



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA**

**PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO**

**PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL  
REPOSICIONAMIENTO DE LAS FIESTAS DEL YAMOR Y  
COSTUMBRES TRADICIONALES, DE LA CIUDAD DE  
OTAVALO.**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

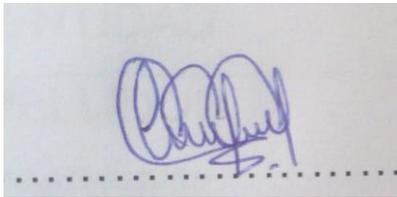
**AUTORAS:** ARIAS, O. Dayana  
ENCALADA, P. Katherine

**DIRECTOR:** ING. CHILQUINGA, J. MANUEL

**IBARRA, DICIEMBRE DEL 2013**

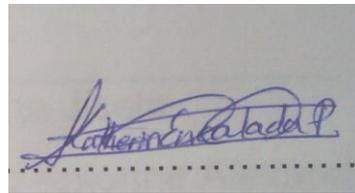
## AUTORÍA

Nosotros, Dayana Jisela Arias Ortiz y Katerine Alexandra Encalada Pastillo, portadoras de la cédula de ciudadanía No. 172346872-2, No. 100386145-5 respectivamente, declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría y los resultados de la investigación son de nuestra total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que hemos respetado las diferentes fuentes de información.



Dayana Arias

172346872-2



Katerine Encalada

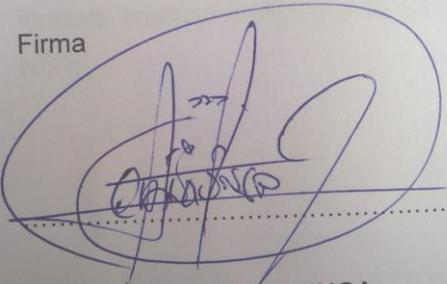
100386145-5

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los egresados Dayana Jisela Arias Ortiz y Katerine Alexandra Encalada Pastillo, con cédula de identidad No. 172346872-2, No. 100386145-5 respectivamente para optar por el Título de Ingeniería en Marketing. Cuyo tema es: “PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL REPOSICIONAMIENTO DE LAS FIESTAS DEL YAMOR Y COSTUMBRES TRADICIONALES, DE LA CIUDAD DE OTAVALO”, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra, Diciembre 2013

Firma

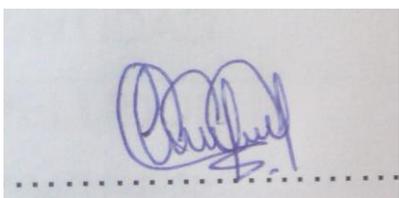


ING. MANUEL CHILQUINGA

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

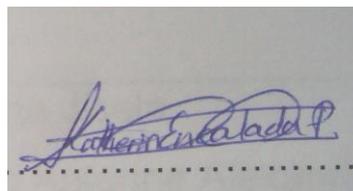
## **CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotras, Dayana Jisela Arias Ortiz y Katerine Alexandra Encalada Pastillo, con cédula de identidad No. 172346872-2, No. 100386145-5 respectivamente manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autores de la obra o trabajo de grado denominado: “PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL REPOSICIONAMIENTO DE LAS FIESTAS DEL YAMOR Y COSTUMBRES TRADICIONALES, DE LA CIUDAD DE OTAVALO”, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En condiciones de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Dayana Arias

172346872-2



Katerine Encalada

100386145-5

Ibarra, Diciembre 2013



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA	DE	172346872-2	
IDENTIDAD:		100386145-5	
APELLIDOS	Y	Arias Ortiz Dayana Jisela	
NOMBRES:		Encalada Pastillo Katerine Alexandra	
DIRECCIÓN:		Otavalo – Sector Buenos Aires	
EMAIL:		<a href="mailto:dayasuca230390@hoymail.com">dayasuca230390@hoymail.com</a> <a href="mailto:katius1214@gmail.com">katius1214@gmail.com</a>	
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO	0939958634
		MÓVIL:	0981941506
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:		“PLAN DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL REPOSICIONAMIENTO DE LAS	

	FIESTAS DEL YAMOR Y COSTUMBRES TRADICIONALES, DE LA CIUDAD DE OTAVALO”.
AUTORES :	Dayana Arias y Katerine Encalada
FECHA:	2013 - 12- 17
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Manuel Chilibingua

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.

Nosotras; Dayana Jisela Arias Ortiz y Katerine Alexandra Encalada Pastillo, con cédula de identidad No. 172346872-2, No. 100386145-5 respectivamente en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega de este ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo Digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se lo desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y

saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, Diciembre 2013

**LAS AUTORAS:**

**ACEPTACIÓN:**



.....



Nombre: Ing. Betty Chávez  
.....

**Firma**.....

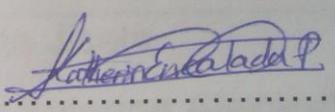
**Firma**.....

**Nombre:** Arias Ortiz Dayana Jisela

Nombre: **ING. BETTY CHÁVEZ**

**C.C.:** 172346872-2

Cargo: **JEFE DE BIBLIOTECA**



.....

**Firma**.....

**Nombre:** Encalada Pastillo Katerine Alexandra

**C.C.:** 100386145-5

Facultado por resolución del Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## RESUMEN EJECUTIVO

Las fiestas del Yamor en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura se realizan año a año por medios del comité de fiestas del cantón priorizando actividades como:

- Pregón de Fiestas
- Elección de la Reina
- Homenaje a las Marías
- Travesía Lago San Pablo
- Festival Intercultural

Actividades turísticas que buscan la innovación y desarrollo de nuevos eventos que vayan encaminados a cumplir con los requerimientos y necesidades de los turistas nacionales, extranjeros y población otavaleña, lo cual ha hecho posible la elaboración de una propuesta de plan de promoción y publicidad para el reposicionamiento, Que busca recuperar las costumbres tradicionales que se han ido perdiendo a través del tiempo y así mismo realizar una correcta imagen corporativa y el desarrollo de un plan de promoción y publicidad para todo el evento.

Es importante la realización de este trabajo ya que se pretende lograr un incremento de reconocimiento de la ciudad nacional e internacionalmente y buscar continuar con la cultura y tradición con la cual se inició las festividades años atrás basándose en aspectos básicos como diversificación y satisfacción de los turistas nacionales, internacionales y población otavaleña.

Para lograr una mayor comprensión del presente trabajo se lo ha dividido en 4 capítulos los mismos que se describen a continuación.

En el capítulo 1 se presenta el contexto del diagnóstico situacional, la realidad de los antecedentes, el micro y macro entorno en el cual se

conoce como se relaciona interna y externamente así mismo el desarrollo de objetivos y variables diagnósticas y el desarrollo del estudio de mercado. Justificación.

Con respecto al capítulo 2 tenemos las teorías o referentes conceptuales que fundamentan la investigación, conceptos teóricos básicos los cuales servirán de fuente textual para el desarrollo del proyecto.

En el capítulo 3 describe la propuesta con la cual buscaremos brindar nuevas opciones de publicidad y manejo de nuevas tendencias del mercado para los eventos a realizarse.

En cuanto al capítulo 4 hace referencia a los impactos generados social, económico, ambiental, administrativo y comercialmente dentro y fuera de los eventos a realizarse. Se contó con la colaboración y apoyo brindando información necesaria por parte del comité de fiestas del Yamor para el desarrollo de la investigación, además adicionalmente se obtuvo información de libros, revistas, páginas web logrando el proyecto a continuación detallado.

## EXECUTIVE SUMMARY

The Yamor parties in the city of Otavalo, Imbabura Province are conducted every year by means of the party committee of the canton prioritizing activities as:

- Party Proclamation
- Election of the Queen
- Tribute to the Marys
- Lake San Pablo Cruise
- Intercultural Festival

Tourist activities seeking innovation and development of new events which are designed to meet the requirements and needs of domestic tourists, foreigners and people Otavalo, which has made possible the development of a proposed advertising and promotion plan for repositioning, which seeks to restore traditional customs that have been lost over time and likewise make a proper corporate image and develop a plan of promotion and advertising for the event.

It is important to carry out this work as it is intended to achieve increased recognition of the city nationally and internationally and look to continue the culture and tradition with which the festivities began years ago based on basic issues such as diversification and tourist satisfaction national, international and Otavalo population.

For better understanding of the present work has divided into 4 sections thereof which are described below.

Chapter 1 provides the context of situational analysis, the reality of the background, the micro and macro environment in which it is called internally and externally relates likewise the development of goals and diagnostic variables and the development of market research justification.

On chapter 2 we have theories or conceptual referents based research, basic theoretical concepts which serve as the textual source for the development of the project.

Chapter 3 describes the proposal with which we will seek to provide new options for managing advertising and market trends for the upcoming events.

On Chapter 4 refers to the impacts social, economic, environmental, administrative and commercial in and out of the upcoming events. He was assisted by providing information and support required by the committee Yamor parties for the development of the research, and further information was obtained from books, magazines, websites achieving the project detailed below.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de tesis está dedicada especialmente a:

### **Dios:**

Por iluminarme día a día en mis estudios, protegerme y brindarme sabiduría para culminar esta etapa de mi vida.

### **A mis padres Hugo y Dolores**

Dedico este trabajo con gran agradecimiento al arduo trabajo que realizaron mis padres al apoyarme día a día al aconsejarme e influirme por un buen camino con el objetivo de generar en mi responsabilidad dedicación en esta nueva etapa de mi vida, y por jamás faltarme en los días más importantes de mi vida muchas gracias.

### **A mi esposo y mi hijo**

Por ser las personas que día a día generaron en mi confianza y mucho amor para culminar mis estudios universitarios junto a ellos y formando parte de cada una de las etapas de mi vida estudiantil de todo corazón muchas gracias los amo Fabricio y Axel.

### **A mis Familiares:**

Muchas gracias por todo su apoyo, entusiasmo y cariño para continuar con este gran trabajo en especial a mis hermanos Santiago y Mireya.

A todos ustedes me reitero muchas gracias aquí está el esfuerzo de su apoyo y dedicación, este es el fruto de una gran esfuerzo conjunto.

**Dayana Arias**

## DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de tesis a:

### **Dios:**

Por ser mi padre y confidente, y regalarme cada maravilloso día para cumplir cada una de mis metas

### **A mis padres Roció y Rodrigo:**

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento

### **A mi hija Cristel:**

Por quien cada día tiene sentido, la testiga silenciosa de mis luchas cotidianas en busca de un mejor futuro, a ella, mi vida, mi alegría, mi esperanza y la culminación de este trabajo y lo que representa.

### **A mis Familiares:**

Que con su entusiasmo y cariño me dieron el valor y coraje para caminar por lo cual me resulta muy difícil poder nombrarlos en tan poco espacio, sin embargo ustedes saben quiénes son.

A todos ustedes dedico el producto de mi gran esfuerzo

**Katerine Encalada**

## **AGRADECIMIENTOS**

Esta tesis de Ingeniería pudo ser realizada gracias al apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Otavalo, al Departamento de Cultura, Departamento de Comunicación, al Comité de Fiestas y en especial al Magister Marlon Gómez Coordinador de las Fiestas del Yamor y de igual manera a la Doctora Melva Guarderas Directora de las Fiestas del Yamor 2013, la cual nos proporcionaron la ayuda para ejecutar el proyecto.

Nuestros más amplios agradecimientos para el Ingeniero Manuel Chiliquina, director de esta tesis, por su valiosa orientación y apoyo para la conclusión del mismo.

Y, desde luego, llegamos al final de este proyecto gracias a Dios; al invaluable apoyo e inspiración que generaron nuestros padres, hermanos; amigos, familiares, a quienes siempre tenemos presente; a nuestros maestros y a quienes siempre nos han enseñado algo.

A todos, nuestras mayores reconocimientos y gratitudes.

---

Dayana Arias Ortiz

---

Katerine Encalada Pastillo

## ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA .....	ii
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....	iii
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR .....	iv
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	v
EXECUTIVE SUMMARY .....	x
DEDICATORIA .....	xii
AGRADECIMIENTOS .....	xiv
ÍNDICE GENERAL.....	xv
ÍNDICE DE GRÁFICO .....	xxii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxvi
ÍNDICE DE IMAGENES.....	xxxii
CAPÍTULO I.....	35
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	35
ANTECEDENTES.....	35
ANÁLISIS EXTERNO .....	37
Factores políticos y legales.....	37
Factor económico .....	38
Factor social.....	40
Factor tecnológico.....	41
Factor ecológico.....	41
ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE DEL COMITÉ DE FIESTAS DEL YAMOR. ....	42

Clientes .....	42
Servicios .....	42
Competidores.....	43
Proveedores.....	43
ANÁLISIS INTERNO.....	43
Cadena de Valor .....	43
Actividades primarias.....	44
Actividades de apoyo.....	49
OBJETIVOS.....	57
Objetivo general.....	57
Objetivos específicos .....	57
INDICADORES DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....	58
EVALUACIÓN DE RESULTADOS PERSONAL OPERATIVO Y DIRECTIVO DEL COMITÉ DE FIESTAS DEL YAMOR.....	68
EVALUACIÓN DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO DIRIGIDO A TURISTAS EXTRANJEROS.....	93
EVALUACIÓN DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO DIRIGIDO A TURISTAS NACIONALES .....	107
EVALUACIÓN DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO DIRIGIDO A POBLACION OTAVALENIA.....	141
Análisis FODA de la población otavaleña .....	179
Conclusión del análisis del estudio de mercado población otavaleña....	181
DIAGNÓSTICO INTERNO (FODA) .....	183

CRUCES ESTRATÉGICOS.....	186
PROBLEMA DIAGNÓSTICO:.....	188
CAPÍTULO II.....	190
MARCO TEÓRICO .....	190
PLAN. ....	190
TIPOS DE PLAN.....	191
IMPORTANCIA DE PLAN.....	192
PROMOCIÓN. ....	192
Tipos de promociones.....	193
Importancia de promoción. ....	195
PUBLICIDAD. ....	195
Tipos de publicidad.....	195
Importancia de la publicidad .....	197
FIESTAS. ....	197
Tipos de fiestas.....	197
COSTUMBRES TRADICIONALES.....	198
TURISTAS .....	198
MARKETING DE SERVICIOS.....	199
REPOSICIONAMIENTO.....	199
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	200
MARKETING.....	200

Importancia del marketing.....	201
MARKETING MIX .....	202
YAMOR .....	202
HISTORIA DEL YAMOR.....	203
COSTUMBRE .....	204
TRADICIÓN .....	205
CAPÍTULO III .....	206
PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN.....	206
INTRODUCCIÓN .....	206
JUSTIFICACIÓN.....	207
PROPÓSITO DEL REPOSICIONAMIENTO .....	209
Objetivo General .....	209
Objetivos Específicos.....	209
IMPORTANCIA DEL PLAN DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	209
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN. ....	209
Implementación y presentación de productos y servicios. ....	210
PLAN DE PUBLICIDAD .....	214
Estrategias de publicidad:.....	214
Imagen corporativa .....	216
Presentación.....	217
Conceptualización.....	218

Descripción de colores.....	218
Composición .....	219
Tipografías .....	219
Tipografía Principal. ....	219
Diseño de hoja membretada .....	220
Publicidad Informativa.....	221
Publicidad Persuasiva.....	225
Publicidad Informativa.....	227
Publicidad Gráfica.....	229
Estrategias Alternativas .....	240
Vallas publicitarias .....	241
Publicidad Móvil .....	250
Publicidad virtual.....	257
PLAN DE PROMOCIÓN .....	259
Estrategias de Promoción:.....	259
CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO Y RECUPERACIÓN DE COSTUMBRES TRADICIONALES DEL YAMOR.....	266
Recuperación de Costumbres Tradicionales del Yamor .....	268
PRESUPUESTO DEL PLAN DE MEDIO YAMOR 2014.....	312
PRESUPUESTO PARA LA PROMOCIÓN DE LAS FIESTAS DEL YAMOR .....	313
PRESUPUESTO MEDIOS DIGITALES .....	314

PRESUPUESTO PUBLICIDAD MÓVIL .....	314
PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO DE LAS COSTUMBRES TRADICIONALES EN EL YAMOR .....	315
PRESUPUESTO GENERAL DE LAS FIESTAS DEL YAMOR 2014 .....	315
CAPÍTULO IV.....	317
IMPACTOS .....	317
IMPACTOS .....	317
Impacto Social .....	318
Impacto económico.....	320
Impacto administrativo .....	321
Impacto ambiental.....	322
Impacto Comercial .....	323
Impacto del Marketing Mix .....	326
Impacto general del proyecto.....	327
CONCLUSIONES .....	329
RECOMENDACIONES GENERALES DE LAS FIESTAS DEL YAMOR	331
BIBLIOGRAFÍA.....	334
LINCOGRAFÍA.....	335
ANEXOS .....	337
Anexo 1 Modelo de encuesta para el personal del comité de fiesta del Yamor .....	338
Anexo 2 Modelo de encuesta dirigida a los turistas extranjeros .....	343
Anexo 3 modelo de encuesta dirigida a los turistas nacionales.....	346

Anexo 4 modelo de encuesta dirigida a la población otavaleña .....	352
Anexo 5 nombres de personas entrevistadas .....	358
Anexo 6 Entrevista de la sra directora de fiestas del yamor 2013 .....	359
Anexo 7 Ficha de observación de los cuatro eventos principales de las fiestas del Yamor .....	360
Anexo 8 Publicación de las fiestas del Yamor en el Periódico Diario El Norte	361
Anexo 9 Publicación del evento homenaje a las marías en el periódico diario el Norte.....	361
Anexo 10 Publicación del evento homenaje a las marías en el periódico diario el norte .....	362
Anexo 11 Proformas de artículos publicitarios ONVIA.....	362
Anexo 12 proformas de artículos publicitarios .....	363
Anexo 13 proformas de artículos publicitarios .....	364
Anexo 14 Programa de fiestas del año de 1970. ....	365

## ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Evolución del PIB Nacional .....	39
Gráfico 2 Evolución De La Inflación Nacional .....	40
Gráfico 3 Tipo de turistas .....	68
Gráfico 4 Estrategias para atraer turistas .....	69
Gráfico 5 Ambiente laboral del comité de fiestas .....	70
Gráfico 6 Reunión del personal del comité de fiestas .....	71
Gráfico 7 Experiencia en el campo laboral .....	72
Gráfico 8 Nivel de instrucción del comité de fiestas.....	73
Gráfico 9 Participación en el comité de fiesta busca.....	74
Gráfico 10 Comunicación entre directivos y personal .....	75
Gráfico 11 Funciones designadas.....	76
Gráfico 12 Estrategias promocionales últimos años fiestas del Yamor... 78	
Gráfico 13 Innovación fiestas del Yamor .....	79
Gráfico 14 Actividades con el fin de recuperar costumbres .....	80
Gráfico 15 Medios publicitarios para posicionar las fiestas del Yamor internacionalmente.....	81
Gráfico 16 Opinión ciudadanía otavaleña .....	82
Gráfico 17 Pérdida de costumbres tradicionales del Yamor .....	83
Gráfico 18 Radio de preferencia .....	84
Gráfico 19 Canal de tv preferido .....	85
Gráfico 20 Periódico de preferencia.....	86
Gráfico 21 Edad de los encuestados .....	87
Gráfico 22 Género de los encuestados.....	88

