien es cierto el 'cliente' interactúa con: instalaciones de hotel, medios de transporte, alimentos, guías turísticos, etc., los cuales se consideran bienes físicos, es más importante el servicio que brindan los prestadores de servicios turísticos y su trato directo y personal con el turista. De acuerdo a estas circunstancias, el marketing turístico debe analizarse desde la perspectiva del servicio y poner atención en las cuatro características básicas de los servicios turísticos:

#### **Intangibles**

Se refiere cuando adquirimos un producto, en el cual podemos tocarlo u olerlo antes incluso de realizar la compra, lo cual es determinante saber si es lo que estamos buscando. De igual manera cuando queremos vivir la experiencia de un viaje, es imposible que nos acerquen la real habitación de hotel para verla, tampoco el medio de transporte, o las atracciones del destino; esto quiere decir intangibilidad, los servicios no se pueden ver, oír, sentir, oler o probar antes de su compra.

### **Indisociables**

Partimos de la explicación que indisociable significa “que no se puede separar”. Con carácter indisociable quiere decir que quien vendió un producto turístico no se puede alejar del mismo producto. Por ejemplo, si se adquiere una noche de hotel en un destino de playa, cuando el huésped arribe al lugar a recibir lo que pago, el gerente, quien probablemente gestionó la venta, tendrá que estar presente para entregar el producto y mantenerse al pendiente de las posibles necesidades del cliente.

### **Variables**

Al no poder separar el producto turístico y el contacto con personas, es normal encontrar variabilidad en el servicio. La Variabilidad quiere decir que la calidad del servicio dependerá de quién, cuándo y dónde se entregue. Por lo cual es muy común que, al momento de acudir a un restaurante, un mismo mesero tenga tratos diferentes en días diferentes. Lo que nos conlleva a un día puede estar de malas porque que recibió una llamada de atención por parte de sus jefes u otro día puede ser la persona más feliz porque tuvo un aumento de sueldo.

### **Percederos**

A diferencia de un producto físico, los servicios no se pueden almacenar para una futura venta. El ejemplo más claro sucede en los servicios de hospedaje, por ejemplo, si un hotel dispone de 40 habitaciones y un día solo logro vender 30 de ellas, nunca podrá recuperar la venta perdida por las otras 10. Por esta razón, los directivos buscan estrategias que les permitan tener ocupación máxima cada día, entre ellas, anticiparse a las temporadas bajas

buscando estrategias, como tener una base de datos de sus clientes y establecer comunicación con ellos en momentos oportunos, para poder llenar, en la medida de lo posible, las habitaciones vacías.

#### **1.6.2.10. Clúster**

El término clúster turístico proviene del inglés, y se utiliza para nombrar a las agrupaciones de empresas y/o organizaciones de un mismo territorio especializadas en el turismo. De igual forma, se puede definir como una aglomeración de empresas turísticas con características muy similares.

Un clúster empieza con la proliferación de productos por parte de un gran número de empresas de un mismo destino. Esto se debe a la disponibilidad de un recurso que se puede usar turísticamente hablando y que es más o menos exclusivo, teniendo como puntos clave la localización y la proximidad. Por eso las relaciones entre empresas cobran una gran importancia a la hora de determinar si se trata de un clúster o no.

La importancia actual que tienen los clústeres turísticos es grande, ya que se ha pasado de una segmentación geográfica a una segmentación por producto y oferta. Es ahora cuando la red de empresas debe seguir el objetivo de relacionarse, con una participación de la demanda y la población local.

Un cluster es, por lo tanto, una agrupación de empresas del sector privado que tiene por fin la innovación (no sólo técnica, sino también de gestión), la investigación y el desarrollo de nuevas políticas que hace ser más competitivas a todas sus empresas pertenecientes a la vez que hacen del lugar geográfico donde se ubican un referente a nivel internacional para las empresas del mismo sector.

#### **1.6.2.11. Sostenibilidad**

La Sostenibilidad aparece como "la idea central unificadora más necesaria en este momento de la historia de la humanidad" (Bybee, 1991)

Se trata de un concepto nuevo, que pretende integrar la responsabilidad colectiva para hacer frente al conjunto de graves problemas y desafíos a los que se enfrenta la humanidad con el medio ambiente, con la cual se apuesta por la cooperación y la defensa del interés general en conjunto. Para avanzar en la transición a la Sostenibilidad, por lo que se entiende como un profundo replanteamiento de las relaciones de los grupos humanos entre sí y con el medio ambiente (armonizar las relaciones), es preciso deshacer los malentendidos surgidos en torno a este concepto y, más concretamente, al de Desarrollo Sostenible introducido por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (1988), saliendo al paso de la grave confusión entre desarrollo y crecimiento, y mantener una estrecha relación que den como resultado la perseverancia y constancia de los actores.

#### **1.6.2.12. Turismo Sostenible**

De acuerdo a Aseranza. (Aseranza, 2006)

*“El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.”*

*“El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige la sostenibilidad de los recursos de los que depende.”*

Con lo anteriormente expuesto por el autor, se puede determinar que la sostenibilidad turística, radica específicamente en contemplar una gestión armónica entre la gestión turística y la preservación ecológica del sector.

En un primer aspecto, se debe considerar que el desarrollo de la actividad turística debe estar subordinado a un modelo de desarrollo rural y no al revés, debido a las políticas e ideologías del sector. El turismo en el medio

rural debe ser entendido como parte integral de las actividades productivas que se llevan a cabo en las localidades campesinas, llegando a ser un importante factor diversificador de la tradicional y dominante economía agraria. Bajo este precepto, el turismo no se puede convertir en la única fuente de rentas para las familias campesinas. Si lo anterior se produjese, se estaría contraviniendo la tradicional estrategia de diversificación productiva de los campesinos, gracias a la cual han logrado sostenerse a lo largo de la historia.

El elemento clave a considerar es que se debe crear una cultura de protección y uso razonable de los recursos naturales y culturales. Sólo aquellos actores y comunidades que identifiquen y valoren los recursos que poseen, podrán desarrollar esta actividad con posibilidades de futuro, puesto que uno de los principales atributos que el visitante quiere conocer es un medio natural bien conservado en un contexto cultural único y diferente (Inostroza 2000).

### **1.6.3. Marco Legal**

La Ley de turismo cumple la misión de determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios referente al territorio ecuatoriano, basada en los fundamentos de compromiso con el desarrollo óptimo de esta actividad.

El Ministerio de Cultura es la entidad rectora que guía el desarrollo de las potencialidades culturales, asumiendo responsabilidad de formular, coordinar, ejecutar, evaluar y supervisar las políticas culturales participativas de Estado, correspondiéndose con la satisfacción de las necesidades del desarrollo cultural en la construcción de la sociedad del buen vivir, y, por mandato de Ley, es la máxima autoridad del área cultural.

Es deber primordial del Estado, proteger el patrimonio natural y cultural del país; establece que las personas tienen derecho a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural, esta es una de las responsabilidades del Estado respecto a la cultura, como parte del régimen del buen vivir (Turismo 2014)

En la Constitución del Estado Ecuatoriano dice que: “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; dice: Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico”.

La Constitución del Estado en lo relativo a los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades; dice que: “Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto”.

En este ámbito, el Gobierno Ecuatoriano como eje fundamental del desarrollo socioeconómico incluye a las “Ruinas de Ingapirca” como producto B en el modelo de desarrollo del turismo sostenible llamado PLANDETUR 2020, basado en sus territorios y productos turísticos que permitan satisfacer las necesidades cambiantes de los segmentos de turistas actuales y potenciales aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad. Uno de estos elementos es el liderazgo del Ecuador en el turismo gestionado por sus comunidades que ofrecen experiencias memorables a través la convivencia e intercambio con culturas ancestrales. (Turismo 2014)

Cabe mencionar que este lugar ha tenido muchos problemas de organización tanto administrativa como operacional, estos problemas se han dado por diferentes motivos, pero el principal es la inestabilidad de quien es el organismo encargado del manejo y operación turística del sector, hoy en día este sitio está siendo manejado por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, región 6. (INPCR6)

Según el Art. 337 de la Constitución de la República del Ecuador dispone que el sistema Nacional de Cultura. “Tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional, proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales, incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales y salvaguardar la

memoria social y el patrimonio cultural, se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales”.

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) es la institución del Estado ecuatoriano creada mediante Decreto No. 2600, de 09 de junio de 1978, promulgada en el Registro Oficial No. 618 el 29 de junio de 1978, y en esta dice que: “Entre sus funciones y atribuciones tiene la de investigar, conservar, preservar, restaurar, exhibir y promocionar el patrimonio cultural del Ecuador”.

“Se dispone que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, se adscriba al Ministerio de Cultura y Patrimonio”.

Según el Decreto Ejecutivo No. 507, de fecha 11 de octubre de 2010 dice que: “El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, es el encargado de la administración, manejo, cuidado, investigación, conservación, recuperación y restauración del Complejo Arqueológico de Ingapirca”. Aquí tenemos los objetivos del INPC:

Desarrollar, sugerir y vigilar la implementación y el cumplimiento de normas, políticas y procedimientos, orientados para la conservación preventiva del patrimonio cultural, a fin de regular y controlar el adecuado manejo del patrimonio por parte de los actores sociales, esto incluye: prevención de riesgo (identificación, conservación y alerta), uso (vulnerabilidad patrimonial) y seguridad (ámbito legal- jurídico).

Diseñar e implementar sistemas de información para la gestión de los bienes patrimoniales y culturales: El INPC tiene como fin la recopilación de la documentación producida en la institución a nivel nacional, tanto histórica como actual. Toda la información que genere esta base de datos, servirá para la GESTION DEL PATRIMONIO sobre todo para los Gobiernos autónomos descentralizados GADS, cuyo mandato constitucional ahora es total. Por otro lado esta herramienta permitirá conocer nuestros bienes culturales y patrimoniales a través de la WEB y estará al servicio de los estudiosos y de la sociedad en general.

Sistematizar y comunicar el conocimiento patrimonial material o tangible e inmaterial o intangible mediante la elaboración de publicaciones científicas, las cuales deberán difundirse a través de medios y canales adecuados, así como en el Ministerio de Cultura, mismos que pueden ser conferencias, ponencias y foros públicos, documentos impresos y/o virtuales, así como la realización de cursos propios de sus áreas de especialidad que propendan a la formación de técnicos y personal especializado en materia de Patrimonio y Seguridad Patrimonial. (Turismo 2014).

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación

##### 2.1.1. Diseño de la Investigación

Para analizar de manera eficiente el desarrollo de la actividad turística en la Parroquia Ingapirca, se determinó la naturaleza de este tema se enmarca en un tipo de diseño de la investigación no experimental. “Son estudios que se elaboran sin la manipulación intencional de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista 2014)

Dicho en otras palabras, este tipo de investigaciones no manipula deliberadamente las variables que busca interpretar, sino que se contenta con observar los fenómenos de su interés en su ambiente natural, para luego describirlos y analizarlos sin necesidad de emularlos en un entorno controlado. Quienes llevan a cabo investigaciones no experimentales cumplen más que nada un papel de observadores.

##### 2.1.2. Alcance de la investigación

La investigación tendrá un tipo de alcance descriptivo – correlacional. Según (Hernández, Fernández and Baptista 2014) los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características de un fenómeno en particular.

##### 2.1.3. Enfoque

El enfoque de la investigación será de tipo cuantitativo, dado que con la recolección de información realizada en su mayoría será numérica; y, mediante la medición y el análisis estadístico correspondiente a dicha información se probarán las hipótesis respectivas al estudio realizado. (Hernández, Fernández y Baptista 2014)

## **2.2. Metodología de la investigación**

### **2.2.1. Método Analítico**

Es considerado el método entonces un camino, una manera de proceder, que puede constituirse en un modo de ser al incorporarse como un estilo de vida, lo que expresa su dimensión ética. (Echavarría, y otros 2010)

### **2.2.2. Método Empírico**

Procura emplear metodologías que permitan el estudio progresivo y reglado de un fenómeno, en sus distintos aspectos observables o inferibles de los observables. (p.2).

En virtud de lo anteriormente expuesto, se permite determinar varios enfoques que de manera simultánea lo que permitirá inducir nuestro esquema a los diferentes criterios de investigadores, por lo que el aporte a nuestro proyecto de investigación se verá enriquecido con el análisis de las variables determinantes del sector turístico de la zona de Ingapirca

### **2.2.3. Método Descriptivo**

La investigación descriptiva la llevamos a cabo cuando queremos mostrar las características de un grupo, de un fenómeno o de un sector, a través de la observación y medición de sus elementos.

Basados en lo comentario por el autor, el objeto de estudio nos brindara una forma más ordenada y la medición del objeto de estudio en la descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto.

En lo que concierne a la investigación descriptiva, nos permitirá identificar y analizar de manera subjetiva los posibles efectos que adversos o favorables de nuestro proyecto, tales como: la influencia del turismo en las zona, el desarrollo del área y lo que es más importante el modelo efecto que permita la preservación de zona.

## **2.3. Unidad de análisis, población y muestra.**

### **2.3.1. Unidad de análisis**

Como unidad de análisis de la investigación se tiene que son la población de la Parroquia Ingapirca – Cañar.

### **2.3.2. Población de estudio**

En la presente investigación en el aspecto de las subactividades turísticas se tomará en cuenta a los propietarios de negocios y/o funcionarios de los distintos departamentos públicos del turismo, a ellos se suman las principales autoridades de las entidades estatales, involucrados de forma directa e indirecta en la actividad turística.

