



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS

Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Tema: Comunicación y patrimonio turístico ecuatoriano. Propuesta para la aplicación de las Relaciones Públicas en la promoción del patrimonio turístico del cantón Otavalo. Estudio de Caso: Campaña “Fiestas del Yamor”.

Autor: Dennys Lizeth Arévalo Villarreal.

Director: Msc. Andrés Luna Montalvo.

Quito – 2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, al creador de todas las cosas, al ser maravilloso, el que me ha dado fortaleza y fe para continuar cuando me parecía difícil terminar; por ello, con toda la humildad de mi corazón agradezco primeramente mi trabajo a Dios.

De igual forma, agradezco a mi madre que ha sabido formarme con buenos cimientos, valores y hábitos, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

Al hombre que me dio la vida, el cual a pesar de haberlo perdido a muy temprana edad, ha estado siempre cuidándome y guiándome desde el cielo.

A mis hermanos por ser mi apoyo incondicional durante toda mi vida estudiantil y estar junto a mí en los buenos y malos momentos.

A mi querido tutor Msc. Andrés Luna, quien dedicó su tiempo, su conocimiento, su orientación, su persistencia, su paciencia y su motivación para poder lograr culminar este proyecto.

Gracias a todos quienes fueron parte del trabajo.

DEDICATORIA

A DIOS

Por ser mi fortaleza para poder culminar con este proyecto, por su guía, por su amor y fidelidad.

A MI MADRE

Por ser padre y madre, por su amor, cariño, comprensión, por ser mi mejor amiga y en quien he podido confiar.

Por su apoyo constante, por darme fortalezas y ánimo para salir a delante y poder culminar con esta etapa de mi vida.

Gracias por todo.

A MI PADRE

Con todo mi amor dedico este trabajo a la memoria de mi padre Wilson Arévalo, quien me enseñó que lo más importante en la vida es: la dedicación, el cariño, y el empeño que uno dedique a esas cosas importantes que uno se traza como proyectos en la vida.

Me enseñó que sin esfuerzo nada llega fácilmente y que con la ayuda de Dios siempre triunfaremos de todo mal.

Gracias por estar siempre conmigo.

Mi pedacito de cielo.

CERTIFICACIÓN DEL ESTUDIANTE DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, Dennys Lizeth Arévalo Villarreal, declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor.

Además de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual, todos los derechos del presente Trabajo de Grado, por su reglamento y normatividad institucional vigente, pertenecen a la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Dennys Lizeth Arévalo Villarreal

C.I. 171811681-5

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
PROTOCOLO.....	3
a) Tema.....	3
b) Título	3
c) Líneas de investigación	3
d) Sublínea de investigación	3
e) Sistematización del problema	3
f) Hipótesis.....	3
g) Justificación.....	4
h) Objetivos	4
h.1 Objetivo General.....	4
h.2 Objetivos Específicos.....	5
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	6
1.1. Comunicación.....	6
1.2. Cultura.....	7
1.3. Comunicación cultural	8
1.4. Patrimonio cultural.....	9

1.5. Patrimonio turístico	11
1.6. Posicionamiento.....	12
1.6.1. Ciclos de posicionamiento	12
1.7. Relaciones Públicas.....	14
1.8. Antecedentes de las Relaciones Públicas.....	15
1.9. Importancia de las Relaciones Públicas.....	17
1.10. Imagen corporativa.....	17
1.11. Persuasión.....	19
1.12. Grupo objetivo	20
1.13. Plan de Relaciones Públicas	21
1.14. Público interno	23
1.15. Público externo.....	24
1.16. Gobierno Autónomo Descentralizado	25
1.17. Ordenanza municipal	25
CAPITULO II: MARCO CONTEXTUAL	27
2.1. Ecuador.....	27
2.2. Regiones del Ecuador	29
2.3. Región Sierra.....	29

2.4.	Imbabura	31
2.5.	Otavalo	31
2.6.	Municipio de Otavalo	32
2.7.	Alcalde de Otavalo	33
2.8.	Fiestas tradicionales de Otavalo	34
2.8.1.	Shamanismo.....	34
2.8.2.	Fiesta del <i>Inti Raymi</i>.....	35
2.8.3.	Fiesta del <i>Pawkar Raymi</i>.....	37
2.8.4.	Fiestas del Yamor.....	38
2.8.4.1.	Denominación	38
2.8.4.2.	Antecedentes	38
2.8.4.3.	Objetivo principal de las Fiestas del Yamor	39
2.8.4.4.	Filosofía	39
2.9.	Actividades relevantes Fiestas del Yamor	41
2.9.1.	El Pregón de Fiesta	41
2.9.2.	Elección de la Reina.....	41
2.9.3.	Travesía Natatoria a la Laguna de San Pablo	42
2.9.4.	Festivales de Música	43
2.9.5.	Bendición de las Cosechas.....	43
2.10.	Comité ejecutivo de las Fiestas del Yamor 2015	44
2.11.	A quién va dirigida la Fiesta del Yamor	45

2.12. Presupuesto.....	45
CAPITULO III: MARCO LEGAL.....	46
3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008).....	46
3.2. Plan Nacional del Buen Vivir (2013 – 2017).....	46
3.3. Ordenanza municipal.....	49
CAPITULO IV: INVESTIGACION.....	51
4.1. Problema a Investigar.....	51
4.2. Objetivos de la Investigación.....	51
4.2.1. Objetivo General.....	51
4.2.2. Objetivo Específico.....	51
4.3. Identificación de grupos de interés.....	51
4.3.1. Público Interno.....	51
4.3.2. Público Externo.....	52
4.4. Metodología de Investigación.....	52
4.4.1. Métodos.....	52
4.5. Tipos.....	52
4.6. Técnicas de Investigación.....	53
4.7. Fuentes.....	53
4.7.1. Fuentes Primarias.....	53
4.7.2. Fuentes Secundarias.....	53

4.8. Población.....	53
4.9. Muestra	53
4.10. Cuadro de Entrevistados.....	55
4.11. Diseño de Herramientas Público Interno	55
4.11.1. Entrevista – público interno – Msc. Carlos Cevallos Director Ejecutivo del Yamor 2015	55
4.11.2. Entrevista – público interno – Ing. Ricardo Andrade Director Departamento de Turismo. 58	
4.11.3. Entrevista – público interno – Sra. Colombia Ballesteros, Reina Adulto Mayor	59
4.11.4. Modelo de Encuesta público interno – mismo cantón	60
4.12. Tabulación e Interpretación de Encuesta interna	62
4.13. Diseño de Herramientas Público Externo – Quito.....	76
4.13.1. Entrevista – público externo – Lic. Mónica Salazar, asistente de gerencia en la empresa Proyelec Ingenierías. Vivió 10 años en el cantón Otavalo.	76
4.13.2. Entrevista – público externo – Ing. Wladimir Pérez, ejecutivo de ventas, agencia de viajes Metropolitan Turing.....	78
4.13.3. Entrevista – público externo – Lic. Daysi Vaca, docente Universidad Autónoma Simón Bolívar.	80
4.15. Tabulación e Interpretación de Encuesta externa	87
4.16. Conclusiones de la Investigación Interna	105
4.17. Conclusiones de la Investigación Externa.....	105
CAPITULO V: PROPUESTA	107

5.1. Objetivos	107
5.1.1. Objetivo General	107
5.1.2. Objetivo Específico.....	107
5.2. Públicos Objetivos.....	107
5.3. Eje de comunicación	108
5.4. Análisis PET	108
5.5. Análisis FODA.....	108
5.6. Campaña.....	110
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	116
6.1. Conclusiones	116
6.2. Recomendaciones	117
BIBLIOGRAFIA.....	119
ANEXOS.....	131

ÍNDICE DE GRÁFICO

GRÁFICO N° 1: CICLO DE POSICIONAMIENTO	13
GRÁFICO N° 2: EL CIRCUITO EFICIENTE	22
GRÁFICO N° 3: PÚBLICOS INTERNOS	23
GRÁFICO N° 4: PÚBLICOS EXTERNOS	24
GRÁFICO N° 5: TURISMO ECUADOR	28
GRÁFICO N° 6: CULTURA Y SOCIEDAD	28
GRÁFICO N° 7: REGIONES DEL ECUADOR	29
GRÁFICO N° 8: REGIÓN ANDINA	30
GRÁFICO N° 9: MUNICIPIO OTAVALO	33
GRÁFICO N° 10: ALCALDE CANTÓN OTAVALO	33
GRÁFICO N° 11: REGIÓN ANDINA	34
GRÁFICO N° 12: <i>INTI RAYMI</i>	35
GRÁFICO N° 13: <i>PAWKAR RAYMI</i>	37
GRÁFICO N° 14: REINAS DEL YAMOR	38

GRÁFICO N° 15: PREGÓN DE FIESTA.....	41
GRÁFICO N° 16: CANDIDATAS REINA DEL YAMOR 2015.....	41
GRÁFICO N° 17: TRAVESÍA NATATORIA LAGO SAN PABLO.....	42
GRÁFICO N° 18: FESTIVAL MUSICAL.....	43
GRÁFICO N° 19: RITUAL AGRADECIMIENTO POR COSECHAS.....	43
GRÁFICO N° 20: COMITÉ FIESTAS DEL YAMOR 2015.....	44
GRÁFICO N° 22: PÚBLICOS OBJETIVOS.....	107

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: CUADRO DE ENTREVISTAS	55
TABLA 2: TABLA DE REFERENCIA DE EDAD.....	62
TABLA 3: TABLA DE REFERENCIA DE GÉNERO.....	63
TABLA 4: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 1.....	64
TABLA 5: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 2.....	66
TABLA 6: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 3.....	67
TABLA 7: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 4.....	69
TABLA 8: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 5.....	70
TABLA 9: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 6.....	72
TABLA 10: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 7.....	73
TABLA 11: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 8.....	75
TABLA 12: TABLA DE REFERENCIA DE EDAD.....	87
TABLA 13: TABLA DE REFERENCIA DE GÉNERO.....	88
TABLA 14: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 1.....	89

TABLA 15: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 2.....	90
TABLA 16: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 3.....	92
TABLA 17: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 4.....	93
TABLA 18: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 5.....	95
TABLA 19: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 6.....	96
TABLA 20: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 7.....	97
TABLA 21: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 8.....	99
TABLA 22: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 9.....	100
TABLA 23: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 10.....	102
TABLA 24: TABLA DE REFERENCIA DE PREGUNTA 11.....	103
TABLA 25: ANÁLISIS FODA	109
TABLA 26: ACTIVIDADES DE CAMPAÑA.	110
TABLA 27: ACTIVIDADES DE CAMPAÑA.	111
TABLA 28: ACTIVIDADES DE CAMPAÑA.	112
TABLA 29: CRONOGRAMA	114
TABLA 30: PRESUPUESTO	115

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: GRÁFICO DE EDAD	62
ILUSTRACIÓN 2: GRÁFICO DE GÉNERO	63
ILUSTRACIÓN 3: GRÁFICO PREGUNTA 1.....	65
ILUSTRACIÓN 4: GRÁFICO PREGUNTA 2.....	66
ILUSTRACIÓN 5: GRÁFICO PREGUNTA 3.....	68
ILUSTRACIÓN 6: GRÁFICO PREGUNTA 4.....	69
ILUSTRACIÓN 7: GRÁFICO PREGUNTA 5.....	71
ILUSTRACIÓN 8: GRÁFICO PREGUNTA 6.....	72
ILUSTRACIÓN 9: GRÁFICO PREGUNTA 7.....	74
ILUSTRACIÓN 10: GRÁFICO PREGUNTA 8.....	75
ILUSTRACIÓN 11: GRÁFICO DE EDAD	87
ILUSTRACIÓN 12: GRÁFICO DE GÉNERO	88
ILUSTRACIÓN 13: GRÁFICO PREGUNTA 1.....	89
ILUSTRACIÓN 14: GRÁFICO PREGUNTA 2.....	91
ILUSTRACIÓN 15: GRÁFICO PREGUNTA 3.....	92

ILUSTRACIÓN 16: GRÁFICO PREGUNTA 4.....	94
ILUSTRACIÓN 17: GRÁFICO PREGUNTA 5.....	95
ILUSTRACIÓN 18: GRÁFICO PREGUNTA 6.....	96
ILUSTRACIÓN 19: GRÁFICO PREGUNTA 7.....	98
ILUSTRACIÓN 20: GRÁFICO PREGUNTA 8.....	99
ILUSTRACIÓN 21: GRÁFICO PREGUNTA 9.....	101
ILUSTRACIÓN 22: GRÁFICO PREGUNTA 10.....	102
ILUSTRACIÓN 23: GRÁFICO PREGUNTA 11.....	104

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: AFICHE FIESTAS DEL YAMOR 2014.....	131
ANEXO 2: CORAZA, PERSONAJE PRINCIPAL FIESTAS DEL YAMOR.....	132
ANEXO 3: DANZANTES FIESTAS DEL YAMOR 2014.....	132
ANEXO 4: LUISITO OTAVALO, PERSONAJE TRADICIONAL FIESTAS DEL YAMOR.....	133

PIEZAS GRÁFICAS

PIEZA GRÁFICA 1: VIDEO PUBLICITARIO	123
PIEZA GRÁFICA 2: AFICHE YAMOR	124
PIEZA GRÁFICA 3: DIBUJO REPRESENTATIVO FIESTAS DEL YAMOR.....	125
PIEZA GRÁFICA 4: SPOT PUBLICITARIO FIESTAS DEL YAMOR.....	126
PIEZA GRÁFICA 5: AFICHE FERIA CULTURAL Y GASTRONÓMICA	127
PIEZA GRÁFICA 6: STANDS CENTROS COMERCIALES	129
PIEZA GRÁFICA 7: BUSES PUBLICITARIOS FIESTAS DEL YAMOR	130
PIEZA GRÁFICA 8: RECUERDOS PUBLICITARIOS FIESTAS DEL YAMOR.....	130

INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca promocionar el patrimonio turístico del cantón Otavalo en función de las “Fiestas del Yamor”, con base en las Relaciones Públicas como elemento dinamizador e integrador para una mejor vinculación entre el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Otavalo y los grupos de interés o *stakeholders*.

Se hace referencia al planteamiento del problema donde se describe brevemente la situación actual del patrimonio turístico ecuatoriano; a continuación se plantea el problema como interrogante con suposiciones causales próximas a comprobar la relación entre el GAD de Otavalo y los *stakeholders* y su incidencia en la dinamización de las “Fiestas del Yamor”. Se continúa con la definición de los objetivos tanto generales como específicos que se pretenden alcanzar durante el desarrollo del presente estudio; se exponen las circunstancias y situaciones que motivaron la realización de la investigación.

El Capítulo I correspondiente al Marco Teórico, describe antecedentes del patrimonio turístico, su fundamentación teórica, y encontraremos elementos como: la comunicación, las relaciones públicas, publicidad, imagen, posicionamiento, grupos objetivos, etc. Posteriormente se mencionará la estructura legal sobre la cual se desarrolla el tema de la presente investigación, así como conceptos básicos que apoyan en la comprensión de su desarrollo.

El Capítulo II corresponde al Análisis Situacional, el mismo que busca determinar el ámbito contextual, con la finalidad de comprender las características del sector, teniendo como base de un análisis FODA en la identificación de unas mejores estrategias para la vinculación entre el GAD de Otavalo y los *stakeholders* en función de las Fiestas del Yamor.

El Capítulo III corresponde al Marco Legal donde se especifican los diferentes reglamentos, ordenanzas en las cuales se rige el GAD del cantón Otavalo para la planificación y ejecución de las Fiestas del Yamor; de la misma manera, se toman en cuenta los artículos de la Constitución de la República del Ecuador que hacen referencia al patrimonio cultural y de la misma manera el Plan Nacional del Buen Vivir.

El Capítulo IV, Marco Metodológico, especifica los diferentes tipos de investigación a utilizarse: exploratoria, documental, de campo, descriptiva, explicativa, correlacional, los cuales darán veracidad y confiabilidad a la investigación. Se expone la población y muestra en la cual se enfocará el estudio; a continuación se establece una matriz de variables, dimensiones e indicadores; también se detallan las técnicas e instrumentos utilizados. Además, presenta los resultados mediante tablas y gráficos que favorezcan el entendimiento de la investigación realizada a través de los diferentes instrumentos aplicados, así como el análisis e interpretación de los resultados.

El Capítulo V corresponde a la Propuesta, describe la creación de un plan de Relaciones Públicas con el objetivo de posicionar las Fiestas del Yamor en función de una mayor vinculación de los *stakeholders*, con el fin de mejorar las relaciones públicas por medio de estrategias y tácticas.

El Capítulo VI, determina las Conclusiones y Recomendaciones finales que ha generado la realización de la presente investigación.

PROTOCOLO

a) Tema

Comunicación y patrimonio turístico ecuatoriano. Propuesta para la aplicación de las Relaciones Públicas en la promoción del patrimonio turístico del cantón Otavalo. Estudio de Caso: Campaña “Fiestas del Yamor”.

b) Título

Propuesta para fomentar el posicionamiento de las Fiestas del Yamor.

c) Líneas de investigación

Comunicación para el desarrollo social.

d) Sublínea de investigación

Difusión de la identidad nacional.

e) Sistematización del problema

- ¿La estructura comunicacional que tiene actualmente el GAD de Otavalo permite mejorar el turismo de las “Fiestas del Yamor”?
- ¿Cuál es el desempeño comunicacional de los servidores públicos del GAD de Otavalo ante los *stakeholders*?
- ¿Qué impacto tiene un plan de Relaciones Públicas para promocionar las Fiestas del Yamor en el desempeño turístico del GAD de Otavalo?

f) Hipótesis

El plan de Relaciones Públicas de promoción de las “Fiestas del Yamor”, servirá de plataforma en la política comunicacional del GAD de Otavalo para expandir el turismo

interno y obtener una mayor vinculación con los diferentes *stakeholders*, con la meta de una dinamización socio – económica del sector.

g) Justificación

El plan de Relaciones Públicas de promoción de las Fiestas del Yamor, servirá de plataforma en la política comunicacional del Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, para expandir el turismo cultural interno y una mayor vinculación con los diferentes *stakeholders* con la meta de una dinamización socio – económica del sector.

La promoción turística tiene como objetivo principal incrementar la intención de viaje en el país o región, diversificando la oferta turística destacando la cultura, el comercio y la gran habilidad textil que maneja la ciudad de Otavalo; de la misma manera podemos concienciar la importancia y calidad de la actividad y servicio turístico que ofrece la cultura de Otavalo.

Mediante la comunicación y promoción podemos incentivar en los turistas nacionales y extranjeros que conozcan Otavalo, ya que es una de las ciudades reconocida por su interculturalidad y sus grandes habilidades textiles y comerciales, de esta manera incrementaríamos el turismo en la ciudad y por ende obtendríamos mayor rentabilidad e ingresos para el cantón Otavalo.

h) Objetivos

h.1 Objetivo General

Implementar una propuesta para la aplicación de las Relaciones Públicas en la promoción del patrimonio turístico de las Fiestas del Yamor

h.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional del estado actual de las Fiestas del Yamor como destino turístico del cantón Otavalo.
- Conocer las prioridades que tienen los turistas quiteños al momento de elegir un destino turístico dentro del Ecuador.
- Diseñar un plan de Relaciones Públicas para promocionar las Fiestas del Yamor del cantón Otavalo entre los turistas de Quito.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

Arrancamos este trabajo profundizando en los ejes teóricos que respaldan nuestra investigación, haciendo mención a los autores, teorías y postulados que se han ocupado de investigar acerca del patrimonio turístico, comunicación y patrimonio cultural del Ecuador, en especial del cantón Otavalo.

A continuación podemos detallar el contenido propio del tema de investigación, inmiscuyéndonos en los puntos con más detalle, lo que permitirá demostrar el porqué del tema seleccionado.

1.1.Comunicación

La comunicación es el medio por el cual todas las personas enviamos y recibimos mensajes, “es un accionar y un efecto de comunicar o comunicarse”. (Real Academia Española, 2010).

Antonio Pascuali (2002), define que “comunicación deriva del adjetivo latino *communis* que significa común y del verbo *comunicare* que puede traducirse como compartir. La comunicación es una función que permite, por medio de signos y señales, el intercambio de ideas. El mensaje es portador de significado”.

Para conseguir una comunicación efectiva, Carlos Román (2005), menciona que es indispensable manejar los nueve elementos que intervienen en el proceso de comunicación. Estos elementos son: emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto, ruidos, filtros y *feedback*.

Para poder enviar un mensaje se necesita del emisor, que es la persona quien toma la iniciativa de comunicar, o efectuar un mensaje que será recibido por el receptor, de esta

manera el mensaje viene a ser un conjunto de ideas que serán transmitidas mediante códigos o canales.

El código es la acción mediante el cual, el emisor y receptor comparten el mensaje a través del canal. El canal es el medio que se utilizará para enviar el mensaje, estos pueden ser, oral-auditivos o gráfico-visuales.

El contexto viene a ser el ámbito donde se ha desarrollado la comunicación, tomando en cuenta los ruidos que vienen a formar parte de las alteraciones al momento de transmitir el mensaje. Los filtros se caracterizan por ser los valores, experiencias, conocimientos, y expectativas que tengan el emisor y el receptor.

Para finalizar en el proceso de comunicación tenemos el *feedback*, que es la retroalimentación del mensaje devuelto por parte del receptor al emisor según su interpretación. (Arrugo M, 2001).

Gracias a la comunicación todas las personas podemos tener una interactividad con una o varias personas a la vez, de esta manera podemos llegar a obtener acuerdos ya sean personales u organizacionales. La comunicación es una herramienta que las personas utilizamos para interpretar, reproducir, mantener y transformar el significado de las cosas. La comunicación, entonces, constituye la esencia de la cultura, de la empresa y de la vida misma

1.2.Cultura

En la antigüedad la palabra *Cultura* se le hacía referencia al cultivo, al suelo, a las tierras, a las cosechas y en la actualidad se le hace referencia a las obras producidas por el hombre, es decir, por sus conocimientos, cultivo de su inteligencia. Se define cultura a “la suma de las creaciones humanas acumuladas en los transcurso de los años” (Alvear C, 2004).

La historia de la cultura pone delante del hombre actual la gran suma de las realizaciones del pasado, como una enseñanza de valor inapreciable, a fin de entender mejor ese pasado y actuar mejor en el presente (Alvear C, 2004).