Gráfico 23 Nivel de instrucción .....	89
Gráfico 24 Ocupación del personal del comité de fiestas .....	90
Gráfico 25 País de procedencia turistas .....	94
Gráfico 26 Frecuencia de visitas de turistas a Otavalo .....	95
Gráfico 27 Conocimiento de la existencia de las fiestas del Yamor .....	96
Gráfico 28 Medios de información .....	97
Gráfico 29 Información de las fiestas .....	98
Gráfico 30 Medios de Información .....	99
Gráfico 31 Visita de turistas a Otavalo .....	100
Gráfico 32 Motivo de visita de turistas a Otavalo .....	102
Gráfico 33 Edad de los turistas extranjeros .....	103
Gráfico 34 Género de turistas extranjeros .....	104
Gráfico 35 Ciudad que provienen los turistas nacionales .....	108
Gráfico 36 Fuente: Turistas Nacionales .....	109
Gráfico 37 Medio de comunicación de información de las fiestas del Yamor .....	110
Gráfico 38 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el evento .....	112
Gráfico 39 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4 .....	114
Gráfico 40 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico “Noche en homenaje a las Marías” .....	116
Gráfico 41 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna de San Pablo .....	118
Gráfico 42 Tipos de eventos que se pueden incluir .....	120
Gráfico 43 Horario de preferencia de iniciación del pregón .....	121

Gráfico 44 Dificultades o problemas que traen fiestas Yamor a Otavalo	123
Gráfico 45 Estrategias promocionales más utilizadas.....	124
Gráfico 46 Innovación de las fiestas del Yamor .....	125
Gráfico 47 Comité de fiestas ha utilizado medios adecuados para lograr posicionar el Yamor internacionalmente .....	126
Gráfico 48 Frecuencia de visita a Otavalo .....	127
Gráfico 49 Radio de preferencia .....	129
Gráfico 50 Canal de televisión preferido .....	130
Gráfico 51 Periódico de preferencia.....	132
Gráfico 52 Edad de los encuestados .....	133
Gráfico 53 Género de los encuestados.....	134
Gráfico 54 Nivel de instrucción de los encuestados.....	135
Gráfico 55 Ocupación de los encuestados .....	136
Gráfico 56 Origen de las fiestas del Yamor .....	141
Gráfico 57 Beneficios que traen las fiestas del Yamor.....	143
Gráfico 58 Medios de comunicación de información de las fiestas del Yamor .....	144
Gráfico 59 Participación para involucrarse en el evento .....	145
Gráfico 60 Conocimiento del programa a desarrollarse .....	146
Gráfico 61 Recomendaciones mejorar el evento .....	148
Gráfico 62 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4 .....	150
Gráfico 63 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico “Noche en Homenaje a las Marías” .....	152
Gráfico 64 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna de San Pablo .....	154

Gráfico 65 Fiestas del Yamor recogen las tradiciones de su origen .....	155
Gráfico 66 Tipo de eventos que se pueda incluir en las fiestas del Yamor .....	157
Gráfico 67 Lugar para eventos de la programación de las fiestas del Yamor .....	158
Gráfico 68 Horario iniciación del pregón .....	159
Gráfico 69 Dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor a Otavalo .....	161
Gráfico 70 Estrategias promocionales más utilizadas.....	163
Gráfico 71 Fuente: Población otavaleña .....	164
Gráfico 72 Actividades fin de recuperar costumbres tradicionales Yamor .....	165
Gráfico 73 Recomendaciones al comité para recuperar las costumbres tradicionales del Yamor .....	167
Gráfico 74 Calificación de medios publicitarios para posicionar internacionalmente las fiestas del Yamor .....	168
Gráfico 75 Perdida costumbres tradicionales dentro del Yamor .....	170
Gráfico 76 Radio de preferencia .....	172
Gráfico 77 Canal de televisión preferido .....	173
Gráfico 78 Periódico de preferencia.....	174
Gráfico 79 Edad de los encuestados .....	175
Gráfico 80 Género de los encuestados.....	176
Gráfico 81 Nivel de instrucción de los encuestados.....	177
Gráfico 82 Ocupación de los encuestados .....	178

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Promedio de duración de las distintas programaciones.....	48
Cuadro 2 Descripción del personal y funciones del Comité de Fiestas. .	51
Cuadro 3 Organigrama posicional del comité de fiestas de Yamor. ....	53
Cuadro 4 Equipo y tecnología en modulares de atención.....	54
Cuadro 5 Cadena de valor del comité de fiestas del Yamor .....	56
Cuadro 6 Matriz de relación diagnóstica.....	61
Cuadro 7 Distribución de lugares a encuestar turistas extranjeros .....	64
Cuadro 8 Distribución de lugares a encuestar turistas nacionales.....	66
Cuadro 9 Distribución de lugares a encuestar ciudadanía otavaleña .....	67
Cuadro 10 Tipo de turistas.....	68
Cuadro 11 Estrategias para atraer turistas .....	69
Cuadro 12 Ambiente laboral del comité de fiestas.....	70
Cuadro 13 Reunión del personal del comité de fiestas.....	71
Cuadro 14 EXPERIENCIA EN EL CAMPO LABORAL .....	72
Cuadro 15 Nivel de instrucción del comité de fiestas.....	73
Cuadro 16 Participación en el comité de fiesta busca .....	74
Cuadro 17 Comunicación entre directivos y personal.....	75
Cuadro 18 Funciones designadas .....	76
Cuadro 19 Estrategias promocionales últimos años fiestas del Yamor .	77
Cuadro 20 Innovación fiestas del Yamor .....	79
Cuadro 21 Actividades con el fin de recuperar costumbres.....	80
Cuadro 22 Medios publicitarios para posicionar las fiestas del Yamor internacionalmente.....	81
Cuadro 23 Opinión ciudadanía otavaleña.....	82

Cuadro 24 Pérdida de costumbres tradicionales del Yamor .....	83
Cuadro 25 Radio de preferencia .....	84
Cuadro 26 Canal de tv preferido .....	85
Cuadro 27 Periódico de preferencia .....	86
Cuadro 28 Edad de los encuestados .....	87
Cuadro 29 Género de los encuestados .....	88
Cuadro 30 Nivel de instrucción .....	89
Cuadro 31 Ocupación del personal del comité de fiestas .....	90
Cuadro 32 País de procedencia turistas .....	93
Cuadro 33 Frecuencia de visitas de turistas a Otavalo .....	95
Cuadro 34 Conocimiento de la existencia de las fiestas del Yamor.....	96
Cuadro 35 Medios de información .....	97
Cuadro 36 Información de las fiestas.....	98
Cuadro 37 Medios de Información .....	99
Cuadro 38 Visita de turistas a Otavalo.....	100
Cuadro 39 Motivo de visita de turistas a Otavalo.....	101
Cuadro 40 Edad de los turistas extranjeros .....	103
Cuadro 41 Género de turistas extranjeros .....	104
Cuadro 42 Ciudad que provienen los turistas nacionales .....	107
Cuadro 43 Beneficios fiestas Yamor.....	109
Cuadro 44 Medio de comunicación de información de las fiestas del Yamor .....	110
Cuadro 45 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el evento .....	111
Cuadro 46 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4 .....	113

Cuadro 47 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico “Noche en homenaje a las Marías.....	115
Cuadro 48 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna de San Pablo .....	117
Cuadro 49 Tipos de eventos que se pueden incluir .....	119
Cuadro 50 Horario de preferencia de iniciación del pregón .....	121
Cuadro 51 Dificultades o problemas que traen fiestas Yamor a Otavalo .....	122
Cuadro 52 Estrategias promocionales más utilizadas .....	124
Cuadro 53 Innovación de las fiestas del Yamor.....	125
Cuadro 54 Comité de fiestas ha utilizado medios adecuados para lograr posicionar el Yamor internacionalmente .....	126
Cuadro 55 Frecuencia de visita a Otavalo .....	127
Cuadro 56 Radio de preferencia .....	128
Cuadro 57 Canal de televisión preferido.....	130
Cuadro 58 Periódico de preferencia .....	131
Cuadro 59 Edad de los encuestados .....	133
Cuadro 60 Género de los encuestados .....	134
Cuadro 61 Nivel de instrucción de los encuestados .....	135
Cuadro 62 Ocupación de los encuestados .....	136
Cuadro 63 Origen de las fiestas del Yamor .....	141
Cuadro 64 Beneficios que traen las fiestas del Yamor .....	142
Cuadro 65 Medios de comunicación de información de las fiestas del Yamor .....	144
Cuadro 66 Participación para involucrarse en el evento.....	145
Cuadro 67 Conocimiento del programa a desarrollarse.....	146

Cuadro 68 Recomendaciones mejorar el evento .....	147
Cuadro 69 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4 .....	149
Cuadro 70 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico “Noche en Homenaje a las Marías” .....	151
Cuadro 71 Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna de San Pablo .....	153
Cuadro 72 Fiestas del Yamor recogen las tradiciones de su origen .....	155
Cuadro 73 Tipo de eventos que se pueda incluir en las fiestas del Yamor .....	156
Cuadro 74 Lugar para eventos de la programación de las fiestas del Yamor .....	158
Cuadro 75 Horario iniciación del pregón .....	159
Cuadro 76 Dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor a Otavalo .....	160
Cuadro 77 Estrategias promocionales más utilizadas .....	162
Cuadro 78 Innovando fiestas Yamor.....	164
Cuadro 79 Actividades fin de recuperar costumbres tradicionales Yamor .....	165
Cuadro 80 Recomendaciones al comité para recuperar las costumbres tradicionales del Yamor .....	166
Cuadro 81 Calificación de medios publicitarios para posicionar internacionalmente las fiestas del Yamor .....	168
Cuadro 82 Perdida costumbres tradicionales dentro del Yamor .....	169
Cuadro 83 Radio de preferencia .....	171
Cuadro 84 Canal de televisión preferido .....	173
Cuadro 85 Periódico de preferencia .....	174

Cuadro 86 Edad de los encuestados .....	175
Cuadro 87 Género de los encuestados .....	176
Cuadro 88 Nivel de instrucción de los encuestados .....	177
Cuadro 89 Ocupación de los encuestados .....	178
Cuadro 90 Productos promocionales.....	213
Cuadro 91 Plan de acción del logotipo .....	217
Cuadro 92 DETALLE DEL SPOT PUBLICITARIO.....	222
Cuadro 93 Plan acción del spot publicitario .....	225
Cuadro 94 Plan de acción de radios .....	226
Cuadro 95 Plan de acción de prensa.....	229
Cuadro 96 Plan de acción de los afiches .....	235
Cuadro 97 Plan de acción del tríptico .....	238
Cuadro 98 Plan de acción de hoja volante .....	240
Cuadro 99 Plan de acción de diseños .....	250
Cuadro 100 Plan de acción de Coop. de transportes .....	256
Cuadro 101 Plan redes sociales .....	259
Cuadro 102 Plan de acción de artículos promocionales.....	266
Cuadro 103 Plan de acción de estrategias de costumbres tradicionales en las fiestas de Otavalo.....	309
Cuadro 104 Plan de medios de publicidad Yamor 2014 .....	312
Cuadro 105 Plan de artículos promocionales para el Yamor 2014 .....	313
Cuadro 106 Plan de acción presupuesto de redes sociales .....	314
Cuadro 107 presupuesto publicidad móvil .....	314
Cuadro 108 Presupuesto general Campaña de reposicionamiento.....	315
Cuadro 109 Presupuesto general de promoción y publicidad Yamor 2014 .....	315

Cuadro 110 Impacto social .....	318
Cuadro 111 Impactos económicos.....	320
Cuadro 112 Impactos administrativos.....	321
Cuadro 113 Impacto ambiental .....	322
Cuadro 114 Impacto comercial .....	323
Cuadro 115 Impacto marketing mix .....	326
Cuadro 116 Impactos generales del proyecto .....	327

## ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1 Logotipo comité de fiestas .....	216
Imagen 2 Hoja membretada.....	220
Imagen 3 Diseño para la prensa .....	228
Imagen 4 Afiche de las fiestas .....	231
Imagen 5 Elección y coronación de la reina del Yamor .....	232
Imagen 6 Travesía del lago San Pablo .....	233
Imagen 7 Noche en Homenaje a las Marías .....	234
Imagen 8 Tríptico de las fiestas (1).....	236
Imagen 9 Tríptico de las fiestas (2).....	237
Imagen 10 Hoja volante .....	239
Imagen 11 Valla publicitaria anuncio de inicio de fiestas .....	242
Imagen 12 Valla publicitaria siete granos .....	243
Imagen 13 Valla publicitaria gastronomía .....	244
Imagen 14 Valla publicitaria Otavalo por la noche .....	244
Imagen 15 Valla publicitaria .....	245
Imagen 16 Valla publicitaria de Gastronomía, Homenaje a las Marías e inicio de Festividades.....	246
Imagen 17 Valla publicitaria información de cuatro eventos principales del Yamor .....	247
Imagen 18 Valla publicitaria afiche de fiestas y lo que es Otavalo.....	248
Imagen 19 Valla publicitaria Otavalo por la noche .....	249
Imagen 20 Valla publicitaria Coop. Transporte los Lagos.....	251
Imagen 21 Valla publicitaria Coop. Transporte Otavalo.....	252

Imagen 22	Valla publicitaria Coop. Transporte Imbaburapak Churimicanchi.....	253
Imagen 23	Valla publicitaria Coop. Transporte 8 de Septiembre.....	254
Imagen 24	Valla publicitaria Coop. Transporte 8 de Septiembre.....	255
Imagen 25	Valla publicitaria Coop. Transporte de Cotacachi.....	256
Imagen 26	Redes sociales.....	258
Imagen 27	Diseño de stand.....	261
Imagen 28	Diseño de camisetas color blanco para mujeres.....	262
Imagen 29	Diseño de camisetas color negro para mujeres.....	262
Imagen 30	Diseño de camisetas color negro para personal comité de fiestas del Yamor.....	262
Imagen 31	Diseño de chalecos.....	263
Imagen 32	Diseño de gorras.....	263
Imagen 33	Diseño Libretas ecológicas.....	264
Imagen 34	Diseños de Pad mouse.....	264
Imagen 35	Diseño de jarros.....	265
Imagen 36	Diseño de llaveros.....	265
Imagen 37	Diseño de bolsas ecológicas.....	266
Imagen 38	Diseño de afiche de la maratón de la otavaleñidad.....	272
Imagen 39	Diseño de Btl maratón de la otavaleñidad.....	273
Imagen 40	Diseño de Btl maratón de la otavaleñidad.....	274
Imagen 41	Diseño de afiche bingo barrial.....	276
Imagen 42	Diseño de BTL Bingo Barrial.....	277
Imagen 43	Diseño BTL Bingo Barrial.....	277
Imagen 44	Diseño afiche comparsas barriales y carros alegóricos. ....	280
Imagen 45	Diseño BTL comparsas barriales.....	281

Imagen 46 Imagen 45 Diseño BTL comparsas barriales .....	281
Imagen 47 Diseño BTL carros alegóricos .....	282
Imagen 48 Diseño BTL carros alegóricos calles principales de la ciudad .....	282
Imagen 49 Diseño afiche exposición de pintura infantil .....	284
Imagen 50 Diseño BTL exposición de pintura infantil .....	285
Imagen 51 Diseño BTL exposición de pintura infantil calles principales de la ciudad .....	285
Imagen 52 Diseño afiche coches de madera .....	288
Imagen 53 Diseño BTL coches de madera.....	289
Imagen 54 Diseño BTL coches de madera en las principales calles de la ciudad .....	289
Imagen 55 Diseño de afiche expo-feria .....	291
Imagen 56 Diseño BTLs expo-feria .....	292
Imagen 57 Diseño BTLs expo-feria en las calles .....	293
Imagen 58 Afiche festival náutico .....	295
Imagen 59 Volante festival náutico .....	296
Imagen 60 Afiche de recuperación del cascaron de la alegría. ....	298
Imagen 61 Afiche circuito ciclístico. ....	300
Imagen 62 Afiche homenaje al niño otavaleño .....	302
Imagen 63 Afiche del campeonato relámpago de pelota de mano .....	304
Imagen 64 Afiche festival tradicional “Otavalo canta a Otavalo” 2014 ..	306
Imagen 65 Afiche regocijos populares .....	308

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. ANTECEDENTES**

Las fiestas del Yamor en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, según el Doctor Fernando Pareja González menciona que la primera Fiesta del Yamor se realizó el mes de septiembre de 1949; el evento fue organizado por el Grupo Cultural y Deportivo Crack, entidad conformada mayoritariamente por universitarios otavaleños residentes en Quito. Son importantes los testimonios de sus protagonistas como el Dr. Oswaldo Acosta Dávila, quién relata que al finalizar las vacaciones escolares de 1949, un grupo de amigos cruzaba ideas acerca de organizar algún evento, “algo fuera de lo común, algo que llame la atención y que involucre a la mayoría del pueblo otavaleño”; de esta conversación se planteó organizar una festividad con una doble perspectiva, uno destinado para el sector más acomodado y el otro de características populares. El mejor local para el primero, era el ‘Club 24 de Mayo’, y para el festejo popular, qué mejor lugar, que la pista de patinaje existente en lo alto de la piscina ‘Neptuno’, la que además contaba con un chozón, bastante aparente para que sirva de bar.

Así fue madurando la idea, que más de una vez, se volvía irrealizable, sobre todo por los altos costos que significaba armar dos fiestas a día seguido, puesto que la primera tenía que ser un sábado por la noche y al otro día, por la tarde, un festejo ‘a todo dar’ en un lindo ambiente. Además, como el pensamiento era salir de lo común, había que contratar dos orquestas, para que actúen alternativamente, tanto en el baile de la víspera como en el del día domingo, una de ellas, necesariamente debía

ser de Quito, para mayor atractivo. Así fue que se logró contratar a la Orquesta 'Gran Casino' de gran éxito en la Capital; la contraparte local, no podía ser otra que la prestigiosa "Rumba Habana" de la ciudad de Cotacachi.

Había que elegir la fecha de realización, que por unanimidad se resolvió que sea el sábado y domingo, más próximos al 8 de septiembre, que en Otavalo se acostumbraba a festejar muy animadamente el día de la "Niña María", siendo muy tradicional los paseos hacia el barrio de Monserrate. Además, en toda esta temporada, se acostumbraba consumir los "platos típicos" acompañantes imprescindibles de la chicha Yamor la sabrosa fritada, cuero con mote, morcillas, tortillas y empanadas.

Según el Dr. Acosta en su narración, faltaba un nombre para denominar al festejo, y que fue él quien sugirió se la llame La Fiesta del Yamor, debido a la bebida tradicional milenaria ya que es el principal ícono de las celebraciones en la ciudad de Otavalo

La palabra Yamor, que es maíz, quiere decir Patria, sangre y territorialidad.

En la actualidad según la ordenanza municipal el comité de fiestas está conformado por un presidente, en este caso el Alcalde de ciudad, Director del comité, Coordinador (Director de Promoción Social), y los distintos vocales veedores que son conformados por la misma ciudadanía como; CONASIS, CCNNA, Señorita Sara Ñusta, Presidente Barrial, Empresarios, secretaria del comité y un tesorero por contrato.