### **2.3.3. Tamaño de la muestra**

La muestra en el proceso que determina es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia (Hernández *et al* 2008, p.562).

Para este trabajo de investigación la población o universo total a estudiar serán turistas que ingresaron a la Parroquia Ingapirca, Cantón Cañar que, según las estadísticas del Ministerio de Turismo en el año 2011 son 39.921.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 N p q}{(N - 1) e^2 + z^2 p q}$$

Donde:

N: Población total: 39.921

z: nivel de confianza= 95% coeficiente tabla estadística: 1,96

p: Probabilidad de ocurrencia= 0,5

q: Probabilidad de no ocurrencia (1-p)= (1-0,5)= 0,5

e: Error de muestreo= 7% (0,07)

n: Tamaño de la muestra= 195,04

Por lo antes mencionado y bajo la estructura de esta metodología los resultados serían 195 encuestas, las mismas que se realizarán detallando las presuntas importantes sobre el tema de trabajo que se desarrollan en la zona y De la misma manera se pretende aplicar 10 entrevistas entre las autoridades que pertenecen al sector público como, Director/a de Turismo, Técnico/a del Gobierno Autónomo descentralizados del Cantón Cañar, Jefe/a Político del Gobierno Autónomo descentralizado de la Parroquia Ingapirca, entre otros y los propietarios y/o gerentes de las entidades que conforman las subactividades turísticas.

## **2.4. Variables de investigación, operacionalización**

### **Variable Dependiente (VD)**

- VD01 – Modelo de servucción.\_ Es la variable del trabajo de investigación que permite determinar el nivel de incidencia sobre el CAI.

### **Variables Independientes (VI)**

- VI01- Socialización de la pretensión
- VI02- Desglose temático; y,
- VI03- Estructuración de políticas.\_

## **2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información**

### **2.5.1. Fuentes de información**

Para el desarrollo del tema de investigación, se hará uso de fuentes de información del ente de regulación gubernamental, del Ministerio de turismo, así como de operadora das locales.

### **2.5.2. Técnicas para la recolección de información**

#### **2.5.2.1. Técnica de investigación de campo.**

Esta investigación recolectó información del objetivo de estudio mediante el instrumento de encuesta.

**Observación.** – La observación constituye un método de toma de datos destinados a representar lo más fielmente posible lo que ocurre, la realidad. Piéron (1986). Para la observación lo primero es plantear previamente qué es lo que interesa observar. En definitiva, marcaremos actividades específicas del desarrollo del turismo en la Parroquia Ingapirca

**Entrevistas.** - La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar. Canales la define como “la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto.

Aplicando la técnica antes definida, la aplicaremos con los responsables de las empresas públicas y privadas que generan actividad turística en la zona de estudio.

**Encuestas.** - Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente de la zona de estudio, según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica que consiste en una ficha de preguntas interrogatorias a los turistas, que visiten la Parroquia Ingapirca en fechas determinadas, con el objetivo de poder determinar características primordiales para poder llevar a cabo un turismo responsable y sobre todo que permita el progreso de la zona.

**Análisis Documental.** – Es la transformación de los documentos originales en otros secundarios, instrumentos de trabajo, identificativos de los primeros y gracias a los cuales se hace posible tanto la recuperación de éstos como su difusión. Se utilizará esta información para aplicar estrategias de mejora en la calidad de los servicios turísticos existente en la zona, partiendo de debilidades y fortalezas que se presenten en el cotejo de la información.

## **2.6. Tratamiento de la Información**

La presente investigación prevé mejorar los servicios de la calidad en las subactividades turísticas a partir El Plan de desarrollo y la cadena de

servucción con las aplicaciones al sector turístico, se emplean cuando el grado de desarrollo es incipiente y la disponibilidad de información no es tan escasa. Para la inserción de la Cadena de Servucción y Desarrollo Turístico, se mantendrá en una estrecha relación con la Administración Municipal del Cantón Cañar y el GADPR Ingapirca, y la comunidad como punto de partida, también se realizará el diagnóstico situacional, establecer un sistema versado de la calidad, Institucionalizar las políticas de intervención mediante el uso y la aplicación de fichas técnicas, para su respectivo análisis.

## CAPÍTULO III

### 3. ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

#### 3.1. Análisis de la situación actual

El escenario de estudio para el levantamiento de información se lo llevo a cabo en la parroquia Ingapirca, provincia del Cañar; a 48.8 Km. de la ciudad de Azogues y 404.8 km. de la capital Quito.

##### 3.1.1. Georreferencia

- **Norte:** Sid Río Silante desde la Coordenada 736684.0552 – 9719878.5057 hasta la coordenada. 735779.4353 – 9719582.1927.
- **Sur:** El Cisne Carretera Tambo a Ingapirca.
- **Este:** Cilande Loma Santa Martha hasta la unión con la carretera Tambo-Ingapirca.
- **Oeste:** Chugin

**Figura 3.1 Mapa de localización de la parroquia Ingapirca**



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Ingapirca+Ruinas>

Elaborado por: Google Maps

### **3.1.2. Ambiente político - administrativo**

#### **Marco institucional de gobernanza municipal.**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural del cantón Cañar (GADICC) como marco orientador plantea lo siguiente:

#### **Visión**

Lograr que el GADICC transforme sus actuales condiciones físicas, sociales, culturales y ambientales en alternativas y modelos de desarrollo que reflejen el trabajo de gestión administrativa, de participación ciudadana y del empeño del gobierno y las comunidades por el régimen del buen vivir. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT CAÑAR, 2013).

#### **Misión**

Promover el desarrollo equitativo, solidario, sostenible, económico y social del cantón Cañar, que con la integración y participación ciudadana, se garantice el suministro adecuado de servicios básicos, de salud, de educación, de vialidad urbana e infraestructura complementaria; se ejecuten programas objetivos de seguridad y desarrollo social, y se brinde seguridad y saneamiento ambiental; haciendo así efectivos los derechos de la ciudadanía y el régimen del buen vivir, como acción local a la afirmación del carácter intercultural y plurinacional del Estado ecuatoriano (PDOT CAÑAR, 2013).

#### **Principios**

El ejercicio de la autoridad y las potestades públicas del Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural del cantón Cañar se regirá por los siguientes principios, que son vinculantes a los descritos en el COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización): de unidad, de solidaridad, coordinación y corresponsabilidad, subsidiaridad y complementariedad (PDOT CAÑAR, 2013)

#### **Estructura orgánica**

Los procesos que participan en la generación de productos y servicios en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Cañar se ordenan y clasifican

en función del grado y nivel de contribución al cumplimiento de la misión institucional, en la siguiente estructura:

**Tabla 3.1 Estructura Orgánica**

1) Procesos Gobernantes.	1.1) Concejo - Concejales 1.2) Alcaldía
2) Procesos de Habilitantes de Asesoría.	2.1) Procuraduría Sindica 2.2) Auditoría Interna 2.3) Planificación
3) Procesos Agregados de Valor.	3.1) Agua Potable y Alcantarillado 3.2) Obras Públicas 3.3) Gestión Ambiental 3.4) Desarrollo Comunitario 3.5) Cultura y Patrimonio 3.6) Control, Vigilancia y Seguridad
4) Procesos Habilitantes de Apoyo.	4.1) Coordinación General 4.2) Innovación Institucional 4.3) Financiero
5) Procesos Desconcentrados.	5.1) Centro de Apoyo a la Gestión Rural del Agua Potable CENAGRAP 5.2) Consejo Cantonal de la Niñez y Adolescencia 5.3) Registraduría de la Propiedad 5.4) Patronato Municipal

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

Los procesos gobernantes son responsables de emitir normativas, está integrado por el Concejo y presidido por el Alcalde (PDOT CAÑAR, 2013).

Los procesos asesores son responsables de realizar asesoría, patrocinio jurídico y planificación cantonal (PDOT CAÑAR, 2013). Los procesos agregados de valor son los responsables de proveer servicios de agua potable y alcantarillado, ejecución de obras públicas, realizar protección del medio ambiente y patrimonio natural, implementación de programas sociales, culturales y de economía solidaria, conservar y difundir el patrimonio cultural del cantón, vigilar el cumplimiento de los procesos de obra pública y del ordenamiento jurídico local (PDOT CAÑAR, 2013).

Los procesos habilitantes procuran una adecuada coordinación y cooperación interna como interinstitucional (PDOT CAÑAR, 2013). Esta

actividad primaria resulta de gran importancia en el cantón por ser la principal actividad y ocupar una gran extensión dentro del área (PDOT CAÑAR, 2013).

En el trabajo agrícola participan todos los miembros de la familia campesina desde temprana edad, la participación de la mujer y de los hijos es importante en la producción, como selección de la semilla, siembra, deshierbe, aporque, riego, fertilización, controles fitosanitarios, cosecha, clasificación y actividades post-cosecha; desde el punto de vista cultural (PDOT CAÑAR, 2013).

La agro-diversidad del cantón Cañar la constituyen las zonas media y alta con cultivos nativos esta son los Tubérculos y Raíces Andinas (RTA), papas, ocas, mellocos, mashuas, zanahorias blancas, achiras, los granos tales como el maíz, fréjol y últimamente la introducción de quinua, amaranto y chocho, complementados con productos no tradicionales la yuca, papa china, camote, caña de azúcar y fréjol arbustivo en la zona baja. A estos cultivos se suman especies introducidas y adoptadas a las condiciones ambientales, el trigo, cebada, haba, arveja, tomate de árbol, tomate riñón y en menor cantidad las hortalizas y especies forrajeras la avena, el centeno y los pastos, regrás y tréboles (PDOT CAÑAR, 2013). La base fundamental de la agro-diversidad del cantón El Tambo lo constituyen las zonas media y alta, desde los cultivos nativos, como los tubérculos (Papa, Oca, Melloco y Mashua), raíces (Zanahoria) y granos (Maíz, Fréjol), y últimamente la reintroducción de Quinua, Amaranto y Chocho). A estos se suman especies introducidas y adoptadas a las condiciones ambientales, tales como el Trigo, la Cebada, el Haba, la Arveja, Tomate de árbol, Tomate riñón y en menor escala las hortalizas y especies forrajeras como la Avena, el Centeno y pastos como el Rey grass y Tréboles (PDOT EL TAMBO, 2014).

### **Ganadería.**

La ganadería, en mayor porcentaje es la principal ocupación de la mujer y una importante fuente de ingresos para la familia. La leche es vendida en la carretera a comerciantes terciarios, en su mayoría (PDOT CAÑAR, 2013).

Más del 80 % de las Unidades de Producción Agropecuaria UPA tiene, al menos, un ejemplar de ganado vacuno, en iguales porcentajes se tiene ganado porcino (PDOT CAÑAR, 2013).

Aproximadamente el 30 % de las viviendas, poseen una yunta (dos toros), el 50 % un caballo y el 60 % tiene 3 ovejas (PDOT CAÑAR, 2013).

En el cantón Cañar el ganado bovino cumple un papel importante en los sistemas de producción, la mayor concentración de ganado bovino se encuentra en las parroquias Ingapirca, Cañar, General Morales, Chontamarca, Chorocopte, Ventura y Honorato Vásquez (PDOT CAÑAR, 2013).

En el cantón El Tambo la mayor concentración de ganado bovino se encuentra en las comunidades de Chuichun, Jalupata, Absul , con una densidad promedio de 54 cabezas/Km<sup>2</sup>, se puede observar también que la densidad bovina se encuentra en los paramos de la comunidad de Cahuanapamba con una densidad de 8 a 24 cabezas/Km<sup>2</sup> (PDOT EL TAMBO, 2014).

Uno de los productos pecuarios más sobresalientes del cantón Cañar es la leche. Según el censo agropecuario 2003 llega a una producción diaria de 82.902,63 litros que representa el 50,1 % de la producción provincial (PDOT CAÑAR, 2013). El mayor rendimiento de leche se da en las parroquias Ingapirca, Honorato Vásquez y Chorocopte cuya producción diaria son de 9,5; 8,5 y 8,1 litros por vaca ordeño por día, respectivamente. Sin embargo, en el acápite de Conflictos de Uso de los Suelos; se indica que la parroquia Ingapirca está sobre explotada por el pastoreo. Los suelos de las parroquias Honorato Vásquez y Chorocopte tienen aptitud pecuaria (PDOT CAÑAR, 2013).

Los mayores rendimientos de leche del cantón El Tambo se observan en las comunidades de Chuichun, Pillcopata, Jalupata, Molinohuayco, Absul y Cahuanapamba cuya producción diaria son de 8,5 litros promedio con una densidad promedio de 68 litros por Km<sup>2</sup> respectivamente. Sin embargo y como se indica más adelante en el acápite de conflictos los suelos se encuentran sobreexplotados por el pastoreo de animales (PDOT EL TAMBO, 2014). Conociendo que la mayoría de las familias campesinas tienen ovejas, cerdos, cuyes y aves que son alimentados con hierba; el número depende de la

economía del núcleo familiar y es responsabilidad exclusiva de la mujer, en la mayoría de los casos.

## **Industria y manufactura.**

### **Artesanal.**

Las actividades artesanales que se desarrollan en los cantones son apreciadas no solo en la provincia, sino en la región y el país. Entre las más importantes se destacan los tejidos, de manera especial ponchos, camisas, fajas, bufandas, polleras, chompas, blusas, prendas clásicas en la vestimenta del pueblo cañari; además, la confección de sombreros de lana (PDOT CAÑAR, 2013 y PDOT EL TAMBO, 2014).