La cultura ha venido dejando huellas en cada una de las personas conforme van pasando las generaciones, son un conjunto de valores y creencias que han dejado nuestros antepasados, hoy en día si bien es cierto han existido cambios, pero sin embargo en muchas ciudades como en el cantón Otavalo, todavía tienen presente la cultura, los valores y las habilidades que han dejado sus ancestros.

1.3.Comunicación cultural

La relación entre cultura y comunicación es paradójica y a menudo incomprendida en nuestra sociedad contemporánea. No hay cultura socialmente existente que no tenga, unido a ella, un plan de difusión y, por tanto, una comunicación constante ante determinados sectores sociales, por pequeños que estos sean. Así, también es difícil pensar una comunicación que no tenga aspectos creativos y deje de transmitir valores de cultura, de identidad. (Bustamante Enrique, 2006)

“La comunicación es inseparable de la cultura. Es el otro lado de la misma moneda. No puede existir la una sin la otra. La cultura es comunicación y la comunicación es cultura”. (Hall and Hall, 1990).

En búsqueda de establecer parentescos entre cultura y comunicación, Umberto Eco (1977) plantea una doble hipótesis explicativa:

- Todo fenómeno comunicativo es cultural (en tanto los signos dependen, necesariamente, de la producción simbólica).

- Todo fenómeno cultural es necesariamente comunicativo (la producción simbólica de una sociedad sólo se constituye a partir de la puesta en común de signos).

Podemos decir que la comunicación y la cultura van de la mano; la comunicación es un medio a través del cual se transmite un mismo concepto a una persona o grupo de personas, por lo que pasa a ser un mensaje compartido y que se transmitirá de generación en generación, manteniendo así las tradiciones de cada cultura, estableciendo de esta manera una serie de costumbres definidas y entendidas como algo normal, rechazando y si querer pertenecer a otras culturas.

En este tema se hace referencia a la comunicación que existe entre el GAD y la comunidad del cantón Otavalo, es decir, al momento de tener una comunicación en difundir los eventos culturales que se realicen en dicho cantón como las Fiestas del Yamor, que son organizadas directamente por la municipalidad del cantón.

1.4.Patrimonio cultural

El patrimonio cultural es un valor agregado que tiene cada ciudad que les diferencie una de otra, de esta manera se debe hacer conciencia para no destruir y mucho menos tomarlos como colecciones ya que son representativos e invaluableles.

El ser humano es considerado como uno de los agentes principales de degradación del patrimonio cultural, por su desconocimiento, falta de conciencia del valor, significado y representación que tiene cada patrimonio. (Cuetos, 2012)

El Ecuador cuenta con 22 ciudades que son declaradas patrimonio cultural nacional histórico; tomando en cuenta que Quito, Cuenca, Loja, Riobamba y Galápagos fueron declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, por conservación de

lugares históricos y coloniales, museos e iglesias antiguas y reserva faunística (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2015).

Las ciudades declaradas como patrimonio cultural son aquellas que evidencian la riqueza patrimonial y la herencia cultural del país. Las ciudades que conforman son: Alausí, Azogues, Baeza, Cajabamba-Sicalpa, Catacocha, Cuenca, Girón, Gualaceo, Guaranda, Ibarra, Latacunga, Loja, Montecristi, Nabón, Quito, Riobamba, Saraguro, Sangolquí, San Gabriel, San Miguel de Bolívar, Sígsig y Zaruma.

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural realizó un proyecto que busca potenciar el patrimonio cultural existente en las ciudades que guardan bienes pertenecientes al patrimonio cultural del Estado. El primer trabajo que se realizó es efectuar un levantamiento catastral de las riquezas arqueológicas, culturales, histórica, religiosas y otras. Otro trabajo es ordenar el territorio y los espacios patrimoniales para usos adecuados, garantizar la conservación y dinamizar la economía local, generar condiciones de inversión en actividades culturales (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2015).

Se podría decir que el patrimonio cultural es una historia o leyenda intacta de un pasado, en el caso del cantón Otavalo el patrimonio cultural son sus antepasados y como han venido evolucionando hasta la actualidad sin perder ese rasgo histórico y cultural que deben mantenerse como patrimonio cultural.

Dentro del cantón Otavalo, según el INPC (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural), existen 594 bienes patrimoniales inventariados del cantón que han sido elegidos por sus arquitecturas, ubicación, historia y simbolismo, lo que representan como patrimonio cultural de Otavalo. (Quisoboni Robinson, 2014)

1.5. Patrimonio turístico

Es el conjunto de bienes, naturales y culturales, materiales e intangibles, que actúan como atractivos y promueven el desplazamiento de viajeros para su conocimiento y disfrute. "Es el conjunto de bienes, libres por lo general y no apreciables en dinero, pertenecientes a una comunidad determinada, los cuales, por estar en un espacio concreto, pueden producir una utilidad económica al ser empleados en actividades turísticas" (Jiménez Guzmán, 1986). Dentro del boletín trimestral que ofrece el Ministerio de Turismo, menciona los porcentajes turísticos, haciendo referencia al ingreso de extranjeros a nuestro país, en el Ecuador tenemos un incremento del 6.4% de visitantes extranjeros con referencia al año anterior 2014.

El patrimonio turístico pertenece a una comunidad, por tanto está sujeto a la vida social pública, y es imprescindible para el desarrollo del capital turístico. "El patrimonio turístico se encuentra conformado por bienes libres de valor pecuniario pero que pueden ser transformados económicamente" (Jiménez Guzmán, 1986).

Ecuador registra por 21vo trimestre consecutivo un incremento sostenido en la llegada de visitantes extranjeros al país. Con estas cifras Ecuador espera obtener cerca de USD 388 millones de ingresos por concepto turístico, es decir, 24 millones más de lo que se recibió durante el mismo periodo del 2014 (Ministerio de Turismo, 2015).

Ecuador tiene una variedad de lugares turísticos en cada una de sus regiones; costa, oriente y en la sierra cuentan con un destino turístico muy extenso, uno de ellos es el cantón Otavalo, es una de las ciudades más visitadas por turistas extranjeros y nacionales, entre sus atractivos los más concurridos son la plaza de ponchos, la feria de artesanías, el lago San Pablo, entre otros lugares; también el cantón celebra las Fiestas del Yamor que son una de las más conocidas y visitadas por turistas donde celebran las cosechas.

1.6.Posicionamiento

En la revista virtual *GPS NEWS* (2015) se menciona que uno de los principales objetivos de las Relaciones Públicas es lograr un posicionamiento de los valores de una marca u organización en la mente de los consumidores o clientes que nos permitan alcanzar los objetivos planteados. De esta manera, un posicionamiento significa dar una excelente posición dentro del mercado en el que nos estamos desempeñando, es decir, posicionarnos en la mente de nuestros consumidores.

En la Revista virtual del mundo de la comunicación y las RRPP *GPS NEWS* (2015), se señala los ciclos o pasos que se deben realizar para cumplir un buen posicionamiento, los ciclos que se deben cumplir son los siguientes:

1.6.1. Ciclos de posicionamiento

Comprensión

El primer paso de la comunicación es llegar a una comprensión, es decir, profundizar la comprensión de las actividades de las organizaciones.

Mensaje clave

Realizar mensajes con palabras claves, comprensibles para los clientes ya que de esta manera empezamos a posicionarnos en la mente de los consumidores.

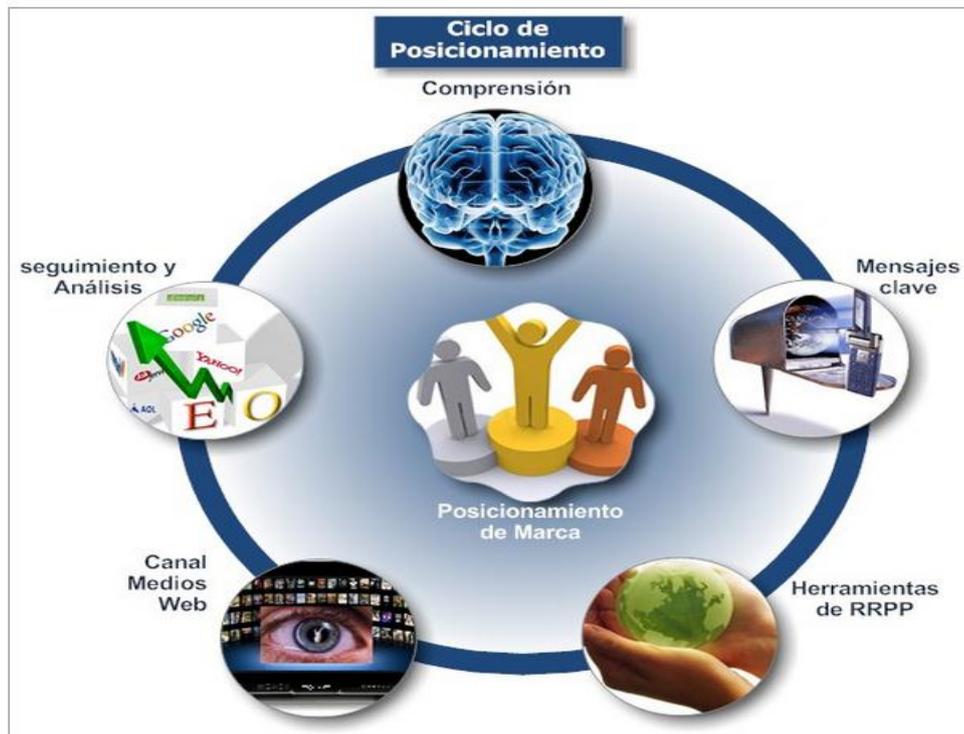
Herramientas de Relaciones Públicas

Son las herramientas que se utilizan para posicionar a la organización, los objetivos, estrategias y tácticas a utilizar son un apoyo para las herramientas de Relaciones Públicas.

El canal

Es el medio por el cual nos vamos a comunicar con la audiencia a la que nos vamos a hacer conocer, ya sea por medios como radio, prensa, televisión e internet.

Gráfico N° 1: Ciclo de Posicionamiento



Elaborado por: Revista GPS NEWS

Medir y analizar

Nos permite darnos cuenta la imagen real que tiene la organización y en muchos de los casos no es la imagen que nosotros creemos tenerla. De esta manera podemos tomar decisiones ya teniendo un análisis previo.

1.7.Relaciones Públicas

Las Relaciones Publicas son “la función directiva que establece y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre la organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso” (Manuel Palencia LeflerOrs, 2008), esto quiere decir que las Relaciones Públicas permiten planificar y ejecutar acciones comunicativas que pretenden establecer vínculos positivos con todos los públicos de la organización.

Las Relaciones Públicas interactúan directamente con las fuentes de información externas, incluyendo el público, los medios de comunicación y los poderes públicos, y traslada los datos recogidos a la dirección cuando transmiten sus recomendaciones; las Relaciones Públicas se convierten en el vehículo mediante el cual la dirección llega a su público a través de los mensajes seleccionados (Dennis L. Wilcox Glen T. Cameron Jordi Xifra, 2012).

Las Relaciones Públicas son un proceso, es decir, un conjunto de acciones, cambios o funciones que implican un resultado, la actividad de Relaciones Públicas se compone de cuatro elementos clave:

- **Investigación.**- ¿Cuál es el problema o la situación que será investigada?
- **Acción.**- ¿Qué se va a hacer al respecto? Es la planificación de un programa.
- **Comunicación.**- ¿Cómo se va a informar al público? Es la planificación.
- **Evaluación.**- ¿Se logró llegar al público? ¿Cuál fue el efecto?

Las Relaciones Públicas, como ya se ha afirmado, se componen de multitud de elementos, que van desde la asesoría hasta la gestión de conflictos potenciales y la gestión de eventos. Las relaciones con los medios y la redacción periodística, aunque son

importantes, son tan solo dos de estos elementos. Además, la práctica de las Relaciones Públicas requiere pensar términos estratégicos, tener capacidad para resolver problemas y otras competencias directivas y de gestión.

Según Edward L. Bernays “son un intento, a través de la información, la persuasión y el cambio, de lograr el apoyo público para una actividad, causa, movimiento, o institución”.

Las Relaciones Públicas son aquellas que nos permiten tener un vínculo, una relación, un acercamiento ya sea con una persona, empresa u organización, con el fin de construir, gestionar y mantener una imagen positiva de las mismas ante sus públicos o grupo objetivo.

Son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras (Antonio Castillo, 2009).

1.8. Antecedentes de las Relaciones Públicas

Si se aplica esa concepción histórica se puede afirmar que su nacimiento tiene lugar a principios de este siglo y en Estados Unidos. Así, el término ya fue utilizado por primera vez en 1882, en una conferencia pronunciada por el abogado Dorman Eaton (Eaton Dorman, 1882), en Yale Law School bajo el título “The Public Relations and the Duties of the Legal Profession”, con motivo de la entrega de títulos a la promoción de 1882 que había finalizado sus estudios en derecho.

Otros autores como Noguero (Noguero Edward, 1995), citan precedentes más antiguos concretados en el reverendo Hoyt en 1827 que utilizaba el término con connotaciones de responsabilidad corporativa.

En 1897, la firma Westinghouse crea el primer departamento de Relaciones Públicas con la finalidad de integrar a las empresas y gobiernos en sistemas interconectados de comunicación y desarrollo social. En 1908 el presidente de la American Telephon and Telegraph Company, Newton Vail utiliza el término Relaciones Públicas cuando presenta el informe anual de la sociedad dando lugar a la integración entre Relaciones Públicas y las instituciones. (Antonio Castillo Esparcia, 2010)

En el libro Introducción a las Relaciones Públicas del autor (Antonio Castillo Esparcia, 2010) nos dice que tradicionalmente se pueden catalogar cinco periodos fundamentales en su evolución:

- a) Desde finales del S. XIX a 1914, con algunos ejemplos de acciones de relaciones públicas que se iban configurando hacia las organizaciones.
- b) De 1914 a 1918 fuertemente influidas con las técnicas de propaganda, que se aplicaron en la I Guerra Mundial y sobre todo, en los Estados Unidos aparece la gran estrategia de comunicación para convencer a su población de que era necesario entrar en la guerra.
- c) De 1919 a 1929 se produce una cierta aversión a la potencialidad de la comunicación, donde se comienzan a insertarse como disciplina universitaria y tiene lugar el primer libro de relaciones públicas.
- d) De 1929 hasta 1945 se potencia la actividad de las relaciones públicas dirigidas a las grandes masas, en base del esfuerzo comunicativo que supuso la II Guerra Mundial.

e) A partir de 1945 y hasta nuestros días, se vincula a las relaciones públicas en los campos político, social y económico.

1.9. Importancia de las Relaciones Públicas

La labor de las Relaciones Públicas es la persuasión (Barquero José Daniel, 2005). Siguiendo con los postulados de Barquero, la importancia de las Relaciones Públicas se basa en generar y mantener un vínculo directo entre consumidor y empresa teniendo una imagen positiva, ya que de esta manera se reflejarían resultados favorables para la organización ya sean económicos o de prestigio.

Actualmente las relaciones públicas en la industria, empresas y negocios contribuyen de manera directa en el incremento de ventas, difusión de su imagen y presencia de su marca, reflejándose en el posicionamiento ya sea de un producto o servicio. (Octavio Rojas Orduña, 2012)

Los especialistas en Relaciones Públicas son aquellas personas con la capacidad de entender las necesidades de los clientes, satisfaciendo las mismas por medio de una persuasión con el fin de obtener un beneficio para la organización.

1.10. Imagen corporativa

La memoria visual es más fuerte que la memoria auditiva. (Joan Costa, 2009)

Joan Costa define la imagen corporativa, como la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización.

De esta manera, imagen corporativa es un concepto basado claramente en la idea de recepción y debe ser diferenciado de otros tres conceptos básicos: identidad corporativa, comunicación corporativa y realidad corporativa.

Según Joan Costa, es el conjunto coordinado de signos visuales por las cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad o un grupo como institución.

Los signos que integran el sistema de identidad corporativa tiene la misma función, pero cada uno posee características comunicacionales diferentes. Estos signos se complementan entre sí, con lo que provocan una acción sinérgica que aumenta su eficiencia en conjunto. Estos signos son; lingüísticos, icónicos y cromáticos.

La imagen corporativa en simples palabras es como nos ven los de afuera. Es la forma o modo que identifica a la empresa, la idea fundamental es comunicar a través de cualquier de cualquier elemento de la compañía que la diferencien de las demás (Daniel Barquero José, 2005).

La imagen corporativa es aquella imagen que nosotros proyectamos a nuestro público externo, es decir, mediante nuestros colores corporativos, nuestro diseño o logotipo, nuestros mensajes que llegan y se quedan en la mente de nuestros consumidores.

La idea es crear para innovar y crecer para sobresalir. Para esto, la imagen es lo más importante, se la debe cuidar, o empezar a construir.

La imagen de la empresa según Joan Costa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad.

1.11. Persuasión

Gardner Howard (2004), expresa esta concepción del arte de persuadir con las siguientes palabras: “Depende de nosotros el elegir el uso que le demos (a las técnicas de la persuasión) y hacerlo de una forma egoísta y destructiva, o de un modo que sea generoso y logre mejoras en la vida”. De esta forma, las técnicas propuestas por los teóricos de la comunicación no serían ni buenas ni malas, pues su valor ético dependería del fin para el cual fueran usadas.

Otros autores como (Baker y Martinson, 2001) proponen que para que la persuasión sea ética deben cumplirse cinco principios:

1. Veracidad del mensaje: decir la verdad sin deformar la información.
2. Autenticidad del que busca persuadir: ser genuino y actuar en armonía con lo que uno cree.
3. Respeto por los receptores: que sean tratados como fines y no como medios, evitar usarlos para beneficio personal, o el de la empresa.
4. Uso justo del atractivo del mensaje persuasivo: evitar sólo hablar de los aspectos positivos de la propuesta. En especial, con audiencias vulnerables, como son los niños y las personas con poca escolaridad. Ellos deben ser tratados de acuerdo con sus limitaciones para entender los costos y los daños potenciales de aquello que se les pide realizar. De otra forma, la persuasión sería abusiva y manipuladora.
5. Responsabilidad social: es necesario tener en consideración los efectos de la comunicación persuasiva en la comunidad y en la sociedad como un todo. No sería ético tratar de alcanzar los objetivos de ventas o la rentabilidad de una empresa a costa del bien común.

En resumen, para que la persuasión sea ética, debe respetar la dignidad del receptor, al permitirle hacer una elección voluntaria, informada, racional y reflexiva.

Capacidad o habilidad para convencer a una persona mediante razones o argumentos para que piense de una determinada manera o haga cierta cosa. (Real Academia Española, 2010)

Tener la capacidad de convencimiento para saber llegar a cada una de las personas y de esta manera obtener resultados favorables.

1.12. Grupo objetivo

El público objetivo según los autores María Ángeles González Lobo y Enrique Carrero López (2008), definen como un conjunto de personas con ciertas características comunes a las que dirigirse, en definitiva, se trata de elegir a aquel público que se quiere alcanzar, por tanto, será un segmento de la población con rasgos comunes y con cierto nivel de homogeneidad.

Criterios para definir grupos de público objetivo:

Hay tres tipos de criterios que permiten agrupar a los miembros de una comunidad:

- **Sociodemográficos:** agrupan a los individuos en función de variables como el sexo, la edad, su hábitat, el nivel de estudios y su posición en el hogar.
- **Socioeconómicos:** agrupan a los individuos por aspectos como ingresos, clase social.
- **Psicológicos:** aprovechando el gran conocimiento que se tiene ahora de los individuos y la cantidad de información de la que se dispone, se tiene en cuenta la personalidad, el estilo de vida y el sistema de valores.

Tomando en cuenta los autores citados, damos crédito a que esta investigación define como grupos objetivos, a aquellas personas que tienen una relación directa con la

organización y que de alguna manera tienen una interacción entre sí, son accionistas de la empresa u organización, miembros de la sociedad, medios de comunicación, etc.

1.13. Plan de Relaciones Públicas

Vale decir que el propósito específico de un plan de Relaciones Públicas está incrustado en el organigrama general de la propia empresa. No es un programa aislado. Las Relaciones Públicas existen para que la empresa ya sea privada o pública alcance más rápidamente su objetivo general gracias al apoyo consciente y racional de sus públicos. En esencia, las Relaciones Públicas se identifican con las finalidades sociales participando de forma directa en el proceso de desarrollo. (José Daniel Barquero Cabrero, 2010)

Cada plan que se realice será diferente a todos. La creatividad y la adaptación al contexto organizacional son la clave para realizar el proyecto.