## **1.2. ANÁLISIS EXTERNO**

### **ANÁLISIS DE MACROENTORNO**

El análisis del macro entorno es un estudio macroexterno que nos permite conocer la realidad del entorno del Comité de Fiestas del Yamor a ser estudiado sus diferentes factores, consecuencias y sus posibles soluciones en los diferentes ámbitos como por ejemplo: político y legal, económico, social. Tecnológico y ecológico

#### **1.2.1. Factores políticos y legales**

En el ámbito político y legal, el Comité de Fiestas ha establecido políticas legales que permiten una buena orientación y desarrollo de las Fiestas del Yamor las cuales se mencionan a continuación:

- ✓ El YAMOR tiene como símbolo y mensaje al MAÍZ, como elemento aglutinante de nuestra interculturalidad, en su esencia y concepto.
- ✓ En el proceso organizativo y de la implementación del programa tendrá: carácter descentralizado, delegando a entidades organizadas la ejecución de actividades definidas por el Comité de Fiestas.
- ✓ El Comité de la FIESTA DEL YAMOR tendrá personal de apoyo y un voluntariado, proveniente de la sociedad civil (vocales-veedores).
- ✓ La PROGRAMACIÓN estará dirigida a conseguir la participación de todos los sectores con sentido de equidad.
- ✓ Todo el proceso de preparación de la Fiesta estará alejado de proselitismo político y religioso, respetando las actividades de raigambre tradicional por ser identificadoras de la Fiesta.

- ✓ La Fiesta del Yamor tiene presupuesto municipal y propende a la autogestión de recursos adicionales de procedencia lícita.
- ✓ 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.
- ✓ Se priorizará al comercio local, creando normativas que privilegien la iniciativa de los otavaleños y residentes.
- ✓ Se proyectará una imagen turística nacional e internacional, resaltando los valores culturales más importantes del cantón.
- ✓ El Comité velará por el cumplimiento de todas las actividades que se organicen con motivo de la Fiesta del Yamor, reservándose la autoridad de seleccionar los programas de entidades, empresas, agrupaciones o personas interesadas en la co-participación.
- ✓ Se coordinará con los medios de difusión la política promocional de la Fiesta, su imagen, y los derechos de transmisión de los eventos de directa responsabilidad del Comité.

### **1.2.2. Factor económico**

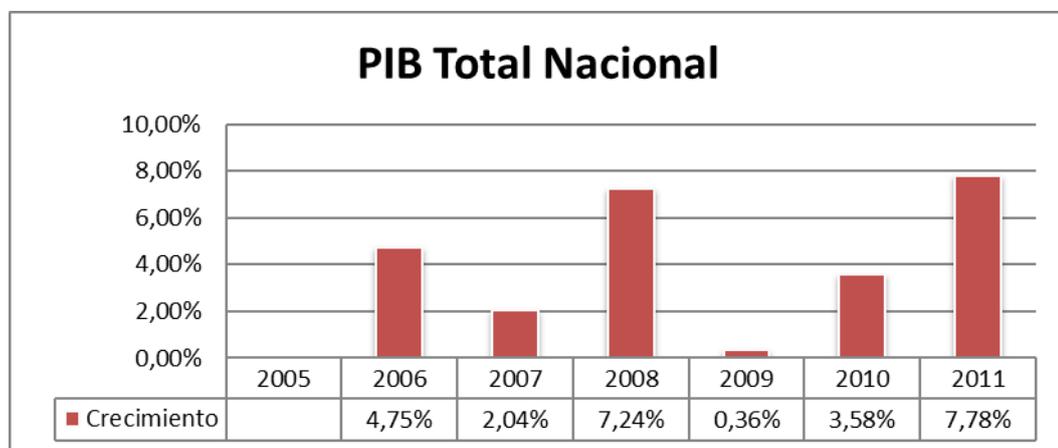
La tendencia del sector turístico, comercial y gastronómico está marcada por una inversión amplia del gobierno en tratar de mejorar las diferentes infraestructuras como: calles, fachadas de locales, colocación de basureros y sobre todo en brindar a propios y extraños la atención que se merecen; aunque sin ser suficientes proponen en un futuro inmediato una potencial mejora de estos servicios para la población y turistas tanto

nacionales como extranjeros. En lo que respecta al sector, los indicadores económicos asociados se abordan a continuación:

### ✓ **Producto Interno Bruto**

El crecimiento económico nacional en los últimos años se ha mantenido, según los datos del INEC, el Ecuador al año 2011 registró un crecimiento económico del 5,41%.

**Gráfico 1** Evolución del PIB Nacional



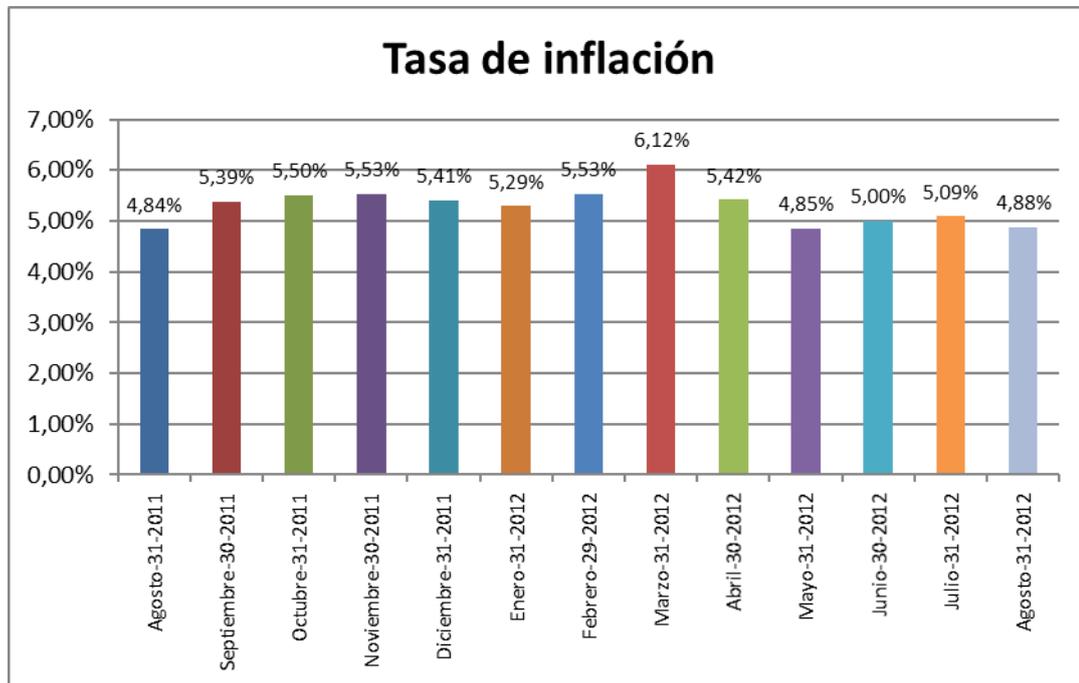
Fuente: Ecuador en Cifras, 2010

Esto evidencia que las actividades económicas tienen un escenario positivo y que es potencial para el crecimiento de empresas y negocios.

### ✓ **Inflación**

El incremento generalizado de los precios en la economía nacional, demuestra una tendencia estable en el último año analizado, con un porcentaje que oscila entre el 4,8% y el 6,15%, la cifra registrada al mes de septiembre de 2012 es de 4,88%, una de las más bajas registrada en los últimos meses.

**Gráfico 2** Evolución De La Inflación Nacional



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2012

Esto significa que el Ecuador se enfrenta a un problema llamado inflación, el cual origina la pérdida de poder adquisitivo logrando así que disminuya las ventas de productos y servicios que se ofertan en la programación de las Fiestas del Yamor, por lo cual genera que varios turistas nacionales no puedan visitar la ciudad de Otavalo por falta de recursos económicos.

### 1.2.3. Factor social

En cuanto al aspecto social la comunicación debe identificar el nivel socioeconómico y cultural de las audiencias antes de implementar estrategias de desarrollo, en este aspecto se hará referencia al estudio de nivel socioeconómico de la población realizado por el INEC, que clasifica a la población en cinco niveles socioeconómicos, son :

1. **Nivel A:** Dos vehículos por familia, vivienda con dos baños al menos con ducha y personas con acceso a todas la tecnologías, todos los servicios y menaje de casa, nivel de instrucción de posgrado del jefe

de familia y equipos electrónicos más de dos portátiles y de escritorio, cobertura de seguro privado de salud.

2. **Nivel B:** Un vehículos por familia, vivienda con dos baños al menos con ducha y personas con acceso a todas la tecnologías, todos los servicios y menaje de casa, nivel de instrucción superior del jefe de familia y equipos electrónicos computadora PC y portátil, cobertura de seguro privado de salud.
3. **Nivel C+:** no posee vehículo, vivienda con un baño con ducha, dos celulares por familia, una computadora solo en el 20% de los hogares, nivel de instrucción secundaria del jefe de familia y equipos electrónicos básicos, trabajo del jefe de familia en áreas técnicas y de comercio.
4. **Nivel C-:** no posee vehículo, vivienda con un baño con ducha, una televisión, una cocina, un equipo de sonido, nivel de instrucción primaria del jefe de familia, no se posee seguro médico ni de afiliación , no existe participación de la tecnología, internet o redes sociales.

#### **1.2.4. Factor tecnológico**

En lo tecnológico el Comité de Fiestas del Yamor esta consiente de dicho cambio y es porque están tratando de tener equipos de alta tecnología como computadoras Mac, para diseñar los diferentes materiales publicitarios que se necesitaran para dar a conocer las fiestas del Yamor.

#### **1.2.5. Factor ecológico**

En lo ecológico se refiere a la creación de leyes para la protección del medio ambiente, las cuales todas las empresas deben cumplir, para así tener la aprobación de funcionamiento por parte del estado y la sociedad.

En este caso el Comité de Fiestas debe contribuir con el medio ambiente en no utilizar demasiadas vallas ya que puede producir contaminación visual para la población, por lo cual debe manejar otras alternativas de publicar la programación de las Fiestas del Yamor.

### **1.3. ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE DEL COMITÉ DE FIESTAS DEL YAMOR.**

El análisis del micro entorno, nos permite conocer la empresa a ser estudiada, sus servicios, clientes (turistas), proveedores, etc.

#### **1.3.1. Clientes**

En este caso el Comité de Fiestas del Yamor ofrece a los turistas nacionales, extranjeros y sobre todo a la ciudadanía otavaleña en el mes de Septiembre una variedad de shows artísticos, gastronomía y un sin número de eventos que se realizan durante la trayectoria de las fiestas.

El proceso de comunicación tanto interno como externo tiene que ver con los esfuerzos que el Comité de Fiestas realiza para llegar al público que se desea llegar..

#### **1.3.2. Servicios**

El comité de fiestas ofrece a la población otavaleña, turistas nacionales y extranjeros varias programaciones de diversión, adrenalina, unión familiar, gastronomía, etc. además podemos mencionar las principales programaciones como son: Pregón de fiestas, Elección de la Reina, Noche en Homenaje a las Marías, Travesía natatoria Lago San Pablo.

### **1.3.3. Competidores**

En la actualidad las Fiestas del Yamor no tiene competencia ya que es una fiesta muy tradicional y única en la ciudad de Otavalo, esta celebración se la festeja en el mes de septiembre. Por lo tanto el pueblo otavaleño recibe gustosos a propios y extraños a festejar, disfrutar de la variedad de actividades que se han programado en estas fiestas.

Podemos recalcar que en el mes de septiembre se realizan seguidamente celebraciones como en Cotacachi la Fiesta de la Jora y en Ibarra las Fiestas de Fundación.

### **1.3.4. Proveedores**

El Comité de fiestas cuenta con la colaboración de 1 solo proveedor el mismo que constantemente brinda su colaboración mediante la venta del material publicitario que se va a utilizar en las fiestas.

La relación comercial con el proveedor es excelente debido a que el comité de fiestas mantiene, devoluciones, beneficios, etc.

La frecuencia con que el proveedor visita al comité de fiestas es permanente debido a la constante actualización que brindan las mismas esto hace que el comité este de la mano con las últimas tendencias que se van presentando para la publicidad del Yamor.

## **1.4. ANÁLISIS INTERNO**

### **1.4.1. Cadena de Valor**

Según Michael Porter, la cadena de valor se define como la forma en que una empresa desempeña sus actividades individuales respecto de su historia, estrategia, enfoque de implementación y economía.

La cadena de valor está constituida por actividades de valor y el margen. Las primeras son acciones que realiza el Comité de Fiestas de forma distintiva a nivel operacional y tecnológico; mientras el margen, es la diferencia que existe entre el valor total y el costo de desempeñar las actividades de valor.

Las actividades de valor se dividen en dos tipos, primarias y de apoyo; la descripción de ambas se define a continuación como parte del análisis interno del Comité de Fiestas.

#### **1.4.2. Actividades primarias**

Las actividades primarias se dividen en cinco, estas hacen referencia a la estrategia de la empresa y al sector en el que se desempeña.

##### **✓ Logística de Entrada**

La logística de entrada hace referencia a las actividades de recepción y almacenamiento de materiales publicitarios. El aprovisionamiento de materiales publicitarios los realiza la empresa Dikapsa la misma que se encarga de entregar al comité de fiestas. .

##### **✓ Operaciones**

El Comité de Fiestas está estructurada por grupos, donde se prioriza las actividades designadas y son:

- ✓ Pregón de Fiestas
- ✓ Elección de la Reina
- ✓ Homenaje a las Marías
- ✓ Travesía Lago San Pablo

- ✓ Festival Intercultural

Las asignaciones en las que trabaja el personal del Comité de Fiestas para la realización de las programaciones son las siguientes:

- ✓ **PREGÓN DE FIESTAS:** Invitaciones a diferentes municipios de la costa, sierra y oriente. También invitaciones a grupos de danza, bandas institucionales, bandas de pueblo, entre otros. Organización del orden de estructuración del desfile por bloques, para dar sentido al desfile y que sea perceptible por parte del público asistente.

Reservación de Hoteles y Hostales para las diferentes delegaciones de otras ciudades. Convocatoria para la elaboración de carro alegóricos previo diseños aprobados. Implementación de seguridad con el apoyo de los Policías Municipales de Otavalo, Cayambe y Antonio Ante por otro lado, Cuerpo de bomberos, personal de la Cruz Roja y una ambulancia, Policía Nacional y el ejército a través de la Brigada Shritys.

Establecimiento del recorrido del pregón por las diferentes calles principales de la ciudad. Instalación de logística para animadores y prensa, una tribuna principal para autoridades, vallas de seguridad.

- ✓ **PRESENTACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE FIESTAS Y SEÑORITAS CANDIDATAS A REINA DEL YAMOR 2014:** Presentación oficial del afiche promocional de las fiestas del Yamor 2014, como también la presentación oficial de las candidatas a Reina del Yamor. Cronograma de visitas de las candidatas a los distintos medios de comunicación y visita a las entidades públicas y privadas. Y por último la elección de las candidatas.
- ✓ **DÉCIMO CUARTO FESTIVAL DE MÚSICA NACIONAL EN HOMENAJE A LAS MARÍAS:** Preparación de una propuesta para la contratación de los diferentes tríos del país, como también la

presentación del talento otavaleño en la música nacional. Preparativos del escenario para deleitar a las personas en este evento.

**a) Infraestructura Técnica del Festival de Música Nacional en**

**Homenaje a las Marías:** Para el mayor lucimiento del evento se monta un escenario de 15 mts. de frente por 12 mts. de fondo (superior a la solicitud), con una sofisticada estructura de torres metálicas que soportaban una imponente carpa y el sistema de iluminación; infraestructura con una potencia de 50.000 watts. Soportada por un generador eléctrico de 75 Kva de capacidad de MAXIAUDIO; esa infraestructura comprende todo lo requerido de acuerdo al rider técnico procesado por el departamento de Compras Públicas

**b) Sitio del evento:** Por razones de seguridad, cobertura, espacio y vías de evacuación se escogió al patio central del Instituto Superior Otavalo.

**c) Logística y Seguridad:** instalación de todos los graderíos que serán ubicados en sitios estratégicos como del patio del Instituto Técnico Superior Otavalo para ofrecer mayor comodidad a los asistentes (capacidad para 2.500 personas) y de 3.200 sillas plásticas (aproximadamente 5.700 personas cómodamente sentadas), adicionalmente se dispuso de un área VIP para autoridades e invitados especiales con 300 sillas, se utilizó 120 mallas metálicas de seguridad.

**d) El plan de seguridad para brindar a todos los espectadores que se dan cita a este evento. El plan de seguridad estuvo presenciado por:**

➤ 100 Policías Nacionales

- 35 Policías Municipales
  - 30 Guardias de Seguridad
  - 20 Bomberos
  - 66 Funcionarios y empleados municipales
  - 4 Camionetas para logística
  - Motobomba
  - Ambulancia
- ✓ **QUINCUAGÉSIMA PRIMERA TRAVESÍA NATATORIA DEL LAGO SAN PABLO:** Realización de un congresillo técnico. Pruebas deportivas con los inscritos. Inscripciones para los diferentes nadadores tanto nacionales y locales. Marcación de la guía natatoria con botes guías, botes para la prensa, botes con jueces de ruta, botes de rescate, botes con autoridades y bote de auxilio médico y la colaboración del bote del Cuerpo de Bomberos de Otavalo que realiza las labores de rescate. Premiación a los ganadores.
  - ✓ **DÉCIMO TERCER FESTIVAL DE DANZA Y MÚSICA “EL CORAZA DE ORO”.** Invitación de diferentes grupos de danza nacional, internacional y local. Presentación de distintas Bandas musicales en el parque principal de la ciudad de Otavalo.

Las actividades asignadas a cada personal operativo no son muy sencillas, demandan de mucha seriedad y sobre todo de una buena organización. Para esto el Comité de Fiestas a realizado reuniones cada semana para poder detectar algún problema y poder solucionarlo antes de que esta programación sea ejecutada

**Cuadro 1** Promedio de duración de las distintas programaciones.

<b>Programación.</b>	<b>Duración de la programación</b>
Pregón de Fiestas	4 horas
Elección de la Reina	4 horas
Homenaje Noche a las Marías	4 horas
Travesía al Lago San Pablo	4 horas
Festival intercultural	4 horas

Fuente: Comité de Fiestas del Yamor.

Elaborado por: Las autoras

#### ✓ **Logística externa**

La logística externa se refiere a las actividades de recopilación y distribución física de materiales publicitarios de las Fiestas del Yamor, las mismas que serán exhibidas a la ciudadanía mediante un pre lanzamiento que realiza el Comité de Fiestas y a su vez serán adquiridas por propios y extraños.

#### ✓ **Marketing y ventas**

Las actividades de marketing y ventas se relacionan con las acciones de comunicación y promoción de las diferentes actividades a ofertarse. Del análisis realizado este representa uno de los puntos de menor desarrollo en el Comité de Fiestas, es evidente la carencia de un plan de promoción y publicidad adecuada para dar un mejor renombre a las Fiestas del Yamor.

La planificación del Comité de Fiestas, se concentra únicamente en objetivos de mejoras las diferentes programaciones. Las estrategias operativas implementadas hasta ahora son:

1. Mejorar las distintas programaciones.
2. Realizar eventos interculturales.
3. Cumplir con la ordenanza municipal para la realización de las Fiestas del Yamor.
4. Información de las fiestas a través de la página web del Yamor.

Es evidente la necesidad de crear planes de promoción y publicidad para el desarrollo de las Fiestas del Yamor y que estas vayan tomando prestigio no solo a nivel local sino también a nivel nacional e internacional.

#### ✓ **Servicios – Post venta**

El servicio o acciones post venta son actividades de valor agregado que se deberían ser acompañados en los diferentes programas que se ofertan en el transcurso de las fiestas. En cuanto a la aplicación en los servicios, esta actividad toma una dimensión más relevante respecto a que se debe seguir un seguimiento a la población otavaleña y turistas que visitan la ciudad de Otavalo para conocer las diferentes expectativas de la programación y que estos a la vez puedan recomendar y así poder mejorar.