La actividad artesanal se desarrolla principalmente con los llamados “Grupo de Mujeres”, que funcionan en varias comunidades rurales. Estos grupos tienen su sede propia, pero también en otros casos funcionan en la casa de uno de sus miembros. Así también, se observa centros artesanales en la ciudad de Cañar y algunas cabeceras parroquiales (PDOT CAÑAR, 2013).

Estas agrupaciones poseen equipos básicos como máquinas de coser, telares y equipos de bordado.

Además, existen grupos que cuentan con equipamientos modernos computarizados para los bordados y constantes capacitaciones (PDOT CAÑAR, 2013 y PDOT EL TAMBO, 2014).

### **Agroindustrial.**

Dentro de este sistema productivo se destaca la existencia de la industria de bajo impacto como las plantas de elaboración de productos lácteos, impulsada por la iniciativa comunitaria y privada, éstas son conocidas en el medio como “Queserías Rurales”, entre ellos constan:

La empresa Lácteos San Antonio, ubicada en la parroquia Juncal, tiene una capacidad para procesar más de 170.000 L /día. La producción es destinada a Guayaquil, Riobamba, Machala, Azogues y Cuenca (PDOT CAÑAR, 2013)

Quesos Shungumarca, impulsada por la Organización Campesina Unión Parroquial de Organizaciones Indígenas de Socarte (UPOIS), procesa 450 L./día; Quesos Cungapite procesa 1.300 L./día lo que permite elaborar 300 quesos; Zhuya produce 350 L./día; Charón 1.500 L./día; Molobog Chico y Huayrapungo-Rumiloma que procesan alrededor de 15.000 L./día.

La producción de leche se canaliza en la industria pasteurizadora a través de comerciantes terciarios que receptan este producto de las fincas de las familias campesinas y las transportan.

Además, de la industria referida a la elaboración de productos lácteos hay industrialización de la caña de azúcar en la producción de aguardiente en las parroquias San Antonio y Ducur. (PDOT CAÑAR, 2013).

### **Sistema Turístico**

El cantón Cañar y la región constituyen un destino turístico muy importante, especialmente de tipo arqueológico y cultural. El Castillo de Ingapirca y Baños del Inca, son dos de los principales atractivos arqueológicos del país (PDOT CAÑAR, 2013).

El Camino Real de los Incas, el complejo histórico del Cerro Narrío y los vestigios de petroglifos distribuidos por la cordillera occidental del río Cañar, la red de conexión ancestral existente hacia la Costa y Oriente, entre otros, son influentes en el turismo del cantón (PDOT CAÑAR, 2013).

Por otro lado, sobresale la cultura viva del pueblo Cañari con identidades propias de las comunidades andinas; son referentes la comunidad de Huarapungo, Sisid, Juncal, Quilloac, San Rafael, Cuchucún, entre otras en la zona alta y las comunidades Llactacashca, Gun Grande, entre otros de la zona baja; que conservan sus manifestaciones culturales típicas y originarias (PDOT CAÑAR, 2013).

El cantón El Tambo constituye un destino turístico muy importante especialmente de tipo arqueológico, debido a que posee el sitio arqueológico de los Baños del Inca, el complejo histórico del Pinshul considerado cementerio Cañari. En la parte alta en el páramo el Parque Nacional Sangay que conecta a la vía que va a Absul y Pillcopata al escenario natural y arqueológico de

Culebrillas y el Kápak Ñan y últimamente la rehabilitación de la línea del ferrocarril y la recuperación patrimonial del centro urbano del cantón para brindar un turismo urbano, natural y arqueológico a propios y extraños (PDOT EL TAMBO, 2014).

### **3.1.3. Análisis de la demanda turística**

#### **3.1.3.1. Demanda nacional.**

Según datos estadísticos de ingreso de visitantes del CAI (Complejo Arqueológico de Ingapirca, 2014) el segmento de mercado nacional lo constituyen los turistas regionales y locales, de todas las provincias, siendo hombres y mujeres de toda edad, identificados como visitantes que se desplazan en su mayoría en grupos familiares, grupos de amigos y grupos organizados. Datos convalidados mediante el instrumento de investigación que fue la aplicación de la encuesta. Determinando además la motivación de su viaje, como actividades turísticas de preferencia.

#### **3.1.3.2. Demanda extranjera.**

Así mismo según datos estadísticos de ingreso de visitantes del CAI este segmento está compuesto por turistas especialmente del continente europeo y Norte de América, también hombres y mujeres de toda edad, identificado su forma de viaje en grupos familiares, grupos de amigos, grupos organizados y solos. Conociendo además la motivación de su viaje, como actividades turísticas de su gusto. Datos convalidados de igual manera mediante la aplicación del instrumento de investigación.

#### **3.1.3.3. Análisis de la oferta turística.**

La actividad turística de los cantones a pesar de su potencialidad no ha tenido un desarrollo dinámico, la intención por parte de sus respectivos gobiernos municipales por restablecer centros turísticos, mediante la preservación de sitios arqueológicos y naturales, no da frutos esperados debido a la carencia de planes de ejecución por parte del sector público, comunitario y privado.

A pesar de la realidad progresiva que vive los cantones, gracias al interés de las autoridades de turno por el enfoque turístico, mucho depende de su población el hacer que este espacio sea dado a conocer a nivel nacional. Acertando con la mejor manera de ofertarlos y vinculándolos con las actividades más propicias y preferidas por el cliente.

#### **3.1.3.4. Atractivos turísticos**

Hasta el momento se han contabilizado más de 30 atractivos, claramente identificados y jerarquizados, de los cuales el 75% se encuentran en la categoría de manifestación cultural y el 25% en la categoría de sitios naturales.

A pesar de la riqueza natural y cultural presente en los sitios y/o atractivos, existen otros factores que influyen en la jerarquización de los sitios tales como: el estado de conservación, facilidad de acceso, servicios disponibles, el reconocimiento a nivel local, provincial, nacional e internacional de los mismos, entre otros..

### **3.2. Análisis de Entrevistas y Encuestas**

#### **3.2.1. Análisis de la encuesta**

Se realizó una encuesta a 165 personas en el cantón Azogues, de Julio a Octubre del año 2019.

**Tabla 3.2 Estadística de fiabilidad.**

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,889	13

Fuente: Resultado encuesta a habitantes Azogues  
Elaborado por: Autor, en herramienta SPSS

Los datos proporcionados por las 195 personas encuestadas en los 13 ítems de la encuesta fueron subidos a la herramienta SPSS para efectuar un análisis Alfa Cronbach que determina el grado de fiabilidad de los datos obteniendo un 0,889 esto se debe a la gran cantidad de personas encuestadas.

### 3.2.1.1. Ítem GÉNERO

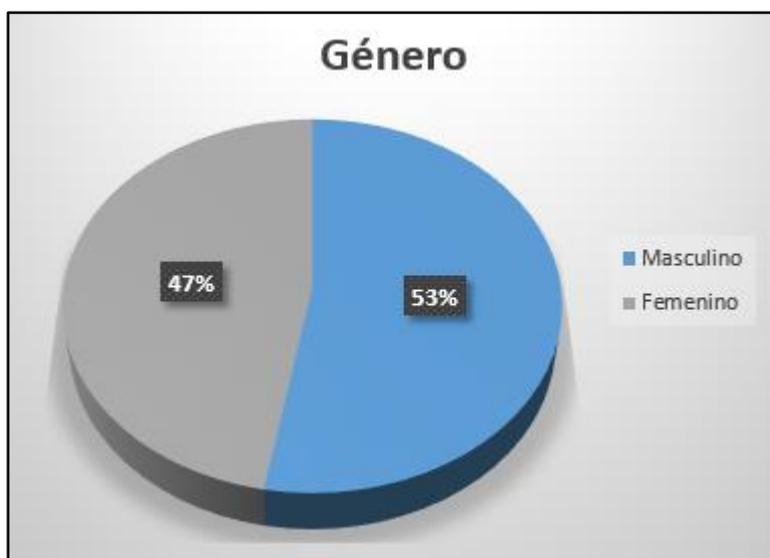
La tabla a continuación presenta el resultado de la pregunta 1 la tipología de género de los visitantes.

**Tabla 3.3**

Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	103	53%
Femenino	92	47%
Total	195	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.2 Género**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem GÉNERO de la parroquia Ingapirca**

De la figura 3.2 se valora un 53% de personas con género masculino y un 47% personas con género femenino.

Se puede indicar que el usuario o turista está marcado por la equidad de género, esto puede dar espacio a campañas turísticas de promoción para ambos géneros.

### 3.2.1.2. Ítem Edad de los turistas.

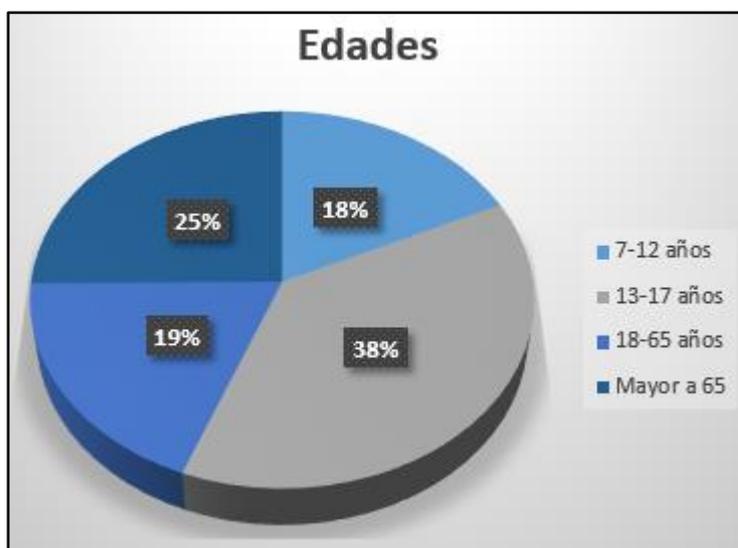
La tabla a continuación presenta las edades de los turistas.

**Tabla 3.4 Edad de los turistas**

Edades	Cantidad	Porcentaje
7-12 años	35	18%
13-17 años	74	38%
18-65 años	37	19%
65 en adelante	49	19%
Total	195	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.3 Edades de los turistas**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem EDADES DE LOS TURISTAS de la parroquia Ingapirca**

De la figura 3.3 se valora que el mayor rango de edades es el de adultos, con un 38% seguido por las edades adolescentes con un 19%, y posteriormente los grupos de adulto mayores con un 25% y los niños en un último lugar con 18%. Esto demuestra que el público adolescente está atraído por la cultura y eventos de Ingapirca. Hay que destacar un sector importante como lo es los

adultos mayores representan un 25%, un buen porcentaje teniendo en cuenta que el turismo extranjero representa personas jubilada.

### 3.2.1.3. Ítem procedencia de turistas.

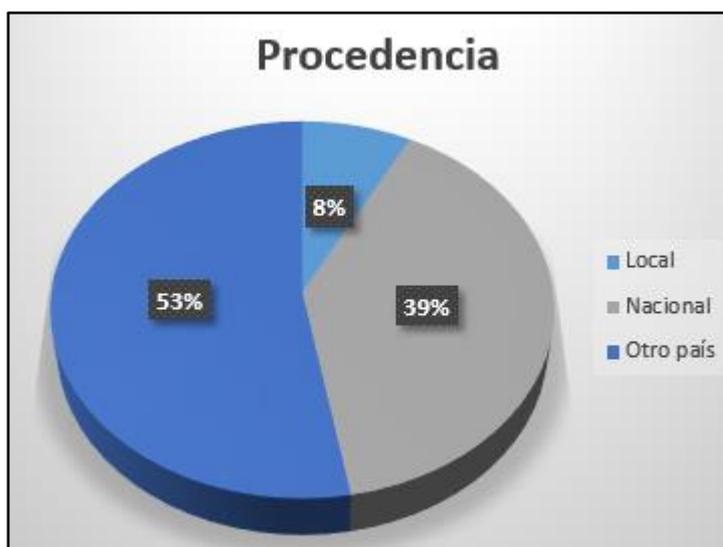
La tabla a continuación presenta la procedencia de los turistas.

**Tabla 3.5 Procedencia**

Procedencia	Cantidad	Porcentaje
Local	15	8%
Nacional	77	39%
Otro país	103	53%
Total	195	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.4 Procedencia**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS de la parroquia Ingapirca**

De la figura 3.4 se valora que la procedencia en su mayoría de los turistas proviene de otros países con un 53%, en segundo lugar, son ecuatorianos con un 34%, y turistas locales en 8%, lo que podemos determinar que la joya arquitectónica despierta el interés mayormente de los turistas extranjeros.

Esto debe ser aprovechado por la Parroquia Ingapirca para que la comunidad extranjera se mantenga visitándola, además de despertar el interés

del turista nacional y más importante del turista local. Se puede determinar que hace falta mucha promoción local para que ese 8% aumente significativamente.