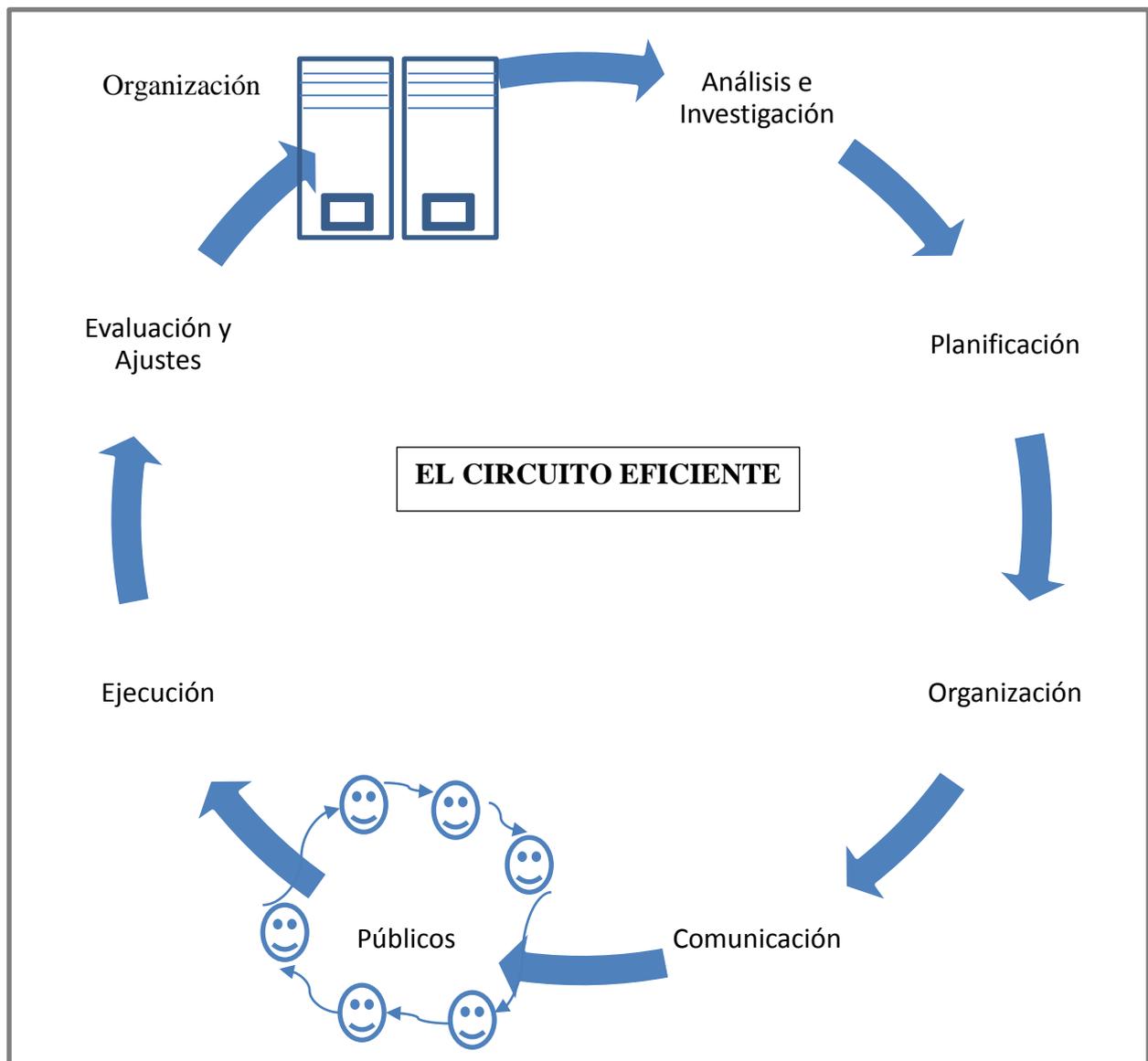
También se ofrecen definiciones, conceptos y sugerencias a seguir para un mejor entendimiento y fortalecimiento del proyecto, que a su vez, servirán como guía a la empresa para un mejor cumplimiento de los objetivos planteados en dicho plan. (Silvina Berdun Lucia Robaina y Mauricio Casalino, 2001-2015)

Un plan estratégico de Relaciones Públicas incluye una serie de pasos que se debe seguir, denominados tácticas, a través de los cuales se alcanzan los objetivos planteados. Esto supone un diagnóstico cuya aplicación responderá a coyunturas diferentes para cada organización. El profesional lo elabora y ejecuta dicho plan, dependiente de un conjunto de factores, tales como creatividad, conocimientos, recursos, medio ambiente y tipo de organización. (Carlos Alarico Gómez y Amílcar Gómez Delgado, 2003)

El plan de Relaciones Públicas se va diseñando conforme las necesidades que esté pasando la empresa, es decir, creando nuevas estrategias, tácticas y acciones, para obtener resultados favorables en la empresa u organización en la que estemos desempeñando.

Tomando en cuenta la imagen que tiene proyectada la organización hacia su público objetivo, el plan de Relaciones Públicas tiende a afianzar las relaciones existentes con sus públicos ya sean internos o externos y consolidar lazos de negociación con empresas u organizaciones. (Carlos Alarico Gómez y Amílcar Gómez Delgado, 2003)

Gráfico N° 2: El circuito eficiente



Elaborado por: (Carlos Alarico Gómez y Amílcar Gómez Delgado, 2003)

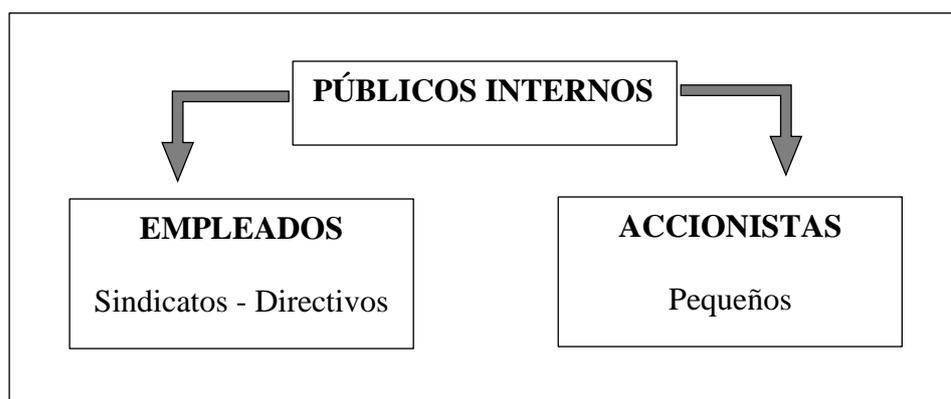
En el tema a tratar el plan de Relaciones Públicas se da mediante la investigación a realizar a los turistas que frecuentan visitar el cantón Otavalo en sus fiestas, partiendo de esa investigación se realizará el plan de Relaciones Públicas con nuevas estrategias y tácticas para poder llegar a nuestro público objetivo que son los turistas nacionales.

1.14. Público interno

El público interno es aquel que consta de personas que ya están conectadas con una organización y con quienes la organización se comunica normalmente en la rutina ordinaria de trabajo (María Isabel Míguez González, Los públicos en las relaciones públicas, 2009).

Público interno es aquel que consta de personas que ya están conectadas con una organización y con quienes la organización se comunica normalmente en la rutina ordinaria de trabajo. El público interno típico en una industria son los empleados, gerentes, accionistas,. (Kathy Matilla, 2009)

Gráfico N° 3: Públicos Internos



Elaborado por: (Kathy Matilla, 2009)

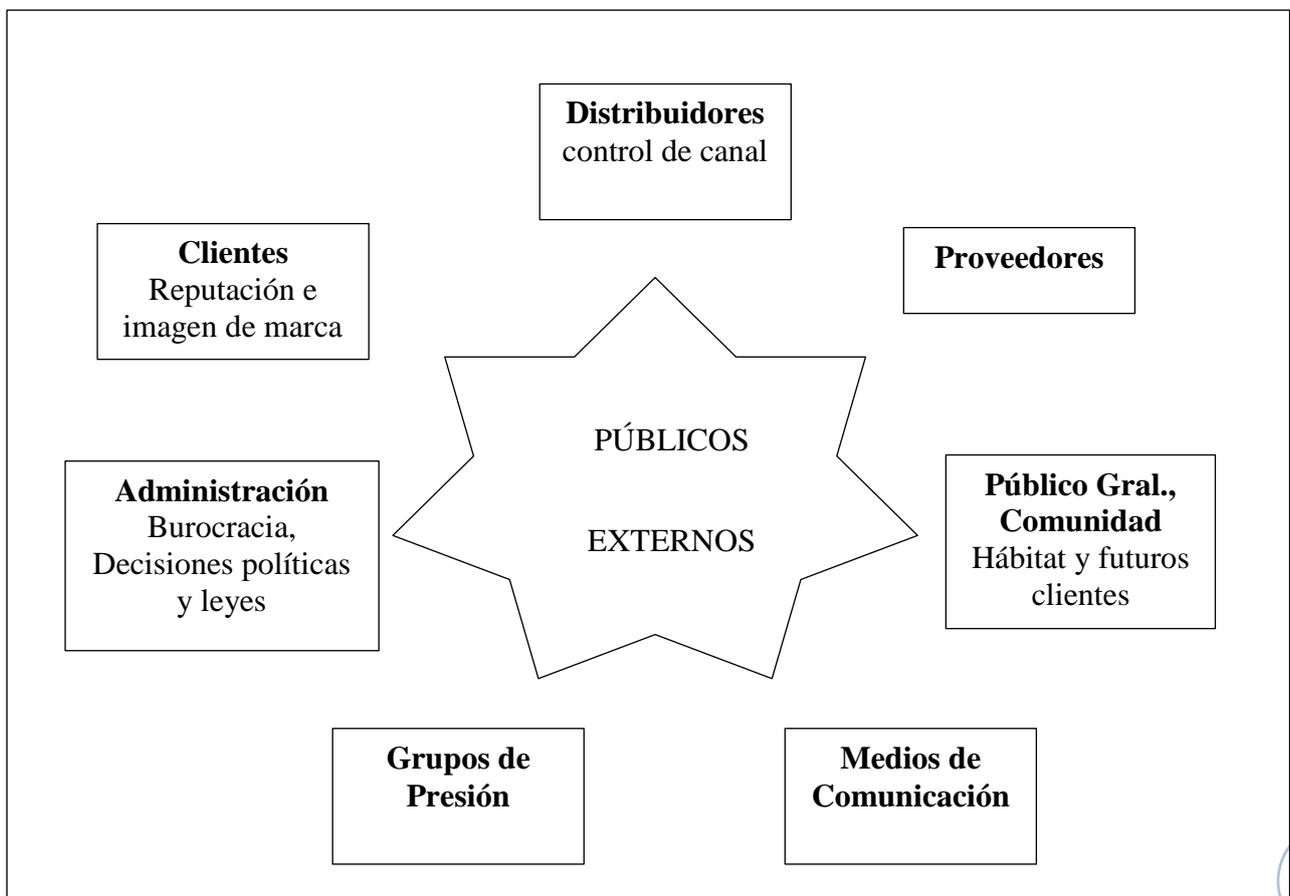
El público interno es aquel que tiene un interés específico en la empresa, tiene un vínculo directo en su funcionamiento como son su personal colaborador, familiares del personal colaborador, personal voluntariado.

1.15. Público externo

Los públicos externos se componen de grupos que no están necesariamente relacionados con la organización aunque pueden afectar a su bienestar (María Isabel Míguez González, 2009).

Está compuesto de personas que no necesariamente se relacionan con una organización particular. Por ejemplo, los miembros de la prensa, educadores, autoridades gubernamentales, no es posible callar cuando se trata de público externo debido a una serie de razones que van más allá del hecho de que la comunicación con ellos es inevitable en el curso ordinario de las negociaciones (Kathy Matilla, 2009).

Gráfico N° 4: Públicos Externos



Elaborado por: (Kathy Matilla, 2009)

Los públicos externos son aquellos que se desvinculan de la organización, estos pueden ser las personas o entidades que están en sus alrededores como los consumidores, inversores, gobierno, medios de comunicación, etc.

1.16. Gobierno Autónomo Descentralizado

Los GAD son instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera y se rigen a varios principios como la solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, regula a través de la Ordenanza que Regula la Organización de las Fiestas del Yamor, la asignación presupuestaria que garantice la realización de la misma de acuerdo con las expectativas del pueblo otavaleño.

1.17. Ordenanza municipal

Una Ordenanza es un acto normativo a través del cual se expresa el Concejo Municipal para el gobierno de su respectiva sección de provincia en temas que revisten interés general y permanente para la población y cuya aplicación y cumplimiento es de carácter obligatorio desde su publicación (Jorge Machicado, 2012).

Según el diccionario de la Real Academia Española (2010) define a ordenanza como un conjunto de preceptos para el régimen de los militares y buen gobierno en las tropas, o para el de una ciudad o comunidad.

La ordenanza municipal es aquella dictada por la máxima autoridad de una municipalidad o un ayuntamiento y con validez dentro del municipio o comuna (Definición.com).

CAPITULO II: MARCO CONTEXTUAL

2.1. Ecuador

Oficialmente denominado como República de Ecuador; es un país de América, ubicado en la región noroccidental de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al oeste con el océano Pacífico, al sur y al este con Perú.

Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad, teniendo un sinnúmero de especies animales y vegetales. Estos antecedentes encaminan al país en redactar la primera Constitución en el mundo, que vela por los derechos de la naturaleza. (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

El turismo en el Ecuador inicia su desarrollo moderado en los años 50 del siglo XX, es principalmente en las tres últimas décadas, en que empieza a consolidarse como actividad económica y socio-cultural de importancia (Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solis, 2007), el turismo representa para el Ecuador la tercera actividad en importancia económica, luego del petróleo y el banano.

Ecuador recibió en el 2014 un aproximado de 1,3 millones de turistas extranjeros, lo cual posiciona al país como uno de los referentes regionales en recepción de turismo internacional. (Ministerio de Turismo, 2015)

Ecuador es un lugar donde los mejores escenarios de la naturaleza se presentan cerca uno de otro. Tenemos a las mundialmente famosas Islas Galápagos; las playas de la Costa del Pacífico; los Andes en la serranía; y las selvas de la Amazonía. Sumado a eso ciudades patrimoniales como Quito y Cuenca y un puerto económico de gran actividad como Guayaquil. La diversidad de Ecuador crea experiencias integrales donde los turistas pueden

apreciar muchos sabores, colores y la creatividad de una tierra que llega profundo a los sentidos y al corazón. (Ministerio de Comercio Exterior)

Gráfico N° 5: Turismo Ecuador



Elaborado por: (Ministerio de Comercio Exterior)

La enorme cantidad de celebraciones, festivales y peregrinaciones muestran a un país cultural, de valores y costumbres, esperando que seas parte de su historia.

Conocer a ecuatorianos y ecuatorianas ofrecerá a tu vida de motivos para amar esta tierra. Siempre tenemos una forma creativa y energía vital para cumplir nuestras metas.

Gráfico N° 6: Cultura y Sociedad



Elaborado por: (Ministerio de Comercio Exterior)

2.2. Regiones del Ecuador

Ecuador se encuentra dividido en cuatro Regiones muy diferenciadas. La Región Insular se caracteriza por ser un Parque ecológico a nivel mundial, La Región Litoral se caracteriza por sus Hermosas Playas, La Región Andina se caracteriza por sus grandes montañas, nevados y volcanes. La Región Amazónica se caracteriza por su selva, lo que permite tener una Vegetación y una Fauna única en su especie. (Ramón Ortega Frías, 1883)

Gráfico N° 7: Regiones del Ecuador



Elaborado por: (Ministerio de Turismo, 2015)

Ecuador es un paraíso que cuenta con un ecosistema muy diverso y todo en un mismo país, puedes disfrutar de Playas, Nieve, Bosques, Islas, Nevados, Grandes Ciudades. Una diversidad de formas para hacer que el visitante tenga deseos de volver y muchos de quedarse a vivir.

2.3.Región Sierra

Considerada la región más importante de Ecuador y llamada comúnmente la Sierra, es la más visitada de todo el país. Observados desde la altura, los Andes ecuatorianos despliegan

un collage de colores, como si la naturaleza hubiese tejido sobre ellos su propio tapiz. Una mirada más cercana, en cambio, nos revela que este sorprendente panorama no es sólo una expresión de la naturaleza, sino también resultado del trabajo del hombre. (Carlos Manuel Larrea, 1972)

Gráfico N° 8: Región Andina



Elaborado por: (Ecuador Explorer, 2015)

En las cumbres andinas, el sol de la tarde cubre extensas áreas de páramos prístinos, mientras que más abajo, en los valles, ilumina campos de maíz, cebada, trigo y quinua, tiñéndolos de reflejos dorados, ámbar, lila y amatista que cambian al paso de las inconstantes nubes. En los Andes, tierras de eternos juegos de luces y sombras, naturaleza y actividad humana, no existe un día que se parezca al otro (Carlos Manuel Larrea, 1972).

Su gran diversidad natural y cultural abarca páramos, bosques nublados, lagos, volcanes activos, termas, mercados indígenas, ciudades, pueblos y haciendas coloniales. No es casualidad que esta región cuente con la industria turística más desarrollada de Ecuador, la cual ofrece toda clase de alojamientos, opciones culinarias, oportunidades de compras y festivales culturales, todos fácilmente accesibles desde Quito, la capital.

Además de todo lo anterior, están las ciudades de Quito, Otavalo y Baños, consideradas como metas de los viajeros, no sólo de la Sierra sino de todo el Ecuador. Estas

ciudades ofrecen una infraestructura turística muy desarrollada, por lo que es posible encontrar en ellas una amplia selección de restaurantes, hoteles y actividades en general que realizar. (Ecuador Explorer, 2015)

2.4.Imbabura

La provincia de Imbabura corresponde a la Región Norte de Ecuador conformada también por las provincias de Carchi, Sucumbíos y Esmeraldas. Imbabura es una provincia de la Sierra, es también conocida como la Provincia de los Lagos por contar con lagos grandes como son: el Lago de San Pablo, las lagunas de Yaguarcocha, Cuicocha, Puruhanta en Pimantiro y sus comunidades indígenas tradicionales con sus construcciones de adobe y las artesanías elaboradas por sus habitantes.

Otro punto de interés son los volcanes de Imbabura y Cotacachi. La capital de la provincia es Ibarra contando con sus principales ciudades que son: Cotacachi, Atuntaqui, Otavalo y Urcuqui. La provincia de Imbabura es considerada como el núcleo de las artesanías y la cultura. (Hugo Garcés Paz, 2007, 53-54)

2.5.Otavalo

San Luis de Otavalo es una ciudad perteneciente a la provincia de Imbabura situada aproximadamente a 110 Km al norte de la ciudad de Quito. Otavalo fue reconocida como la Capital Intercultural de Ecuador por su patrimonio cultural, su historia, sus encantadores paisajes, desarrollo e identidad nacional. De Otavalo son originarios los Kichwas Otavalos, descendientes de la etnia indígena, reconocidos por su gran habilidad textil y comercial, teniendo como característica el mercado artesanal más grande y conocido de América Latina como es la Plaza de Ponchos o Plaza Centenario, la misma que es visitada por turistas de

todas partes del mundo para admirar la gran habilidad artesanal y comercial. (uazuay.edu.ec,/Ecuador gente bonita).

En la actualidad, vivimos en un mundo globalizado el mismo que nos ha demandado de productos y servicios, es por esta razón que obligan a las empresas u organizaciones siempre estar un paso adelante de la competencia, es ahí donde se crea la necesidad de poner en práctica la comunicación y la promoción en este caso turística ya que pretendemos promocionar el turismo a la ciudad de Otavalo.

Hacer una parada en Otavalo es obligatorio para la mayoría de los turistas que llegan al país. Esta extravagante plaza al aire libre, que se derrama los sábados por muchas calles de la ciudad, ofrece una variedad inestimable de artesanías, textiles, bisutería, todos en enormes e interminables filas y pilas. (Ecuador Explorer, 2015)

La tierra y el agua son los elementos principales de la base económica y ritual de las comunidades andinas. A partir de estos elementos se desarrollan sus prácticas, conocimientos y sabidurías y estos son los principales factores que han movilizadopolíticamente a los indígenas en Ecuador y los Andes en general. (Luz María de la Torre y Carlos Sandoval Peralta, 2004)

2.6.Municipio de Otavalo

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo (Municipio de Otavalo) tiene como principal función promover e incentivar las fortalezas y aplicación de políticas participativas a la ciudadanía y sus organizaciones, para mejorar la calidad de vida en relación al desarrollo humano y socio económico integral, aprovechando sus potencialidades y oportunidades, en el marco de la interculturalidad, solidaridad, tolerancia,

reciprocidad y transparencia de manera sostenida acorde a lo estipulado en el Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal. (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

Gráfico N° 9: Municipio Otavalo



Elaborado por: (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

2.7.Alcalde de Otavalo

Gráfico N° 10: Alcalde Cantón Otavalo



Elaborado por: (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

El Abg. Gustavo Pareja Cisneros, actual alcalde del Cantón Otavalo electo por votaciones realizadas el 23 de febrero del año 2014, las mismas que fueron convocadas por el Consejo Nacional Electoral del Ecuador.

2.8.Fiestas tradicionales de Otavalo

2.8.1. Shamanismo

Gráfico N° 11: Región Andina



Elaborado por: (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

Entre los rituales más importantes que se realiza en la comunidad de San Juan de Ilumán constan los siguientes:

- La limpia tradicional
- La limpia con el cuy
- Pasada de vela
- El espanto

En estos ritos se hace un llamado a Dios por intermedio de los santos y la Virgen María para rogar y solicitar la vida y la fuerza. Además se invoca a los cerros como el Tayta

Imbabura, Mama Cotacachi, Hijo Yanahurco y Mojandita. En esta ceremonia se emplea muchas plantas energizantes para entrar en contacto con las bondades de la naturaleza.

Los elementos que utilizan para los rituales son: velas, cuyes, plantas tradicionales del lugar como chilca, ortiga y pétalos de claveles rojos y blancos, pomadas elaboradas por los curadores y licor, de entre lo más usados.

Los Yachacs no tienen una vestimenta típica, pero generalmente utilizan pantalón blanco y camisa blanca en señal de purificación.

Los Yachacs tienen una asociación (Asociación de Yachac's, establecido en Acuerdo Ministerial N° 001666 del 8 de enero de 1997, Ministerio de Salud Pública) en la comunidad de Ilumán, a la que se puede solicitar los servicios en el momento que el cliente lo requiera. En caso de querer apreciar rituales especiales, se los puede mirar en junio, en la localidad de San Juan Pogyo ubicada en la parte baja de la comunidad, por motivo de la fiesta del Inti Raymi. (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

2.8.2. Fiesta del *Inti Raymi*

Gráfico N° 12: *Inti Raymi*



Elaborado por: (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

El origen del *Inti Raymi* se remonta a la época de los grandes gobernantes Incas y a la cuna de su imperio: Cusco, cuya esencia ha sido desde esa época: rendir culto a las deidades andinas, agradecer por las cosechas obtenidas y exaltar la fecundidad de la madre tierra.

Esta festividad tiene un significado muy importante para el mundo andino al igual que las celebraciones religiosas para el mundo occidental. Es considerada como la celebración mayor de los Andes, tomando un lugar preponderante en la cultura de los pueblos indígenas. Esto se debe en gran parte a que es la época de la maduración de los frutos de la *Pachamama* por lo cual hay una participación masiva de las comunidades en las cosechas que se ven en toda la región.