#### **1.4.3. Actividades de apoyo**

Estas corresponden a acciones que contribuyen a la ejecución de las actividades primarias y que ponen de parte recursos importantes que incrementan el valor entregado el Comité de Fiestas así propios y

extraños. Se dividen en infraestructura, recursos humanos, tecnología y abastecimiento.

### ✓ **Infraestructura**

El Comité de Fiestas está ubicado en el Municipio de Otavalo en las calles Piedrahita entre Bolívar y Sucre en la ciudad de Otavalo con una infraestructura con las siguientes características:

1. Una sala de reuniones
2. Una sala de atención y espera
3. Una oficina administrativa

La infraestructura física es relativamente remodelada., así como los equipos para brindar los servicios de atención al cliente, la atención diaria en el comité de fiestas es en el horario de 8:30 a 13:00 y de 14:00 a 17:30 y está conformado por 9 personas principales.

### ✓ **Recursos Humanos**

La asignación del personal del comité de fiestas es asignada de acuerdo a su conocimiento adquirido en el campo laboral.

El cuadro que se expone a continuación describe cada uno de los cargos, perfil y función de quienes conforman el Comité de Fiestas constituyéndose en uno de los principales valores de servicio y permiten mejorar la programación del Yamor

**Cuadro 2** Descripción del personal y funciones del Comité de Fiestas.

<b>Cargo</b>	<b>Profesional</b>	<b>Formación</b>	<b>Funciones</b>
Directora Ejecutiva de las Fiestas del Yamor 2013	Dra. Melga Guarderas	Dra. En leyes y jurisprudencia.	Organización de cada comité. Control de las diferentes actividades a realizarse en cada programación Toma de decisiones
Realización del Pregón de Fiestas	Ing. César Chicaiza	Ing. Agro Industrial	Invitaciones a diferentes municipios de la costa, sierra y oriente. También invitaciones a grupos de danza, bandas institucionales, bandas de pueblo, entre otros. Organización del orden de estructuración del desfile por bloques, para dar sentido al desfile y que sea perceptible por parte del público asistente. Reservación de Hoteles y Hostales para las diferentes delegaciones de otras ciudades...
Presentación de la programación de fiestas y señoritas candidatas a reina del Yamor 2012	Sr. Galo Santillán	N/A	Presentación oficial del afiche promocional de las fiestas del Yamor 2012, como también la presentación oficial de las candidatas a Reina del Yamor 2012. Cronograma de visitas de las candidatas a los distintos medios de comunicación y visita a las entidades públicas y privadas. Y por último la elección de las candidatas
Coordinador General de las Fiestas del Yamor y Organización Homenaje Noche a las Marías	Msc. Marlon Gómez	N/A	Preparación de una propuesta para la contratación de los diferentes tríos del país, como también la presentación del talento otavaleño en la música nacional. Preparativos del escenario para deleitar a las personas en este evento.
Producción Travesía Lago San Pablo	Sr. Marcelo Burbano	N/A	Realización de un congresillo técnico. Pruebas deportivas con los inscritos. Inscripciones para los diferentes nadadores tanto nacionales y locales. Marcación de la guía natatoria con botes guías, botes para la prensa, botes con jueces de ruta, botes de rescate, botes con autoridades y bote de auxilio médico y la colaboración del bote del Cuerpo de Bomberos de Otavalo que realizó las labores de rescate. Premiación a los ganadores.
Décimo tercer festival de danza y música "el coraza de oro".	Sr. Galo Santillán		Invitación de los diferentes grupos de danza nacional, internacional y local. Presentación de distintas Bandas musicales en el parque principal.

**Fuente:** Informe de ejecución de las fiestas del Yamor 2012

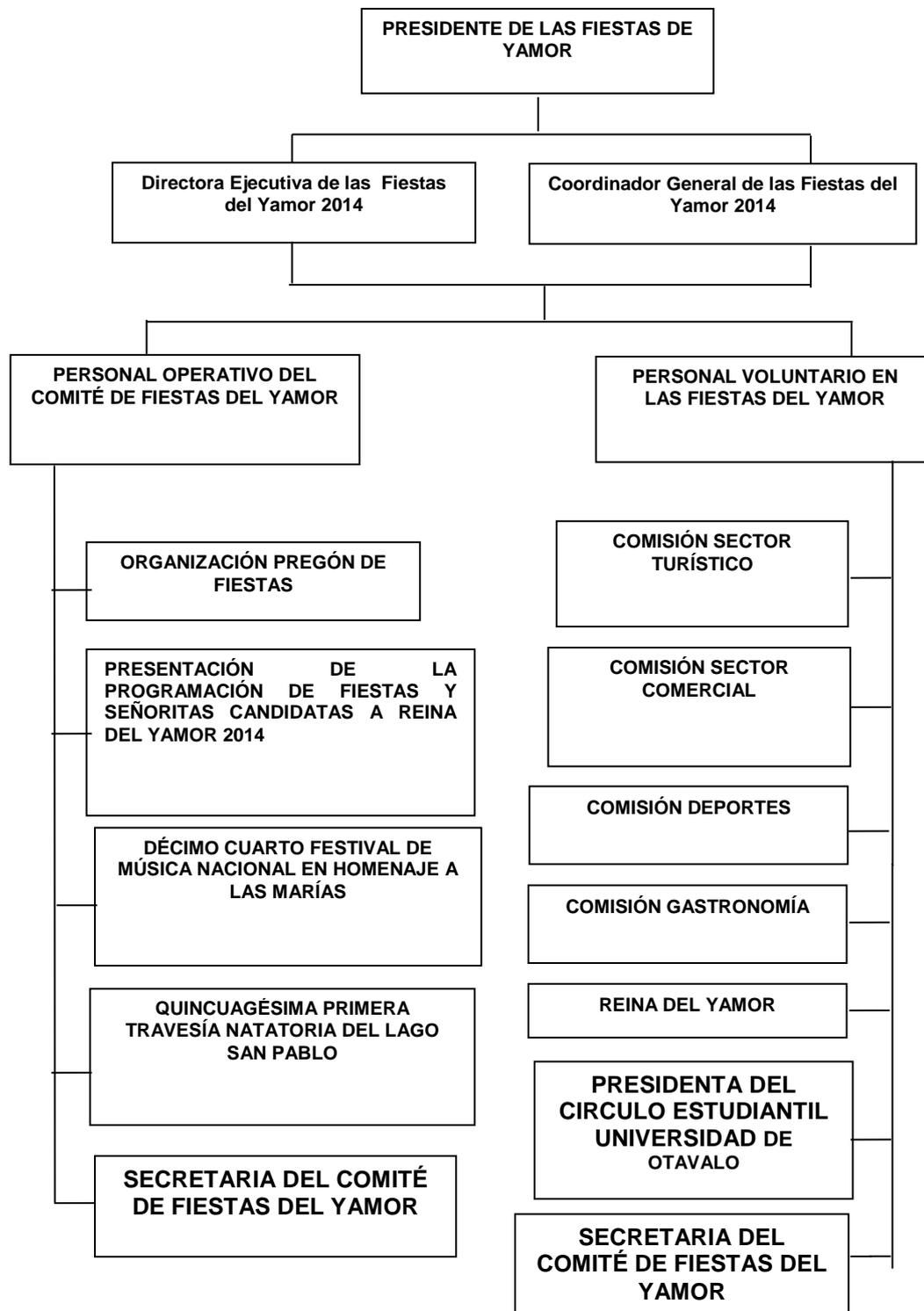
**Elaborado por:** Las autoras.

El personal que labora en el Comité de Fiestas tiene en promedio de 5 a 10 años de permanencia, esto sin lugar a dudas es una ventaja comunicacional puesto que permite un conocimiento del equipo extenso, lo que internamente propone una cultura sólida y que se conjuga positivamente con el trabajo diario. En cuanto a la comunicación interna, se pueden citar: que el personal del Comité de Fiestas tienen una comunicación buena en la que se pueden resaltar el compañerismo entre este grupo de trabajo.

La estructura del Comité de Fiestas es horizontal, ya que todo el personal está involucrado en la toma de decisiones, solucionar problemas cuando se presenten.

Para ilustrar mejor este análisis se muestra a continuación el organigrama posicional de la empresa, siendo el único del que actualmente disponen y que clarifica lo antes expuesto.

**Cuadro 3** Organigrama posicional del comité de fiestas de Yamor.



Elaborado por: Las autora

En cuanto a parámetros como el control de mando y jerarquía se encuentran claramente definidos en la organización lo que evita conflictos de poder o problemas entre los colaboradores.

### ✓ **Tecnología**

La tecnología y equipos que tiene el Comité de Fiestas son inadecuadas es por eso que tienen una falencia muy baja a nivel tecnológico. Los equipos y tecnología que posee el Comité de Fiestas son:

**Cuadro 4** Equipo y tecnología en modulares de atención

Equipo	Cantidad
Sillas	10
Escritorios	2
Mesas	2
Computadora	2

Fuente: Comité de Fiestas.  
Elaborado por: las autoras

### ✓ **Abastecimiento**

El abastecimiento se refiere a las actividades de compra de material que requiere el Comité de Fiestas para la publicidad de las Fiestas. El proceso de compra usualmente incluye los siguientes pasos:

1. Revisión de material
2. Análisis del proveedor
3. Solicitud de cotización
4. Recepción de cotización y evaluación de precios
5. Negociación y solicitud de descuento o mejoras en las condiciones de compra

6. Aprobación por la dirección de los montos y cantidades a comprar
7. Confirmación de compra
8. Recepción del material

Los encargados del abastecimiento para todo el Comité de Fiestas son la Directora y la Contadora.

✓ **Conclusiones de la cadena de valor**

A manera de resumen a continuación se expone el esquema de la cadena de valor de Michael Porter, Aplicando al Comité de Fiestas del Yamor, tomando en cuenta su aplicación para los servicios.

**Cuadro 5** Cadena de valor del comité de fiestas del Yamor

<b>INFRAESTRUCTURA</b> 1 sala de reuniones, 1 sala de atención y espera, 1 oficina administrativa				
<b>ADMINISTRACIÓN DE LOS RRHH</b> Asignación del personal de acuerdo a sus conocimientos adquiridos en el campo laboral, personal capacitado y con títulos y reconocimientos nacionales e internacionales				
<b>TECNOLOGÍA</b> Equipos inadecuados, con tiempo de vida útil excesivo causando un bajo nivel tecnológico.				
<b>ABASTECIMIENTO</b> Compras centralizadas y basadas en un proceso de abastecimiento de compra mediante la Directora y la contadora				
<b>LOGÍSTICA INTERNA</b>	<b>OPERACIONES/ SERVICIO</b>	<b>LOGISTICA EXTERNA</b>	<b>MARKETING Y VENTAS</b>	<b>SERVICIOS POST-VENTA</b>
Actividades de recepción y almacenamiento de materiales publicitarios de las fiestas del Yamor	Pregón de fiestas. Elección de la reina. Homenaje a las Marías. Travesía Lago San Pablo. Festival Intercultural Yamor	Actividades de recopilación y distribución física de materiales publicitarios de las fiestas del Yamor	Mejorar las programaciones Realizar eventos Interculturales cumplir la ordenanza municipal Información a través de	Actividades de valor agregado en relación a las actividades a realizarse en las fiestas

**M  
A  
R  
G  
E  
N**

Elaborado por: Las autora

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional interno del Comité de Fiestas del Yamor del Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad de Otavalo, para identificar fortalezas y debilidades que deben ser tomadas en cuenta para desarrollo de las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

1. Establecer los sistemas de comercialización utilizados por el Comité de Fiestas del Yamor para ofertar sus actividades a realizarse en la programación.
2. Determinar las fuentes de financiamiento que utiliza el Comité de Fiestas del Yamor.
3. Conocer la calidad del talento humano que trabaja en el Comité de Fiestas.
4. Identificar la estructura administrativa existente en el Comité de Fiestas del Yamor para su operación.
5. Investigar la normativa política – legal que debe cumplir la programación para su desarrollo.
6. Evaluar el nivel de satisfacción de los turistas nacionales, extranjeros y de la ciudadanía Otavaleña en la realización de las diferentes actividades de la programación de las fiestas del Yamor.

## **1. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- a) COMERCIALIZACIÓN
- b) ASPECTOS FINANCIEROS
- c) TALENTO HUMANO
- d) ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA
- e) ASPECTOS POLÍTICOS-LEGALES
- f) SATISFACCIÓN

## **2. INDICADORES DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS:**

### **a) COMERCIALIZACIÓN:**

- Tipo de mercado
- Atención y servicio al cliente
- Servicio postventa
- Precio
- Oferta
- Demanda
- Calidad
- Promoción y publicidad

### **b) ASPECTOS FINANCIEROS:**

- Ingresos

- Egresos
- Determinación de precios
- Costos
- Financiamiento
- Auspiciantes
- Informes financieros (balances)

c) **TALENTO HUMANO:**

- Formación académica.
- Reuniones
- Experiencia
- Clima laboral
- Salarios
- Estabilidad laboral
- Formación continua
- Autoestima
- Personal bilingüe

d) **ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA:**

- Organigramas
- Niveles administrativos

- Clima organizacional
- Funciones
- Competencias
- Estilos de gestión

**e) ASPECTOS POLITICOS- LEGALES:**

- Ruc
- Aspectos tributarios
- Patente
- Permiso de seguridad
- Derechos de trasmisión de eventos.

**f) SATISFACCION:**

- Grado de satisfacción
- Variedad de servicios

**Cuadro 6** Matriz de relación diagnóstica

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>TÉCNICAS</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>PÚBLICO META</b>
<p><b>O.1.</b> Establecer los sistemas de comercialización utilizados por el Comité de Fiestas del Yamor para ofertar sus actividades a realizarse en la programación.</p>	<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de mercado</li> <li>• Atención y servicio al cliente</li> <li>• Servicio postventa</li> <li>• Precio</li>   <li>• Oferta</li> <li>• Demanda</li> <li>• Calidad</li> <li>• Promoción y publicidad</li> </ul>	<p>Encuesta Encuesta</p> <p>Encuesta Encuesta</p> <p>Observación Entrevista Entrevista Encuesta</p>	<p>Cuestionario Cuestionario</p> <p>Cuestionario Cuestionario</p> <p>Ficha</p> <p>Cuestionario</p>	<p>Turistas Turistas</p> <p>Turistas Directivos y</p> <p>Turistas Directivos y Turistas Turistas</p>
<p><b>O.2.</b> Determinar las fuentes de financiamiento que utiliza el Comité de Fiestas del Yamor para lograr su rentabilidad.</p>	<b>ASPECTOS FINANCIEROS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresos</li> <li>• Egresos</li> <li>• Determinación de precios</li> <li>• Costos</li> <li>• Financiamiento</li> <li>• Informes financieros (balances)</li> <li>• Auspiciantes</li> </ul>	<p>Entrevista Entrevista Entrevista</p> <p>Entrevista</p> <p>Entrevista Entrevista</p> <p>Entrevista</p>	<p>Cuestionario Cuestionario Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>	<p>Directivos Directivos Directivos</p> <p>Directivos</p> <p>Directivos Directivos</p> <p>Directivos</p>
<p><b>O.3.</b> Conocer la calidad del talento humano que trabaja en el Comité de Fiestas.</p>	<b>TALENTO HUMANO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación académica.</li> <li>• Reuniones</li> <li>• Experiencia</li> <li>• Clima laboral</li> <li>• Salarios</li> <li>• Estabilidad laboral</li> <li>• Formación continua</li> <li>• Autoestima</li> <li>• Personal bilingüe</li> </ul>	<p>Encuesta</p> <p>Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario</p>	<p>Personal Op.</p> <p>Personal Op. Personal Op. Personal Op. Personal Op. Personal Op. Personal Op. Personal Op.</p>

			Encuesta	Cuestionario	Personal Op.
O.4. Identificar la estructura administrativa existente en el Comité de las Fiestas del Yamor para su operación.	<b>ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organigramas</li> <li>• Niveles administrativos</li> <li>• Clima organizacional</li> <li>• Funciones</li> <li>• Estilos de gestión</li> </ul>	Observación Observación  Encuesta  Encuesta Entrevista	Ficha Ficha  Cuestionario  Cuestionario Cuestionario	  Personal Op.  Personal Op. Directivos
O.5. Investigar la normativa política – legal que debe cumplir la programación para su desarrollo.	<b>ASPECTOS POLÍTICOS LEGALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruc</li> <li>• Aspectos tributarios</li> <li>• Patente</li> <li>• Permiso de seguridad</li> <li>• Derechos de trasmisión de eventos.</li> </ul>	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista  Entrevista	Cuestionario Cuestionario Cuestionario Cuestionario  Cuestionario	Directivos Directivos Directivos Directivos  Directivos
O.6 Evaluar el nivel de satisfacción de los turistas nacionales, extranjeros y de la ciudadanía Otavaleña en la realización de las diferentes actividades de la programación de las fiestas del Yamor	<b>SATISFACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado de satisfacción</li> <li>• Variedad de servicios.</li> </ul>	Encuesta   Encuesta y Observación Directa	Cuestionario   Cuestionario y Ficha	Turistas nacionales, extranjeros población Otavaleña. y Turistas nacionales, extranjeros población Otavaleña. y

Elaborado por: Las Autoras

### 3. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

#### Población y muestra

La población a investigarse será en primer lugar los directivos y personal que interviene en el Comité de fiestas y en segundo lugar los turistas nacionales, extranjeros y la población Otavaleña.

Como los turistas nacionales, extranjeros y la ciudadanía otavaleña son bastantes necesariamente tenemos que hacer un muestreo.

#### MUESTRA #1

El Comité de Fiestas actualmente está conformada por 15 personas por lo tanto no se va hacer muestra sino un censo.

#### MUESTRA #2

Fuente: Casa de la Cultura de Otavalo

#### ➤ Cálculo de la muestra turistas extranjeros:

#### Datos:

N= 2000 (población de turistas extranjeros de 15 a los 64 años)

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

z = 95% equivalente a 1.96 (nivel de confiabilidad)

e = 5% (margen de error)

n =?

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

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

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

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

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

Elaborado por: las autoras

## DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS HACIA TURISTAS EXTRANJEROS

### Cuadro 7 Distribución de lugares a encuestar turistas extranjeros

LUGAR	NÚMERO DE ENCUESTAS
Casa de turismo de Otavalo	100
Peguche	50
Plaza de los Ponchos	50
Parque Bolívar	30
Casa de Colibri (Kinty Wasi)	20
Hostal Chasqui	72
TOTAL	322

Elaborado por: las autoras

Como se puede observar el total de encuestas es de 322 y se realizara a los turistas extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo.

### MUESTRA #3

Fuente: Casa de la Cultura de Otavalo

➤ **Cálculo de la muestra turistas nacionales:**

**Datos:**

N= 4000 (población de turistas nacionales de 15 a los 64 años)

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

z = 95% equivalente a 1.96 (nivel de confiabilidad)

e = 5% (margen de error)

n =?

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

$$n = \frac{(4.000)(0,25)(1,96)^2}{(4.000-1)(0,05)^2 + (0,25)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{3.841,60}{9,9975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{3.841,60}{10,9579}$$

$$n = 350,57 \approx 351$$

Elaborado por: las autoras

## DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS HACIA TURISTAS NACIONALES

**Cuadro 8** Distribución de lugares a encuestar turistas nacionales

LUGAR	NÚMERO DE ENCUESTAS
Casa de turismo de Otavalo	30
Peguche	20
Plaza de los Ponchos	100
Parque Bolívar	50
Terminal	25
Hostal Chasqui	30
Copacabana	30
Feria de animales	66
TOTAL	351

Elaborado por: las autoras

Como se puede observar el total de encuestas es de 351 y se realizara a los turistas nacionales que visitan la ciudad de Otavalo.