#### 3.2.1.4. Ítem Viajar en grupo familiares.

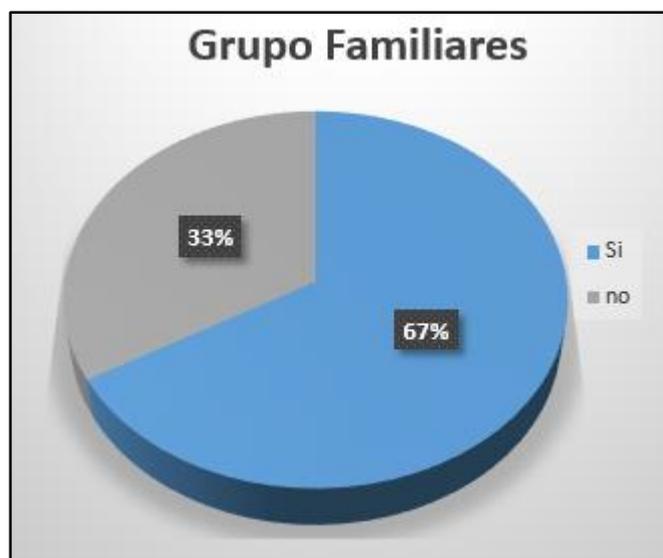
La tabla a continuación presenta el ítem viajar en grupos familiares.

**Tabla 3.6 Grupos Familiares**

Grupo Familiares	Cantidad	Porcentaje
Si	130	67%
No	65	33%
Total	195	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.5 Grupo Familiares**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

#### **Análisis del ítem GRUPOS FAMILIARES de la parroquia Ingapirca**

De acuerdo a la figura 3.5 se refiere, a que los turistas viajan en familia y la mayoría del grupo se inclinó por el sí con un 67% y mientras que el 33% se inclinó por el no, por lo que podemos deducir que los turistas viajan en familia por el entorno apropiado de los niños y adolescentes, esto beneficia para que el flujo de turistas se mantenga.

### 3.2.1.5. Ítem importancia de contar con un sistema versado de la calidad en el Complejo Arqueológico de Ingapirca

La tabla a continuación presenta el ítem importancia contar con un sistema versado de la calidad en el Complejo Arqueológico de Ingapirca.

**Tabla 3.7 Sistema versado de la calidad.**

Sistema Versado de Calidad	Cantidad	Porcentaje
Si	149	76%
No	46	24%
Total	195	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.6 Sistema versado de la calidad.**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem PRIMERA VISITA de la parroquia Ingapirca**

De acuerdo a la figura 3.6 se obtiene que el total de los encuestados podemos deducir que la mayor parte, concluyen que es su primera visita a las ruinas de Ingapirca con un 76% y un no con un 24%.

Lo cual se puede aprovechar para promocionar las Ruinas de la parroquia Ingapirca.

### 3.2.1.6. Ítem acompañante de viaje.

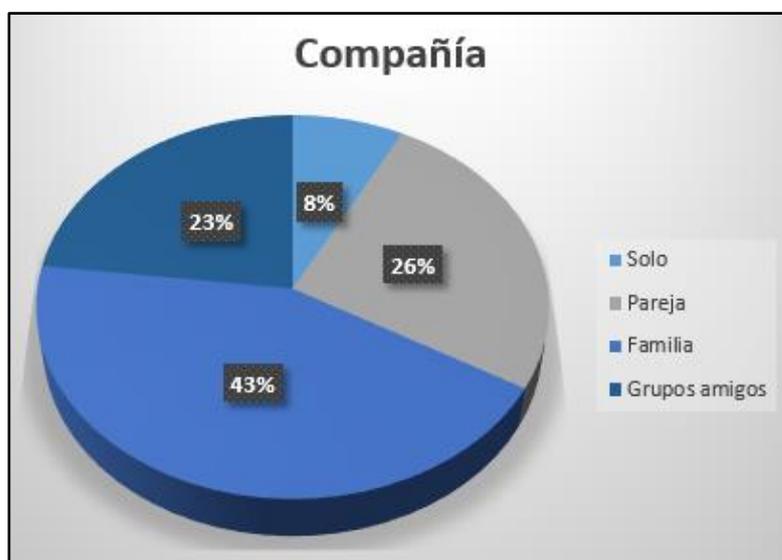
La tabla a continuación presenta el ítem acompañante de viaje al Complejo Arqueológico de Ingapirca.

**Tabla 3.8 Acompañante de viaje**

Como viaja	Cantidad	Porcentaje
Solo	15	8%
Pareja	50	26%
Familia	85	43%
Grupos amigos	45	23%
<b>Total</b>	<b>195</b>	<b>100%</b>

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.7 Acompañante de viaje**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem ACOMPAÑANTE DE VIAJE**

De acuerdo a la figura 3.7 se valora la preferencia de los turistas en viajar según su compañía de viaje y se determinó que en familia representa un 43%, seguido que en pareja un 26%, en amigos y solos se ubicaron con 23% y 8% respectivamente.

Hay que destacar que la familia es el nicho más importante porcentualmente debido a que tiene una aceptación del 43%, por tal motivo se debe promocionar el ambiente familiar entre sus cualidades de la parroquia Ingapirca.

### 3.2.1.7. Ítem calificación del servicio de guía turística.

La tabla a continuación presenta el ítem calificación del servicio de guía turística en el Complejo Arqueológico de Ingapirca.

**Tabla 3.9 Servicio de guía turístico**

Servicio de Guía turística	Cantidad.	Porcentaje
Muy Bueno	27	14%
Bueno	145	74%
Aceptable	23	12%
Malo	0	0%
Muy Malo	0	0%
Total	195	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.8 Servicio de Guía turística**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem SERVICIO DE GUÍA TURÍSTICO**

De acuerdo a la figura 3.8 se valora el servicio de guía turística, los encuetado calificaron como bueno con un 74%, seguido por aceptable con un 14% y muy buen 12%, siendo preocupante que la mayor parte porcentual lo considera como bueno. Esta observación permite poner mucho énfasis en el personal que trabaja como guía turístico.

### 3.2.1.8. Ítem gastronomía típica de la zona.

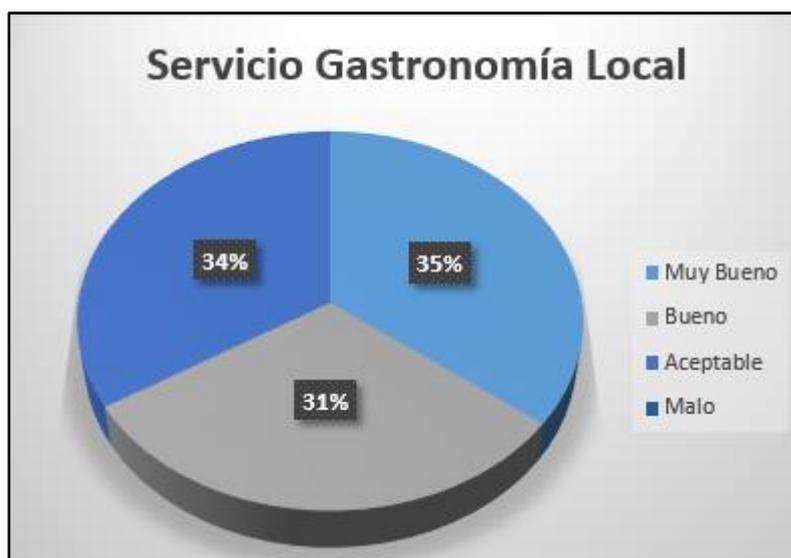
La tabla a continuación presenta el ítem gastronomía típica de la zona en el Complejo Arqueológico de Ingapirca.

**Tabla 3.10 Discernimiento del servicio gastronómico local**

Percepción individual	Cantidad	Porcentaje
Muy Bueno	69	35%
Bueno	60	31%
Aceptable	66	34%
Malo	0	0%
Muy Malo	0	0%
Total	195	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.9 Discernimiento del servicio gastronómico local**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem SERVICIO GASTRONÓMICO LOCAL**

De acuerdo a la figura 3.9 se valora la gastronomía típica de la zona, los encuestados se inclinaron por bueno con un 31%, seguido por muy bueno con un 35% y aceptable con un 34%, si bien es cierto este ítem tiene buena aceptación, pero se podría mejorar.

Realizando un análisis más profundo se podría decir que se debe revisar con mucha atención el servicio de gastronomía y tomar medidas correctivas.

### 3.2.1.9. Ítem calidad de los hostales del sector.

La tabla a continuación presenta el ítem calidad de los hostales del sector.

**Tabla 3.11 Calidad de hostales de la zona**

Hostales	Cantidad	Porcentaje
Muy Aceptable	67	34%
Satisfecho	97	50%
Regular	31	16%
Insatisfecho	0	0%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	195	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.10 Calidad de hostales de la zona**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem CALIDAD DE LOS HOSTALES**

De acuerdo a la figura 10 se refiere a la calidad de los hostales, podemos determinar que son satisfactorios con un 50%, seguido por muy aceptable con 34% y por último 16% regular, si bien es cierto el porcentaje es satisfactorio se podría trabajar más en la calidad de servicio de los hostales

### 3.2.1.10. Ítem de percepción a los servicios turísticos de la zona

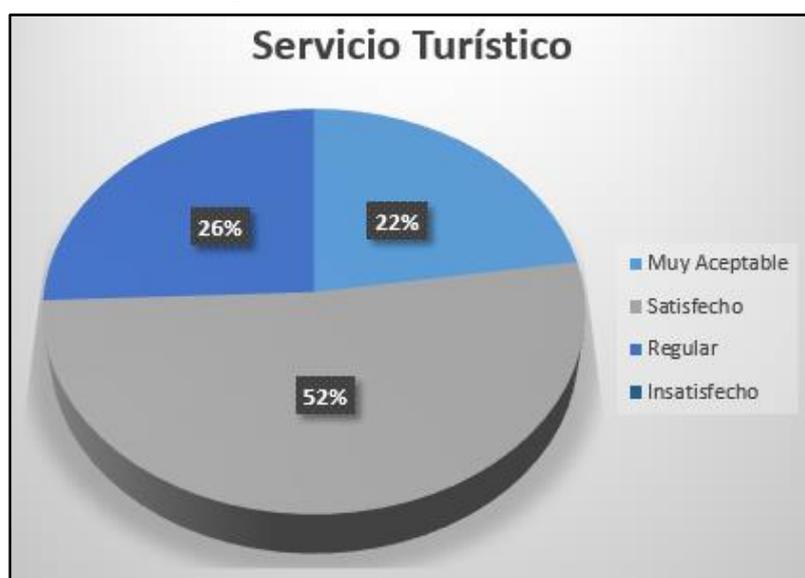
La tabla a continuación presenta el ítem percepción a los servicios turísticos de la zona.

**Tabla 3.12 Servicio turísticos**

Servicio Turístico	Cantidad	Porcentaje
Muy Aceptable	29	26%
Satisfecho	93	52%
Regular	28	22%
Insatisfecho	0	0%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	150	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.11 Servicios turísticos**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Análisis del ítem SERVICIOS TURISTICOS**

De acuerdo a la figura 3.11 se valora el servicio turístico tiene como primera característica con un 52% como satisfecho, seguido por un 22% como muy aceptable, y un 26% como regular, si bien la característica de regular es bajo, pero se puede trabajar en el mismo.

### 3.2.1.11. Ítem califica el servicio del circuito turístico del sector.

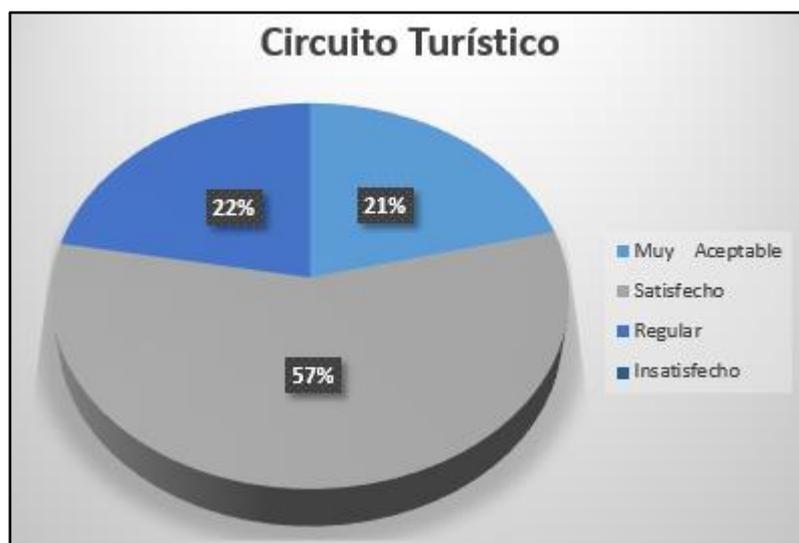
La tabla a continuación presenta el ítem servicio del circuito turístico del sector.

**Tabla 3.13 Circuito Turístico**

Circuito Turístico	Cantidad.	Porcentaje
Muy Aceptable	30	21%
Satisfecho	88	57%
Regular	32	22%
Insatisfecho	0	0%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	150	100%

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Figura 3.12 Circuito Turístico**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

De acuerdo a la figura 3.12 se valora el circuito turístico, se considera en un 57% como satisfactorio, seguido por un 22% como regular y un 21% como muy aceptable, se debe realizar talleres y capacitaciones para que este ítem para poder llegar a la optimización.