Al ser una festividad tradicional indígena, cada grupo étnico y cada comunidad tiene una fecha y un tiempo de celebración propias. Mientras varias comunidades inician el 22 de junio con el baño ritual en ríos, vertientes y cascadas sagradas, otras esperan la llegada del día y el momento apropiados para iniciar sus festividades. (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

En todas las comunidades indígenas del cantón Otavalo, se realizan los siguientes actos para la celebración del *Inti Raymi* como son:

- *Armay Chishi* – Baño Ritual
- Los Cantos y las Danzas
- La Rama de Gallos
- El Aumento, el Castillo y la Comida Ritual
- Vestuario

2.8.3. Fiesta del *Pawkar Raymi*

Gráfico N° 13: *Pawkar Raymi*



Elaborado por: (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

El carnaval andino, por su origen, está asociado a la fertilidad de la tierra, por cuanto florecen los sembríos, y ésta, a su vez, se vincula con la fertilidad humana. Es la fiesta mayor de los pueblos andinos, por lo que parecen coincidir con el calendario occidental, en donde la variabilidad de la fecha, febrero-marzo, concuerda con la temporada de lluvias de estos meses, permitiendo que los cultivos se fortalezcan y aparezcan los primeros frutos. Este acontecimiento es celebrado jubilosamente por las comunidades andinas.

Generalmente se lo realiza en el mes de febrero de cada año, teniendo una duración aproximada de 11 días.

Estas actividades se desarrollan en la comunidad de Peguche, básicamente en los espacios históricos que a su vez son lugares sagrados (vertientes, plaza cultural, cascada de Peguche, entre otros). (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

2.8.4. Fiestas del Yamor

Gráfico N° 14: Reinas del Yamor



Elaborado por: (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

2.8.4.1. Denominación

YAMOR, CELEBRACIÓN CULTURAL DE “LA FIESTA MÁS ALEGRE EN LA CIUDAD MÁS AMABLE DEL PAIS”, 1953 – 2015: SESENTA Y DOS AÑOS DE FIESTA CIUDADANA. (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

2.8.4.2. Antecedentes

El raigambre cultural y conmemorativo de un pueblo con la bebida mágica del YAMOR, se remonta a épocas inmemoriales ya descrita por los historiadores en tiempos pasados; en la era contemporánea un grupo de jóvenes otavaleños soñadores y visionarios vieron la necesidad de institucionalizar la festividad del YAMOR en 1953, como una reivindicación cultural que aglutina el agradecimiento a la *Pachamama* por la generosidad de la cosecha; la presencia de la religiosidad puesta de manifiesto en la veneración a la Virgen de Monserrate, Patrona de Otavalo; y, el reencuentro de sus hijos/as con su terruño, en este septiembre del año 2015, el YAMOR cumple sesenta y dos años de celebrar las Fiestas del YAMOR (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015) .

2.8.4.3.Objetivo principal de las Fiestas del Yamor

Promover el turismo, destacando la identidad y tradiciones culturales del pueblo otavaleño, fortaleciendo sus actividades artísticas, artesanales y textiles para desarrollar el potencial socio-económico del cantón Otavalo.

2.8.4.4.Filosofía

La Fiesta del Yamor es un espacio participativo para la práctica de la interculturalidad. Es símbolo del sincretismo étnico-cultural que ha vivido Otavalo a través de su historia. Los otavaleños: indígenas y mestizos reconstruyen sus respectivas identidades, para consolidar la formación de una cultura otavaleña, unitaria dentro de la diversidad.

Es una partida de nacimiento del Otavalo intercultural, que se sobreentiende debe ser amalgamado definitivamente en los otavaleños. Es el espacio donde los otavaleños aportan con su intelecto, emociones, talentos, experiencias, destrezas, en la construcción de la interculturalidad de manera práctica, en el Otavalo moderno, en donde se afirman las identidades de los dos sectores sociales.

La Fiesta del Yamor, evoluciona a lo largo del tiempo, manteniendo su esencia -la exaltación de la chicha, la degustación culinaria y la presencia religiosa y, a la par, aprovechando las nuevas corrientes, infraestructura y tecnologías modernas, para potenciar esta rica tradición en todas sus manifestaciones y lograr la proyección contemporánea. (GAD Municipal de Otavalo, 2015)

En los años setenta la fiesta cambió totalmente y bajo la influencia de los cambios democráticos- izquierdistas “salió” a la calle convirtiéndose así en el festival de la clase media, con la participación pasiva de las clases bajas. Poco a poco la festividad iba siendo cada vez más importante para toda la ciudad llegando hasta todos los grupos, organizaciones,

círculos y empresas de Otavalo que ya en los años setenta nombró un comité preparativo para organización de esta festividad que atraía cada vez más turistas.

Al mismo tiempo se iba alentando a la población indígena muchas veces con métodos administrativos o persuasiones difíciles de rechazar, a que adornen la fiesta con sus disfraces, sus músicos y sus bailarines. (José Almeida Vinueza, 1999)

Ya para los años noventa se presentan cambios en las relaciones entre los indígenas y los mestizos, haciendo de esta festividad un acontecimiento donde sea una sola voz, un solo Otavalo donde exista la participación de ambos grupos y ya no sea el indígena utilizado solo como adorno, y convertirla en una verdadera fiesta de todos los ciudadanos del cantón Otavalo.

En la entrevista realizada a la Sra. Colombia Ballesteros Reina Adulto Mayor, menciona la riqueza e importancia del YAMOR, es una chicha, bebida milenaria elaborada por siete clases de maíz, que en la antigüedad era para los grandes caciques.

El término Yamor proviene de dos vocablos *Yak*, sinónimo de sabio y *Mur*, grano, denominándose al Yamor como la chicha de la sabiduría. (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

Esta festividad se la realiza una vez al año, a finales del mes de agosto hasta la primera semana de septiembre, en donde los distintos actos y eventos tienen lugar en varios escenarios de la ciudad de Otavalo y las comunidades aledañas.

Una serie de actos se desarrollan en el transcurso de la celebración de la fiesta del Yamor que se realiza en base a los parámetros que año tras año proyecta el Comité de Fiesta.

Las actividades más relevantes que realizan en estas fiestas son:

2.9.Actividades relevantes Fiestas del Yamor

2.9.1. El Pregón de Fiesta

Gráfico N° 15: Pregón de Fiesta



Fotografía: Diario La Hora

Consiste en el desfile de carros alegóricos, danzas, bandas y música, en el cual participan varias delegaciones a nivel local, nacional e internacional dando a conocer su cultura y tradición.

2.9.2. Elección de la Reina

Gráfico N° 16: Candidatas Reina del Yamor 2015



Fotografía: (GAD Municipal de Otavalo, 2015)

En este evento galante se resalta la belleza de la mujer otavaleña.

2.9.3. Travesía Natatoria a la Laguna de San Pablo

Gráfico N° 17: Travesía natatoria Lago San Pablo



Fotografía: Otavalo Travel

Es uno de los eventos importantes que se desarrolla cada año, está organizado por la liga Deportiva Cantonal, quien inicia con los preparativos varios meses antes de la competencia. La travesía se realiza por la mañana aprovechando que las aguas del lago San Pablo se encuentran tranquilas y la distancia que los participantes recorren es de 3.8 km entre los sectores de Araque (partida) y el Muelle Costa Azul (meta), el recorrido dura aproximadamente 1 hora. Existe la participación de cientos de nadadores de varias provincias del país como Pichincha, Manabí, Tungurahua, Azuay e Imbabura, que están clasificados en diferentes categorías, dando así la oportunidad a que compitan hombres y mujeres de diferentes edades.

2.9.4. Festivales de Música

Gráfico N° 18: Festival Musical



Elaborado por: (GAD Municipal de Otavalo, 2015)

El más destacado es el efectuado en honor a las Marías, que se realiza con la participación de artistas nacionales e internacionales.

2.9.5. Bendición de las Cosechas

Gráfico N° 19: Ritual agradecimiento por cosechas



Fotografía: Diario El Norte

En la Fiesta del Yamor la gente de la ciudad y gente de las comunidades se unen para el agradecimiento a la *Pacha Mama* por la cosecha y la fiesta religiosa dedicada a la Virgen María de Monserrat, cuyo onomástico coincide con la fiesta indígena; esta celebración se realiza con la participación de feligreses de la Virgen en una procesión desde el Santuario de San Luis hasta la cruz del Socavón, en este sitio se desarrolla la misa de bendición de la cosecha.

Cabe destacar que durante los días de fiesta se presentan las más diferentes manifestaciones culturales y actos representativos de Otavalo y el país.

2.10. Comité ejecutivo de las Fiestas del Yamor 2015

Gráfico N° 20: Comité Fiestas del Yamor 2015



Elaborado por: (GAD Municipal del Cantón OTAVALO,, 2015)

PRESIDENTE DE HONOR: Ab. Gustavo Pareja Cisneros

DIRECTOR EJECUTIVO: Msc. Carlos Cevallos

COORDINADOR GENERAL: Dr. Harold Espín

VOCALES:

🚩 Dr. Santiago Simbaña Ayabaca

🚩 Lic. Guillermo Cisneros Toapanta

🚩 Dr. Luis Chalán Proaño

🚩 Ing. Nelson Armas Pareja

🚩 Sr. Marcelo Esparza Cisneros

🚩 Lic. Néstor Morales

2.11. A quién va dirigida la Fiesta del Yamor

Las Fiestas del Yamor no tienen un enfoque establecido a quienes se van a dirigir con esta festividad, su enfoque en sí es la población de Otavalo ya que es una fiesta para agradecer por las cosechas que han recibido durante el año.

2.12. Presupuesto

El director de las Fiestas del Yamor Msc. Carlos Cevallos aseguró que entre 100.000 a 150.000 dólares se establecerán para la organización de las fiestas de este año en los que se mantendrán los eventos más importantes: Pregón, Travesía natatoria, Elección y coronación de la Reina y el Festival de las Marías.

En la entrevista realizada al Msc. Carlos Cevallos, Director de Fiestas del Yamor de este año, aseguró que el presupuesto antes mencionado no es suficiente para la organización de toda la programación. ‘Hay que acudir a los organismos que puedan colaborar económicamente para solventar los gastos que demandan esta gran programación’,

CAPITULO III: MARCO LEGAL

3.1. Constitución de la República del Ecuador (2008)

La Constitución de la República del Ecuador, vigente desde octubre del 2008, incluye las siguientes disposiciones, relativas al patrimonio cultural:

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su *patrimonio cultural*; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales”.

Lo anteriormente dispone la importancia de los ecuatorianos al acceso patrimonial con la correspondiente participación y cohesión social en los espacios públicos.

3.2. Plan Nacional del Buen Vivir (2013 – 2017)

Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad

Este objetivo busca el compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible.

El mandato constituyente aborda la cultura en dos grandes campos: principios y derechos culturales y el Sistema Nacional de Cultura, concebido para garantizar la efectiva vigencia de los primeros (art. 377). Estos derechos acogen una visión contemporánea de la cultura, entendida como un proceso social dinámico que está en permanente transformación y genera nuevos contenidos, modifica y recrea el saber acumulado por la sociedad. De esta manera, el ciudadano común, los pueblos y las nacionalidades ancestrales, así como los colectivos culturales contemporáneos, devienen sujetos de derechos culturales y dejan de ser objeto de “civilización”, adoctrinamiento y sometimiento colonial.

El espacio público (físico, mediático y simbólico), conformado con claros estímulos a la participación, la interlocución, la deliberación, el respeto y la expresión diversa, es el sitio en el que se puede construir una cultura de convivencia democrática, intercultural y creativa entre sujetos libres que se reconocen y respetan recíprocamente como iguales (art. 23). Todas las personas tienen derecho a desarrollar nuestra capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas (art. 22) y a participar en la vida cultural de la comunidad (art. 24).

El compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones de posibilidad para la expresión igualitaria de la diversidad (arts. 16 y 17). La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación

de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible. La protección y circulación de estos elementos se impulsa mediante políticas de fomento a la investigación, museos, bibliotecas, archivos, sitios y fondos especializados (art. 380).

Además de los bienes arqueológicos y monumentales y de las tradiciones intangibles, como la música y la cocina tradicional, la identidad nacional se nutre de nociones contemporáneas de patrimonio. Aquí, las industrias culturales permiten la construcción de contenidos simbólicos alternativos que subvierten la hegemonía de las ideologías dominantes y dominadoras. Un país que busca reconstruir su estructura económica debe sostener el cambio en la capacidad de edificar el país simbólico, en un entorno de protección de los circuitos de circulación de contenidos (Movimiento Alianza PAIS, 2012: 163-165). Esto implica también una gestión democrática de los espacios radioeléctrico y audiovisual (arts. 16 y 17).

En este proceso entran en disputa nuestros cuerpos como espacios de batalla. Queremos habitar un mundo en el que los deseos, los afectos y las sexualidades sean vividos desde la libertad personal y el respeto, en el que las diversas formas de convivencia que cada uno escoge no encuentren discriminaciones. Nuestras sociedades patriarcales han limitado el abanico de posibilidades a las mujeres, pero también a transexuales y transgéneros.

Este objetivo propone estrategias para fortalecer la identidad plurinacional e intercultural, mediante la preservación y revitalización del patrimonio y de las diversas memorias colectivas e individuales, así como mediante el impulso de industrias culturales con contenidos diversos e incluyentes. En cambio, para fomentar la apropiación de espacios públicos y la libre expresión, se introducen estrategias para la

democratización y el control social de los espacios mediáticos, el fomento de la construcción libre y diversa de las memorias sociales contemporáneas, y la democratización del disfrute del tiempo - espacio de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad del espacio público. Asegurar la integralidad de estos procesos implica plantear estrategias que impulsen, de manera transversal, la interculturalidad en el ciclo de la política pública (en todos sus sectores) y en el marco de una integración regional intercultural.

3.3.Ordenanza municipal

De conformidad a lo prescrito en el Art. 2 de la reformada Ordenanza que Regula la Organización de las Fiestas del Yamor “**Conformación del Comité de Fiestas del Yamor.**”- Previa convocatoria por parte del Director/a Ejecutivo/a y el/la Coordinador/a, se conformará, el Comité de Fiestas del Yamor, cuyos integrantes serán:

- a) El /la Alcalde/sa de Otavalo, quien actuará como Presidente/a de Honor
- b) El/la Concej/a designado/a por el Concejo Municipal como Director/a Ejecutivo/a de Fiestas del Yamor
- c) Los representantes de instituciones sociales, deportivas, culturales, educativas, gremios productivos, empresas locales, nacionales e internacionales, o sus alternos, quienes en número de seis (6) serán los representantes de la sociedad civil. Las instituciones deberán ser legalmente constituidas por lo menos desde hace cinco años atrás a la conformación de este Comité, debidamente comprobados. (GAD Municipal de Otavalo, 2015)

d) El/la Director/a de Promoción Social y Patrimonio del GADMCO, quien actuará como Coordinador/a General de Fiestas.”

CAPITULO IV: INVESTIGACIÓN

4.1. Problema a Investigar

Poca comunicación por parte del Comité de Fiestas del Yamor, al momento de difundir estas festividades, con el fin de recuperar las tradiciones e identidad cultural que caracteriza al cantón Otavalo.

4.2. Objetivos de la Investigación

4.2.1. Objetivo General

Conocer el nivel de aceptación que tienen las Fiestas del Yamor en los ciudadanos del cantón Otavalo y turistas nacionales de la ciudad de Quito.

4.2.2. Objetivo Específico

- Identificar las preferencias que tienen los turistas al momento de tomar la decisión de viajar.
- Conocer los factores por los cuales eligen viajar a Otavalo
- Diseñar mecanismos correctos para difundir la promoción de las Fiestas del Yamor.

4.3. Identificación de grupos de interés

4.3.1. Público Interno

El público interno para esta investigación es:

- Los ciudadanos indígenas del cantón Otavalo.
- Los ciudadanos mestizos residentes en el cantón Otavalo.

4.3.2. Público Externo

El público externo para esta investigación es:

- Los turistas nacionales de la ciudad de Quito.

4.4. Metodología de Investigación

4.4.1. Métodos

Observación: este método nos permite conocer la realidad mediante la percepción directa del objeto a investigar.

Deductivo - directo: Parte de lo particular hacia lo general, consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Mediante este método se obtiene conclusiones directas llegando a una premisa.

Histórico: En este método se investiga la evolución y desarrollo del objeto de estudio, se analiza la historia y trayectoria del mismo.

Analítico: Se analiza cada una de las partes de la investigación y se las estudia por separado.

4.5. Tipos

Descriptiva: Nos permite determinar y conocer las preferencias de nuestros *stakeholders*.

Cuantitativa: Mediante este tipo de investigación nos permite tener resultados de manera cuantitativa como son las encuestas.

4.6. Técnicas de Investigación

Entrevista: Consiste en realizar un dialogo o un conversatorio entre dos o más personas, con el fin de obtener y recolectar información.

Encuesta: Esta técnica es de manera escrita, se realiza a varias personas con el fin de obtener opiniones interpersonales.

4.7. Fuentes

4.7.1. Fuentes Primarias

Para realizar esta investigación tenemos como fuente principal

- GAD Municipal del cantón Otavalo.
- Población autóctona y residente en el cantón Otavalo

4.7.2. Fuentes Secundarias

- Prensa
- Radio
- Tv
- Internet

4.8. Población

- Personas indígenas del cantón Otavalo
- Personas mestizas que viven en el cantón Otavalo
- Turistas Quiteños

4.9. Muestra

Fuente: Departamento de turismo de Otavalo.

Cálculo de la muestra de turistas Nacionales

$N = 2000$ (turistas nacionales de 20 a 50 años).

$\sigma^2 = 0,25$ (varianza)

$Z = 95\%$ equivalente a 1.96 (nivel de confianza)

$e = 5\%$ (margen de error)

$n = ?$

Fórmula:

$$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N - 1) e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{(2.000)(0,25)(1,96)^2}{(2.000 - 1)(0,05)^2 + (0,25)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{1.920,8}{4,9975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1.920,8}{5,9579}$$

$$n = 322,40 \approx 322$$

4.10. Cuadro de Entrevistados

Tabla 1: Cuadro de entrevistas

Nombre	Cargo	Empresa	Público
Msc. Carlos Cevallos	Director Fiestas del Yamor 2015	GAD Municipal Otavalo	Interno
Ing. Ricardo Andrade	Dir. Departamento de Turismo	GAD Municipal Otavalo	Interno
Sra, Colombia Vallesteros	Reina adulta mayor	Ex - Docente	Interno
Lic. Daisy Vaca	Docente Universitario	UASB	Externo
Ing. Wladimir Pérez	Ejecutivo de ventas	Metropolitan Touring	Externo
Lic. Mónica Salazar	Asistente de gerencia	Proyelec Ingenierías	Externo

Elaborado por: Dennys Arévalo

4.11. Diseño de Herramientas Público Interno

4.11.1. Entrevista – público interno – Msc. Carlos Cevallos Director

Ejecutivo del Yamor 2015

Con fecha 12 de septiembre del 2015, me encuentro con el Sr. Carlos Cevallos, Director Ejecutivo del Yamor, que nos concede esta entrevista como parte de la investigación.

Pregunta 1

Como director del comité de Fiestas del Yamor 2015, ¿Qué gestiones está realizando para dar realce a tan importante evento?

Respuesta: Gracias por la entrevista, y con respecto a su valiosa pregunta debo informar que en primer lugar, debemos buscar el apoyo de empresas y entidades para cubrir costos en la realización de tan importante evento.

Pregunta 2

¿Cómo está conformado el comité de fiestas?

Respuesta: el comité de fiestas fue designado por el consejo municipal de Otavalo, donde el Dr. Gustavo Pareja fue elegido como presidente de honor de las Fiestas del Yamor.

Como coordinador general fue elegido el Dr. Harold Espín, seguido de los vocales que son: Dr. Santiago Simbaña, Dr. Luis Chalán, Sr. Marcelo Esparza, Lic. Guillermo Cisneros, Ing. Nelson Armas y el Lic. Néstor Morales.

Pregunta 3

¿Cuándo presentarán el programa oficial de las actividades de las Fiestas del Yamor?

Respuesta: Sinceramente, como un cantón rico en tradiciones culturales, es nuestro deber respetar actividades realizadas en años anteriores; pero, con la aprobación del comité y la comunidad.

Pregunta 4

¿Con qué presupuesto cuenta el comité de Fiestas del Yamor por parte del Municipio para la realización de esta festividad?

Respuesta: Hasta el momento contamos con \$150.000 aproximadamente para la realización de este evento. Pero esperamos el respaldo de la empresa privada.

Pregunta 5

¿En una entrevista que usted realizó en un medio de comunicación mencionó que las Fiestas del Yamor son un icono del Ecuador, puede resumir por qué?

Respuesta: Por supuesto, Ecuador es un país rico en tradicionales ancestrales que representan la identidad de su gente, y mi cantón no es la excepción, ya que a nivel nacional e internacional es conocido por nuestra riqueza cultural y productiva.

Pregunta 6

Sabemos que ahora el gobierno promueve el turismo internacional; usted cómo representante, ¿Qué medios utilizará para la difusión de este importante evento?

Respuesta: Interesante y a la vez muy importante su pregunta, como sabemos las redes sociales es el medio que ha evolucionado y conecta al mundo en forma inmediata, así que le invito a ingresar a nuestro portal como es: www.otavalotravel.com, aquí puede informarse sobre las actividades culturales y festividades, en los próximos días realizaremos la difusión a través de importantes medios de comunicación de nuestro cantón y de la provincia.

Pregunta 7

¿Para el crecimiento turístico y económico qué medidas se tomaran?

Respuesta: Sinceramente, en el corto tiempo que hemos sido designados para esta dantesca actividad, hemos visto la necesidad de unir esfuerzos por parte de todos quienes amamos a Otavalo, lo primero es buscar a través de esta unidad el encaminar hacia el objetivo que buscamos todos es “El desarrollo turístico de nuestro sector”.

4.11.2. Entrevista – público interno – Ing. Ricardo Andrade Director

Departamento de Turismo.

Con fecha 14 de septiembre del 2015, me encuentro con la Srta. Asistente del Ing. Ricardo Andrade, Director del departamento de turismo, que nos concede esta entrevista como parte de la investigación.

Pregunta 1

En relación al año 2014 con el año actual, ¿Cuántos turistas nacionales asistieron a las Fiestas del Yamor 2015?

Respuesta: Estimamos que asistieron a nuestro hermoso cantón unos diez mil turistas.

Pregunta 2

¿Qué evento captó más el interés a los turistas?

Respuesta: Todos, porque debemos recordar que el Yamor son fiestas realizadas por los habitantes de Otavalo, y por tal motivo cada evento tiene su respectivo reconocimiento por nuestros visitantes.

Pregunta 3

Existe una variada riqueza en cuanto a tradiciones del cantón Otavalo; pero, ¿Puede destacar la más importante de ellas?