### MUESTRA #4

Fuente: INEC Censo 2010

#### ➤ Cálculo de la muestra para la población Otavaleña:

#### Datos:

N= 43.423 (población otavaleña de 15 a los 64 años)

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

z = 95% equivalente a 1.96 (nivel de confiabilidad)

e = 5% (margen de error)

n = ?

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

$$n = \frac{(43.423)(0,25)(1,96)^2}{(43.423 - 1)(0,05)^2 + (0,25)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{41.703,4492}{108,555 + 0,9604}$$

$$n = \frac{41.703,4492}{109,5154}$$

**n = 380.79 ≈ 380**

Elaborado por: las autoras

**Cuadro 9** Distribución de lugares a encuestar ciudadanía otavaleña

LUGAR	NÚMERO DE ENCUESTAS
<b>SAN LUIS</b> San Blas, Puyaro, La Joya, Sara Ñusta, San Juan, Yanayacú, Cdla. 31 de Octubre, Estadio de Otavalo, Entrada Mojanda, Sector Gasolinera	15 encuestas por barrio
<b>EL JORDÁN</b> Cdla. Imbaya I, Cdla. Imbaya II, Cdla. Rumiñahui, Hospital San Luis de Otavalo, Monserrate, Plaza de Ponchos, Copacabana, Mercado 24 de Mayo, Centro de Otavalo, Cdla. María José, Cdla. Los Lagos, Terminal de Otavalo.	19 encuestas por barrio

**SAN LUIS (150)** 150/10 = 15 encuestas por barrio

**EL JORDÁN (230)** 230/12 = 19 encuestas por barrio

Elaborado por: las autoras

El total de encuestas que se realizará para el levantamiento de información es de 1.053.

## 1.6. EVALUACIÓN DE RESULTADOS PERSONAL OPERATIVO Y DIRECTIVO DEL COMITÉ DE FIESTAS DEL YAMOR.

La presente encuesta se elaboró en el mes de Junio, la misma que fue aplicada al personal operativo, que conformo el Comité de Fiestas del Yamor 2013 y a continuación se muestran los resultados obtenidos.

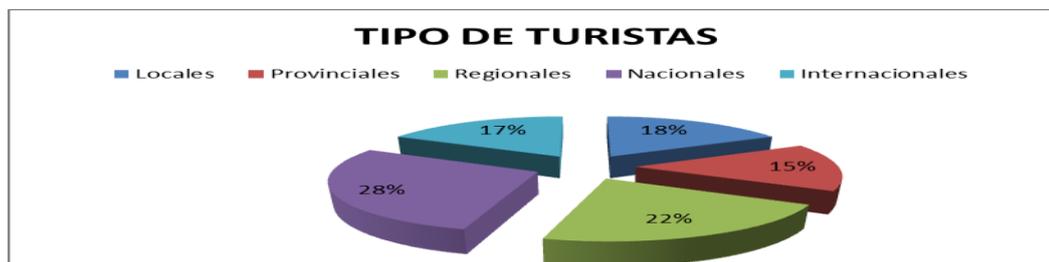
### 1.- ¿Qué tipo de turistas demandan los servicios que se ofertan en la programación del Yamor.?

**Cuadro 10** Tipo de turistas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Locales	8	18
Provinciales	7	15
Regionales	10	22
Nacionales	13	28
Internacionales	8	17
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 3** Tipo de turistas



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Varias fueron las opciones de respuesta del personal encuestado del Comité de Fiestas, en la cual se analiza que, el 28% de turistas nacionales son quienes demandan con mayor énfasis los servicios de la programación de las fiestas del Yamor, seguidamente por turistas regionales con el 22%, con el 17% turistas locales, internacionales respectivamente y con el 15% turistas provinciales quienes demandan de menor manera los servicios que ofertan las fiestas del Yamor. Demostrando así que no existe una gran acogida de turistas internacionales.

## 2.- ¿Qué estrategias utilizan para atraer a los turistas?

**Cuadro 11** Estrategias para atraer turistas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Recuerdos artesanales	1	4
Publicidad boca a boca	5	18
Página web	13	48
Buena atención al cliente	8	30
TOTAL	27	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 4** Estrategias para atraer turistas



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El personal encuestado del Comité de Fiestas las opciones de respuestas fueron algunas, por las cuales se considera que la estrategia principal es la utilización de la página web con el 48%, seguido por una buena atención al cliente con el 30%, publicidad boca a boca que representa el 18% y por último se denota la falta de incentivos, al no obsequiar recuerdos artesanales que se muestra con un 4% que indica la falta de inversión

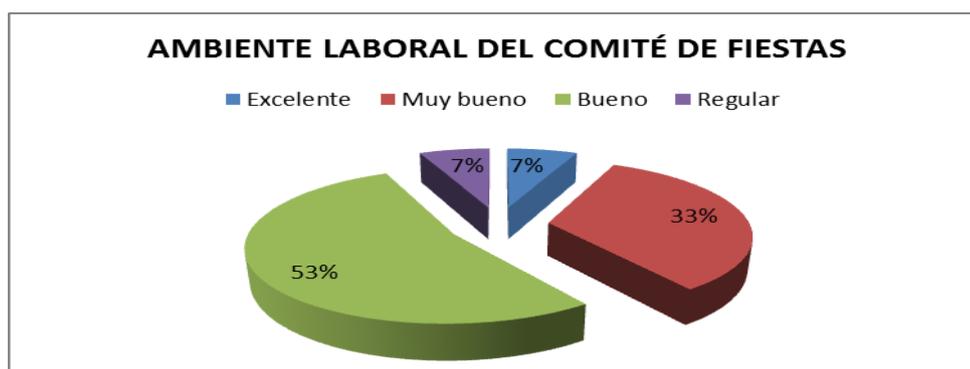
### 3.- ¿Cómo calificaría usted el ambiente laboral del Comité de Fiestas del Yamor.?

**Cuadro 12** Ambiente laboral del comité de fiestas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Excelente	1	7
Muy bueno	5	33
Bueno	8	53
Regular	1	7
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 5** Ambiente laboral del comité de fiestas



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La mayoría de las personas encuestadas señalan que el ambiente laboral entre el personal que conforma el Comité de Fiestas es bueno con un 53%, el cual es una fortaleza para la comunicación del Comité de Fiestas del Yamor. Mientras que el 33% menciona que el clima laboral es muy bueno. Sin embargo el 7% menciona que es excelente y otros regular respectivamente.

#### 4.- ¿Con que frecuencia se reúnen el personal del Comité de Fiestas?

**Cuadro 13** Reunión del personal del comité de fiestas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Semanal	15	100
Mensual	0	0
Trimestral	0	0
Semestral	0	0
Anual	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 6** Reunión del personal del comité de fiestas



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El total de los encuestados indica que las reuniones que realiza el Comité son semanales lo que les permite establecer las actividades a realizarse en la programación de una manera más organizada.

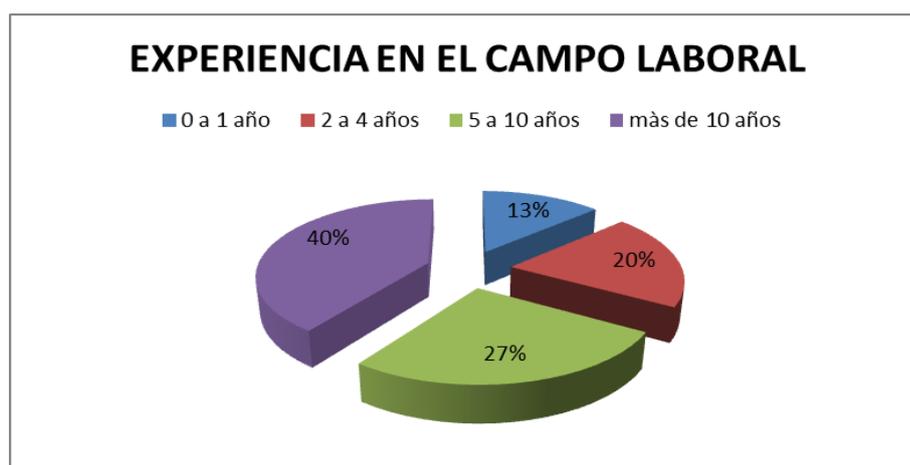
## 5.- ¿Qué tiempo tiene usted de experiencia en este campo laboral?

**Cuadro 14** EXPERIENCIA EN EL CAMPO LABORAL

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
0 a 1 año	2	13
2 a 4 años	3	20
5 a 10 años	4	27
más de 10 años	6	40
TOTAL	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 7** Experiencia en el campo laboral



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Dentro del Comité de Fiestas existe personal con experiencia de más de 10 años que representa el 40%, con el 27% de 5 a 10 años, con el 20% de 5 a 10 años y con un menor porcentaje el personal que cuenta con una experiencia laboral de 0 a 1 año correspondiente al 13%. Determinando así una muy buena participación de personal con alta experiencia laboral y excelentes conocimientos que podrán contribuir de mejor manera al desarrollo de las actividades a realizarse en la programación de las fiestas del Yamor.

## 6.- ¿Cuál es su nivel de instrucción?

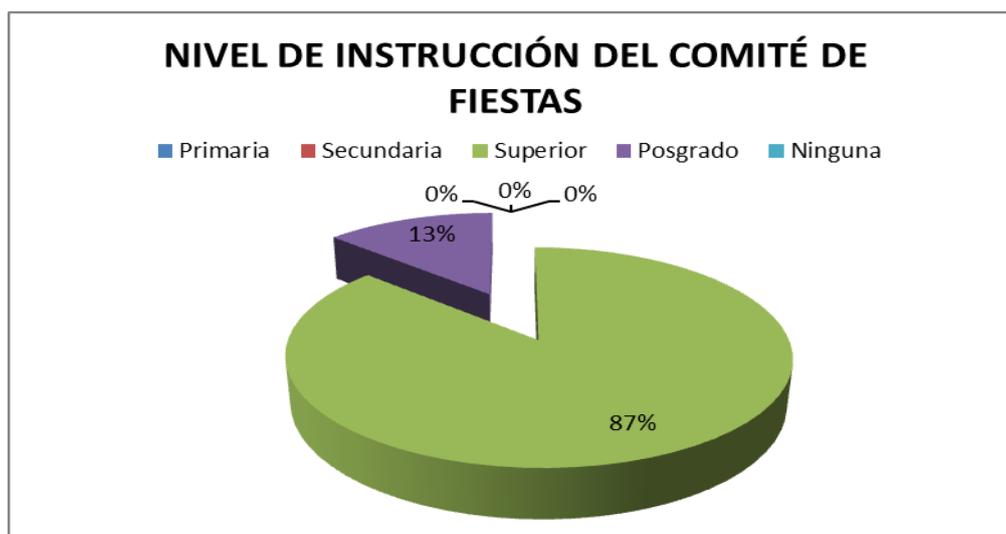
**Cuadro 15** Nivel de instrucción del comité de fiestas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Primaria	0	0
Secundaria	0	0
Superior	13	87
Posgrado	2	13
Ninguna	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 8** Nivel de instrucción del comité de fiestas



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas

Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La mayoría de los encuestados indican que el Comité de Fiestas cuenta con personal preparado, especialmente con estudios superiores que representa el 87% y seguido por personal de conocimientos de posgrado con un 13% debido a que han cursado y culminado niveles de alta preparación.

## 7.- ¿Su participación en el Comité de Fiesta busca?

**Cuadro 16** Participación en el comité de fiesta busca

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Remuneración	0	0
Sin fines de Lucro	15	100
Prestigio	0	0
Obligación	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 9** Participación en el comité de fiesta busca



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Con un porcentaje del 100% el personal operativo que conforma el Comité de Fiestas no percibe ningún salario, ya que las actividades que ellos realizan no tienen ningún fin de lucro y su participación es voluntaria.

**8.- ¿Cómo califica usted la comunicación entre directivos y el personal?**

**Cuadro 17** Comunicación entre directivos y personal

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Excelente	1	7
Muy bueno	5	33
Bueno	9	60
Regular	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 10** Comunicación entre directivos y personal



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas

Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La comunicación entre el personal operativo y directivos que conforman el Comité de Fiestas es buena que representa el 60%, muy buena con el 33%, a diferencia del 7% que establecen una comunicación excelente. Demostrando así que existe buena relaciones entre los miembros del comité y estableciendo así que se debe realizar una mejora continua

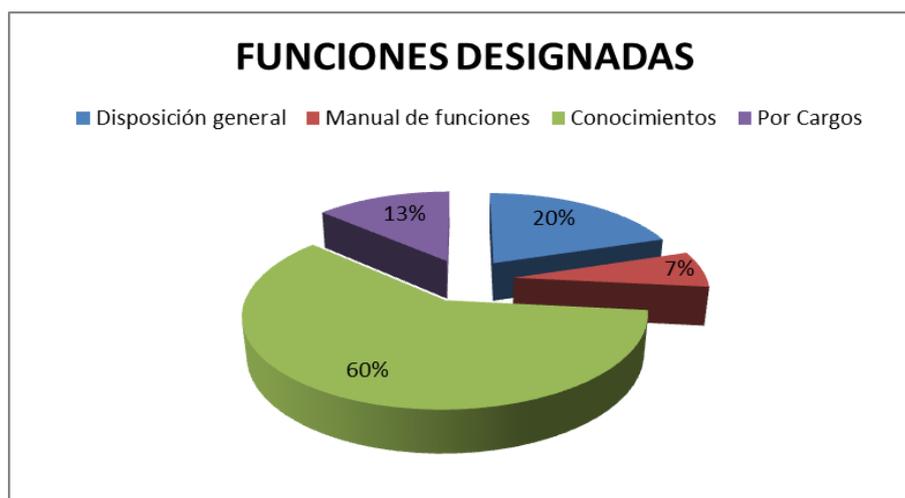
## 9.- Las funciones designadas a usted son:

**Cuadro 18** Funciones designadas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Disposición general	3	20
Manual de funciones	1	7
Conocimientos	9	60
Por Cargos	2	13
TOTAL	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 11** Funciones designadas



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las funciones que son designadas al personal del Comité de Fiestas son de acuerdo a los conocimientos adquiridos por su experiencia laboral representando el 60%, mientras que el 20% son por disposiciones generales, el 13% por cargos y el 7% correspondiente al manual de funciones. Estableciendo así personal con mayor experiencia, para la realización de las actividades de la programación de fiestas.

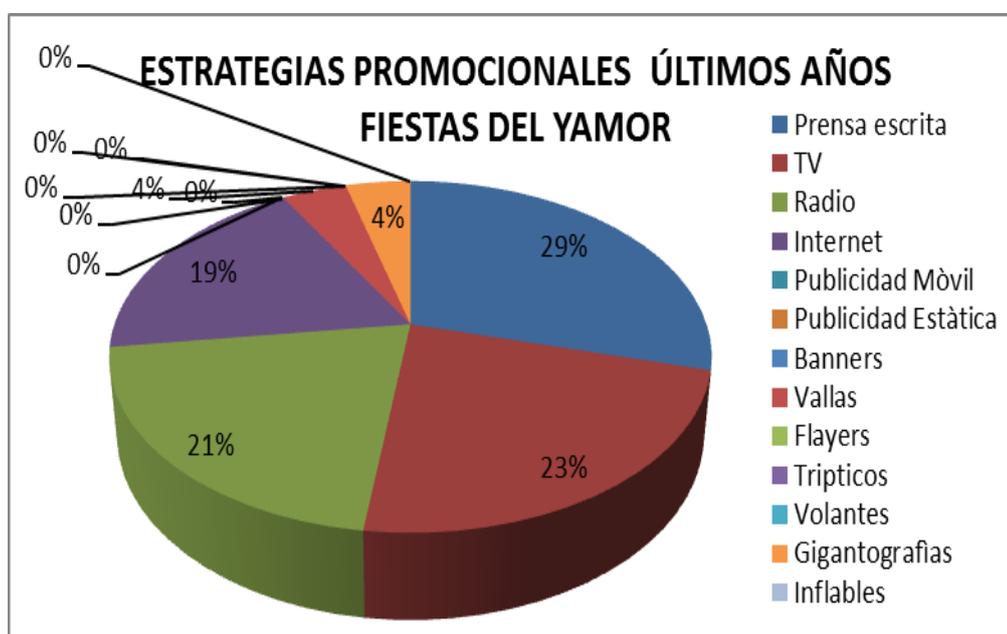
**10.- ¿Qué estrategias promocionales ha visto que se han utilizado con mayor énfasis en los últimos años en las fiestas del Yamor? (Mencione 3)**

**Cuadro 19** Estrategias promocionales últimos años fiestas del Yamor

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Prensa escrita	14	29
TV	11	23
Radio	10	21
Internet	9	19
Publicidad Móvil	0	0
Publicidad Estática	0	0
Banners	0	0
Vallas	2	4
Flayers	0	0
Trípticos	0	0
Volantes	0	0
Gigantografías	2	4
Inflables	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Personal encuestado Comité de Fiestas  
**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 12** Estrategias promocionales últimos años fiestas del Yamor



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Varias fueron las opciones elegidas por el personal encuestado, las cuales se mencionan que, las estrategias promocionales más vistas en los últimos años son: prensa escrita con el 29%, TV con el 23%, con el 21% radio, internet con el 19% y con el 4% la utilización de vallas y gigantografías respectivamente. Estableciendo que las otras estrategias promocionales no son muy comunes en las fiestas del Yamor.

### 11.- ¿Cree usted que cada año se va innovando las fiestas del Yamor?

**Cuadro 20** Innovación fiestas del Yamor

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Si se va innovando	5	33
No se va innovando	10	67
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 13** Innovación fiestas del Yamor



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El 67%, de los encuestados mencionan que no existe innovación en las Fiestas del Yamor porque, existe falta de presupuesto, creatividad, personal y la falta de un registro como patrimonio nacional, mientras que el 33% de la opción si, demuestra la existencia de experiencia en los años anteriores, variedad, organización y nuevas estrategias que buscan la innovación continua. Lo cual nos determina que el Comité de Fiestas no tiene establecido como estrategia de promoción y publicidad la innovación.