### 3.2.3. Entrevistas a las sub actividades turísticas

**Tabla 3.14 Sector Hotelero**

Preguntas	POSADA INGAPIRCA	HOSPEDAJE EL CASTILLO	HOSTAL HUASIPUNGO
Tipo Actividad que realiza	Hospedaje	Hospedaje	Hospedaje
Índice de Afluencia que realiza de turistas	60%	70%	55%
Las temporadas altas y bajas	media	Media	Normal
Qué tipo de ayuda recibió o está recibiendo del gobierno	Programas	Económico	obras colaterales
Estaría dispuesto a participar de talleres pro mejoras de la actividad turísticas local	sí	Sí	sí

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

**Tabla 3.15 Sector Gastronómico**

Preguntas	INTI RAYMI	INTI PAKAR	TEMPLO DEL SOL
Tipo Actividad que realiza	Serv. Comida	Serv Comida	Serv Comida
Índice de Afluencia que realiza de turistas	60%	80%	70%
Las temporadas altas y bajas	Media	Alta	Media
Qué tipo de ayuda recibió o está recibiendo del gobierno	Facilidad de Créditos	Programas	incentivos
Estaría dispuesto a participar de talleres pro mejoras de la actividad turísticas local	Sí	Sí	Sí

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

**Tabla 3.16 Sector Transportista.**

Preguntas	INGAÑAN	INGATRANS	JATARI
Tipo Actividad que realiza	transporte	transporte	transporte
Índice de Afluencia que realiza de turistas	79%	85%	60%
Las temporadas altas y bajas	Media	Media	Media
Qué tipo de ayuda recibió o está recibiendo del gobierno	Obras carreteras	créditos	Programas
Estaría dispuesto a participar de talleres pro mejoras de la actividad turísticas local	Sí	Sí	Sí

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

**Tabla 3.17 Sector de agenciamiento y operatividad turística.**

Preguntas	UILLCANAN TOURS
Tipo Actividad que realiza	Operad Turis
Índice de Afluencia que realiza de turistas	50%
Las temporadas altas y bajas	Baja
Qué tipo de ayuda recibió o está recibiendo del gobierno	Proyectos turísticos
Estaría dispuesto a participar de talleres pro mejoras de la actividad turísticas local	Sí

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

En virtud de los anteriormente expuesto, podemos determinar que existe una gran acogida por parte de estos sectores por parte de los turistas, y su afluencia o acogida es buena, lo que sí nos percatamos es que si están dispuesto a participar de talleres pro mejoras, debido a que ellos están consiente de que necesitan prepararse para mantener el índice de turistas y por ende mantener la sustentabilidad del sector y de sus negocios y adicionalmente si perciben la ayuda del gobierno, en otras palabras existe una confianza.

### **3.2.4. Discusión de las encuestas y Entrevistas**

En el anexo 4 se presentan el formato de encuesta realizada y en el anexo 5 el formato de la entrevista.

#### **3.2.4.1. Discusión de la entrevista**

En las entrevistas realizadas al sector hotelero, se pudo obtener información de tres importantes empresas de hospedaje que evidenciaron que la atención promedio a turistas es del 61,67% en la parroquia Ingapirca. Y confirmaron de forma unánime estar dispuestos a participar en talleres para mejoras de las actividades turísticas locales.

En el sector gastronómico informan que tienen en promedio un 70% de afluencia en sus locales de alimentos y bebidas en la parroquia Ingapirca. Y confirmaron de forma unánime estar dispuestos a participar en talleres para mejoras de las actividades turísticas locales.

En el sector del transporte comunican que tienen en promedio un 74,67% de afluencia de turistas en sus unidades de transporte en la parroquia Ingapirca.

Y confirmaron de forma unánime estar dispuestos a participar en talleres para mejoras de las actividades turísticas locales.

Hay que puntualizar que en el sector turístico solo se contó con una empresa debido a que existe solo una empresa que se dedica a ser operador turístico donde informan que tienen un 50% de afluencia de turistas.

#### **3.2.4.2. Discusión de las encuestas**

Al realizar y procesar el cálculo de estadísticas descriptivas con la herramienta SPSS se observa algunos ítems que obtuvieron puntuaciones más altas “Bueno” y “Muy Bueno” en la moda y con sus medianas cercana a “Regular”, fueron:

1. El servicio de Guía turística esta entre los ítem con mayor puntaje, esto demuestra que solo un operador turístico está realizando un trabajo interesante en al CAI.
2. En acompañante de viaje se tuvo que el 67% siempre va en grupos familiares.
3. Existe un porcentaje sumamente alto cuando se consulta sobre si les gustaría un sistema versado de calidad, las personas estuvieron de acuerdo en un 76% en poseer un sistema versado de calidad,
4. Un dato a tener muy presente es que la procedencia del 53% encuestado fueron turistas de otro país.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. PROPUESTA**

#### **4.1. Justificación**

Una vez tabulados e interpretados los resultados de la presente investigación se ha identificado la necesidad de plantear una propuesta de institucionalizar las políticas de intervención del sistema de servucción en el sector de las ruinas de Ingapirca. La correlación técnica, indica la correspondencia o la relación que tiene incidencia directa (caracterizaciones y métodos) con el planteamiento de los sistemas de calidad a establecer en la servucción. La correlación lógica nos dice cómo debemos argumentar, cómo construir con rigor un sistema axiomático o presentar con ese mismo rigor, una ciencia bajo el encadenamiento lógico de la sistematización total de la cadena servuctiva.

#### **4.2. Propósito general**

En la actualidad existen muchas formas y/o estrategias de dar soporte a la actividad turística dentro en una reserva natural, complejo arqueológico, con la finalidad de preservación y consideraciones a su estado natural o de especificidades arquitectónicas de consideración histórica. La fijación o propósito de ayuda parcial o directa a los gremios gestores de la actividad, no es un reconocimiento o mención de calidad que garantice la operatividad total de los productos y servicios turísticos ofertados; por tal, se propone la incubación de un modelo estratégico sostenible de sistematización de la calidad mediante el acoplamiento lógico de cada uno de los eslabones o actores desde las sub actividades gastronómicas, hospederas, de agenciamiento y transporte.

#### **4.3. Desarrollo**

##### **4.3.1. Plan de Servucción**

##### **4.3.1.1. Propuesta del Sistema de Servucción**

Desde la parroquia Ingapirca y sobre la Actividad Turística desarrollada dentro y fuera del Complejo Arquitectónico de Ingapirca, los servicios gestados entre los diferentes gremios y subactividades turísticas que han sido

contemplados en el estudio; éstos están acogidos a un sistema de comercialización “in situ”, del cual, muy pocos gestores se han proyectado hacia una gestión de alianza estratégica y/o convenios institucionales que puedan asegurar la venta de sus productos y servicios desde afuera. De donde sale esta información: (Entrevistas a los actores de cada uno de los gremios) PROBLEMA: Individualismo en sus proyecciones. En base a esto, se propone establecer un sistema versado para desarrollar la calidad como herramienta de competitividad desde cada uno de los servidores, el cual pueda generar un efecto multiplicador positivo que integre de manera estratégica cada uno de los eslabones de la cadena de servucción y puedan cumplirse los acuerdos y compromisos de intervención desde los miembros y/o representantes.

La cadena servuctiva viene a constituir un vocablo referido al marketing del Complejo Arqueológico Inga pirca (CAI) y vinculada efectivamente a la gestión empresarial idónea y cimentada en la búsqueda de la satisfacción del cliente y potenciales clientes. Su consistencia va desde el proceso de confección de un servicio, la correlación de los elementos físicos y humanos en la relación comprador – empresa, necesaria para la realización de la prestación del servicio.

La propuesta de un organismo estratégico de denominaciones acopladas a la Nueva Consejería del Turismo de Ingapirca, vendría a ser el ente canalizador de las diferentes acciones pro mejoras de la actividad, desde cada uno de sus coparticipes principales (delegados representantes del MINTUR, GADP y GADPR, gremios de las subactividades, fundaciones, escuelas universitarias ofertantes de la carrera, cámaras, entre otras.

La idea fundamental, es la de formular un proceso de dirección o coaching estratégico el cual confiera nuevas habilidades cognoscitivas y competencias prácticas para los eslabones integrantes del sistema de servicios turísticos del CAI (gastronómicos, hospederos, de agenciamiento y operatividad turística y transporte). Este pueda a su vez, direccionar una concientización de sostenibilidad ambiental y cultural mediante los emprendimientos empresariales o startups turísticos y las mejoras o sumatorias de servicios que deberán considerarse desde el partícipe, y las fuentes de acreditación idóneas para los casos.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal GADPM de Cañar en conjunto con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural GADPR de Ingapirca, vienen fortaleciendo el proceso de transformación turística del CAI, ya que es beneficiada por su amparo patrimonial desde el INPC, localización clave, recursos humanos, recursos naturales y una producción primaria idónea que agrega valor costumbrista, por ello, se requiere de directrices claras que permitan lograr resultados concretos en función de prioridades para orientar la ejecución de acciones debidamente coordinadas en el corto, mediano y largo plazo, plasmadas en el DISEÑO DE UN SISTEMA DE SERVICIO TURÍSTICA SOSTENIBLE EN LA PARROQUIA INGAPIRCA.

En este contexto, y como objetivo general del Sistema en mención, se pretende ponderar los servicios turísticos comunitarios en la parroquia Ingapirca, a través de la impartición de nuevas habilidades estratégico – empresariales; a más de profundizar en la actividad económica ecoturística en dichas parroquias, mediante el análisis de la situación actual y plan de mejoras sobre los servicios de atención al turista, el cual concrete las líneas de acción recomendables para avanzar de manera sostenible en este propósito. En segundo plano, también se busca promover una cultura de fomento al desarrollo económico y ambiental, a la vez, originar el crecimiento empresarial ecológico, aprovechando los recursos disponibles y respetando al medio ambiente.

#### **4.3.1.2. Alcance del Sistema de Servicio**

- Incrementar los conocimientos sobre el beneficio y las cualidades de establecer la calidad servuctiva entre sus asociados.
- Desarrollar prácticas transcendentales y lógicas en la sistematización de las actividades comunitarias de hospedaría, restauración gastronómica, agenciamiento, operatividad y transporte.
- Promover propuestas micro y macro empresariales sostenibles e institucionalizar las políticas de intervención desde las responsabilidades de cada gremio participe.

#### 4.3.1.3. Valores del Sistema

- Los elementos tangibles o el soporte físico; apoyo a la prestación del servicio.
- Proceso de la producción de un servicio enfocado en la calidad, considerando: aspecto, instrucción, espontaneidad, misticismo, alineación, honestidad, empatía, tendencia y capacidad de atención del recurso humano que preste los servicios.
- El servicio interno, la clasificación, la administración; esto es, fiscalizar la estructura y gestión organizacional.
- El diseño e innovación que diferencien a cada empresa que presta el servicio de sus competidores en el mercado.

El turista cliente de Ingapirca no ve la servucción, la percibe; esto se hace necesario para corroborar el éxito del sistema, efectuar la apreciación del mismo por parte del cliente, lo cual permitirá asumir los cambios o ajustes pertinentes y consolidar los elementos favorables. Cada servuctor o gestor de servicios turísticos tomara en cuenta las herramientas de valoración que crea pertinentes para medir su efectividad; encuestas, buzón de opiniones, entrevistas directas, etc.

En conclusión, los gestores y servuctores turísticos con incidencia en Ingapirca, deberán establecer como meta, la satisfacción del cliente, no se debe improvisar, porque como hemos visto, es un proceso de meticoloso, de unión y cohesión de elementos importantes que persiguen un fin donde se crea y se agrega valor al servicio que se ofrece.

#### 4.3.1.4. Trazabilidad del Sistema

**Fase 1. Socialización de la pretensión. Basado en el diagnóstico preliminar o línea base se asientan las primeras propuestas pro mejoras de la gestión empresarial turística local y la perspectiva funcional del Sistema de Servucción; el *know how*, clausulas y compromisos contractuales.**

**Objeto de la fase 1** : Dar a conocer los alcances y beneficios del sistema de servucción eco turística comunitario en la parroquia de Ingapirca a través de la impartición de nuevas habilidades técnico – administrativas.

**Alcance específico de la 1ra fase** : Incrementar los conocimientos sobre el beneficio y las cualidades de un turismo rural responsable.

Desarrollar prácticas psicomotrices en las actividades comunitarias de hospedería, restauración, permacultura e interpretación ambiental. Promover propuestas de planificación micro empresarial aplicado, y sensibilizar sobre las responsabilidades gremiales, tributarias y de legislación turística.

**Objeto de la línea base** : Establecer los lineamientos de calificación participativa.

**Alcance específico del diagnóstico preliminar** : Identificar las condiciones reales o perfil del interesado y de las fincas pre dispuestas para beneficio mutuo, comuna – programa. Socializar las ideas primordiales del Programa Piloto y asentar la dirección empresarial turística intencionada desde el participante calificado.

### **Metodología aplicativa**

La herramienta metodológica dispuesta en la línea base del Programa Piloto se concibe en respuesta a tal demanda social, con el objeto de proveer a los interesados parroquiales y a los futuros consultores, una guía de orientación para facilitar el proceso de acompañamiento a las comunidades rurales en sus esfuerzos de reflexión crítica sobre su propio accionar. Investigación de campo contexto de la entrevista con los directivos de las Junta Parroquial beneficiada e interesados particulares. Inicialmente colocamos una conceptualización necesaria sobre la temática general de Piloto a desarrollar en cuanto del amplio tejido de “servucción eco turística” comunitaria y/o rural, poniendo de notoriedad

la preservación y estimación sostenible del patrimonio común, gracias la sistematización orgánica general y al intercambio cultural de convivencia y enriquecimiento con los visitantes del Complejo Arquitectónico Ingapirca CAI. Luego proponemos los patrones detallados para elaborar un diagnóstico estratégico que permita responder: ¿Bajo qué sistemas productivos y de servicios se encuentra actualmente las parcelas y lindos comunitarios a visitar?; se valoraron las consecuencias económicas, sociales, culturales y ambientales del turismo a través de un conjunto de variables críticas basadas en propuestas de planificación anteriores, monto estimado de inversión por actividad y un porcentual en base al flujo de visitas por año.