Respuesta: La más relevante es la celebración del *Inti Raimy* donde se realiza el agradecimiento por las cosechas que hemos tenido durante el año.

Pregunta 4

¿Cuál sería su mensaje para quienes desean visitar Otavalo el próximo año?

Exclusivamente las Fiestas del Yamor.

Respuesta: Mi querido Ecuador, les invitamos a disfrutar de nuestras Fiestas del Yamor 2016, comparte con nosotros nuestras tradiciones, arte y cultura “la fiesta más alegre en la ciudad más amable del país”. Les invitamos

4.11.3. Entrevista – público interno – Sra. Colombia Ballesteros, Reina

Adulto Mayor

Con fecha 13 de septiembre del 2015, me encuentro me encuentro con la Sra. Colombia Ballesteros, reina adulto mayor, que nos concede esta entrevista como parte de la investigación.

Explicación sobre la bebida típica de las Fiestas, esta es, la bebida del Yamor.

La Sra. Colombia, quien es Reina Adulto Mayor del Yamor 2015, explica la elaboración e historia de esta tradicional bebida del sector (Yamor).

Esta bebida tradicional del cantón Otavalo es preparada en base de siete clases de maíz como son: maíz amarillo, maíz blanco, maíz negro, chulpi, canguil, morocho y jora que es el maíz fermentado durante 15 días. Representa el agradecimiento al todo poderoso por un año de abundante cosecha (*Pachamama* = Tierra).

4.11.4. Modelo de Encuesta público interno – mismo cantón



Encuesta

La presente encuesta servirá como fuente de información para diagnosticar la situación actual de las Fiestas del Yamor, con respecto al manejo comunicacional. Garantizamos absoluta confidencialidad de sus respuestas.



Género: F M

Edad: 21-30
31-40
41-50
51

PREGUNTAS:

- 1) ¿Qué es lo más bonito o destacado de estas Fiestas del Yamor?
 - a) Exposición del vestuario de la virgen Monserrath
 - b) Pregón de fiestas
 - c) Carrera pedestre a campo traviesa
 - d) Toros populares
 - e) Elección y coronación de la Reina
 - f) Competencia 4x4
 - g) Festival musical
 - h) Travesía natatoria al Lago San Pablo

- 2) ¿Cree usted que el flujo de turistas que llegan a Otavalo con motivo de las Fiestas del Yamor es?
 - a) Bastante
 - b) Mediano
 - c) Poco

- 3) ¿Cuáles cree usted son las causas por las que el flujo de turismo es (Bastante – Mediano – Poco)

Causa:

4) ¿Cómo se informa usted acerca de las actividades de las Fiestas del Yamor?

- a) Prensa
- b) TV
- c) Radio
- d) Internet
- e) Otro, mencione _____

5) ¿Qué deben tener las Fiestas del Yamor para atraer más turistas?

- a) Identidad cultural
- b) Tradiciones ancestrales
- c) Innovaciones cada año
- d) Otro, especifique _____

6) ¿Las Fiestas del Yamor representan la identidad y las tradiciones culturales del pueblo Otavalo?

- a) Si
- b) No
- c) Por qué _____

7) ¿Cómo calificaría usted la labor realizada este año por el Comité de Fiestas?

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Malo

8.- ¿Por qué lo califica de esta manera?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

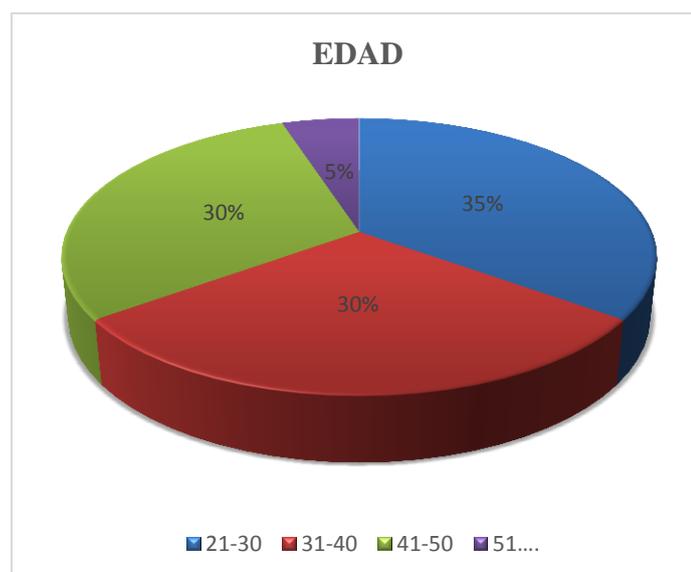
¡SU APORTE ES VALIOSO!

4.12. Tabulación e Interpretación de Encuesta interna

Tabla 2: Tabla de referencia de Edad

Edad	
21-30	7
31-40	6
41-50	6
51.....	1
TOTAL	20

Ilustración 1: Gráfico de Edad

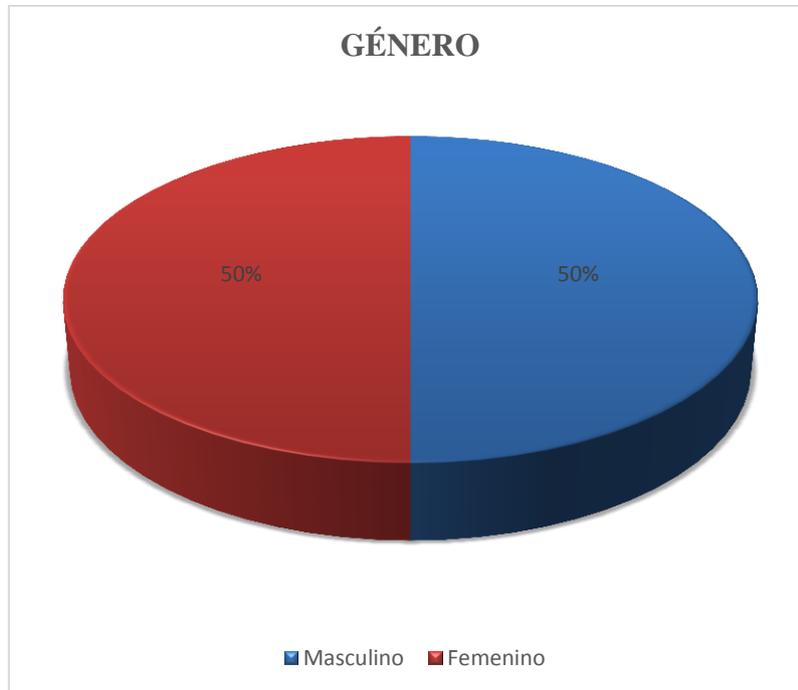


Elaborado por: Dennys Arévalo

Tabla 3: Tabla de referencia de Género

Género	
Femenino	10
Masculino	10
TOTAL	20

Ilustración 2: Gráfico de Género



Elaborado por: Dennys Arévalo

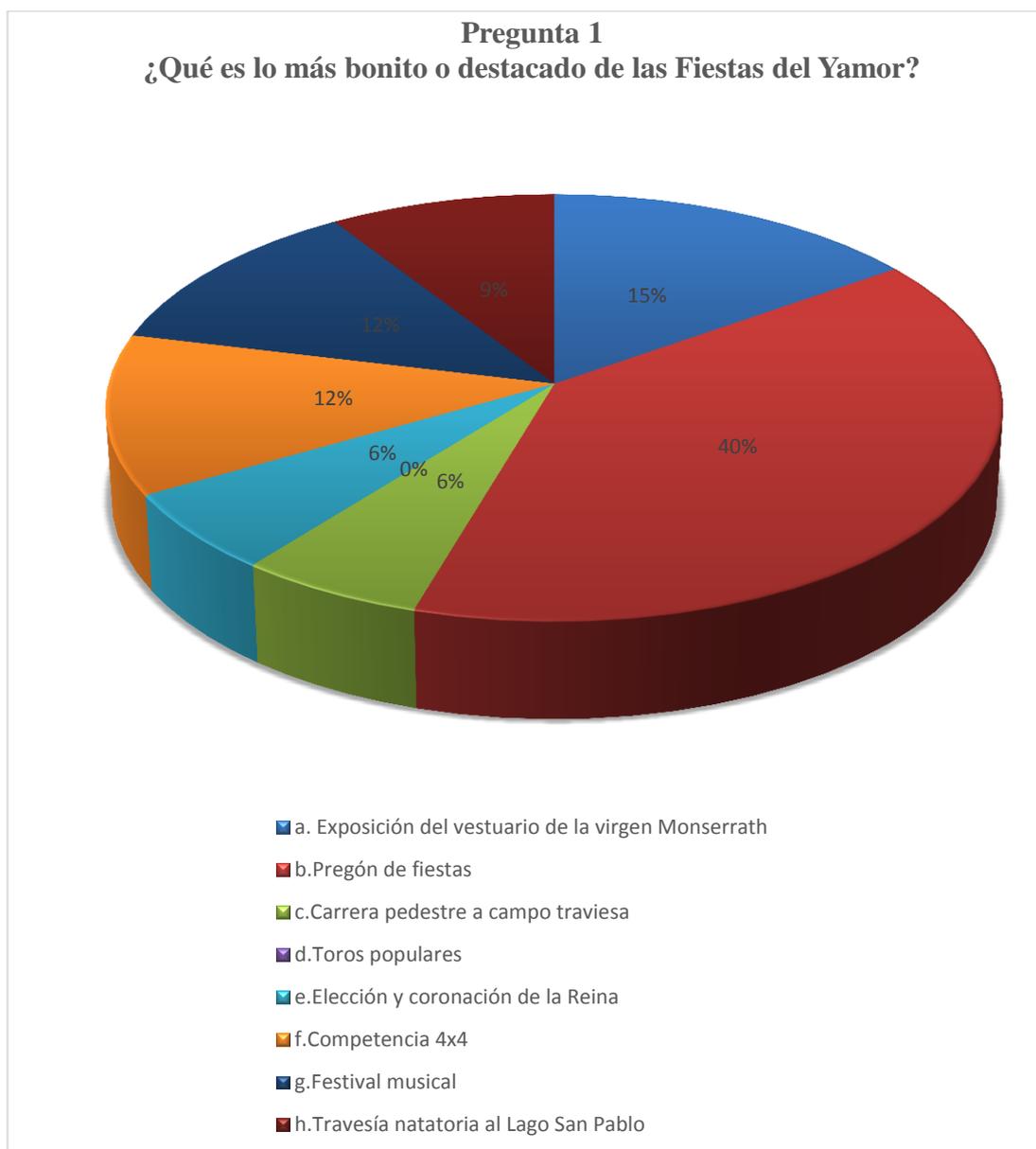
Pregunta 1

¿Qué es lo más bonito o destacado de las Fiestas del Yamor?

Tabla 4: Tabla de referencia de pregunta 1

a. Exposición del vestuario de la virgen Monserrath	5
b. Pregón de fiestas	13
c. Carrera pedestre a campo traviesa	2
d. Toros populares	0
e. Elección y coronación de Reina del Yamor	2
f. Competencia 4x4	4
g. Festival musical	4
h. Travesía natatoria al Lago San Pablo	3
TOTAL	33

Ilustración 3: Gráfico pregunta 1



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 45% del total de los encuestados dicen que lo más destacado que ha tenido este año las Fiestas del Yamor, es el pregón de inauguración de las festividades, seguido de un 12% correspondiente a la exposición del vestuario de la virgen de Monserrath, de la misma manera existe un 12% referente a la competencia 4x4 y al festival musical.

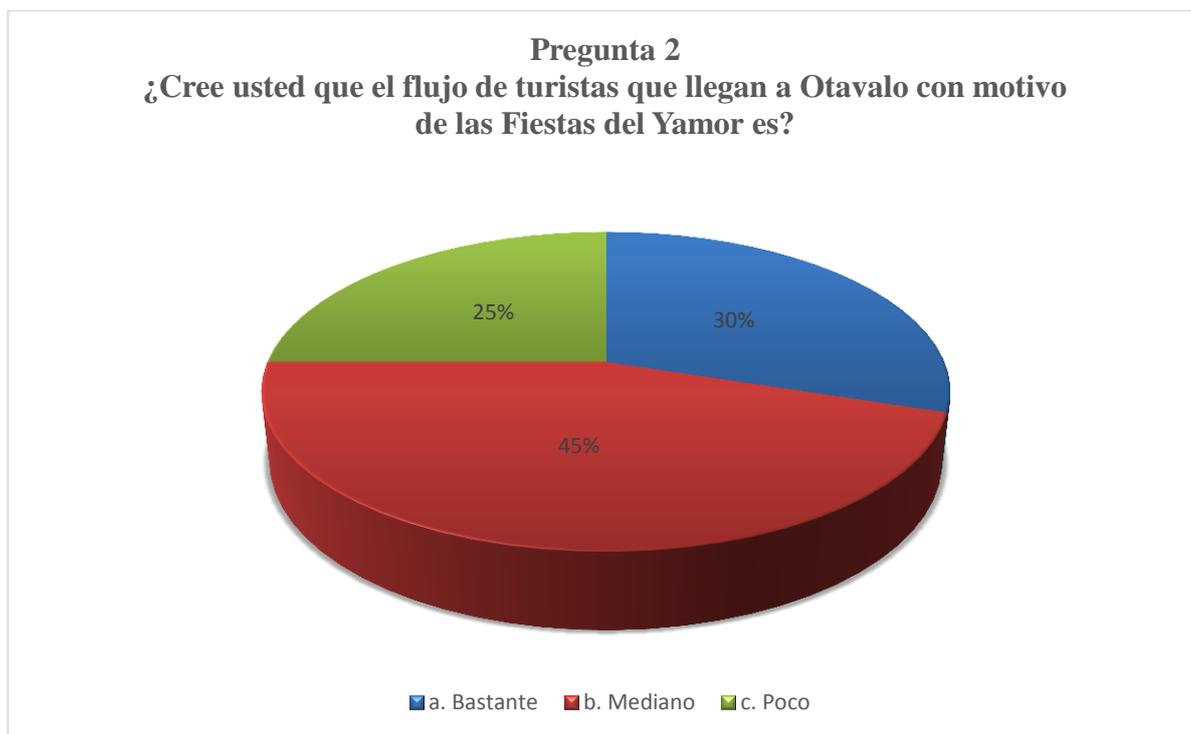
Pregunta 2

¿Cree usted que el flujo de turistas que llegan a Otavalo con motivo de las Fiestas del Yamor es?

Tabla 5: Tabla de referencia de pregunta 2

a. Mucho	6
b. Mediano	9
c. Poco	5
TOTAL	20

Ilustración 4: Gráfico pregunta 2



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 45% de las personas encuestadas dicen que el flujo de turistas que han tenido este año por las Fiestas del Yamor, es medio, a comparación de años anteriores, seguido de un 30% que menciona un flujo bastante de turistas y un 25% que a habido pocos turistas en estas festividades.

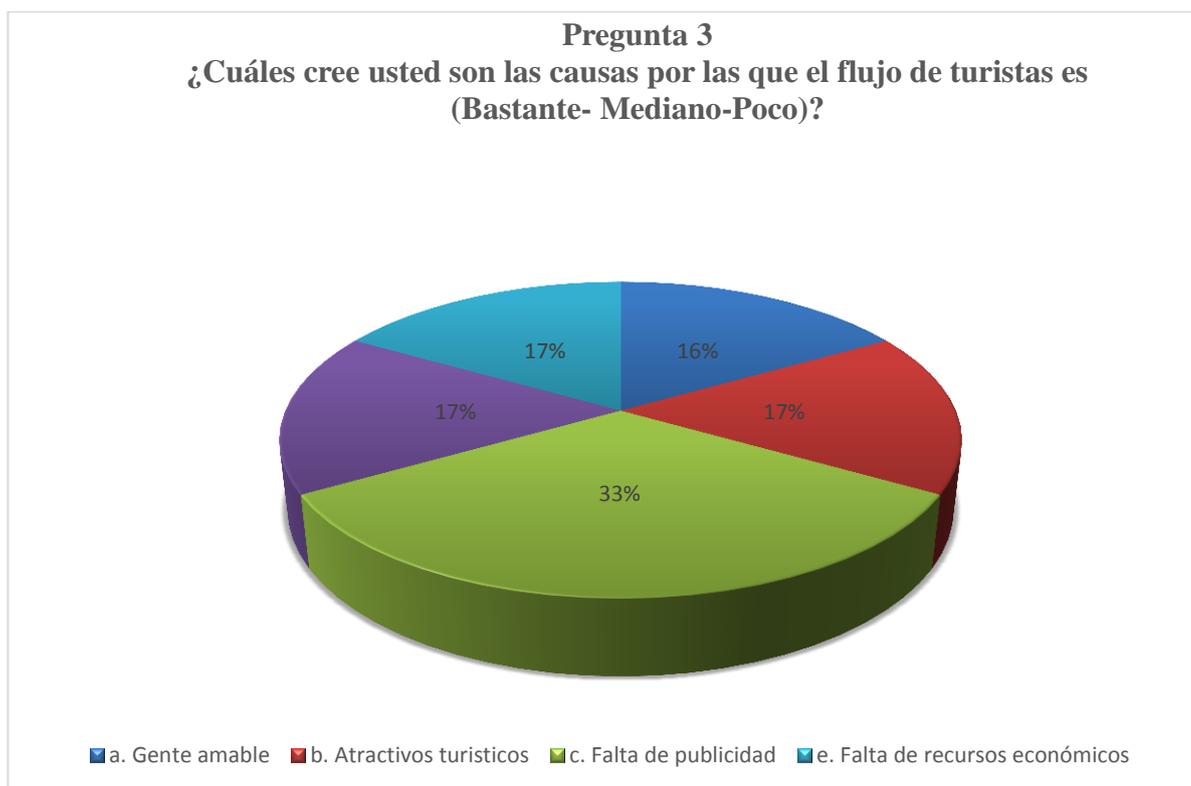
Pregunta 3

¿Cuáles cree usted son las causas por las que el flujo de turistas es (Bastante-Mediano-Poco)?

Tabla 6: Tabla de referencia de pregunta 3

Gente amable	5
Atractivos turisticos	5
Falta de publicidad	10
Falta de comunicación	5
Falta de recursos económicos	5
TOTAL	30

Ilustración 5: Gráfico pregunta 3



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 33% de los encuestados mencionan que el flujo de turistas no ha sido tan concurrente por falta de publicidad ya que no se ha realizado nada para promocionar las Fiestas del Yamor, otro de los factores mencionan que es por falta de recursos económicos ya que esta festividad se realiza justo en el mes de septiembre donde coincide que es el ingreso a clases de la región sierra.

Tenemos un 17% de los encuestados mestizos que mencionan que habido un flujo bastante de turistas por sus atractivos turísticos y por su gente amable.

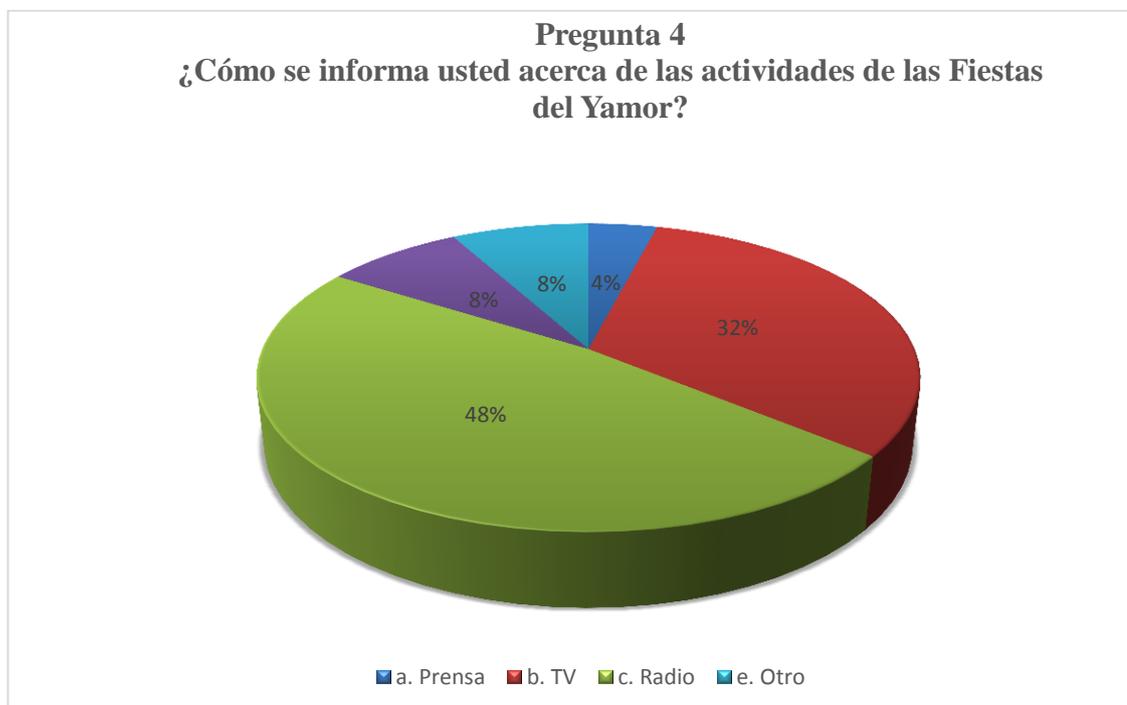
Pregunta 4

¿Cómo se informa usted acerca de las actividades de las Fiestas del Yamor?

Tabla 7: Tabla de referencia de pregunta 4

a. Prensa	1
b. TV	8
c. Radio	12
d. Internet	2
e. Otro	2
TOTAL	25

Ilustración 6: Gráfico pregunta 4



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 48% de los encuestados dicen que se informaron sobre las Fiestas del Yamor por medio de la radio, y con el 32% mencionan que fue difundida por televisión.