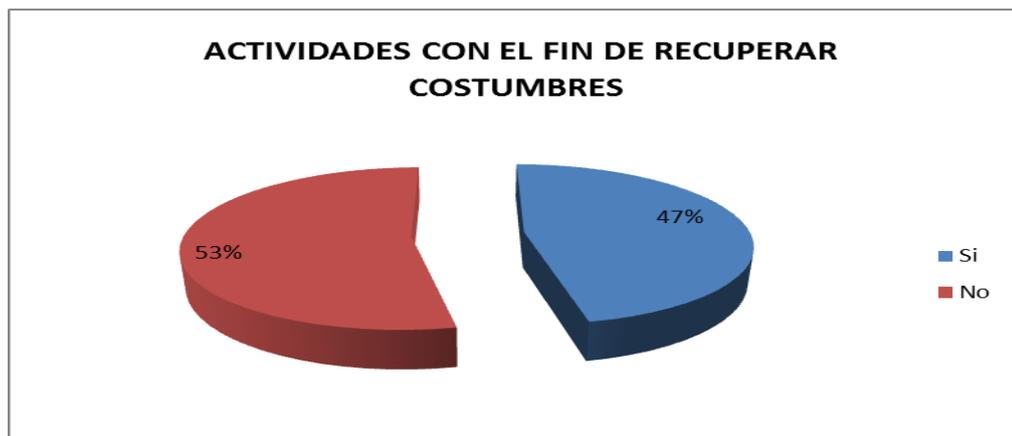
**12.- ¿Cree usted que en los últimos años de programación de las fiestas del Yamor el Comité de fiestas ha realizado actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales de Otavalo?**

**Cuadro 21** Actividades con el fin de recuperar costumbres

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Si	7	47
No	8	53
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 14** Actividades con el fin de recuperar costumbres



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El 53% de los encuestados mencionan que no existe actividades para recuperar las costumbres tradicionales, los cuales indican que desearían recuperar costumbres como: los juegos tradicionales, festivales, carrera de coches de madera, toros populares, expresiones interculturales y buscan también posicionar las fiestas como patrimonio cultural, y con la opción sí, que representa el 47% establecen que deben existen acciones para recuperar estas costumbres con la implementación de más presupuesto. Determinando así la perdida de costumbres tradicionales y la falta de interés por recuperarlas.

**13.- Piensa usted que el Comité de Fiestas ha utilizado los medios publicitarios adecuados para lograr posicionar las fiestas del Yamor internacionalmente?**

**Cuadro 22** Medios publicitarios para posicionar las fiestas del Yamor internacionalmente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Si	4	27
No	11	73
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 15** Medios publicitarios para posicionar las fiestas del Yamor internacionalmente



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Los encuestados mencionan que no utilizan los medios publicitarios adecuados para posicionar las fiestas del Yamor internacionalmente con el 73%, por la falta de presupuesto, promoción, inexistencia de imagen corporativa, innovación, inexistencia de un comité permanente, y escasa decisión política. Sin embargo un 27% determinan que si se realiza una correcta utilización de estos medios publicitarios. Estableciendo una falencia en la correcta utilización de los mismos.

**14.- Piensa usted que debería existir la participación de la opinión de la ciudadanía otavaleña a través de un estudio de mercado para el fortalecimiento de la programación de las fiestas del Yamor.**

**Cuadro 23** Opinión ciudadanía otavaleña

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Si	15	100
No	0	0
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 16** Opinión ciudadanía otavaleña



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El personal del Comité de Fiestas establece que la opinión de la ciudadanía otavaleña es muy importante para el fortalecimiento de la programación de las fiestas del Yamor, la cual permite apoyar con nuevas ideas, mejora continua, mayores expectativas, toma de comentarios y experiencias. Destacando la gran importancia de la opinión ciudadana

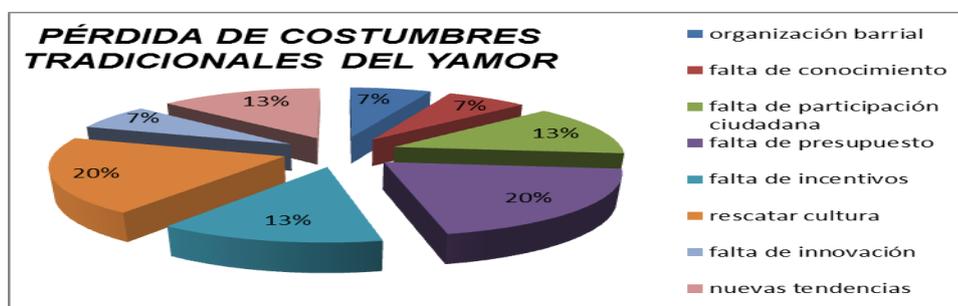
**15.- Porque cree usted que se han ido perdiendo las costumbres tradicionales dentro de la programación de fiestas del Yamor?**

**Cuadro 24** Pérdida de costumbres tradicionales del Yamor

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
organización barrial	1	7
falta de conocimiento	1	7
falta de participación ciudadana	2	13
falta de presupuesto	3	20
falta de incentivos	2	13
rescatar cultura	3	20
falta de innovación	1	7
nuevas tendencias	2	13
TOTAL	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 17** Pérdida de costumbres tradicionales del Yamor



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El 20% de los encuestados establecen que se han ido perdiendo las costumbres tradicionales por la falta de presupuesto y el rescate de la cultura respectivamente, con el 13% correspondiente a falta de participación ciudadana, incentivos, nuevas tendencias y con el 7% en organización barrial, falta de conocimiento e innovación respectivamente. Por cual se han ido perdiendo las costumbres tradicionales por los factores ya mencionados.

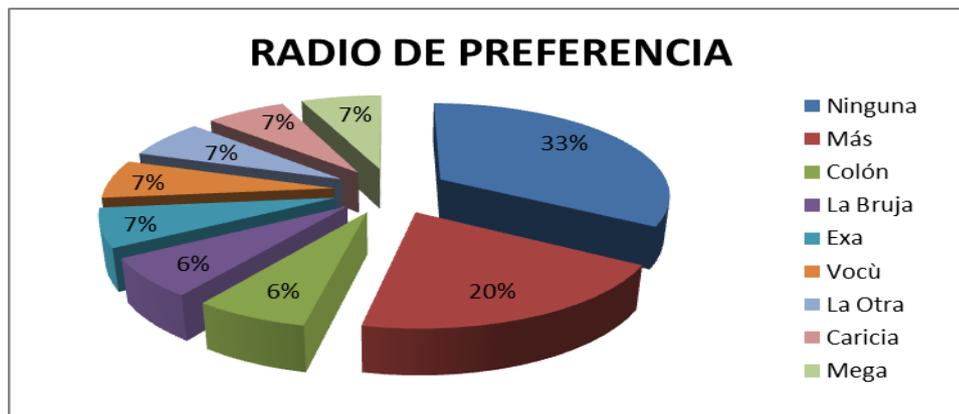
## 16. Qué radio escucha

**Cuadro 25** Radio de preferencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Ninguna	5	33
Más	3	20
Colón	1	6
La Bruja	1	6
Exa	1	7
Vocú	1	7
La Otra	1	7
Caricia	1	7
Mega	1	7
TOTAL	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 18** Radio de preferencia



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El 33% de los encuestados no escuchan ninguna radio de preferencia por falta de tiempo, con el 20% oyen la radio Más y con el 7% Exa, Vocú, La Otra, Caricia, Mega respectivamente y con el 6% Colón y La Bruja.

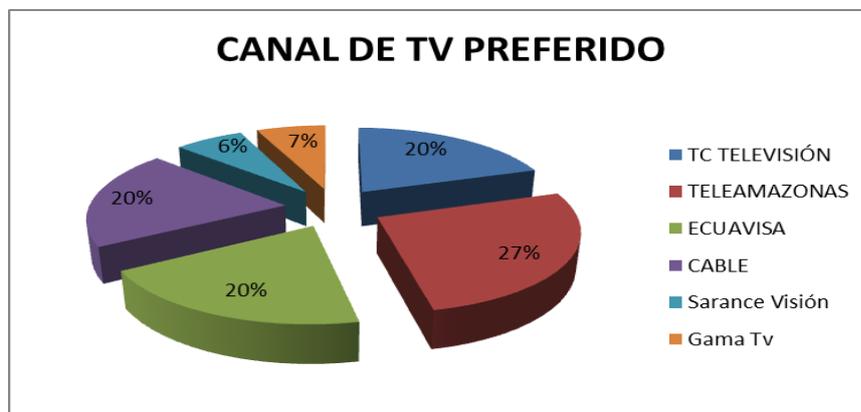
## 17. Canal de televisión que sintoniza

**Cuadro 26** Canal de tv preferido

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Tc televisión	3	20
Tele Amazonas	4	27
Ecuavisa	3	20
Cable	3	20
Sarance Visión	1	6
Gama Tv	1	7
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 19** Canal de tv preferido



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El personal encuestado establece que como canal de preferencia es: Tele Amazonas con el 27%, con el 20% Tc Televisión, Ecuavisa, Cable respectivamente y como menores referencias Sarance Visión y Gama Tv.

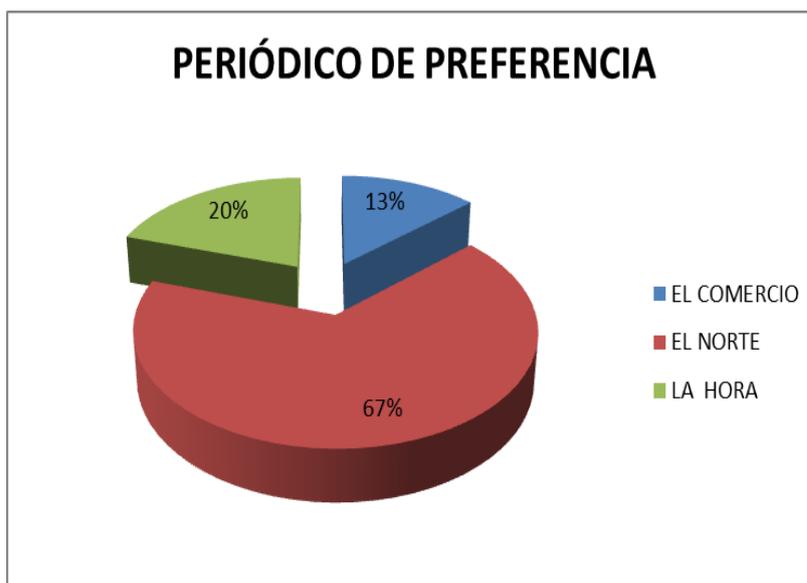
## 18.Cuál es su periódico de preferencia

**Cuadro 27** Periódico de preferencia

Periódico	Frecuencia	Porcentaje %
El Comercio	2	13
El Norte	10	67
La Hora	3	20
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 20** Periódico de preferencia



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La mayoría de los encuestados prefieren El Diario el Norte con el 67%, seguido por El Diario la Hora con el 20% y El Comercio con el 13%.

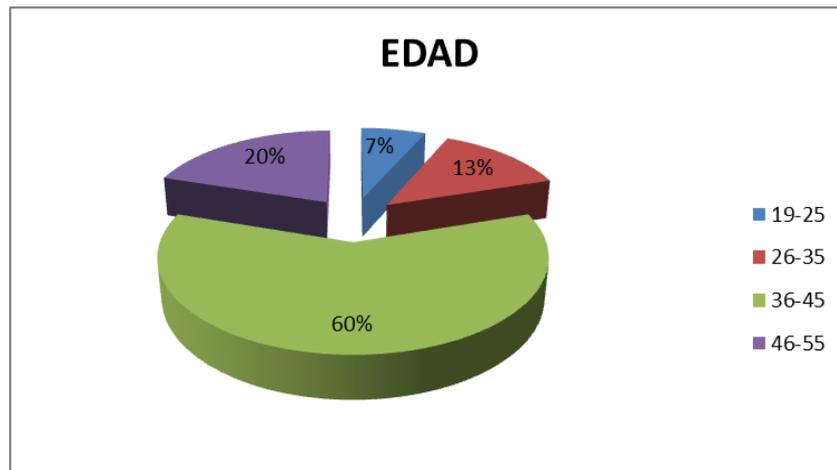
## 19. Edad de los encuestados:

**Cuadro 28** Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje %
19-25	1	7
26-35	2	13
36-45	9	60
46-55	3	20
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 21** Edad de los encuestados



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La mayor parte de los encuestados que forman parte del personal operativo varían entre los 36 a 45 años con el 60%, seguido por el 20% de personas con el rango de edad de 46 a 55 años, con el 13% entre las edades de 26 a 35 años y como último de 19 a 25 años con el 7%

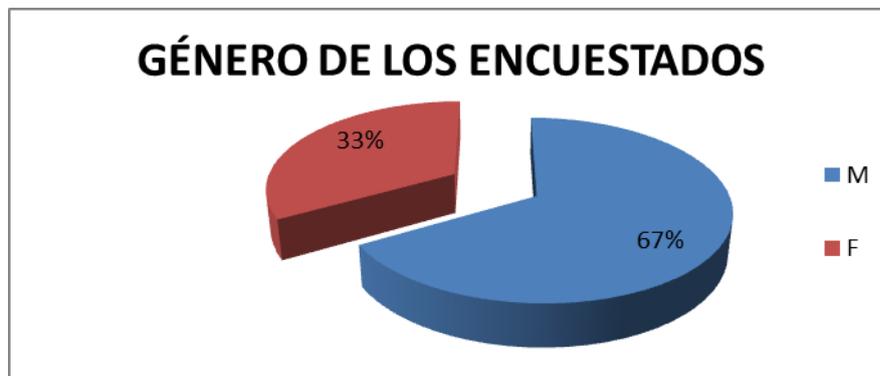
## 20. Género de los encuestados.

**Cuadro 29** Género de los encuestados

Género	Frecuencia	Porcentaje %
M	10	67
F	5	33
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 22** Género de los encuestados



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Los encuestados que forman parte del personal operativo son de género masculinos con el 67% y de género femenino el 33%. Cabe mencionar que la mayoría del personal del Comité de Fiestas son hombres y poca es la presencia de mujeres.

## 21. NIVEL DE INSTRUCCIÓN:

**Cuadro 30** Nivel de instrucción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje %
Primaria	0	0
Secundaria	0	0
Superior	15	100
Total	15	100

**Fuente:** Personal encuestado Comité de Fiestas  
**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 23** Nivel de instrucción



**Fuente:** Personal encuestado Comité de Fiestas  
**Elaborado por:** Las autoras

**ANÁLISIS:** La totalidad de los encuestados demuestran un nivel de instrucción superior.

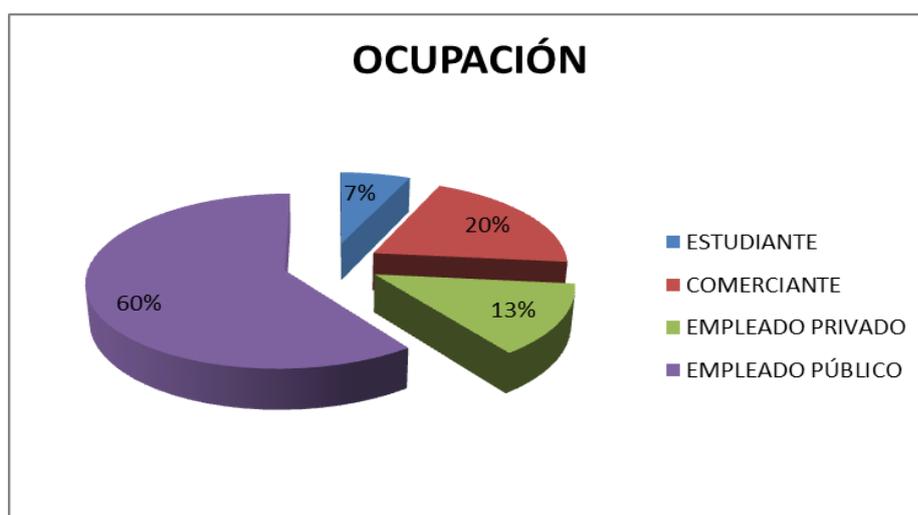
## 22. OCUPACIÓN:

**Cuadro 31** Ocupación del personal del comité de fiestas

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje %
Estudiante	1	7
Comerciante	3	20
Empleado privado	2	13
Empleado público	9	60
Total	15	100

Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 24** Ocupación del personal del comité de fiestas



Fuente: Personal encuestado Comité de Fiestas  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Los encuestados que forman parte del personal operativo son empleados públicos con el 60%, seguido por comerciantes con el 20%, con el 13% son empleados privados y como menor indicador estudiantes con el 7%.

## **a) ANÁLISIS FODA DEL COMITÉ DE FIESTAS DEL YAMOR**

### **FORTALEZAS:**

- Comunicación acerca de las fiestas del Yamor mediante medios On-line.
- Las reuniones del personal del comité de Fiestas se realizan con mayor frecuencia.
- El personal del comité de Fiestas cuenta con gran experiencia en el campo laboral.
- El nivel de instrucción del personal del Comité de Fiestas del Yamor es superior.

### **OPORTUNIDADES:**

- Incremento de turistas internacionales en las fiestas del Yamor.
- Existencia de participación de la ciudadanía otavaleña en la programación de las fiestas del Yamor.

### **DEBILIDADES:**

- Falta de comunicación dentro del ambiente laboral del Comité de Fiestas del Yamor.
- La participación de las personas que integran el Comité de Fiestas es sin fines de lucro.
- Falta de creación de estrategias promocionales actualizadas para dar a conocer las Fiestas del Yamor.

- El personal del Comité mencionan que no se innovan continuamente las Fiestas del Yamor.
- En los últimos años el comité de Fiestas no ha realizado actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales de Otavalo por falta de presupuesto.
- El personal no escucha ninguna estación de radio de preferencia por falta de tiempo.

**AMENAZAS:**

- Perdida del turismo internacional por falta de medios publicitarios adecuados para promocionar las Fiestas del Yamor.

## 1.7. EVALUACIÓN DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO DIRIGIDO A TURISTAS EXTRANJEROS.

La presente encuesta se elaboró en los meses de Febrero y Marzo del 2013, la misma que fue aplicada a los turistas extranjeros, y a continuación se muestran los resultados obtenidos.

### 1.- País de procedencia de turistas extranjeros

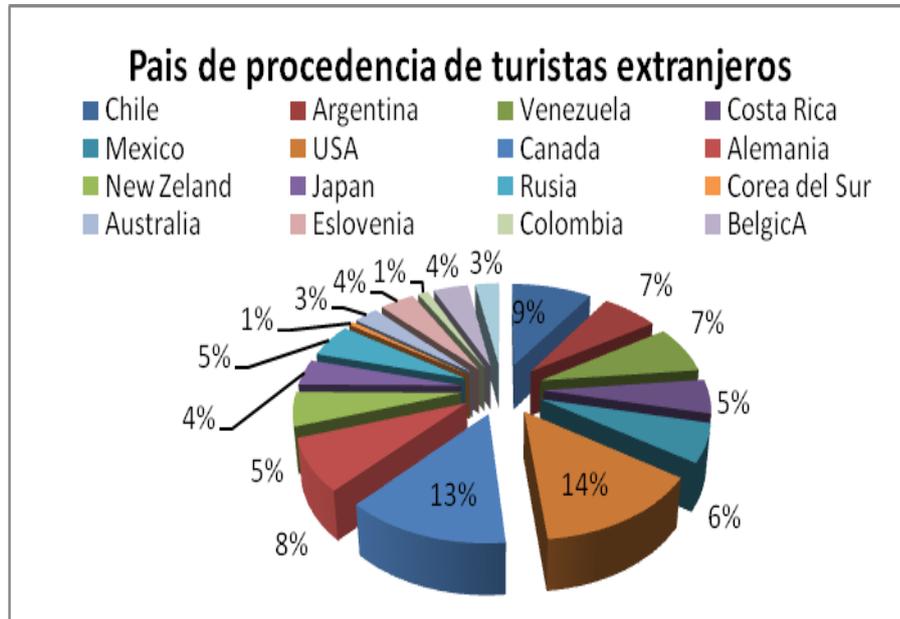
**Cuadro 32** País de procedencia turistas

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Chile	30	9
Argentina	21	7
Venezuela	24	7
Costa Rica	17	5
México	19	6
USA	45	14
Canadá	43	13
Alemania	26	8
New Zeland	17	5
Japón	13	4
Rusia	17	5
Corea del Sur	2	1
Australia	9	3
Eslovenia	13	4
Colombia	4	1
Bélgica	13	4
Holanda	9	3
TOTAL	322	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 25** País de procedencia turistas



**Fuente:** Turistas extranjeros encuestados  
**Elaborado por:** Las autoras

**ANÁLISIS:** Varias fueron las opciones de respuesta de los turistas extranjeros, en la cual se observa que el 14% de turistas Estadounidenses son quienes visitan en un mayor porcentaje Otavalo, así mismo los turistas visitantes de Canadá con el 13% seguidos por turistas Chilenos 9%, y como menores indicadores están Japón, Eslovenia y Bélgica 4%, Holanda y Australia 3% y Corea del Sur y Colombia con el 1% respectivamente. Demostrando así que existe una gran acogida de turistas de varios lugares del mundo a quienes podemos dar a conocer la importancia de las fiestas del Yamor.