La potencialidad, los indicadores limitativos endógenos, factores y sucesos externos que operan en su entorno, nacen a raíz del sondeo particular. La metodología de pre inducción temática se aclara con un direccionamiento estratégico a través de un formulario de pre inscripción adaptada, el cual intenta descubrir el nivel de intenciones cognoscitivas y la dirección empresarial que se pretenden desde el gremio participativo. Como paso siguiente, y mediante socialización e invitación individual a los gestores de las sub actividades, se estipulan las intenciones, alcances y beneficios del Programa Piloto.

A partir de aquí, se realiza una proyección estratégica respondiendo a la pregunta ¿Cómo va a lograr la comunidad los objetivos y metas programadas del Piloto?. En esta fase, la comunidad define criterios en cuanto de la extensión sub temática y acomodación de la carga horaria. Se establecen compromisos de participación y de satisfacción de necesidades en el periodo considerable de los meses que duran las fases completas. Se consideran prudente, el monitoreo periódico del desempeño de los talleres, y la mayoría proponen un representante desde el conjunto participante.

## **Sumario**

Resumen ejecutivo general.

El índice de necesidades y preocupaciones de la parroquia, abordan desde una perspectiva holística, las extensiones notables del desarrollo sostenible del eco turismo alrededor del Complejo Ingapirca, imaginando lo económico, lo sindical, y lo ambiental como parte de un todo, adaptado e

industrioso y visionado hacia el levantamiento micro empresarial adaptado a las condiciones locales e individuales.

A. Impacto administrativo.

La veeduría administrativa inter institucional integrada por la Gobierno Autónomo Descentralizado de Cañar y las Junta Parroquial de Ingapirca, acomoda y maximiza la intención de planificación empresarial por subactividad desarrollada. Pretende direccionar los negocios establecidos hacia una regulación de sus actividades y oportunidades de acreditación para mejoras civiles, técnicas y cognoscitivas.

B. Impacto social participativo.

El gremio participante muestra un indudable interés por la pretensión educativa del Plan Piloto en su todo facetico y en la dirección micro empresarial mediante el perfilamiento de planes de negocios aplicados. Exige un acompañamiento técnico pos evaluativo de los eventos y una asesoría en la gestión administrativa en los casos de lineamientos para la acreditación a futuro.

**Fase 2. Desglose temático del enfoque empresarial a mejorar e incluida en un proceso de certificación por competencias laborables. Propuesta de capacitación tras necesidades delatadas.**

Propuesta temática del enfoque empresarial a mejorar por subactividad.  
Propuesta de capacitación tras oportunidades delatadas.

## Planes de unidad de trabajo

### Apartado 1 – Restauración gastronómica

**Tabla 4.1 Plan de Unidad de Trabajo No.1**

PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 1	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servucción
<b>MÓDULO:</b>	Manipulación de alimentos
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Comprender el papel del manipulador de alimentos y su responsabilidad en el cuidado de su salud y en la prevención de las enfermedades asociadas con los alimentos.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 30 Presenciales, 10 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	18 horas: 14 presenciales, 4 a distancia (Plataforma virtual no existe. Las horas a distancia se contemplan en tareas practicas encomendadas desde los sitios de trabajo de cada partcipe. Evaluación: testimonio y verificación de los resultados)

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

**Tabla 4.2 Plan de Unidad de Trabajo No.2**

PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 2	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servucción.
<b>MÓDULO:</b>	Calidad de los alimentos.
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Controlar la calidad de los alimentos y bedidas.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado.
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 30 Presenciales, 10 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	11 horas: 8 presenciales, 3 a distancia

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

**Tabla 4.3 Plan de Unidad de Trabajo No.3**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 3</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Aprovechamiento de Alimentos
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Minimizar el desperdicio alimentario para esto se debe tener una mayor planificación al preparar los alimentos.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 30 Presenciales, 10 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	11 horas: 8 presenciales, 3 a distancia

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

### **Apartado 2 – Hospedería Comunitaria**

**Tabla 4.4 Plan de Unidad de Trabajo No.4**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 4</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Cama y Desayuno. (Bed and breakfast, B&B)
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Contar con un ambiente familiar y cálido, ya que los dueños se encargan de atender a los huéspedes y ofrecer lo mejor del lugar.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	48 HORAS: 30 Presenciales, 6 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	20 horas: 18 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

**Tabla 4.5 Plan de Unidad de Trabajo No.5**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 5</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	<b>Hosteria comunitaria.</b>
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Ponderar las habilidades y competencias del partícipe en cuanto de la atención y el servicio hospitalario.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado

<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 30 Presenciales, 6 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	18 horas: 16 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Tabla 4.6 Plan de Unidad de Trabajo No.6**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 6</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Ecoturismo comunitario.
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Minimizar el número de daños que los turistas puedan generar sobre el entorno natural.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 30 Presenciales, 6 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	10 horas: 8 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Apartado 3 – Interpretación Ambiental**

**Tabla 4.7 Plan de Unidad de Trabajo No.7**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 7</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Educación Ambiental
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Instaurar conocimientos elementales sobre los ecosistemas locales y la sostenibilidad ecológica de la parroquia Ingapirca
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 34 Presenciales, 6 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	18 horas: 16 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Tabla 4.8 Plan de Unidad de Trabajo No.8**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 8</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Agroturismo

<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Poner en contacto al turista con la ganadería y agricultura del sector.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 34 Presenciales, 6 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	12 horas: 10 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

**Tabla 4.9 Plan de Unidad de Trabajo No.9**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 9</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servucción
<b>MÓDULO:</b>	Turismo étnico o etnoturismo.
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	fomentar el enriquecimiento cultural de las personas, recorriendo los diferentes lugares en donde se encuentran las sociedades con distintas culturas
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 34 Presenciales, 6 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	10 horas: 8 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

#### **Apartado 4 – Permacultura Enfocada al Agroecoturismo**

**Tabla 4.10 Plan de Unidad de Trabajo No.10**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 10</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servucción
<b>MÓDULO:</b>	Turismo Cultural
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Implementar lineamientos técnicos para la instauración de sistemas de permacultura
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 32 Presenciales, 8 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	24 horas: 20 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación

Elaborado por: Autor

**Tabla 4.11 Plan de Unidad de Trabajo No.11**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 11</b>	
--	--

<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Sostenibilidad del Agroturismo.
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Desarrollar técnicas y procesos elementales para establecer sistemas de producción artesanal a base de insumos locales / insecticidas orgánicos, lombricultura compostaje, reciclaje, etc.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	40 HORAS: 34 Presenciales, 6 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	16 horas: 12 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

## Apartado 5 – Planes De Negocios Turísticos

**Tabla 4.12 Plan de Unidad de Trabajo No.12**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 12</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Análisis de macro y micro entorno.
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Realizar matriz FODA Y FOFADODA de la producción y servucción postulante a la comercialización
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	58HORAS: 48 Presenciales, 10 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	18 horas: 14 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Tabla 4.13 Plan de Unidad de Trabajo No.13**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 13</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Iniciación micro empresarial en el turismo comunitario
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Implementar un plan de riesgos, plan financiero y propuesta de la micro empresa.
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	58 HORAS: 48 Presenciales, 10 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	14 horas: 12 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Tabla 4.14 Plan de Unidad de Trabajo No.14**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 14</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	<b>Planificación estratégica.</b>
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Realizar Marketing digital e Inglés aplicado
<b>FORMADOR(A):</b>	Delegado técnico especializado
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	58 HORAS: 48 Presenciales, 6 a distancia
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	12 horas: 10 presenciales, 2 trabajo autónomo

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

**Tabla 4.15 Plan de Unidad de Trabajo No.15**

<b>PLAN DE UNIDAD DE TRABAJO N. 15</b>	
<b>MODALIDAD:</b>	Turismo Rural y servuccion
<b>MÓDULO:</b>	Impuestos y tributación
<b>UNIDAD DE TRABAJO:</b>	Evitar moras y multas con el SRI
<b>FORMADOR(A):</b>	SRI
<b>TIEMPO TOTAL DEL MÓDULO:</b>	58 HORAS: 48 Presenciales, 6 trabajo autónomo
<b>TIEMPO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:</b>	14horas: 14 presenciales

Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Metodología general de la capacitación**

El método de aplicación en la capacitación viene dado por el perfil del participante de las parroquia Ingapirca y sus 25 comunidades aledañas, sus necesidades de aprendizaje, el acondicionamiento de los establecimientos, viviendas comunitarias, el apoyo didáctico y herramientas de trabajo con el que cuenta cada instructor; el método que mayormente se adopta es la inducción temática en un 50% con apoyo audiovisual; el otro 50% se destina a la práctica y dinámicas que refuercen los conocimientos que se van adquiriendo.

Las actividades a realizarse por el participante se van generando de forma individual y/o de grupo dependiendo de las tareas a cumplir por cada taller: exámenes de autoevaluación, casos prácticos, debates, foros de intercambio de experiencias, dramatizaciones, etc. El nivel de retroalimentación es intenso, procurando al máximo el tratamiento de los contenidos a un nivel de aplicación en casos reales o situaciones cotidianas prestas a la evaluación y análisis de los asistentes.

Se depara un horario en las mañanas o en las tardes con un máximo de 6 horas diarias para el desarrollo de los talleres, con el objeto de mantener la estabilidad en los horarios de trabajos y clases, y para facilitar la continuidad aplicación de la carga horaria correspondiente a cada módulo. Solo en casos de fuerza mayor y a petición general del participante se podrán extender las horas de aplicación en días específicos consensuados.

El número de participantes para cada curso – taller será concretado de 30 como máximo en cada una de los módulos. Los instructores cuentan con la facilidad de motivar el trabajo en grupo y la participación activa que se oriente al aprendizaje técnico.

Previo al proceso de capacitación y en consenso con el GADPR de Ingapirca, el GADM del Cañar y los líderes comunales participantes, se definen las fechas deparadas para la realización de las giras de observación, en conjunto con el personal idóneo asignado; éstas tendrán la duración de 2 semanas en la cual se acudirán con las siguientes intenciones y actividades:

- Línea base. Análisis – diagnóstico de los sitios participantes
- Levantamiento del inventario eco turístico local
- Sondeo a las infraestructuras, implementaciones y proyectos posteriores

**Fase 3. Estructuración de las políticas que generen la constitución legal del organismo veedor del sistema: La Nueva Consejería del Turismo en la Parroquia Ingapirca**

Estructuración de las políticas que generen la constitución legal del organismo veedor del Sistema de Servucción.

Propuesta: Nueva Consejería Parroquial del Turismo de Ingapirca; Rediseño, Justicia y Administración Local.

### **Apartado 1. Competencias de la entidad.**

Concierno a la Nueva Consejería Parroquial de Turismo de Ingapirca; Rediseño, Justicia y Administración Local. La licitación, impulso, ejecución, acoplamiento y control de las directrices generales del Gobierno Local en relación con las competencias atribuidas por el Gobierno Central ecuatoriano en las siguientes materias:

- I. La organización, disposición, promoción y el impulso del turismo local, así como la valoración y control de las políticas que desde el ente regulador MINTUR y el INPC como administrador del CAI, se generen.
- II. Las relaciones comerciales y alianzas institucionales entre los asociados y/o gremios partícipes de la Nueva Consejería Parroquial.
- III. Veeduría por la disposición y racionalización del sector público instrumental ante las actividades de fomento turístico.
- IV. Representación y coordinación de las relaciones con la Administración turística local y demás organismo con incidencia en la actividad.
- V. Generar instrumentos e instrucciones de mediación para la resolución de conflictos, sin perjuicio de las competencias atribuidas a otros órganos ni gremios asociados a la Nueva Consejería del Turismo.
- VI. Atención rápida a turistas víctimas de cualquier atentado contra su integridad.
- VII. Las relativas a colegios profesionales, fundaciones y asociaciones que trabajen en pos del turismo comunitario, cultura y costumbrismo.
- VIII. Participación en la coordinación de las políticas migratorias.
- IX. El impulso y realización de las actividades enfocadas a la coordinación con el gobierno local; la ordenación, ejecución y

control de todas las medidas tendentes a la gestión de las competencias en materia turística atribuidas al bienestar comunitario. La comunicación social sobre pretensiones de acción pro turismo.

## **Apartado 2. Organización general de la Nueva Consejería del Turismo.**

La Nueva Consejería del Turismo de Ingapirca; Rediseño, Justicia y Administración Local, bajo la superior administración de su titular, se coloca para el ejercicio de sus competencias en los siguientes órganos directivos:

### **a) Viceconsejería.**

El titular de la Viceconsejería, continuando las directrices de la persona titular de la Consejería, practica la jefatura superior de la misma después de su titular, la representación de la Consejería y Con tal carácter le corresponden, en particular, las siguientes competencias:

- I. Vigilar por el cumplimiento de los fallos adoptados por el titular de la Consejería, así como por la ejecución de los programas de la Consejería.
- II. Ejercer las competencias en materia de la calidad de los servicios atribuidas desde la delegación de responsabilidades asentadas en las reuniones oficiales de la Nueva Consejería.
- III. Velar por el cumplimiento de la transversalidad del principio de equidad de género y turismo en todas las actuaciones del nuevo organismo.
- IV. Promover y formalizar el seguimiento de la concertación social en el ámbito de las competencias del turismo atribuidas a la organización.
- V. Profesar las demás jurisdicciones, exenciones y funciones que le atribuyan las disposiciones vigentes.