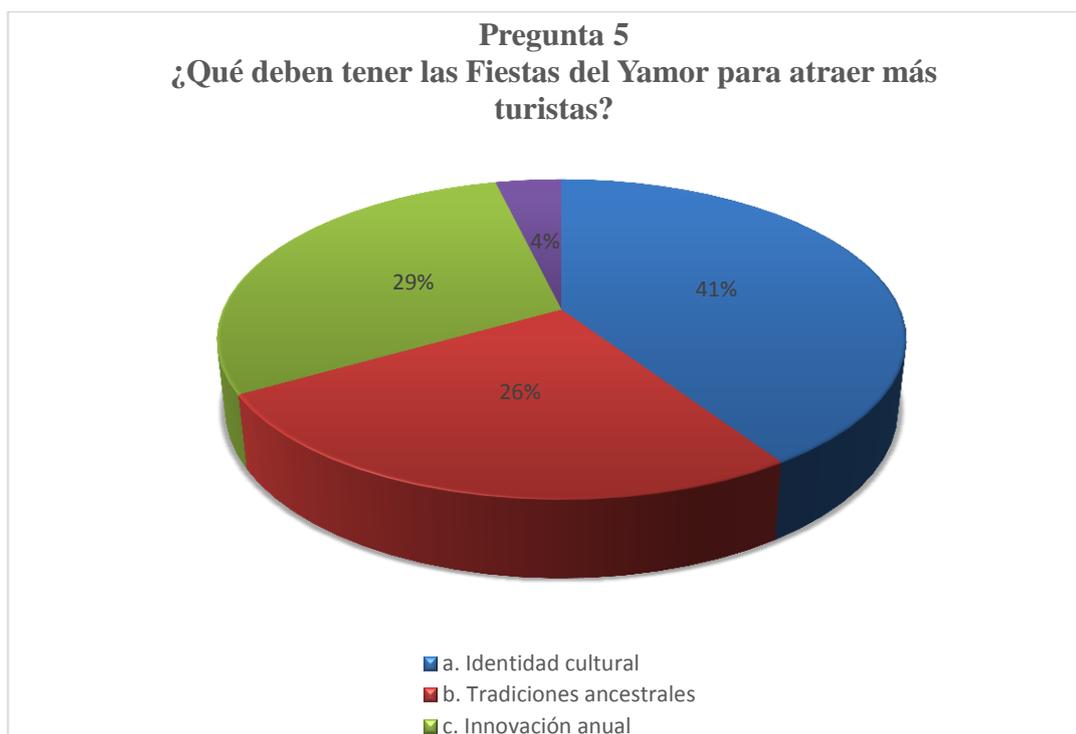
Pregunta 5

¿Qué deben tener las Fiestas del Yamor para atraer más turistas?

Tabla 8: Tabla de referencia de pregunta 5

a. Identidad cultural	11
b. Tradiciones ancestrales	7
c. Innovación cada año	8
d. Otro	1
TOTAL	27

Ilustración 7: Gráfico pregunta 5



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 41% de las personas que fueron encuestadas dicen que las Fiestas del Yamor deben rescatar su identidad cultural y no perderla al pasar de los años, el 29% dicen que estas festividades deberían ser más innovadoras para llamar la atención a turistas locales y nacionales.

Pregunta 6

¿Las Fiestas del Yamor representan la identidad y tradiciones culturales del pueblo Otavalo?

Tabla 9: Tabla de referencia de pregunta 6

SI	14
NO	6
TOTAL	20

Ilustración 8: Gráfico pregunta 6



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 70% de los encuestados dicen que las Fiestas del Yamor representan la identidad y tradicionales del pueblo Otavalo, y con el 30% dicen que no es una representación de la identidad cultural ya que esta festividad es una fiesta de mestizos.

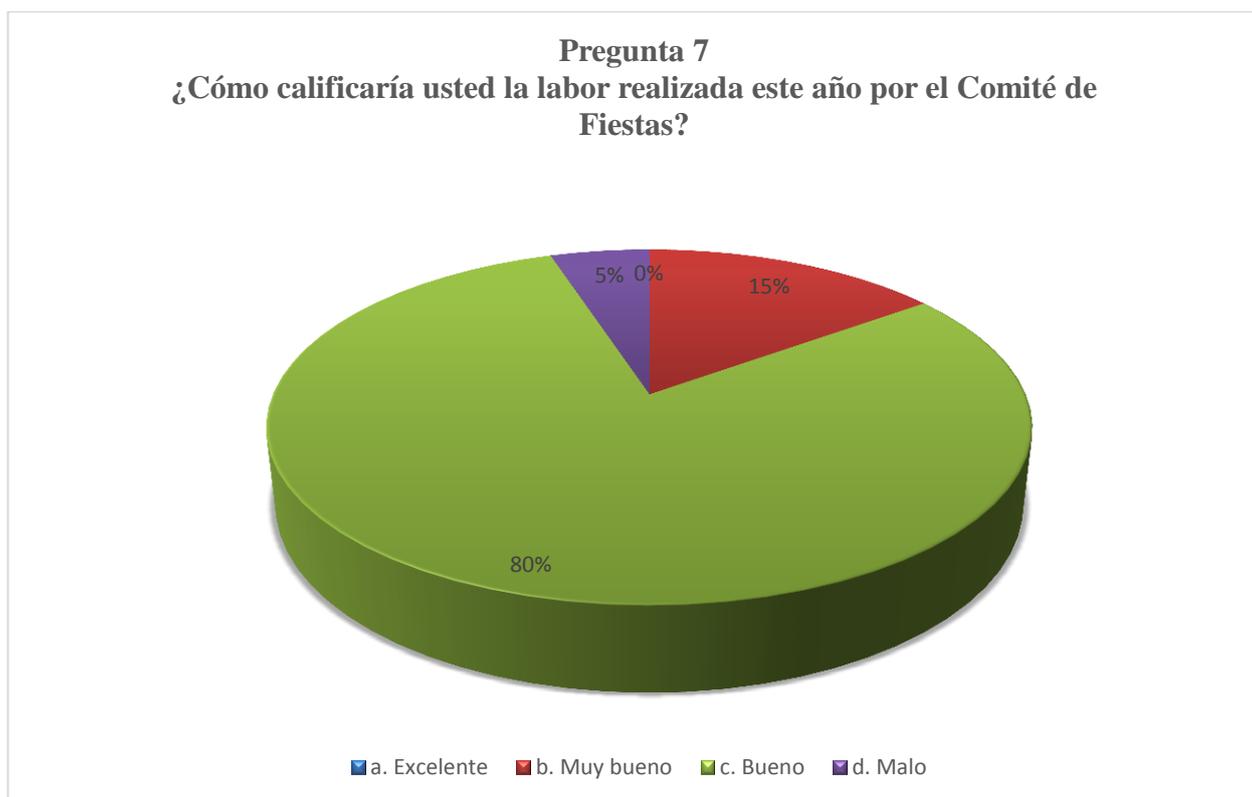
Pregunta 7

¿Cómo calificaría usted la labor realizada este año por el Comité de Fiestas?

Tabla 10: Tabla de referencia de pregunta 7

a. Excelente	0
b. Muy bueno	3
c. Bueno	16
d. Malo	1
TOTAL	20

Ilustración 9: Gráfico pregunta 7



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 80% de las personas encuestadas dicen que la labor realizada por el comité de fiestas de este año ha sido buena ya que existieron muchas falencias y desorganización al momento de ejecutar el programa.

Pregunta 8

¿Por qué lo califica de esta manera?

Tabla 11: Tabla de referencia de pregunta 8

a. Falta de organización al momento de ejecutar las Fiestas del Yamor	20
TOTAL	20

Ilustración 10: Gráfico pregunta 8



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 100% de los encuestados dicen que faltó organización, comunicación y difusión de este evento por parte del comité de fiestas.

4.13. Diseño de Herramientas Público Externo – Quito

4.13.1. Entrevista – público externo – Lic. Mónica Salazar, asistente de gerencia en la empresa Proyelec Ingenierías. Vivió 10 años en el cantón Otavalo.

Saludos, siendo hoy de septiembre del 2015, me encuentro con el Sr./ Sra. que nos concede esta entrevista como parte de la investigación.

Pregunta 1

¿En sus vacaciones, a qué región del Ecuador prefiere viajar?

Respuesta: a la región costa, ya que tiene un clima agradable y sus playas son hermosas.

Pregunta 2

¿Cómo usted busca información para realizar turismo en Ecuador?

Respuesta: la mayoría de veces lo hago por medio de recomendaciones de otras personas como sugerencia al momento de viajar.

Pregunta 3

¿Con qué frecuencia usted visita Otavalo?

Respuesta: solo he realizado la visita por festividades.

Pregunta 4

¿Qué es lo que más le atrae de Otavalo?

Respuesta: Otavalo es un cantón muy lindo por el parque de ponchos que es uno de los atractivos turísticos más visitado por todos.

Pregunta 5

¿Qué conoce usted acerca de las Fiestas del Yamor?

Respuesta: son fiestas de agradecimiento a la tierra por las cosechas que han tenido durante el año.

Pregunta 6

¿Ha asistido alguna vez a las Fiestas del Yamor?

Respuesta: Si, y son unas fiestas muy hermosas por su comparsas.

Pregunta 7

¿Cuál de las actividades destaca más para usted en la Fiesta del Yamor?

Respuesta: el pregón de las fiestas, porque salen comparsas y se puede disfrutar de sus tradiciones culturales.

Pregunta 8

¿Por qué medio se informó sobre estas festividades?

Respuesta: por referencias de otras personas.

Pregunta 9

¿Cuál fue su experiencia en estas fiestas?

Respuesta: fue una experiencia linda llena de cultura y tradiciones de los otavaleños.

Pregunta 10

¿Cree usted que cumplen con el lema “La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país”?

Respuesta: si, la gente es muy amable

Pregunta 11

¿Cómo le gustaría enterarse acerca de las Fiestas del Yamor para planificar su visita al cantón Otavalo?

Respuesta: por medio de Tv. Radio e internet.

4.13.2. Entrevista – público externo – Ing. Wladimir Pérez, ejecutivo de ventas, agencia de viajes Metropolitan Turing

Pregunta 1

¿En sus vacaciones, a qué región del Ecuador prefiere viajar?

Respuesta: Me encanta la amazonia, el oriente ecuatoriano.

Pregunta 2

¿Cómo usted busca información para realizar turismo en Ecuador?

Respuesta: a través de internet.

Pregunta 3

¿Con qué frecuencia usted visita Otavalo?

Respuesta: Dos veces al año.

Pregunta 4

¿Qué es lo que más le atrae de Otavalo?

Respuesta: Sus paisajes y el coloso Imbabura que lo podemos apreciar apenas ingresamos al cantón.

Pregunta 5

¿Qué conoce usted acerca de las Fiestas del Yamor?

Respuesta: Las Fiestas del Yamor es una de las fechas más importantes para el pueblo otavaleño.

Pregunta 6

¿Ha asistido alguna vez a las Fiestas del Yamor?

Respuesta: claro, en algunas ocasiones y he presenciado el pregón de fiestas.

Pregunta 7

¿Cuál de las actividades destaca más para usted en la Fiesta del Yamor?

Respuesta: el pregón de apertura de las fiestas, la exposición del vestuario de la virgen de Monserrath, los festivales musicales entre otras actividades.

Pregunta 8

¿Por qué medio se informó sobre estas festividades?

Respuesta: Nosotros ofrecemos paquetes turísticos propiamente para las Fiestas del Yamor, donde realizamos un recorrido por los lugares más representativos del sector.

Pregunta 9

¿Cuál fue su experiencia en estas fiestas?

Respuesta: Mi experiencia en estas fiestas ha sido enriquecedora; ya que cada vez, me encuentro con un país lleno de encanto y de misticismo.

Pregunta 10

¿Cree usted que cumplen con el lema “La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país?”

Respuesta: Solo al llegar a este hermoso lugar, puede palpar la realidad de esta verdadera y singular frase.

Pregunta 11

¿Cómo le gustaría enterarse acerca de las Fiestas del Yamor para planificar su visita al cantón Otavalo?

Respuesta: por diferentes medios de comunicación.

4.13.3. Entrevista – público externo – Lic. Daysi Vaca, docente Universidad

Autónoma Simón Bolívar.

Saludos, siendo hoy de septiembre del 2015, me encuentro con el Sr./ Sra. que nos concede esta entrevista como parte de la investigación.

Pregunta 1

¿En sus vacaciones, a qué región del Ecuador prefiere viajar?

Respuesta: a la costa, por su gastronomía y sus atractivos turísticos.

Pregunta 2

¿Cómo usted busca información para realizar turismo en Ecuador?

Respuesta: Por medio del internet.

Pregunta 3

¿Con qué frecuencia usted visita Otavalo?

Respuesta: Cada festividad, o algunas veces cada mes.

Pregunta 4

¿Qué es lo que más le atrae de Otavalo?

Respuesta: Sus artesanías, los paisajes y en especial el Lago San Pablo.

Pregunta 5

¿Qué conoce usted acerca de las Fiestas del Yamor?

Respuesta: son una de las festividades de Otavalo.

Pregunta 6

¿Ha asistido alguna vez a las Fiestas del Yamor?

Respuesta: Si, en dos ocasiones estuve en estas festividades.

Pregunta 7

¿Cuál de las actividades destaca más para usted en la Fiesta del Yamor?

Respuesta: El pregón de fiestas, la elección de la reina del Yamor y el festival musical.

Pregunta 8

¿Por qué medio se informó sobre estas festividades?

Respuesta: por la radio y las recomendaciones de familiares.

Pregunta 9

¿Cuál fue su experiencia en estas fiestas?

Respuesta: Es una de las fiestas más importantes de Otavalo. Tuve una grata experiencia que volvería a repetirla.

Pregunta 10

¿Cree usted que cumplen con el lema “La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país”?

Respuesta: No puedo generalizar, pero si deberían tratar de ser más amables con los turistas que viajamos a su cantón.

Pregunta 11

¿Cómo le gustaría enterarse acerca de las Fiestas del Yamor para planificar su visita al cantón Otavalo?

Respuesta: Por medios de comunicación.

4.14. Modelo de Encuesta público externo – Quito



ENCUESTA – CIUDADANÍA QUITEÑA

La presente encuesta tiene por objetivo conocer las preferencias turísticas de la ciudadanía quiteña y al mismo tiempo promover la visita al cantón Otavalo, particularmente a sus tradicionales Fiestas del Yamor.



Género: F M

Edad: 21-30

31-40

41-50

51...

PREGUNTAS:

1. ¿En sus vacaciones, a qué región del Ecuador prefiere viajar?

Costa

Sierra

Oriente

¿Por qué?

2. ¿Cómo usted busca información para realizar turismo en Ecuador?

Internet

Agencia de viajes

Redes sociales

Recomendaciones

Otro, especifique

3. ¿Con qué frecuencia usted visita Otavalo?

Anual

Mensual

Semanal

Nunca

4. ¿Qué es lo que más le atrae de Otavalo?

Sus paisajes

Su cultura

Su comida típica

Sus artesanías

5. ¿Qué conoce usted acerca de las Fiestas del Yamor?

6. ¿Ha asistido alguna vez a las Fiestas del Yamor?

SI

NO

Si la respuesta es NO, pase a la pregunta 11

7. ¿Cuál de estas actividades destaca más para usted en la Fiesta del Yamor?

Pregón de Fiesta

Exposición del vestuario de la Virgen de Monserrath

Elección y coronación de la Reina

Festival musical

Travesía natatoria al Lago San Pablo

8. ¿Por qué medio se informó sobre estas festividades?

Internet

Radio

Tv

Prensa

Otra, especifique

9. ¿Cuál fue su experiencia en estas fiestas?

Agradable

Desagradable

¿Por qué?

10. ¿Cree usted que cumplen con el lema “La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país?”

Si

No

¿Por qué?

11. ¿Cómo le gustaría enterarse acerca de las Fiestas del Yamor para planificar su visita al cantón Otavalo?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

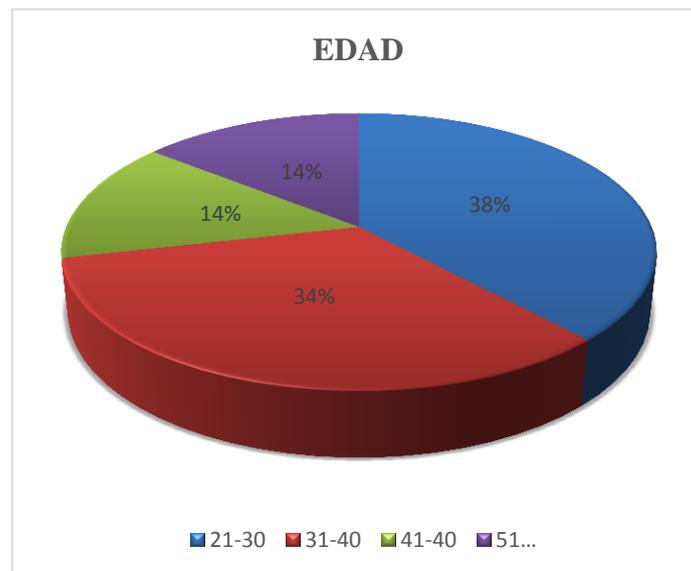
¡SU APORTE ES VALIOSO!

4.15. Tabulación e Interpretación de Encuesta externa

Tabla 12: Tabla de referencia de Edad

Edad	
21 - 30	8
31 - 40	7
41 - 50	3
51	3
TOTAL	21

Ilustración 11: Gráfico de Edad

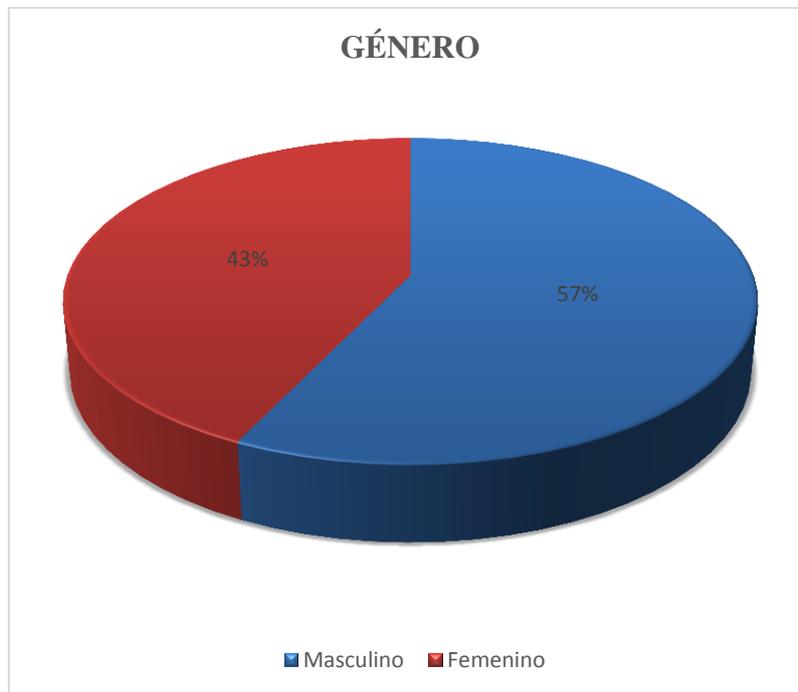


Elaborado por: Dennys Arévalo

Tabla 13: Tabla de referencia de Género

Género	
Femenino	12
Masculino	9
TOTAL	21

Ilustración 12: Gráfico de Género



Elaborado por: Dennys Arévalo

Pregunta 1

¿En sus vacaciones, a qué región del Ecuador prefiere viajar?

Tabla 14: Tabla de referencia de pregunta 1

a. Costa	10
b. Sierra	7
c. Oriente	4
TOTAL	21

Ilustración 13: Gráfico pregunta 1



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

Con un 48% de las personas encuestadas mencionan que su preferencia de viaje es en la región costa por sus hermosas playas y su gastronomía, seguido de un 33% que prefieren viajar a la sierra por sus paisajes, y con un 19% prefieren ir al oriente por su amazonia.

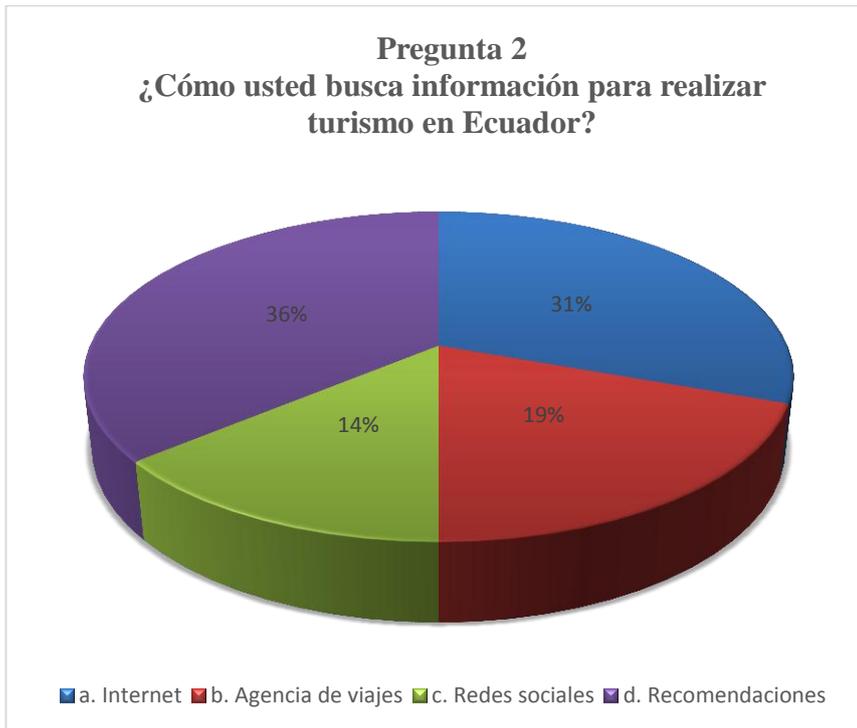
Pregunta 2

¿Cómo usted busca información para realizar turismo en Ecuador?

Tabla 15: Tabla de referencia de pregunta 2

a. Internet	11
b. Agencia de viajes	7
c. Redes sociales	5
d. Recomendaciones	13
TOTAL	36

Ilustración 14: Gráfico pregunta 2



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

Con el 36% de las personas encuestadas dicen que para viajar algún destino turístico buscan información por medio de recomendaciones de otras personas, con el 31% consiguen su lugar de viaje por medio de internet, con un 19% lo realizan a través de agencias de viaje, y con un 14% por medio de las redes sociales.