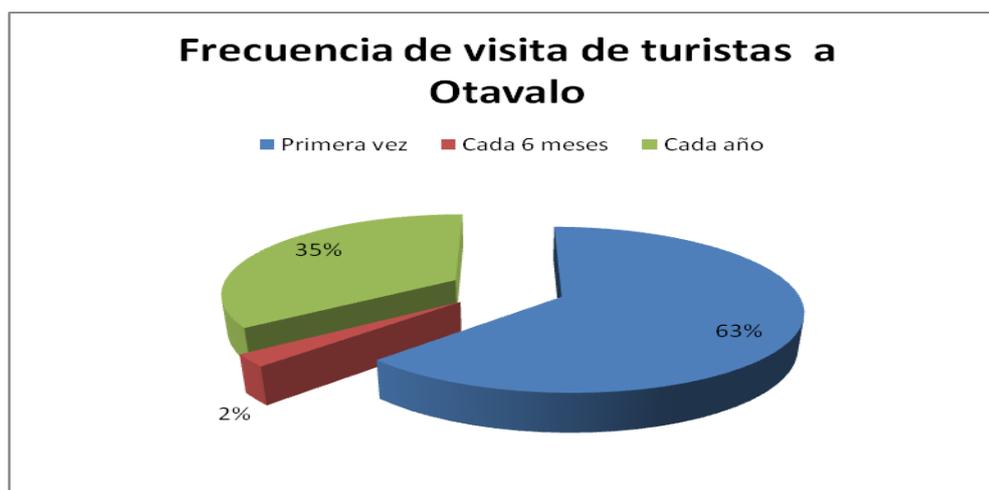
## 2.-Frecuencia de visita a la ciudad de Otavalo?

**Cuadro 33** Frecuencia de visitas de turistas a Otavalo

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primera vez	202	63
Cada 6 meses	8	2
Cada año	112	35
TOTAL	322	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 26** Frecuencia de visitas de turistas a Otavalo



Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS.-** La Frecuencia de visita de los turistas extranjeros a Otavalo nos demuestra que existe una cantidad representativa de visitantes, los cuales muestran en porcentajes las siguientes cantidades, aquellos que visitan por primera vez Otavalo 63% seguidos por turistas que realizan su visita cada año a Otavalo con un 35% y por último los turistas extranjeros que afirman que realizan su visita cada 6 meses 2%. Demostrando así que existe en gran cantidad turistas que visitan por primera vez y cada año Otavalo a los cuales podemos mostrar cada una de las actividades que se realizan en la temporada de la festividad del Yamor.

### 3.- Ha escuchado acerca de las fiestas del Yamor en Otavalo

**Cuadro 34** Conocimiento de la existencia de las fiestas del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	116	36
NO	206	64
TOTAL	322	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 27** Conocimiento de la existencia de las fiestas del Yamor



Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El 64 % de turistas extranjeros aseguran que no han escuchado de las fiestas del Yamor, mientras que el 36 % afirman que si tienen conocimiento de estas festividades. Estableciendo así la falta de información hacia los turistas extranjeros y generando así el bajo conocimiento de nuestra cultura.

#### 4.- A través de qué medios se informó acerca de las fiestas del Yamor

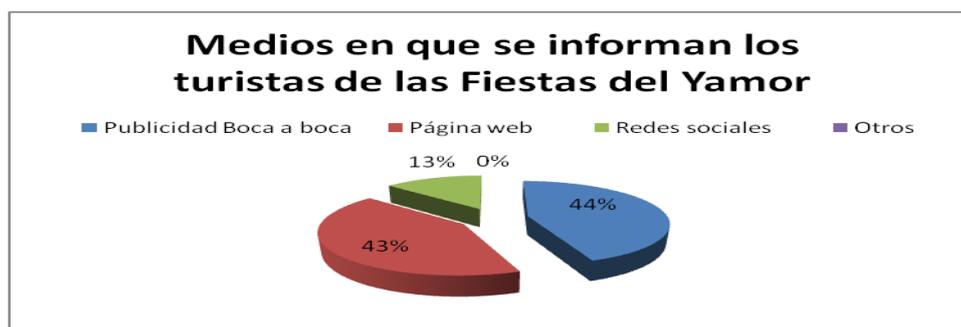
**Cuadro 35** Medios de información

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Publicidad Boca a boca	56	44
Página web	54	43
Redes sociales	17	13
Otros	0	0
TOTAL	127	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 28** Medios de información



Fuente: Turistas extranjeros encuestados

Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Los turistas extranjeros aseguran que el medio de comunicación por el cual ellos se informan de lo que ofrece Otavalo entre ellas las fiestas del Yamor son el 44% publicidad boca a boca muy seguido con el 43% página web y como último pero representativo el 13% de actividad en redes sociales. Así podemos establecer que la imagen que se de nuestra ciudad y la información que se les atribuya es de suma importancia porque así muchas personas dan a conocer nuestra cultura y tradiciones hacia otras personas y también la información que se imparta mediante el internet ayudará a que exista una mayor cantidad de turistas.

## 5.- Le gustaría recibir información acerca de las fiestas del Yamor

**Cuadro 36** Información de las fiestas

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	322	100
NO	0	0
TOTAL	322	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 29** Información de las fiestas



Fuente: Turistas extranjeros encuestados

Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El 100% de turistas les gustaría recibir información de las fiestas del Yamor. Demostrándonos así la aceptación e interés que existe de los turistas hacia nuestras festividades.

**6.- A través de qué medios piensa usted que le gustaría informarse acerca de estas fiestas?**

**Cuadro 37** Medios de Información

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Página web	109	31
Redes sociales	86	25
Volantes, trípticos, flayers	103	30
Publicidad boca a boca	34	10
Otros	17	5
TOTAL	349	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 30** Medios de Información



Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Varias fueron las opciones de respuesta estableciendo como mayor porcentaje de opciones de medios de comunicación que los turistas prefieren para informarse a página web 31% seguido por 30% volantes, flayers y trípticos, redes sociales 25% y como menor resultado publicidad boca a boca 10% y otras opciones como correo electrónico, vallas etc. 5%. Estableciendo que los medios de comunicación vía internet son aquellos que nos ayudarían de mayor manera a informar al turista de estas fiestas.

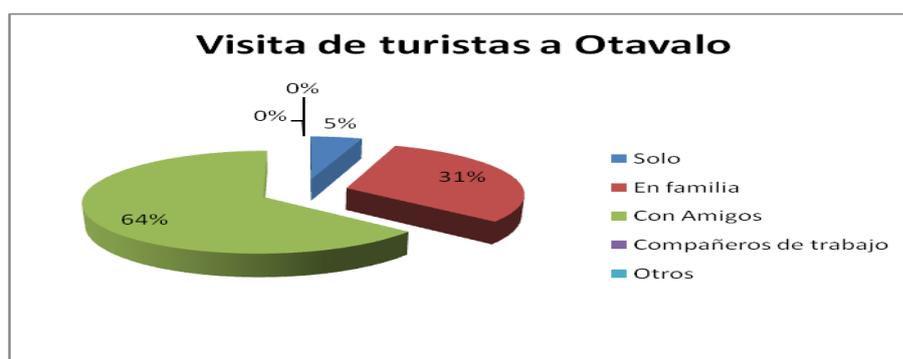
## 7.- Realiza la visita a esta ciudad:

**Cuadro 38** Visita de turistas a Otavalo

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo	17	5
En familia	99	31
Con Amigos	206	64
Compañeros de trabajo	0	0
Otros	0	0
TOTAL	322	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 31** Visita de turistas a Otavalo



Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** la visita que la realizan los turistas extranjeros a Otavalo nos demuestran en porcentajes lo siguiente: como mayor resultado 64% con amigos seguido por 31% en familia y como menor indicador el 5% lo realizan solos. Estableciendo así una visita de turistas siempre en compañía de muchas personas a quienes podemos dar a conocer de nuestras tradiciones, cultura y tradiciones.

## 8.- Motivo principal de la visita

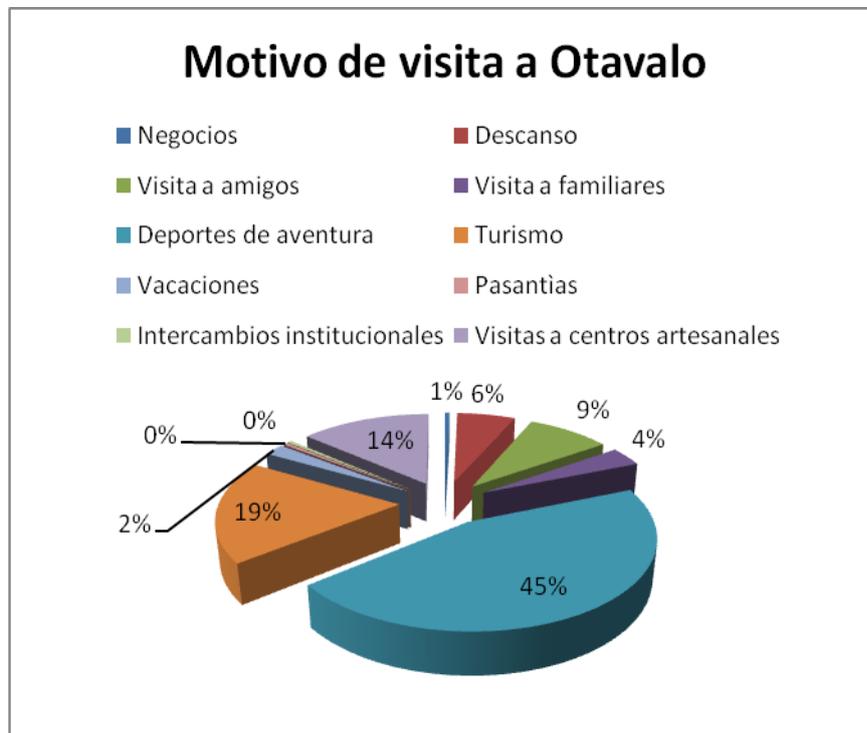
**Cuadro 39** Motivo de visita de turistas a Otavalo

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Negocios	2	0
Descanso	26	6
Visita a amigos	37	9
Visita a familiares	15	4
Deportes de aventura	191	45
Turismo	79	19
Vacaciones	9	2
Pasantías	2	0
Intercambios institucionales	2	0
Visitas a centros artesanales	58	14
<b>TOTAL</b>	<b>421</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Turistas extranjeros encuestados

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 32** Motivo de visita de turistas a Otavalo



Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El motivo de visita de los turistas extranjeros a Otavalo varia los cuales son 45% por realizar deportes de aventura, 19% turismo, 14% Visita a centros artesanales y como menores porcentajes tenemos a visita a amigos 9%, descanso 6% visita a familiares 4% y vacaciones 2% los cuales nos demuestran que existen varias razones de visita a Otavalo las cuales se debe aprovechar para informar y dar a conocer de las fiestas del Yamor.

## 9.- DATOS TÉCNICOS

### Edad

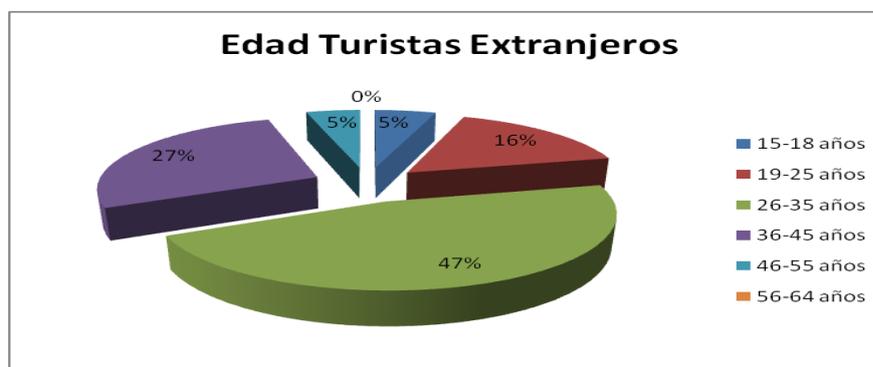
**Cuadro 40** Edad de los turistas extranjeros

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-18 años	17	5
19-25 años	52	16
26-35 años	150	47
36-45 años	88	27
46-55 años	15	5
56-64 años	0	0
TOTAL	322	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 33** Edad de los turistas extranjeros



Fuente: Turistas extranjeros encuestados

Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existe una gran variedad de edad en los turistas extranjeros encuestados que demuestra que el 47% son personas que varían entre 26 y 35 años seguidos por 27% turistas entre 36 y 45 años y 16% turistas entre 19 y 25 y como menores porcentajes tenemos a turistas entre 15 a 18 y 46 a 55 años con el 5% respectivamente. Demostrando que existe una gran variedad de edad en los turistas a aquellos que por su edad les gustan aquellos eventos y actividades que incluyan festividades y demás cosas que llamen su atención como son las fiestas del Yamor.

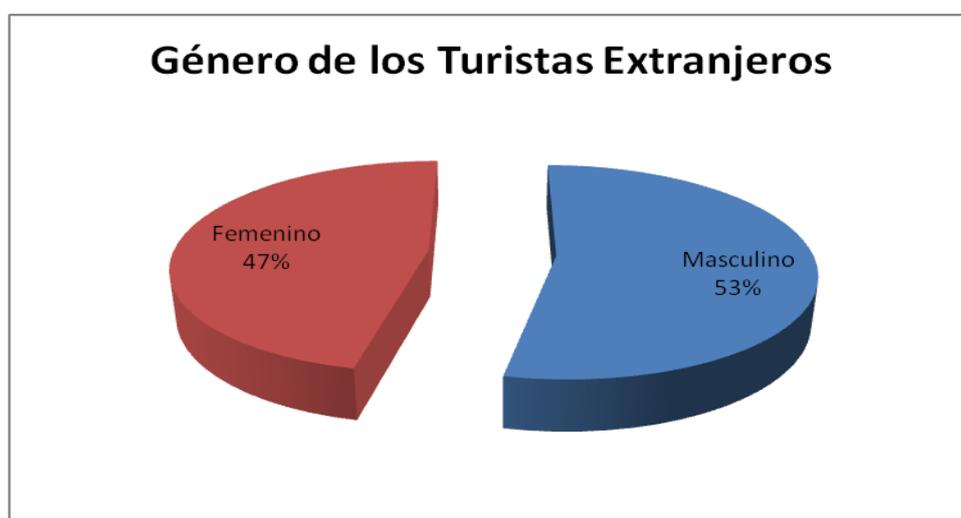
## 10.- Género

**Cuadro 41** Género de turistas extranjeros

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	172	53
Femenino	150	47
TOTAL	322	100

Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 34** Género de turistas extranjeros



Fuente: Turistas extranjeros encuestados  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El género de los turistas encuestados es masculino con el 53% y Femenino con el 47%. Estableciendo así una menor diferencia entre turistas extranjeros.

## **a) ANÁLISIS FODA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS**

### **FORTALEZAS:**

- A los turistas si les gustaría recibir información acerca de las Fiestas del Yamor
- .El medio de publicidad más utilizado es la página web que le por medio de esto se informan los turistas extranjeros

### **OPORTUNIDADES:**

- Generar visitas de turistas extranjeros de distintas procedencias en las Fiestas del Yamor.
- Gran afluencia de turistas extranjeros que realizan la visita a la ciudad de Otavalo con amigos por primera vez.
- A los turistas si les gustaría recibir información acerca de las fiestas del Yamor y lo realizan a través de la publicidad boca a boca, pagina web, generando así más turismo en la ciudad de Otavalo.

### **DEBILIDADES:**

- Las fiestas del Yamor no es el motivo principal de visita de los turistas extranjeros a Otavalo.

### **AMENAZAS:**

- Los turistas extranjeros no han escuchado acerca de las Fiestas del Yamor.
- Inseguridad.

## **b) CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO A TURISTAS EXTRANJEROS**

- Representando con un 14%, la mayor parte de turistas Extranjeros que visitan la ciudad de Otavalo son de Estados Unidos.
- Con el 63%, la mayor frecuencia de visita de Otavalo por parte de los turistas extranjeros es por primera vez.
- El 64% de turistas extranjeros no han escuchado a cerca de las Fiestas del Yamor.
- El medio de publicidad más efectivo para dar a conocer la Fiestas del Yamor es publicidad boca a boca, con el 44%.
- A los turistas si les gustaría recibir información acerca de las Fiestas del Yamor, lo cual representa un 100% de aceptación.
- El medio de publicidad más utilizado que le gustaría al turista para informarse acerca del Yamor es página web, representado un 31%.
- El 64% de turistas que visitan a Otavalo lo hacen con amigos.
- Las razones por las que visitan los turistas la ciudad de Otavalo son: por sus deportes de aventura con el 45%.

## 1.8. EVALUACIÓN DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO DIRIGIDO A TURISTAS NACIONALES

La presente encuesta se elaboró en los meses de Abril y Mayo del 2013, la misma que fue aplicada a los turistas nacionales, y a continuación se muestran los resultados obtenidos.

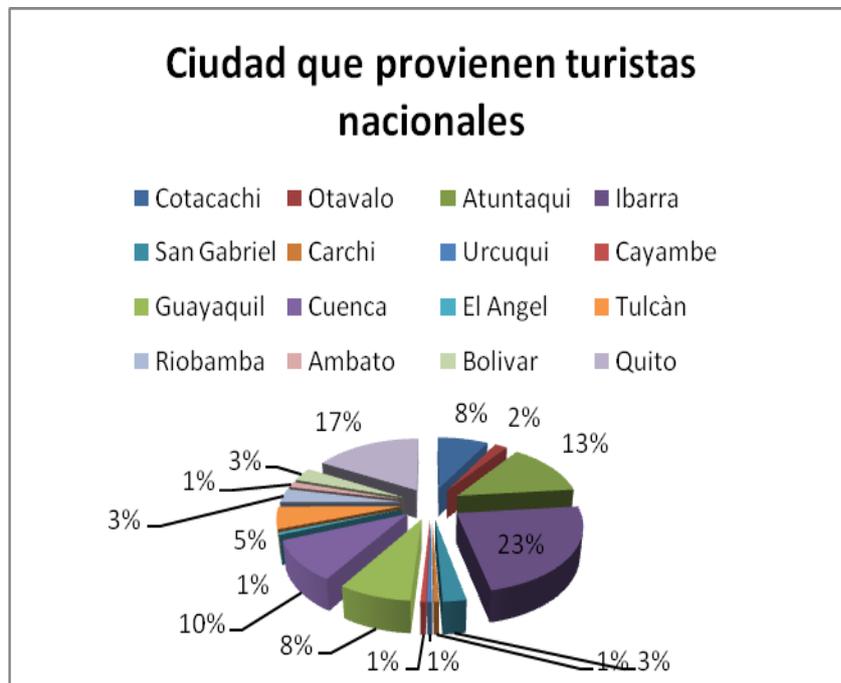
### 1. Ciudad qué provienen los turistas nacionales

**Cuadro 42** Ciudad que provienen los turistas nacionales

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cotacachi	28	8
Otavallo	7	2
Atuntaqui	47	13
Ibarra	82	23
San Gabriel	9	3
Carchi	2	1
Urcuqui	2	1
Cayambe	2	1
Guayaquil	28	8
Cuenca	35	10
El Ángel	2	1
Tulcán	19	5
Riobamba	12	3
Ambato	5	1
Bolívar	12	3
Quito	59	17
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 35** Ciudad que provienen los turistas nacionales



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La población otavaleña encuestada nos da a conocer que el 23% es proveniente de Ibarra, 17% Quito, Atuntaqui 13% y Cuenca 10% como menores porcentajes San Gabriel 3%, Otavalo 2% y Carchi, Urcuqui, Cayambe, El Ángel y Ambato 1%. Demostrando gran afluencia de turistas.