### **b) Comisión de análisis y planificación para el Turismo.**

- I. La enunciación de las tácticas y la sistematización de directrices en materia de planificación turística.

- II. La promoción, estructuración, realización y el seguimiento al Plan de Desarrollo Turístico del Cañar o de los instrumentos de planificación que lo desarrollen.
- III. El fomento de la actividad económica ecoturística desde las 25 comunidades de Ingapirca y de las acciones comprometidas en las herramientas y programas de ordenamiento y promoción sostenible de los recursos naturales y culturales; potenciando su diversificación y el diseño de nuevos productos y servicios turísticos.
- IV. Catapultar o motivar sobre la innovación y la adaptación tecnológica de los gestores y servuctores turísticos.
- V. La promoción interior y exterior de la Parroquia Ingapirca para reconocerla como destino turístico comunitario y costumbrista.
- VI. El ejercicio de las demás facultades, prerrogativas y funciones que le atribuyan las disposiciones vigentes.

**c) Comisión para la Regeneración, Racionalización, Justicia y Transparencia.**

- I. Denotar la comunicación entre los asociados y asentar los acuerdos y compromisos mediante informe de avances y resoluciones del Organismo.
- II. Dar seguimiento y coordinar las iniciativas contractuales o pactadas desde el gobierno central y los seccionales; en especial de las legislativas.
- III. El desarrollo de estadísticas e informes de seguimiento de las actividades.
- IV. Las demás jurisdicciones, privilegios y funciones que le atribuyan las disposiciones vigentes.

**d) Dirección Estratégica de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo.**

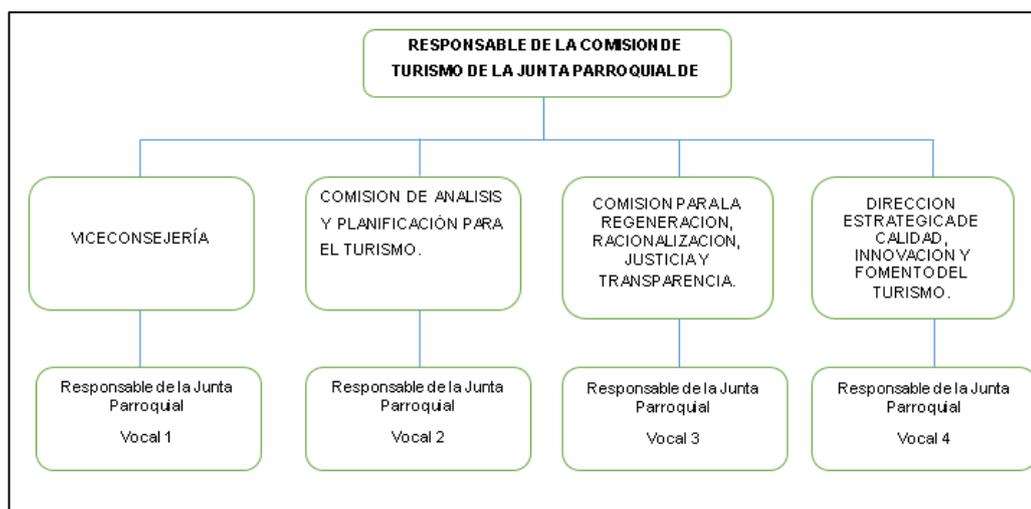
- I. Estudios e impulso de la organización sobre la sistematización operativa; calidad e impacto en sus gestiones.

- II. Seguimiento de los planes, programas y proyectos de ejecución continua en el ámbito turístico cultural y costumbrista.
- III. La dirección, coordinación y seguimiento de la evaluación de las políticas públicas sobre turismo con base local.
- IV. La organización y actuación del análisis sobre el recurso operante en los diferentes frentes de acción y promoción turística, considerando la variable estadística de equidad de género.
- V. El impulso de políticas remuneratorias transparentes e imparciales, en el marco de una gestión turística eficiente y legítima.
- VI. El pronunciamiento de un informe metódico y ordenado sobre determinación y regulación de las condiciones productivas del cuerpo administrativo de la Nueva Consejería del Turismo.
- VII. El esquema y la organización de las tareas conducentes a la potenciación de la innovación y la modernización tecnológica desde las subactividades turísticas gastronómicas, hospederas, de agenciamiento, operatividad y transporte.
- VIII. Estructurar comisiones destinadas al sustento y fomento de la actividad ecoturística; actividades y tareas que potencien la calidad e innovación.
- IX. Generar propuestas de formación y certificación por competencias laborables en perfiles apegados a los servicios turísticos.

Están adscritas a la Nueva Consejería del Turismo de Ingapirca, las siguientes entidades instrumentales:

- MINTUR, INPC, SETEC, GADM del Cañar, GADPR de Ingapirca, Universidades locales, Fundaciones, ONGS y demás carteras de estado con incidencia en temática turística
- La Nueva Consejería agenciará las competencias de los servicios periféricos que le corresponden a través de la organización y planificación territorial parroquial que se determine.

**Figura 4.1 Responsable de la comisión de turismo de la junta parroquial**



Fuente: Recolección de datos de la investigación  
Elaborado por: Autor

### **Apartado 3. Política de delegaciones de competencias y relevos.**

- I. Mediante Ordenanza de la persona titular de la Consejería, se podrá encomendar el ejercicio de competencias atribuidas por las disposiciones legales a cualquiera de los órganos adscritos.
- II. En caso de ausencia, licencia o enfermedad de la persona titular de la Viceconsejería, esta será suplida por la persona encomendada desde el directorio titular de la Nueva Consejería.
- III. La persona titular de la Nueva Consejería podrá destinar para la suplencia de cualquiera de los órganos directivos de la Consejería, a la persona titular del órgano directivo que estime pertinente.
- IV. Le incumben, asimismo, la orientación e impulso de las competencias atribuidas a la Dirección General de Calidad, Innovación y Fomento del Turismo, como órgano directivo dependiente de la Consejería.

## CONCLUSIONES

El objetivo que se ha planteado para este trabajo de investigación si permite diseñar un sistema de servucción turística sostenible para la parroquia Ingapirca del cantón Cañar y de esta forma concatene adecuadamente las sub actividades turísticas locales.

Se concluye que luego de un levantamiento de información realizado a través de encuestas a 195 personas, se tiene una línea base de los eslabones de la cadena de servicios turísticos donde se destaca que el 67% de turistas son grupos familiares así como que existe un mayor porcentaje de hombres que mujeres que visitan el Complejo Arqueológico Cajas. Además de acuerdo a las entrevistas realizadas se puede concluir también que el sector hotelero, el de transporte y gastronómico está dispuesto a participar en talleres de capacitación para mejorar su atención al cliente y mantener una sostenibilidad del turismo en el Complejo Arqueológico Cajas.

Las unidades de trabajo presentadas en la propuesta en el capítulo 4 mediante sus tres fases en función de un sistema de servucción turística permiten establecer un sistema versado de calidad como herramienta para la competitividad entre las subactividades turísticas realizadas en el Complejo Arqueológico Cajas así

Se tiene una adecuada y afianzada información al momento de tomar la decisión de llegar a este destino, debido a las características implícitas en los productos y servicios, estos deben ser lo suficientemente claras y precisas para su análisis, con datos reales.

El desarrollo de este sistema, garantiza crear una experiencia satisfactoria por parte del usuario, ya que instaura la calidad global en los servicios turísticos, al momento de visitar el Complejo Arqueológico de Ingapirca y a su vez está generando una estabilidad y desarrollo integral dentro del sector, de esta forma mejorará la calidad de vida de los habitantes de la parroquia Ingapirca.

El modelo de servucción, genera cualificaciones positivas tales como: herramienta aliciente y de concientización sobre el beneficio de generar calidad

total en los servicios, asienta mejores percepciones desde el visitante, despliega una garantía en la calidad del servicio y la estandarización de sus responsabilidades, actividades y tareas. La aplicabilidad de este sistema versado a cada uno de los eslabones de la cadena de servicios turísticos, provoca desarrollar y mejorar las alianzas institucionales y estratégicas para proyección y sostenibilidad de conceptos idóneos sobre la actividad, respeto al ambiente y ética institucional.

Con los convenios de mutuo apoyo entre instituciones privadas y públicas permite poseer políticas claras para el sistema de servucción además de tener documentación donde se compruebe la institucionalización y a futuro lograr certificaciones.

## RECOMENDACIONES

Se debería potencializar como política de promoción y difusión turística del complejo arqueológico de Ingapirca, la entrega de información importante y relevante del complejo de forma digital y física.

La adscripción y polifuncionalidad de una comisión técnica desde el GADPR Ingapirca, que se encargue del manejo de procesos y permitan el desarrollo de las diferentes actividades, generando estabilidad y confianza con los visitantes.

Se recomienda a la administración del complejo arqueológico de Ingapirca y al departamento de turismo del GAD Cañar generar estrategias claves como convenios corporativos internacionales con instituciones privadas y públicas, para garantizar la sostenibilidad y la rentabilidad del complejo.

Instaurar un modelo aplicado de toma de muestras Ad Libitum, el cual se centre en la contemplación y consideración de fenómenos culturales-naturales momentáneos, que pueden catapultarse como un atractivo primario y comercializarse a los nichos correspondientes.

Estas motivaciones deben ser mantenidas antes, durante y después del viaje.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, J. «Deseables y posibles: participación comunitaria, patrimonio histórico cultural, calidad ambiental y desarrollo turístico sostenible. San Jerónimo de Moravia, Costa Rica".» *asos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2007: 1-16.

Almeida Napoleón (2012), *Guía del Complejo Arqueológico Inca más Importante del País*, Recuperado: <https://downloads.arqueo-ecuatoriana.ec/ayhpwxgv/noticias/publicaciones/INPC-X-Ingapirca.pdf>

Alonso & Celemon (2016) *Competitividad y destinos turísticos sostenibles*. Recuperado de: [https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_revista\\_esic\\_contenidos.php?id=473](https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_esic_contenidos.php?id=473)

Arrendondo, Rito, Emma Garza, y José Salazar. «Estructura óptima de capital: Análisis de la teoría del trade off entre el patrimonio y la deuda para minimizar el costo del capital (CPPC) y maximizar el valor de la empresa (MARKETCAP).» *Vinculatégica*, Mayo 2015: 1135-1149.

Aseranza. *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas, 2006.

Baños-Caballero, Sonia, Pedro García-Teruel, y Pedro Martínez-Solano. «Estrategias de financiación de las necesidades operativas de fondos y rentabilidad de la empresa.» *Universi Business Review*, 2014: 104-121.

Bardales, David, y Giancarlo Vásquez. *Determinación de la capacidad de endeudamiento financiero a partir de un análisis de los costos de producción de las MYPES en el sector textil*. Cajamarca, Noviembre de 2016.

Bernal, Cesar. *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Bogotá: Pearson Education de Colombia Ltda., 2010.

Cadena, Pedro, Roberto Rendón, Jorge Aguilar, Eileen Salinas, Francisca De la Cruz, y Dora Sangerman. «Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales.» *Revista Mexicana de Ciencias Agrícola*, 2017: 1603 - 1617.

Cantero-Cora, Hidelvys, y Elisa Leyva-Cardeñosa. «La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial.» Ciencias Holguín, 2016: 1-17.

CEPAL. «Estudio Económico de América Latina y el Caribe: La dinámica del ciclo económico actual y los desafíos de política para dinamizar la inversión y el crecimiento.» Publicación de las Naciones Unidas. Septiembre de 2017. [http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42001/EEE2017\\_Ecuador\\_es.pdf?sequence=21&isAllowed=y](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42001/EEE2017_Ecuador_es.pdf?sequence=21&isAllowed=y).

—. Manufactura y cambio estructural: aportes para pensar la política industrial en la Argentina. Santiago de Chile: CEPAL, 2017.

Cerveró, Iglésias, y Villacampa, 2002. «El Plan Estratégico de Marketing Turístico y la puesta en valor de recursos turísticos .los casos de la Machala alta y la alcarria de Cuenca .» Universidad de Castilla, 2002.

Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad. La Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades. Londres: IASCF Publications Department, 2009.

Court, Eduardo. Finanzas Corporativas. Buenos Aires: Cengage Learning Argentina, 2012.

Cuesta, Martín, y Carlos Newland. «Rentabilidad, Evolución patrimonial y diversificación en tres grandes compañías Argentinas, 1926-1955.» América Latina en la Historia Económica, 2016: 204-228.

Daza, Julio. «Crecimiento y rentabilidad en el mercado emergente brasileño.» Cuadernos de Gestión, 2015: 91-112.

Domínguez. ¿Qué es una zona arqueológica? 2011. ¿Qué es una zona arqueológica?

Echavarría, Juan Lopera, Carlos Ramírez Gómez, Marda Zuluaga Aristizábal, y Jennifer Ortiz Vanegas. «Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas.» El Método Analítico Como Método Natural. 2010. <https://webs.ucm.es/info/nomadas/25/juandiegolopera.pdf>.

Ecuador, Funcion Ejecutiva. 23 de Diciembre de 2013. <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/decreto-757.pdf>.