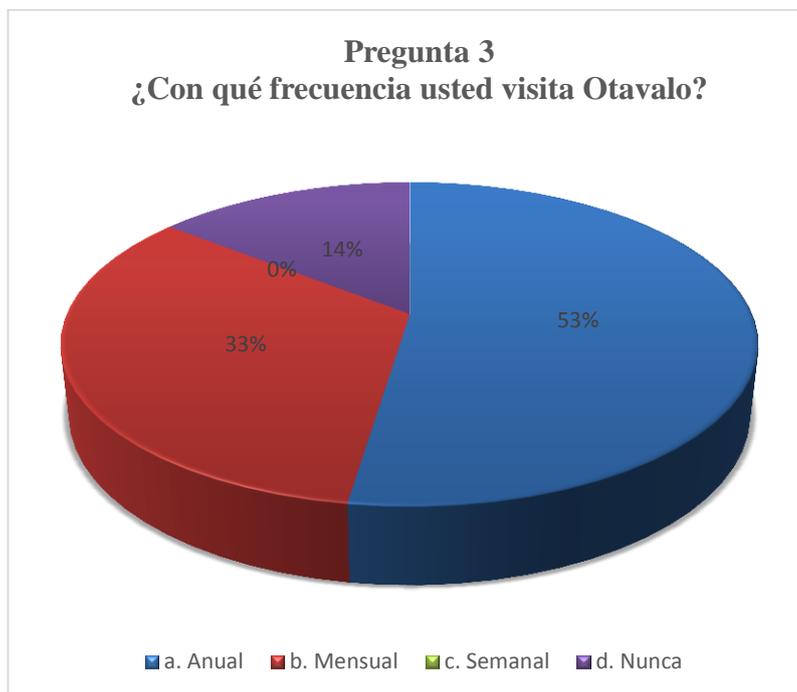
Pregunta 3

¿Con qué frecuencia usted visita Otavalo?

Tabla 16: Tabla de referencia de pregunta 3

a. Anual	11
b. Mensual	7
c. Semanal	0
d. Nunca	3
TOTAL	21

Ilustración 15: Gráfico pregunta 3



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

Con el 53% las personas encuestadas dicen que visitan Otavalo cada año por sus festividades, con el 33% van de visita al mes, y con el 14% de las personas dicen que nunca viajan al cantón.

Pregunta 4

¿Qué es lo que más le atrae de Otavalo?

Tabla 17: Tabla de referencia de pregunta 4

a. Sus paisajes	10
b. Su cultura	8
c. Su comida	5
d. Sus artesanías	15
TOTAL	38

Ilustración 16: Gráfico pregunta 4



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 40% de los encuestados mencionan que lo más atractivo del cantón Otavalo son sus artesanías las mismas que se pueden adquirir, con el 26% lo que les atrae son sus paisajes que van disfrutando mientras viajan, al 21% de las personas dicen que les gusta su cultura y con el 13% mencionan que les gusta su gastronomía.

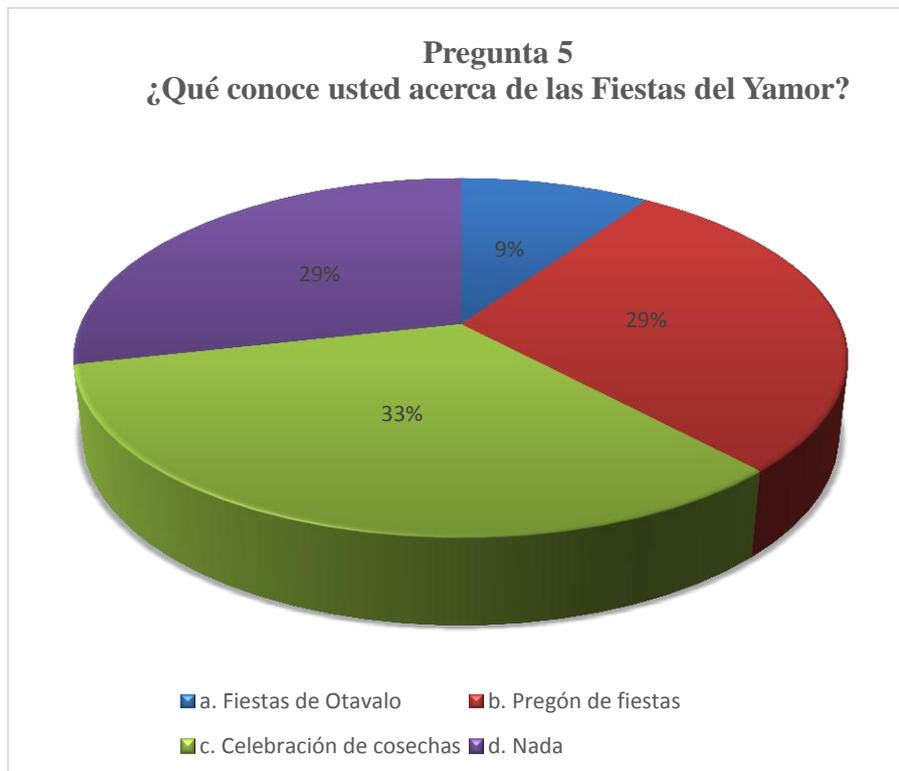
Pregunta 5

¿Qué conoce usted acerca de las Fiestas del Yamor?

Tabla 18: Tabla de referencia de pregunta 5

a. Fiestas de Otavalo	2
b. Pregón de Fiesta	6
c. Celebración de cosechas	7
d. Nada	6
TOTAL	21

Ilustración 17: Gráfico pregunta 5



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 33% de las personas dicen que la Fiesta del Yamor es la celebración de las cosechas, con el 29% mencionan que es un pregón de fiestas, mientras que con el mismo porcentaje (29) dicen que no conocen nada acerca de esta festividad, y el 9% dicen que son las fiestas de Otavalo.

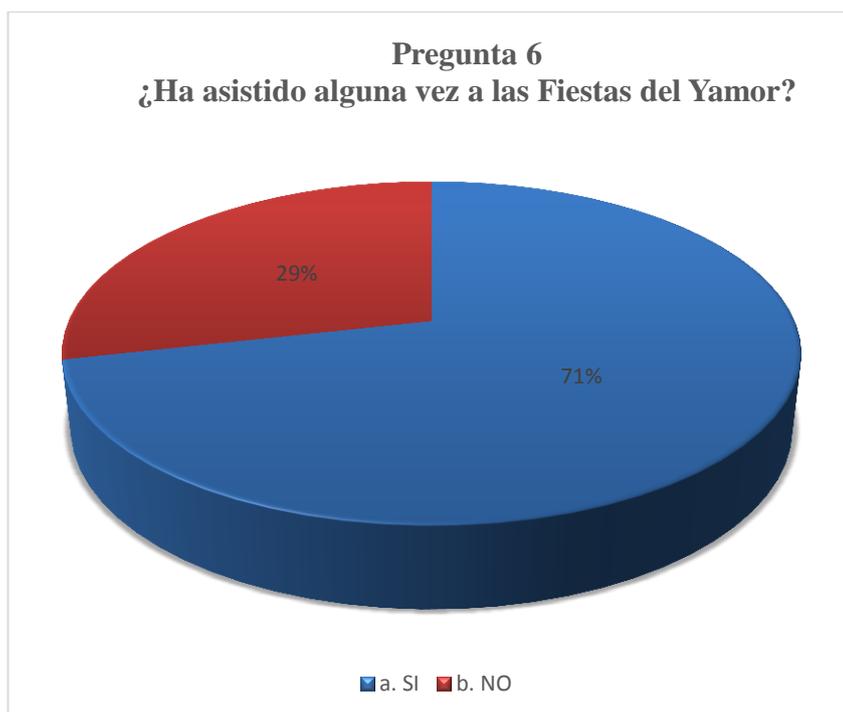
Pregunta 6

¿Ha asistido alguna vez a las Fiestas del Yamor?

Tabla 19: Tabla de referencia de pregunta 6

a. SI	15
b. NO	6
TOTAL	21

Ilustración 18: Gráfico pregunta 6



Interpretación

El 71% de los encuestados si han asistido a las Fiestas del Yamor, mientras que el 29% no han asistido a estas festividades.

Pregunta 7

¿Cuál de estas actividades destaca más para usted en la Fiesta del Yamor?

Tabla 20: Tabla de referencia de pregunta 7

a. Pregón de Fiesta	10
b. Exposición del vestuario de la Virgen de Monserrath	2
c. Elección y coronación de la Reina	8
d. Festival musical	7
e. Travesía natatoria al Lago San Pablo	2
TOTAL	29

Ilustración 19: Gráfico pregunta 7



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 34% dice que lo más destacado de las Fiestas del Yamor es el pregón de inauguración de las fiestas, seguido del 28% que es la elección y coronación de la reina del Yamor, al 24% de las personas les gusta el festival musical y con el 7% las personas mencionan que lo más destacado es la travesía natatoria del Lago San Pablo y la exposición del vestuario de la virgen de Monserrath.

Pregunta 8

¿Por qué medio se informó sobre estas festividades?

Tabla 21: Tabla de referencia de pregunta 8

a. Internet	6
b. Radio	7
c. Tv.	0
d. Prensa	0
e. Recomendaciones	4
TOTAL	17

Ilustración 20: Gráfico pregunta 8



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 42% de los encuestados se informaron de estas festividades por medio de la radio, seguida del 34% que se informaron por internet, y con el 24% se enteraron del evento por recomendaciones de otras personas.

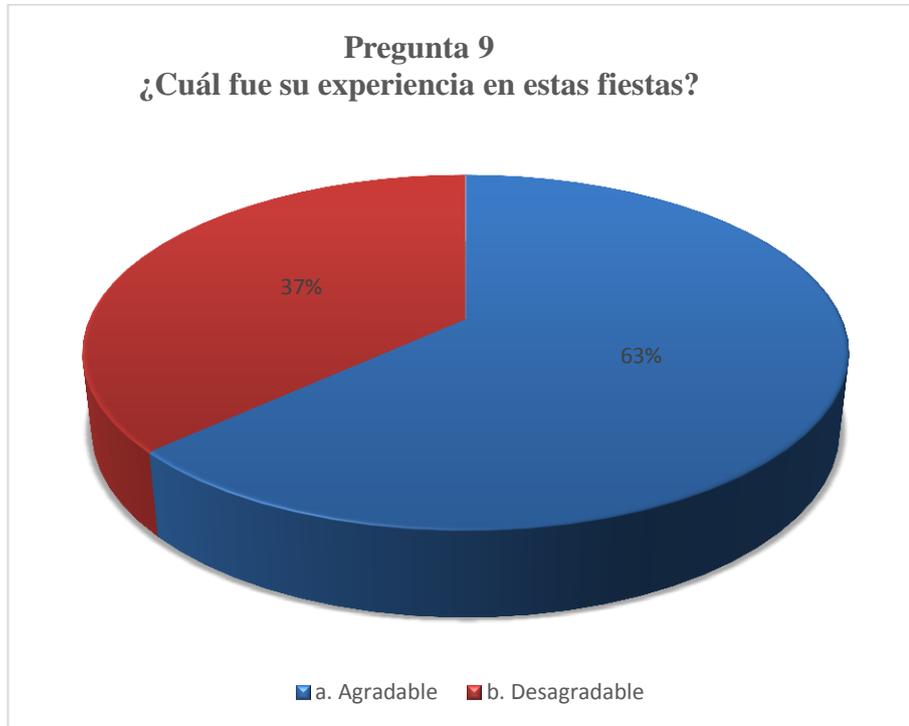
Pregunta 9

¿Cuál fue su experiencia en estas fiestas?

Tabla 22: Tabla de referencia de pregunta 9

a. Agradable	12
b. Desagradable	5
TOTAL	17

Ilustración 21: Gráfico pregunta 9



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 63% de las personas que asistieron a las Fiestas del Yamor mencionan que fue una experiencia agradable ya que pudieron presenciar las actividades programadas, conocer su cultura, sus tradiciones, y sobre todo degustar la bebida típica y representativa de las Fiestas del Yamor, con el 37% las personas dicen que fue una experiencia desagradable ya que las actividades estaban desorganizadas y la gente no es amable.

Pregunta 10

¿Cree usted que cumplen con el lema “La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país?”

Tabla 23: Tabla de referencia de pregunta 10

a. SI	9
b. NO	4
TOTAL	13

Ilustración 22: Gráfico pregunta 10



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

El 64% de las personas que fueron encuestadas dicen que si cumplen con el lema “La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país”, mientras que el 36% de las personas dicen que no cumplen con el lema porque la gente no es amable, cortés ni colaboradora.

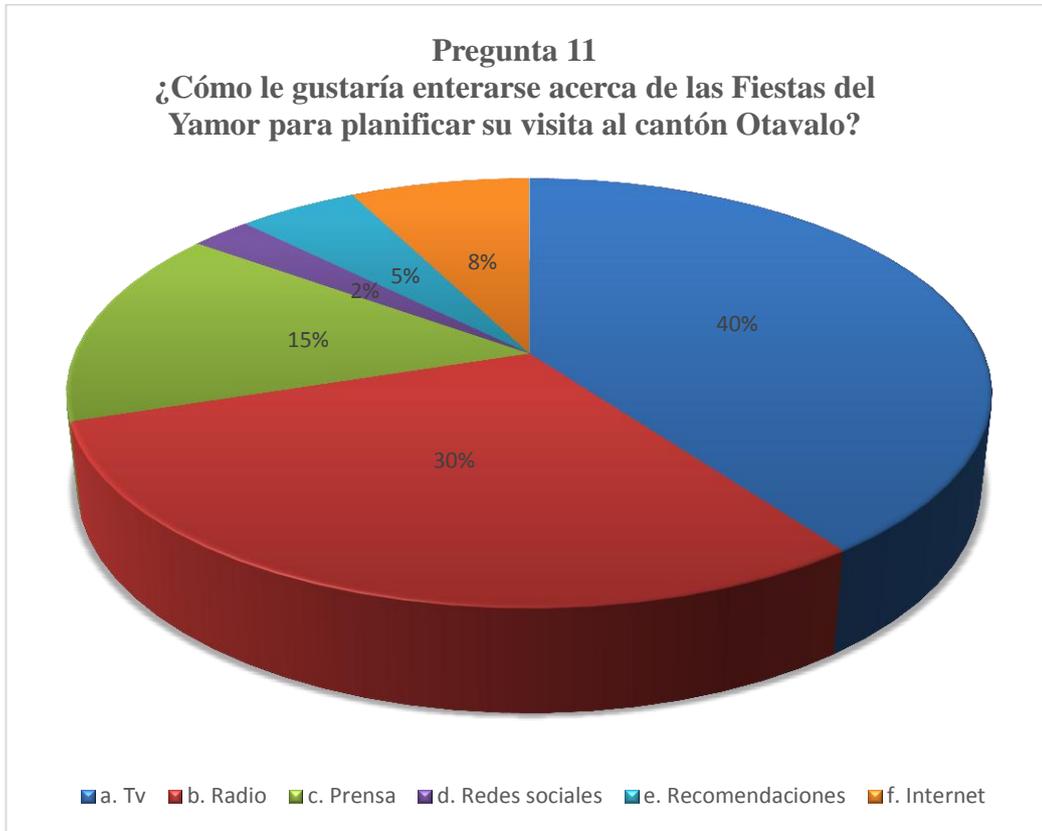
Pregunta 11

¿Cómo le gustaría enterarse acerca de las Fiestas del Yamor para planificar su visita al cantón Otavalo?

Tabla 24: Tabla de referencia de pregunta 11

a. Tv	16
b. Radio	12
c. Prensa	6
d. Redes sociales	1
e. Recomendaciones	2
f. Internet	3
TOTAL	40

Ilustración 23: Gráfico pregunta 11



Elaborado por: Dennys Arévalo

Interpretación

Todas las personas encuestadas dicen que les gustaría informarse sobre las Fiestas del Yamor mediante medios de comunicación como son: prensa, radio, Tv, redes sociales, internet y recomendaciones de personas que ya han asistido a estas festividades.

4.16. Conclusiones de la Investigación Interna

Un gran porcentaje de la población indígena de Otavalo afirman que las Fiestas del Yamor son celebradas por personas mestizas como ellos nos llaman, ya que su fiesta principal es la del *INTI RAIMY*, en esta fiesta realizan un agradecimiento al sol y a la tierra por las cosechas de maíz que han tenido durante el año, y sobre todo es el reencuentro de migrantes que regresan específicamente para presenciar esta fiesta.

Indignación por parte del pueblo otavaleño; ya que esta desconceptualizado el verdadero significado de esta fecha. “Es la fiesta del pueblo mestizo y no otavaleño” el conocimiento en otros países de su cultura fue clave para formar parte de un sistema, que en sí, ha mancillado la rica historia de mujeres y hombres que luchan por conservar sus legítimas tradiciones.

El turismo durante estas festividades ha sido escaso, ya que no se ha realizado la publicidad debida ni se ha utilizado herramientas de comunicación adecuadas por parte del comité organizador para difundir las Fiestas del Yamor, y de esta manera turistas nacionales como de la capital hayan visitado al cantón Otavalo.

Por otro lado mencionan que desde la administración de la actual alcaldía, se ha perdido identidad y tradiciones culturales en esta fiesta por la razón que esta administración es conformada por personas mestizas y por ende se va desapareciendo la cultura, tradición e identidad que los Otavaleños han conservado durante muchos años.

4.17. Conclusiones de la Investigación Externa

En la investigación realizada a la ciudadanía quiteña, su preferencia al momento de salir de vacaciones es viajar a la región costa, por sus atractivas playas y sobre todo tener un cambio

de clima diferente al de Quito, pocas personas prefieren visitar la región sierra, y lo hacen por sus paisajes, sus culturas y tradiciones de diferentes pueblos o cantones.

Pocas personas conocen la existencia de las Fiestas del Yamor ya que no se realiza publicidad ni son promocionadas como deberían serlo, con el objetivo de rescatar las tradiciones e identidad cultural y obtener mayores ingresos turísticos y económicos para el cantón Otavalo,

Por otro lado mencionan que las Fiestas del Yamor son una de las festividades del cantón Otavalo en la que se realizan diferentes actividades como es el pregón de apertura de fiestas donde se disfruta de comparsas culturales, carros alegóricos, carros del Yamor que reparten la bebida representativa del Yamor hecha a base de maíz.

Otro de los eventos más destacados que mencionaron los quiteños fue la elección y coronación de la reina del Yamor, y de la misma manera la elección de la reina adulto mayor del Yamor. Otra actividad destacada para los quiteños es la travesía natatoria del Lago San Pablo.

A los quiteños les gustaría que en el próximo año las Fiestas del Yamor tengan mayor publicidad para que se pueda informar toda la ciudadanía de esta celebración, a través de medios informativos como son: Prensa escrita, radio, Tv., internet, redes sociales y las recomendaciones de otras personas que ya han asistido a estas fiestas.

CAPITULO V: PROPUESTA

5.1.Objetivos

5.1.1. Objetivo General

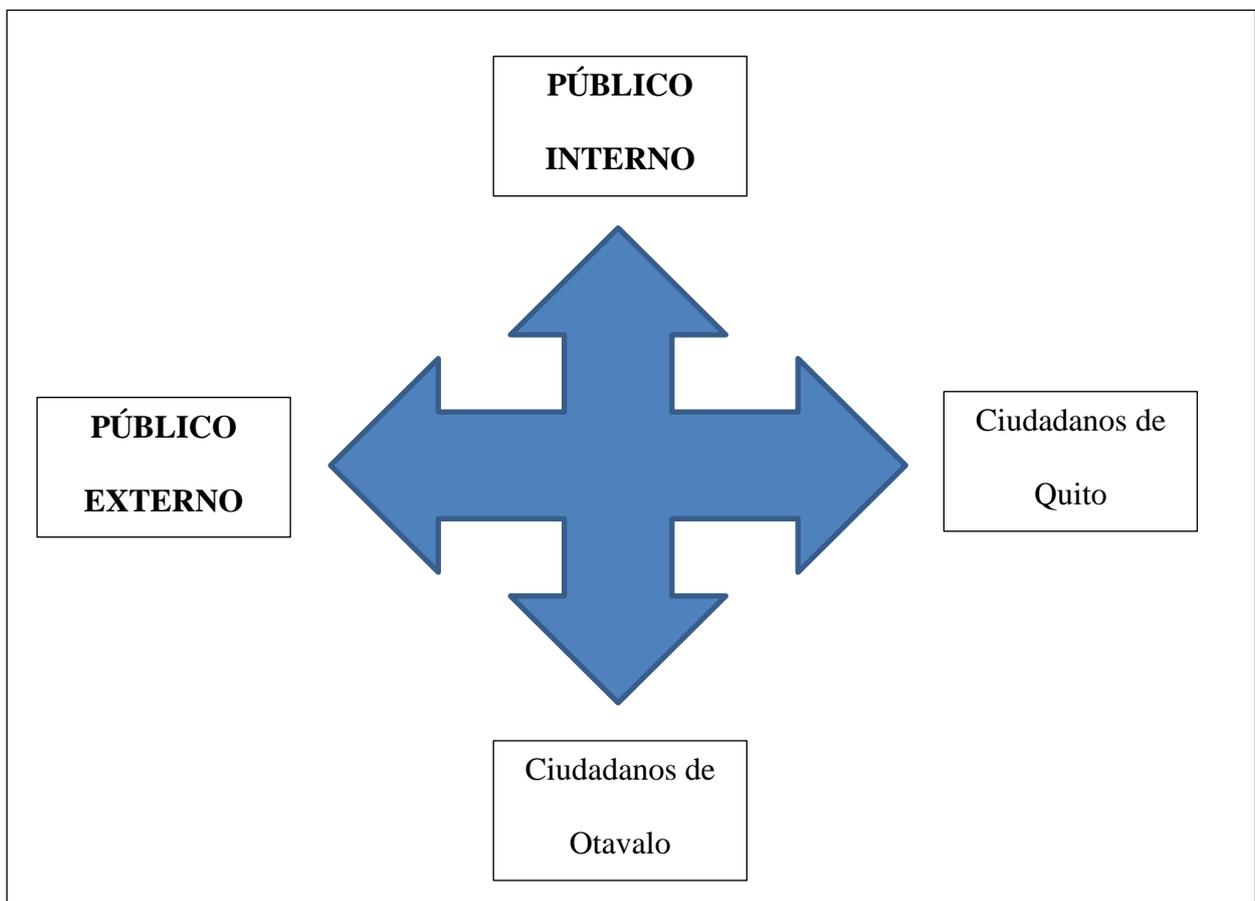
Posicionar a las Fiestas del Yamor en los ciudadanos de Quito, para el desarrollo turístico y económico del cantón Otavalo.