Ecuador, Honorable Congreso Nacional. «Ley de Compañías.» Codificación de la Ley de Compañías. Quito, Pichincha: Registro Oficial 312, 29 de Diciembre de 2017.

Enqvist, Julius, Michael Graham, and Jussi Nikkinen. "El impacto de la administración del capital de trabajo en la rentabilidad de la empresa en diferentes ciclos económicos: evidencia de Finlandia." *Research in International Business and Finance*, 2014: 36-49.

Enrique Bigne Alcaniz, Xavier Font Aulet. *Marketing de los lugares turísticos*. Madrid: Editorial Esic, 2000.

EOI, Escuela de Organización Industrial, (2015) Recuperado de: <https://www.thinktur.org/media/EOI-Impacto-turismo-2015.pdf>

Feenstra (2004), *Revista de Estudios Gerenciales*, Recuperado de: <http://www.revistaestudiosregionales.com/documentos/articulos/pdf-articulo-2512.pdf>

Fuentes, Ricardo. «Análisis de variables múltiples.» *Revista Chilena de Anestesia*, 2015: 106 - 11.

Getz D. (1994) *Residents's attitudes towards turism: A longitudinal study in Spey Valley, Scotland*», *Tourism Management*. Recuperado: <http://www.aemarkcongresos.com/congreso2007/mkturistico/MT04-P.pdf>

González, José Alberto Martínez. «MARKETING TURÍSTICO INSTITUCIONAL EN ESPAÑA. EL CASO DE TURESPAÑA Y TURISMO DE TENERIFE.» *Revistas de investigación en turismo y desarrollo local*, 2011: 12.

Gujarati, Damodar, y Dawn Porter. *Econometría*. México, D.F.: McGRAWN-HILL/INTERAMERICANA DE EDITORES, S.A. de C.V., 2010.

Haro, Arturo, y Juana Rosario. *Gestión Financiera: Decisiones financieras de corto plazo*. Almería: Universidad de Almería, 2017.

Hernández, Celestes, y Maryeling Morales. Evaluación financiera de la financiera fama a través del indicador de solvencia aplicando un análisis a sus estados financieros para el periodo de diciembre 2014 al 2015. Managua, 2017.

Hernández, Roberto, Carlos Fernández, y María Baptista. Metodología de la Investigación. México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V., 2014.

Huescar, Juan. Nuevo marco conceptual del turismo. Quito: Estudios turísticos, 1993.

INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014). Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/search/turistas/>

Inostroza, G. «La experiencia de desarrollo turístico de dos organizaciones campesinas de la comuna de Chonchi, provincia de Chiloé.» Gestión Turística N° 5, 2000.

Jaramillo, Sebastián. «Relación entre la gestión del capital de trabajo y la rentabilidad de la industria de distribución de químicos en Colombia.» Finanzas y Política Económica, 2016: 327-347.

John Williams Rob Lawson. «Community issues and resident opinions of tourism.» Annals of tourism Reserch, 2001: 276.

Kay, C, Breton, V. «La cuestión agraria y los límites del neoliberalismo en América Latina. Iconos.» Revista de Ciencias Sociales. Num. 28, 2007: 119-113.

Lanquar. «Marketing adaptado al territorio: Place Marketing como herramienta de gestión de la imagen de destino .» Universidad de Zaragoza, 2001: 23.

Levin, Richard, y David Rubin. Estadística para administración y economía. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México, S.A. de C.V., 2004.

Lind, Douglas, Samuel Wathen, y William Marchal. Estadística aplicada a los negocios y la economía. México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V., 2012.

Maito, Esteban. «Distribucion del ingreso, rotación del capital y niveles de rentabilidad.» Economía: Teoría y práctica, 2016: 169-206.

Mejía, Andrés. «La estructura de capital en las medianas empresas del departamento de Boyacá, Colombia.» Apuntes del CENES, 2015: 185-206.

Mendenhall, William, Robert Beaver, y Barbara Beaver. Introducción a la probabilidad y estadística. México D.F.: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V., 2015.

MIPRO. «Política Industrial del Ecuador 2016-2025.» <http://www.industrias.gob.ec/>. 2016. <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/politicalIndustrialweb-16-dic-16-baja.pdf>.

Monterrey, Juan, y Amparo Sánchez. «Una evaluación empírica de los métodos de predicción de la rentabilidad y su relación con las características corporativa.» Revista de Contabilidad, 2017: 95-106.

Navarro, Marzo. «Development and Validation of the Measurement Instruments of the Determinant Elements of Integrated Rural Tourism.» Journal of Hospitality & Tourism Research, 2017.

Oliveros, Juan, y Bethy Pinto. «Variables cuantitativas y su incidencia en la rentabilidad del activo. Caso: PYMI's del Municipio San Cristóbal, Venezuela.» Actualidad Contable Faces, 2014: 56-80.

OMT, Organización Mundial del Turismo -. Desarrollo Turístico Sostenible. Madrid: Guía paraplannificadores locales, 1997.

OROZCO, CARLOS FRANCISCO PULLA. COMPLEJO ARQUEOLÓGICO INGAPIRCA (CAI). Quito: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL, 2015.

Peña, Tania, y Johann Pirela. «La complejidad del análisis documental.» Información, cultura y sociedad, 2007: 55 - 81.

Pérez de las Heras, M. Manual de Turismo Sostenible. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa, 2004.

Peter Murphya Mark P Pritchard bBrock Smithc. «The destination product and its impact on traveller perceptions.» Tourism Management, 2000: 12.

Porlles, José, Carlos Quispe, y Gilberto Salas. «Pronóstico financiero: métodos rápidos de estimación del fondo de maniobra o capital de trabajo estructural - Caso de una empresa comercial.» Industrial Data, 2013: 29-36.

Porter, Michale. Ser competitivo. Barcelona: DEUSTO S.A. EDICIONES, 2009.

Quintana, Luis, y Miguel Angel Mendoza. «Econometría Aplicada Utilizando r.» <http://saree.com.mx/econometriaR/>. Marzo de 2016. [http://saree.com.mx/econometriaR/sites/default/files/Ebook\\_econometriaR.pdf](http://saree.com.mx/econometriaR/sites/default/files/Ebook_econometriaR.pdf)

Rahimad, Yunos, Nazaruddin Nurdiyana, Ghapar Farha, Ahmad Syahrul, y Zakaria Nor Balkish. «Working Capital Management in Malaysian Government-Linked Companies.» Procedia Economics and Finance, 2015: 573-580.

Rodríguez, Víctor, y Lydia Villar. «Estructura de capital y formas de participación extranjera en Cuba. Un modelo para medir la rentabilidad del país.» Economía y Desarrollo, 2016: 91-106.

SCVS. «Estudios Sectoriales: Manufacturas.» Investigación y Estudios de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. 1 de Junio de 2017. <http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/1a434eaa-5924-47b7-a914-72b03c7004d4/Estudio+Sectorial+Manufacturas+Final.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=1a434eaa-5924-47b7-a914-72b03c7004d4>.

—. «Estudios Sectoriales: MIPYMES y Grandes Empresas.» Investigación y Estudios de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. 1 de Julio de 2017. [http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial\\_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%](http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%28)

29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02.

—. Ranking Empresarial - Sector Industria Manufactureras. 10 de Agosto de 2018. <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/rankingCias.zul?id=C&tipo=5>.

—. «Resolución No. SCVS-DSC-2018-0001.» 17 de Enero de 2018. <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/b929813d-05dc-4614-8d31-fca9fe88f4d3/Resoluci%C3%B3n+No++SCVS-DSC-2018-0001.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=b929813d-05dc-4614-8d31-fca9fe88f4d3>.

Simao & Partidario, Revista de Análisis Turístico de 2016, recuperado de: <https://aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/download/230/187>

Stickney, Clyde, Roman Weil, Katherine Schipper, Jennifer Francis, Avolio, y Beatrice. Contabilidad Financiera; una introducción a conceptos, métodos y usos. Buenos Aires: Cengage Learning Argentina, 2012.

Turismo, Ministerio de. 2 de septiembre de 2014. <https://www.turismo.gob.ec> (último acceso: 9 de octubre de 2014).

TURISMO, MINISTERIO DE. MINISTERIO DE TURISMO. 04 de ENERO de 2018. <https://www.turismo.gob.ec/arribo-de-turistas-a-ecuador-crecio-en-14-en-2017/>.

World Travel & Tourism Council, Publicaciones de 2016. recuperado de: <https://www.wttc.org>

## **ANEXOS**

### Anexo N° 1 Matriz Auxiliar de Operación de Diseño del Trabajo de Investigación.

Problema	Objetivo	Operacionalización de variables		Dimensión
Formulación del problema	General	Variable dependiente	Variable independiente	
¿De qué manera se verá beneficiada La Parroquia Ingapirca del Cantón Cañar al promover la actividad turística a través de un sistema de servucción turística sostenible?	Diseñar un sistema de servucción turística sostenible para la parroquia Ingapirca del cantón Cañar que concatene adecuadamente las sub actividades turísticas locales.	Modelo de servucción	Socialización de la pretensión	Servucción eco turística
				Impacto administrativo.
				Impacto social participativo.
<b>Sistematización</b>	<b>Específicos</b>		Desglose temático	Restauración gastronómica
1) ¿Cuáles son los aspectos se necesitan para establecer un sistema de calidad turística, desde los gremios de las subactividades?; 2) ¿Cuál sería las características y la forma adecuada de ponderar una cultura de calidad en la gestión de alianzas institucionales?; y, 3) ¿De qué manera se podrán certificar las competencias de productos y servicios?	1. Levantar un diagnostico preliminar y línea base de los eslabones y departamentos veedores de la cadena de servicios turísticos locales; 2. Establecer un sistema versado de la calidad como herramienta para la competitividad entre los actores de las subactividades turísticas; y, 3. Institucionalizar las políticas de intervención del sistema de servucción y asentar los compromisos de las partes en todas las responsabilidades delegadas.			Hospedería Comunitaria
				Interpretación Ambiental
		Estructuración de políticas	Competencias de la entidad	
Organización general de la Nueva Consejería del Turismo.				
			Política de delegaciones de competencias y relevos.	

## Anexo N° 2 Formato de Encuesta

### ENCUESTA:

#### DIRIGIDA A LOS TURISTAS DE LA ZONA

En función de mi propuesta “**DISEÑO DE UN SISTEMA DE SERVICIO TURISTICO SOSTENIBLE EN LA PARROQUIA INGAPIRCA DEL CANTON CAÑAR**”, se ha considerado necesario conocer los procesos y generalidades que aplican en la actualidad para realizar un diagnóstico sobre las políticas de calidad utilizadas.

Objetivo: Conocer el desarrollo de servicio en la zona de estudio

1.- ¿Cuál es su género?

Hombre ( )

Mujer ( )

2.- ¿Edad de los turistas?

#### Edades

7-12

12-18

18-65

65 en adelante

3 ¿Procedencia de los turistas?

Procedencia \_\_\_\_\_

Local \_\_\_\_\_

Nacional \_\_\_\_\_

Otro país \_\_\_\_\_

4 ¿Viaja con sus familiares?

si ( )

no ( )

5 ¿Es su primera visita al Complejo Arqueológico de Ingapirca?

si ( )

no ( )

6.- ¿Como viaja Ud. cuando visita a otros lugares?

Solo ( )

Acompañado ( )

Familia ( )

Grupos de amigos ( )

7 ¿Cómo calificaría el servicio de guía turística?

Muy Bueno ( )

Bueno ( )

Aceptable ( )

Malo ( )

Muy Malo ( )

8 ¿Cómo le pareció la gastronomía típica de la zona?

Muy Bueno ( )

Bueno ( )

Aceptable ( )

Malo ( )

Muy Malo ( )

9.- ¿Qué le pareció la calidad de los hostales del sector?

Muy Aceptable ( )

Satisfecho ( )

Regular ( )

Insatisfecho ( )

**Muy Insatisfecho** ( )

**10.- ¿Cuál sería su percepción en cuanto a los servicios turísticos de la zona?**

**Muy Aceptable** ( )

**Satisfecho** ( )

**Regular** ( )

**Insatisfecho** ( )

**Muy Insatisfecho** ( )

**11 ¿Cómo califica el servicio del circuito turístico del sector?**

**Muy Aceptable** ( )

**Satisfecho** ( )

**Regular** ( )

**Insatisfecho** ( )

**Muy Insatisfecho** ( )

### Anexo N° 3 Formato de entrevista

#### ENTREVISTA:

#### DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES DE LAS SUBACTIVIDADES TURISTICAS

En función de la propuesta “**DISEÑO DE UN SISTEMA DE SERVUCCION TURISTICA SOSTENIBLE EN LA PARROQUIA INGAPIRCA DEL CANTON CAÑAR**”, se ha considerado necesario conocer los procesos y generalidades que aplican en la actualidad para realizar un diagnóstico sobre las políticas de calidad utilizadas.

Objetivo: Conocer el desarrollo de servuccion en la zona de estudio

1. ¿La empresa se encuentra asociada a algún gremio?
2. ¿Usted y/o su negocio participan en capacitaciones pro mejoras de la calidad?  
Especifique las temáticas.
3. ¿Qué tipo de ayuda esta ud. recibiendo como persona jurídica desde el gobierno?
4. ¿Posee algún tipo de manual de buenas prácticas de procesos administrativos y operativos?
5. ¿Defina las temporadas altas y bajas en su negocio?

6. ¿Se empresa se encuentra asociada a algún gremio?