5.1.2. Objetivo Específico

- Informar sobre las Fiestas del Yamor a la ciudadanía quiteña.
- Crear nuevos métodos de comunicación para promocionar las Fiestas del Yamor en la ciudad de Quito.
- Incentivar a los ciudadanos de Quito a formar parte de las Fiestas del Yamor.

5.2.Públicos Objetivos

Gráfico N° 22: Públicos Objetivos



5.3.Eje de comunicación

Quito, el Yamor nos espera!

5.4.Análisis PET

Promesa

Crear sentido cultural de las Fiestas del Yamor en los ciudadanos de Quito, para incrementar el flujo turístico y económico en el cantón de Otavalo.

Evidencia

La participación de los ciudadanos de Quito en las diferentes actividades para promocionar las Fiestas del Yamor mediante las herramientas de comunicación.

Tono

Emotivo.

Estilo

Amigable.

5.5.Análisis FODA

Tabla 25: Análisis FODA

ANÁLISIS INTERNO	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Las Fiestas del Yamor tienen una trayectoria de sesenta y dos años de existencia. • Tener la bebida ancestral milenaria que es del Yamor. • Tener turistas locales, nacionales y extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca comunicación promocional de las Fiestas del Yamor. • Mal manejo de herramientas de comunicación. • Poca creatividad para difundir las festividades.

Elaborado por: Dennys Arévalo

ANÁLISIS EXTERNO	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de turistas nacionales y extranjeros. • Estar inmersa en un cantón lleno de paisajes, tradiciones y cultura. • Excelentes carreteras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de turistas nacionales y extranjeros por mal manejo de herramientas de comunicación al difundir las Fiestas del Yamor. • Inicio de clases en la región Sierra. • Cierre de vías por marchas / manifestaciones.

Elaborado por: Dennys Arévalo

5.6.Campaña

Tabla 26: Actividades de Campaña.

OBJETIVO N° 1	Informar sobre las Fiestas del Yamor a la ciudadanía quiteña.
PÚBLICO OBJETIVO	Jóvenes universitarios
ESTRATEGIAS	Utilizar métodos de comunicación creativos para lograr incentivar a los jóvenes universitarios captar su atención.
TÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un video publicitario de expectativa para causar curiosidad en los jóvenes universitarios (ver pieza gráfica 4). • Realizar la semana del Yamor con el fin de visitar a las universidades para promocionar las Fiestas del Yamor (ver ver pieza gráfica 5). • Diseñar un dibujo representativo del Yamor, para lograr su identificación en los jóvenes universitarios (ver ver pieza gráfica 6).
PROPÓSITO	Incentivar sentido cultural en los jóvenes universitarios.
	<ul style="list-style-type: none"> • Video publicitario (ver ver pieza

HERRAMIENTAS	<p>gráfica 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afiches Fiesta del Yamor (ver ver pieza gráfica 5). • Dibujo representativo de las Fiestas del Yamor (ver ver pieza gráfica 6).
RESPONSABLE	Personal comité de Fiestas del Yamor 2016.

Elaborado por: Dennys Arévalo

Tabla 27: Actividades de Campaña.

OBJETIVO N° 2	Crear nuevos métodos de comunicación para promocionar las Fiestas del Yamor en la ciudad de Quito.
PÚBLICO OBJETIVO	Personas de 30 años en adelante.
ESTRATEGIAS	Fomentar un sentido cultural a través de actividades motivacionales.
TÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un video publicitario de expectativa para causar curiosidad en las personas (ver ver pieza gráfica 4). • Generar expectativa con el mensaje publicitario “Quito, el Yamor nos espera” (ver ver pieza gráfica 7).

	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una feria gastronómica, cultural y artesanal, Yamor 2016 (ver ver pieza gráfica 8). • Instalar stands en centros comerciales específicos en la ciudad de Quito con toda la información sobre las Fiestas del Yamor (ver ver pieza gráfica 9).
PROPÓSITO	Generar expectativa en las personas sobre las Fiestas del Yamor.
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none"> • Video de expectativa (ver ver pieza gráfica 4). • Mensaje de expectativa (ver ver pieza gráfica 7). • Feria cultural (ver ver pieza gráfica 8). • Stands publicitarios (ver ver pieza gráfica 9).
RESPONSABLE	<ul style="list-style-type: none"> • Personal comité de Fiestas del Yamor 2016.

Elaborado por: Dennys Arévalo

Tabla 28: Actividades de Campaña.

OBJETIVO N° 3	Incentivar a los ciudadanos de Quito a formar parte de las Fiestas del Yamor.
PÚBLICO OBJETIVO	Personas de todas las edades.

ESTRATEGIAS	Implementar acciones que permitan a todas las personas trasladarse a las Fiestas del Yamor.
TÁCTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades de las personas al momento de trasladarse hasta el cantón Otavalo. • Realizar una caravana vehicular. Buses del GAD de Otavalo vendrán a recogerlos y llevarlos a las Fiestas del Yamor a todas las personas que no tengan como trasladarse (ver ver pieza gráfica 10). • Diseñar un recuerdo publicitario del Yamor (ver ver pieza gráfica 11).
PROPÓSITO	Incentivar a todas las personas para que asistan a las Fiestas del Yamor, cubriendo sus necesidades.
HERRAMIENTAS	<ul style="list-style-type: none"> • Buses GAD Otavalo (ver ver pieza gráfica 10). • Diseño de recuerdos publicitarios. (ver ver pieza gráfica 11).
RESPONSABLE	Personal comité de Fiestas del Yamor 2016.

Elaborado por: Dennys Arévalo

5.7. Cronograma de Actividades

Tabla 29: Cronograma

MESES	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
JULIO	Objetivo.N°1 E1: T1	Objetivo.N°1 E1: T1	Objetivo.N°1 E1: T1	Objetivo.N°1 E1: T1
			Objetivo.N°1 E1: T2	Objetivo.N°1 E1: T3
AGOSTO	Objetivo.N°2 E2: T1	Objetivo.N°2 E2: T2	Objetivo.N°2 E2: T3	Objetivo.N°2 E2: T4
SEPTIEMBRE	Objetivo.N°3 E3: T1, T2 , T3			

Elaborado por: Dennys Arévalo

5.8.Presupuesto

Herramienta o contrato de persona	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Diseño de video promocional	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Diseño de spot publicitario	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Diseño e impresión de afiche publicitario	10.000	\$ 65.00	\$ 650.00
Diseño e impresión de dibujo representativo	100	\$ 30.00	\$ 3000.00
Feria cultural	1	\$5.000	\$5.000
Impulsaciones en colegios (20 colegios, 20 días)	40	\$ 300.00	\$ 1200.00
Impulsaciones en centros comerciales (5 C.C, 16 días)	80	\$ 10.000	\$ 10.000
Chiva cultural (2 chivas, 3 horas)	2	\$ 900	\$ 1800.00
Recuerdos publicitarios	80.000	\$ 10.000	\$10.000
Alimentación 10 personas	60	\$ 900.00	\$ 1800.00
Transporte GAD Otavalo	10	\$ 0	\$ 0
TOTAL			\$ 34.200

Tabla 30: Presupuesto

Elaborado por: Dennys Arévalo

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Las Fiestas del Yamor tienen una tradición de sesenta y dos años de cumplir con la celebración y ritual por las cosechas que se han obtenido año tras año, de esta manera conforme pasan los años se han venido modificando de acuerdo a la administración del GAD municipal del cantón Otavalo, tendiendo a perderse las tradiciones, identidad y cultural del pueblo otavaleño, causando en ellos sentimiento por pérdida de valor de su vestimenta, tradiciones, costumbres, cultura e idioma natal.

Desde su creación las Fiestas del Yamor fueron creadas por personas mestizas quienes habitaban en el cantón Otavalo, tomando al hombre y a la mujer otavaleña como imagen de interés para adornar estas festividades con sus trajes típicos, danzas, música folklore, y artesanías.

Conforme fueron pasando los años el pueblo indígena se consterno negándose rotundamente a que fuesen utilizados como un simple adorno de las Fiestas del Yamor, es así, que desde el año dos mil, con la administración del Sr. Mario Conejo Maldonado quien fue elegido como el primer alcalde indígena de Otavalo se vieron algunos cambios en cuanto a rescatar la identidad del indígena otavaleño, conforme a su administración las Fiestas del Yamor también fueron favorecidas, en las que ya se les incluyeron a los indígenas como parte del programa de actividades al igual que los mestizos, juntos formaron una sola fiesta.

Con la administración actual del Dr. Gustavo Pareja los indígenas otavaleños, no se sienten identificados con las Fiestas del Yamor porque esta administración es conformada por mestizos y por esa razón para los otavaleños no es de su interés esta celebración, ya que ellos celebran las fiestas del *Inti Raymi*, por agradecimiento a las cosechas.

Las Fiestas del Yamor no tuvieron mucha acogida en este año, por motivos de organización y falta de manejo de herramientas de Relaciones Públicas y comunicación, por parte del comité de fiestas 2015, es por esto que el flujo de turistas fue escaso, comparado a dos años anteriores. No se realizó la debida publicidad ni se informó de estas fiestas por medios de comunicación como radio, prensa y Tv, para que llegue a todos los ciudadanos. La gestión del comité de fiestas se debió realizar con meses de anticipación para la promoción turística de las Fiestas del Yamor.

6.2.Recomendaciones

Es recomendable que las próximas celebraciones de las Fiestas del Yamor sean realizadas desde el momento que se elige el comité de fiestas, se gestione con meses de anticipación para el desarrollo de la promoción turística y económica del cantón Otavalo.

El comité de fiestas debe realizar la publicidad por medios de comunicación nacionales e internacionales con el fin de atraer turismo local y extranjero.

El trabajo se lo deberá realizar de manera organizada y cada una de las actividades que sean designados representantes para su ejecución.

Se debería gestionar un presupuesto solo para cubrir las herramientas publicitarias de promoción turística.

No perder las tradiciones, identidad y cultura que caracterizan al cantón como son: las comparsas, los carros alegóricos y música folklore.

No deberían incrementar los precios por motivos festivos como en comidas típicas y artesanías, ya que de esta manera existirá mayor demanda de turistas nacionales y extranjeros.

Los nativos del cantón deberían brindar cortesía a los turistas, rescatar y hacer honor al lema que son la gente más amable del país, y no necesariamente solo en las festividades sino todo un siempre, ya que turistas extranjeros visitan nuestro país en cualquier fecha del año.

Dar la mejor hospitalidad a turistas nacionales y extranjeros para que se lleven un buen recuerdo del indígena otavaleño.

BIBLIOGRAFIA

- ✚ Alvear C. (2004). *Manual de historia de la cultura*. México, D.F.: Limusa.
- ✚ Antonio Castillo. (2009). *Relaciones Públicas Teoría e Historia*. Barcelona: UOC.
- ✚ Antonio Castillo Esparcia. (2010). *Introducción a las Relaciones Públicas*. Barcelona-España.
- ✚ Arrugo M. (2001). *El fin de la comunicación interna*. Barcelona.
- ✚ Baker y Martinson. (2001). *Cinco principios para la persuasión ética*. Version Español.
- ✚ Barquero José Daniel. (2005). *Manual de relaciones públicas, publicidad y comunicación*. Barcelona.
- ✚ Bustamante Enrique. (2006). *Diversidad en la era digital: La cooperación iberoamericana cultural y comunicativa*.
- ✚ Carlos Alarico Gómez y Amílcar Gómez Delgado. (2003). *Gerencia de Relaciones Públicas y Protocolo*. Caracas-Venezuela: CEC,S.A.
- ✚ Carlos Manuel Larrea. (1972). *Prehistoria de la región Andina del Ecuador*. Quito.
- ✚ Constitución de la República del Ecuador. (25 de 07 de 2008). *Asamblea Nacional del Ecuador*. Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- ✚ Cuetos María, P. G. (2012). *El patrimonio cultural. Conceptos básicos*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.

- ✚ Cuetos, M. P. (2012). *El patrimonio cultural. Conceptos básicos*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- ✚ Cutlip Scott Center Allen y Broom Glen. (2001). *Relaciones Públicas Eficaces*. Gestión 2000.
- ✚ Daniel Barquero José. (2005). *Manual de relaciones públicas, publicidad y comunicación*. Barcelona.
- ✚ Definición.com. (s.f.). *Definición.com*. Obtenido de <http://definicion.de/ordenanza/>
- ✚ Dennis L. Wilcox Glen T. Cameron Jordi Xifra. (2012). *Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas* (10ª ed.). Madrid: Pearson Educación S.A.
- ✚ Eaton Dorman. (1882). *The Public Relations and the Duties of the Legal Profession*. Estados Unidos: Yale Law School.
- ✚ Ecuador Explorer. (16 de Mayo de 2015). *EcuadorExplorer.com*. Obtenido de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-sierra-ecuatoriana.html>
- ✚ Esteban Ruiz Ballesteros y Doris Solis. (2007). *Turismo comunitario en Ecuador*. Quito-Ecuador: Abya-Yala.
- ✚ GAD Municipal de Otavalo. (18 de junio de 2015). *GAD Municipal de Otavalo*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/alcalde/itemlist/tag/Yamor%202015.html>
- ✚ *GAD Municipal del Cantón OTAVALO*,. (2015). Obtenido de Otavalo Travel: <http://www.otavalo.travel/en/fiestas-costumbres-y-tradiciones-de-otavalo>
- ✚ Gardner Howard. (2004). *Mentes Flexibles*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.

- ✚ GPS NEWS REVISTA. (2015). Posicionamiento. *GPS NEWS revista del mundo de la comunicación y las rrpp*, 17-18.
- ✚ Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, I. (27 de Agosto de 2015). *Instituto Nacional de Patrimonio Cultural*. Obtenido de <http://www.inpc.gob.ec/component/content/article/2-general/22>
- ✚ Jiménez Guzmán. (1986). *Patrimonio Turístico*.
- ✚ Joan Costa. (2009). *La imagen de marca un fenómeno social*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- ✚ Jorge Machicado. (Febrero de 2012). *Apuntes Jurídicos*. Obtenido de <http://jorgemachicado.blogspot.com/2012/02/orre.html>
- ✚ José Daniel Barquero Cabrero, R. P. (2010). *Dirección estratégica de relaciones públicas*. Barcelona: Profit.
- ✚ Kathy Matilla. (2009). *Conceptos fundamentales en la Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona-España: Carrera Edició S.L.
- ✚ M^a Ángeles González Lobo y Enrique Carrero López. (2008). *Manual de planificación de medios*. Madrid: ESIC.
- ✚ Manuel Palencia LeflerOrs. (2008). *90 Técnicas de Relaciones Públicas*. Barcelona : Bresca .
- ✚ María Isabel Míguez González. (2009). *Los públicos en las relaciones públicas*. Barcelona: UOC.
- ✚ María Isabel Míguez González. (2009). *Los públicos en las relaciones públicas*. Barcelona: UOC.

- ✚ Ministerio de Comercio Exterior. (s.f.). *Marca País Ecuador*. Obtenido de <http://ecuadoramalavida.com.ec/>

- ✚ Ministerio de Turismo. (31 de Marzo de 2015). Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/boletin-trimestral>

- ✚ Ministerio de Turismo. (31 de Marzo de 2015). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/boletin-trimestral>

- ✚ Noguero Edward. (1995). *Referencias y bases de las relaciones públicas*. Estados Unidos: UST editores.

- ✚ Octavio Rojas Orduña. (2012). *Relaciones Públicas la eficacia de la influencia*. Madrid: Esic .

- ✚ Quisoboni Robinson. (20 de Febreo de 2014). 240 bienes inmuebles son el patrimonio cultural de Otavalo. *Diario El Norte*, págs. 9-10.

- ✚ Ramón Ortega Frías. (1883). *Las islas maravillosas: viaje a las regiones del Ecuador*. Quito-Ecuador: Castro S.A.

- ✚ Real Academia Española, R. (2010).

- ✚ Román Carlos, J.-v.-d. H. (2005). *El libro de las habilidades de comunicación*. Barcelona- España: Díaz de Santos S.A.

- ✚ Silvina Berdun Lucia Robaina y Mauricio Cazalino. (2001-2015). *RRPPnet Portal de Relaciones Públicas*. Obtenido de <http://www.rrppnet.com.ar/planderelacionespublicas.htm>

- ✚ uz María de la Torre y Carlos Sandoval Peralta. (2004). *La reciprocidad en el mundo andino: el caso del pueblo de Otavalo*. R.

PIEZAS GRÁFICAS

Pieza Gráfica 1: Video Publicitario



Elaborado por: Dennys Arévalo

Pieza Gráfica 2: Afiche Yamor



Elaborado por: Dennys Arévalo

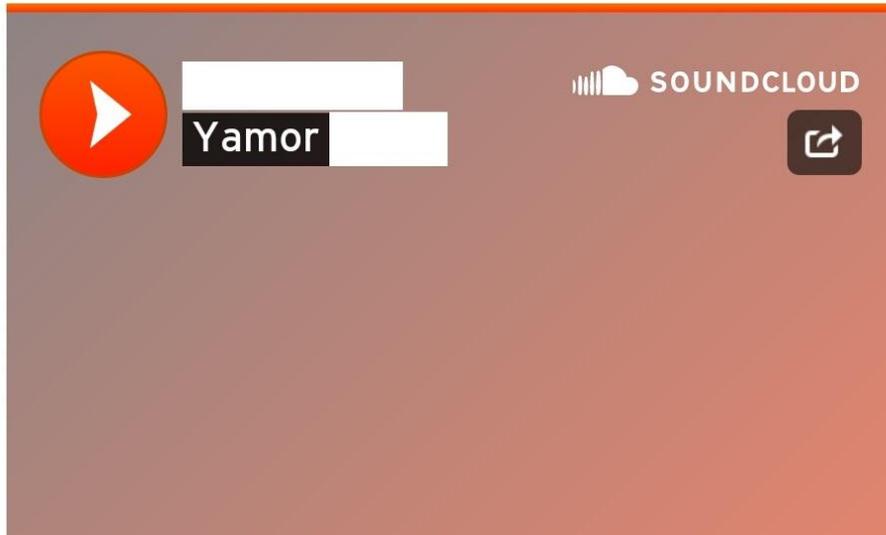
Pieza Gráfica 3: Dibujo representativo Fiestas del Yamor



Elaborado por: Dennys Arévalo

Pieza Gráfica 4: Spot publicitario Fiestas del Yamor

Spot publicitario



Elaborado por: Dennys Arévalo

Pieza Gráfica 5: Afiche feria cultural y gastronómica

Amor
Otavalo **2016**

La Fiesta más alegre, en la Ciudad más amable.

I FERIA GASTRONÓMICA Y CULTURAL
Del 5 al 10 de julio en QUITO.

Centro de Exposiciones Quito
Dirección : Av. Amazonas N34-332 y Atahualpa, junto al Parque la Carolina.

*Tradición, arte y sabor de la gente más alegre,
de la ciudad más amable.*

Auspicia:

UTE ECUADOR

PUERTOLAGO Ecuador

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHEVALLY

Ministerio de Cultura y Patrimonio

Elaborado por: Dennys Arévalo



Elaborado por: Dennys Arévalo

Pieza Gráfica 6: Stands Centros Comerciales



Elaborado por: Dennys Arévalo

Pieza Gráfica 7: Buses publicitarios Fiestas del Yamor



Elaborado por: Dennys Arévalo

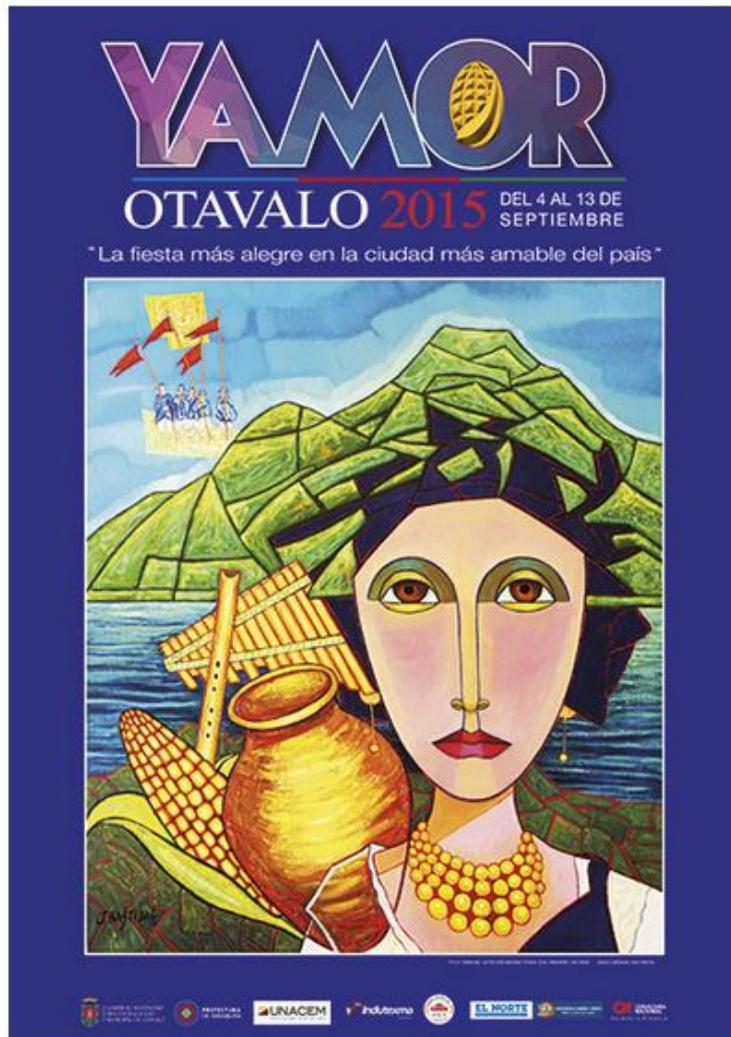
Pieza Gráfica 8: Recuerdos publicitarios Fiestas del Yamor



Elaborado por: Dennys Arévalo

ANEXOS

Anexo 1: Afiche Fiestas del Yamor 2014



Elaborado por: <http://www.otavalo.gob.ec/>

Anexo 2: Coraza, personaje principal Fiestas del Yamor



Elaborado por: <http://www.otavalo.gob.ec/>

Anexo 3: Danzantes Fiestas del Yamor



Elaborado por: <http://www.ecuadortravel.com>

Anexo 4: Luisito Otavalo, personaje tradicional Fiestas del Yamor



Elaborado por: <http://www.ecuadorviveturismo.com.ec>