## 2.- Beneficios que traen las fiestas del Yamor

**Cuadro 43** Beneficios fiestas Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo	157	29
Comercio	105	19
Interculturalidad	28	5
Hermandad	14	3
Diversión, Distracción	80	15
Economía	12	2
No aplica	2	0
Mantener la cultura y costumbres	33	6
Visita de familiares y mucha gente	26	5
Promoción de la ciudad	82	15
Ninguna	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>539</b>	<b>100</b>

Fuente: Turistas Nacionales

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 36** Fuente: Turistas Nacionales



Fuente: Turistas Nacionales

Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Varios fueron los beneficios que traen las fiestas del Yamor a Otavalo establecidos como respuestas los cuales nos demuestran que el turismo con el 29%, comercio 19%, diversión, distracción, promoción de la ciudad 15% son los ítems de mayor selección mientras que la interculturalidad, visita a familiares 5%; hermandad 3% y economía 2% los cuales se establecen como menores porcentajes. Determinando así el turismo como un ente importante en la realización de las festividades.

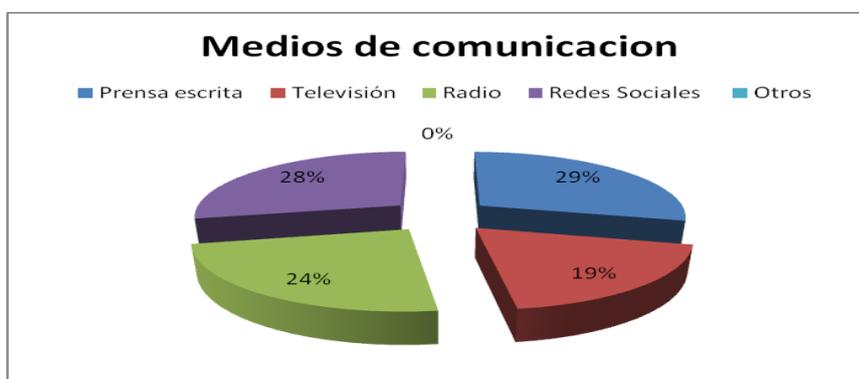
### 3.- Medios de comunicación de información de las fiestas del Yamor

**Cuadro 44** Medio de comunicación de información de las fiestas del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa escrita	124	29
Televisión	82	19
Radio	103	24
Redes Sociales	122	28
Otros	0	0
TOTAL	431	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 37** Medio de comunicación de información de las fiestas del Yamor



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Los medios de comunicación que sirven de información para la población otavaleña en su mayoría son la prensa escrita 29%, redes sociales 28% y radio 24% mientras que como porcentaje menor tenemos a televisión 19% estableciendo así una preferencia por los medios comunes de información y las nuevas tendencias de comunicación.

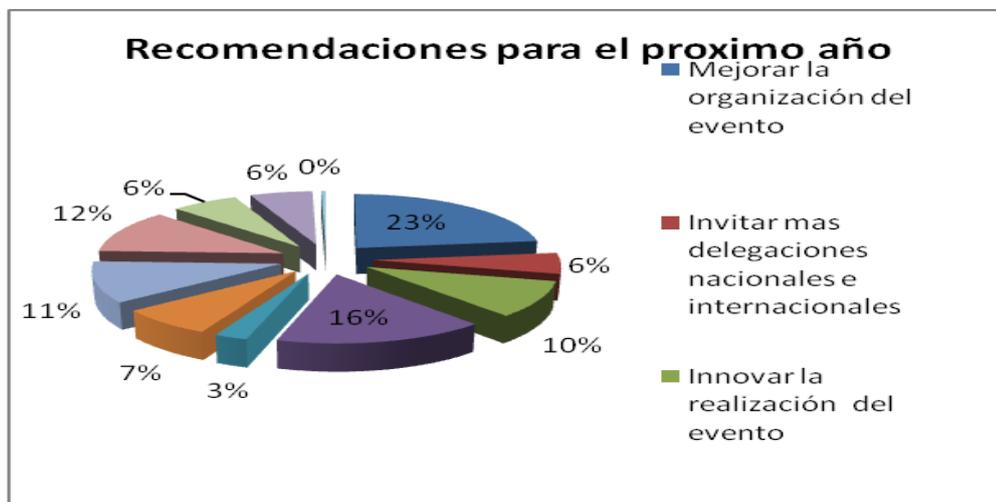
#### 4.- Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar este evento el próximo año

**Cuadro 45** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el evento

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejorar la organización del evento	108	23
Invitar más delegaciones nacionales e internacionales	26	6
Innovar la realización del evento	45	10
Manejar la puntualidad	77	16
Realización de comparsas barriales, juveniles, infantiles e instituciones educativas	12	3
Realizarlo más temprano, que no dure tanto	35	7
Considerar las costumbres antiguas y al sector indígena	51	11
Establecer el control de la venta de alcohol	54	12
Una mayor colaboración y mejorar el presupuesto	30	6
Considerar la opinión ciudadana	28	6
Otros	2	0
<b>TOTAL</b>	<b>468</b>	<b>100</b>

Fuente: Turistas Nacional  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 38** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el evento



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existe una variedad de recomendaciones que se emiten hacia el comité de fiestas por parte de la población encuestada que son: mejor organización 23%, manejar la puntualidad 16%, establecer el control de la venta de alcohol 12%, innovar la realización del evento 10% y como menores opciones realizarlo más temprano 7%, invitar más delegaciones nacionales e internacionales 6%, realización de comparsas juveniles 3% el cual demuestra que existe muchas insatisfacciones por parte de la población otavaleña que se podrían mejorar.

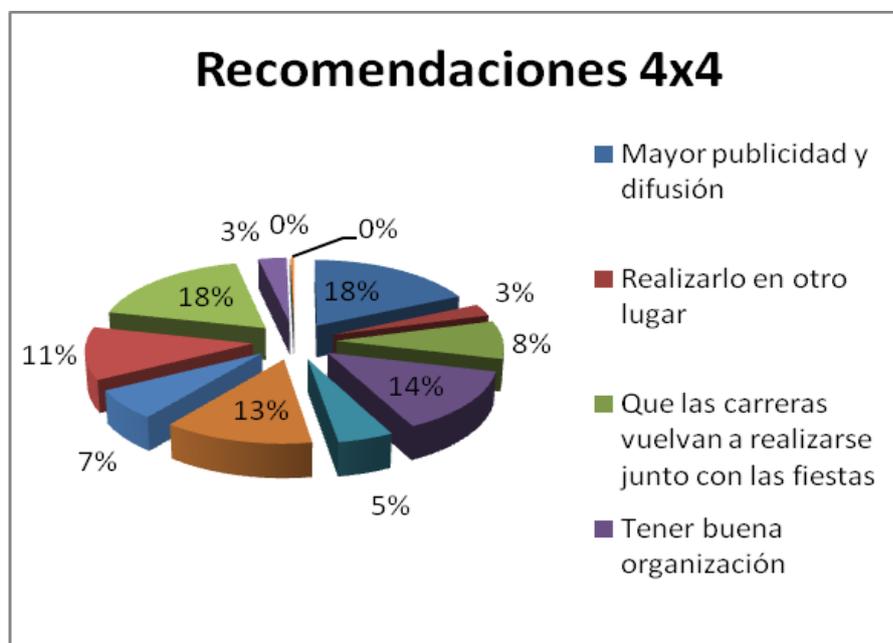
**5.- Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4**

**Cuadro 46** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mayor publicidad y difusión	96	18
Realizarlo en otro lugar	14	3
Que las carreras vuelvan a realizarse junto con las fiestas	44	8
Tener buena organización	73	14
Competidores de elite y mejor preparados	26	5
Pistas en mejores condiciones	70	13
Implementar más medidas de seguridad	35	7
Invitaciones a nivel nacional e internacional	61	11
Crear un espacio para alimentos y bebidas adecuados	96	18
Mejorar premios	16	3
Inscripciones menos costosas	0	0
Ninguno	2	0
<b>TOTAL</b>	<b>533</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Turistas Nacionales  
**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 39** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** las recomendaciones realizadas al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4 varían con porcentajes mayoritarios en mayor publicidad y difusión y crear espacios adecuados para alimentos y bebidas 18%, tener buena organización 14%, pistas en mejores condiciones 13% respectivamente y como menores porcentajes esta Implementar más medidas de seguridad 7%, competidores de elite y mejores preparados 5% mejorar premios 3%. Estableciendo así una variedad de cambios a realizarse en estas competencias que se deben tomar en cuenta.

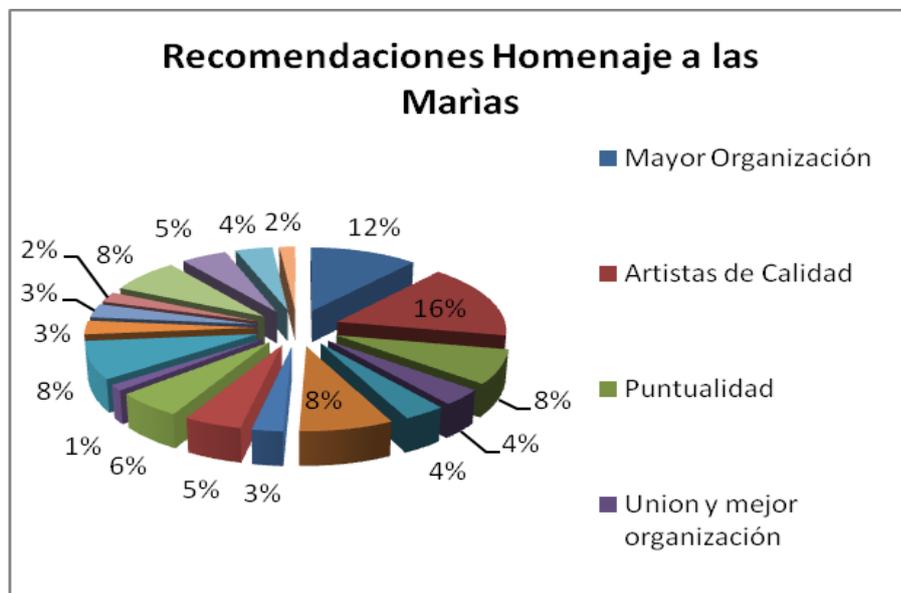
**6.- Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico musical " Noche en Homenaje a las Marías"**

**Cuadro 47** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico "Noche en homenaje a las Marías

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mayor Organización	61	12
Artistas de Calidad	87	16
Puntualidad	40	8
Unión y mejor organización	19	4
Incorporar orquesta e informar	19	4
Gratuidad en el evento	42	8
Realizarlo en un lugar más adecuado	14	3
Destinar mayores recursos	26	5
Mayor publicidad	30	6
Más graderíos	7	1
Mayor seguridad	44	8
Control de bebidas alcohólicas	16	3
Realizarlo más temprano	16	3
Que el evento sea más largo	12	2
Tiempo de presentación artístico más corto	40	8
Colocación de carpas para la lluvia	26	5
Incorporar grupos de danza y teatro	21	4
No ha asistido	9	2
<b>TOTAL</b>	<b>529</b>	<b>100</b>

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras"

**Gráfico 40** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico “Noche en homenaje a las Marías



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las recomendaciones realizadas al comité de fiestas para mejorar el festival artístico noche en homenaje a las marías establece lo siguiente que se debe contratar artistas de calidad 16%, realizar una mayor organización, 12%, puntualidad, gratuidad en el evento, mayor seguridad, tiempo de presentación de artistas más 8% y como menores indicadores esta realizarlo más temprano, control de bebidas alcohólicas, realizarlo en un lugar más adecuado 3%, que el evento sea más largo 2%, más graderíos 1%, creando necesidades que se pueden mejorar en el próximo evento.

## 7.- Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna San Pablo

**Cuadro 48** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna de San Pablo

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mas nadadores internacionales	87	16
Trasmisión por tv	47	9
Mayor publicidad	61	11
Mejorar la organización	61	11
Inscripciones gratuitas	18	3
Que no sea tan temprano	30	6
Mejorar los premios	26	5
Mejor preparación de nadadores otavaleños	61	11
Que se realice un fin de semana	30	6
Que se pueda visualizar mejor	21	4
Mejorar la limpieza del lugar	37	7
Más seguridad	14	3
Mas puntualidad	2	0
Incrementar boyas de orientación	23	4
Mayor interés para que no desaparezca	16	3
No ha asistido	5	1
<b>TOTAL</b>	<b>539</b>	<b>100</b>

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 41** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna de San Pablo



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las recomendaciones que se realizaron con los siguientes indicadores para mejorar la travesía al lago San Pablo son: más nadadores internacionales 16% Mayor publicidad, mejor organización, mejor preparación de nadadores otavaleños 11% y trasmisión por tv 9% como menores porcentajes esta que se pueda visualizar mejor, incremento de boyas de orientación 4% seguido por más seguridad, mayor interés para que no desaparezca 3 % y por último personas que no han asistido 1% determinando grandes falencias en la travesía del Lago San Pablo que se pueden mejorar.

## 8.- Tipo de eventos que gustaría que se incluya en la programación de fiestas del Y amor

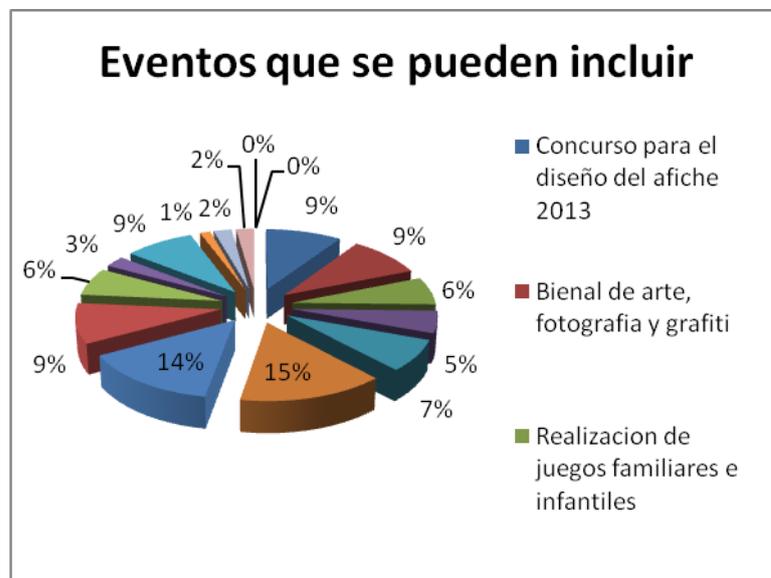
**Cuadro 49** Tipos de eventos que se pueden incluir

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Concurso para el diseño del afiche 2014	51	9
Bienal de arte, fotografía y grafiti	51	9
Realización de juegos familiares e infantiles	35	6
Desfile de pendoneros y trajes otavaleños	28	5
Eventos deportivos donde participen toda la ciudadanía otavaleña	40	7
Competencia y participación de caballos de paso	80	15
feria turística, artesanal y gastronómica	77	14
Noche cultural y juegos pirotécnicos	51	9
Conciertos, verbenas, festival de bandas de pueblo	35	6
Que se mantenga la propuesta Otavalo en oferta	14	3
Foros, videos o teatro en vivo sobre el origen del Yamor	47	9
Carreras automovilísticas o de bicicletas	7	1
Programas para personas de la tercera edad	12	2
Campeonatos barriales	12	2
Otros	0	0
Ninguno	0	0
TOTAL	540	100

Fuente: Turistas Nacionales

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 42** Tipos de eventos que se pueden incluir



**Fuente:** Turistas Nacionales  
**Elaborado por:** Las autoras

**ANÁLISIS:** Existen varias opciones de respuesta destacando con mayoría la competencia y participación de caballos de paso 15% seguido por la feria turística artesanal y gastronómica 14% y concurso para el diseño del afiche 2013, bienal de arte, fotografía y grafiti, noche cultural y juegos pirotécnicos, foros, videos o teatro en vivo sobre el origen del Yamor 9% y como menor porcentaje tenemos que se mantenga la propuesta otavalo en oferta 3%, programas para personas de la tercera edad, campeonatos barriales 2% y carreras automovilísticas o de bicicletas 1% . Estableciendo variedad de opciones para mejorar el evento el próximo año.

## 9.- Horario de preferencia de iniciación del pregón

**Cuadro 50** Horario de preferencia de iniciación del pregón

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18:00 horas	213	61
19:00 horas	108	31
20:00 horas	15	4
Otros	15	4
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 43** Horario de preferencia de iniciación del pregón



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El horario de preferencia para la realización de eventos es 18:00 con el 61% seguido por 31% de 19:00, 4% 20:00 y 4% de variedad de horarios en preferencia la tarde. Estableciendo el horario de las 18:00 como preferencia de realización para la mayoría de los encuestados.

## 10.- Dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor a Otavalo

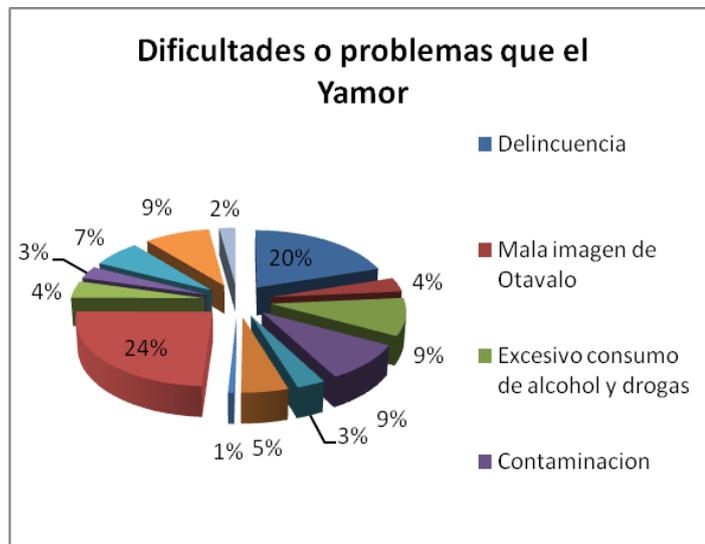
**Cuadro 51** Dificultades o problemas que traen fiestas Yamor a Otavalo

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Delincuencia	91	20
Mala imagen de Otavalo	16	4
Excesivo consumo de alcohol y drogas	42	9
Contaminación	42	9
Prostitución	14	3
Accidentes de tránsito y mucho tráfico	23	5
Muertes, heridos	3	1
Calles convertidas en baños	110	24
Al contrario trae beneficios	19	4
Falta de espacio para eventos	14	3
Mal manejo de presupuestos	30	7
Inseguridad	40	9
Exceso de ruido	10	2
<b>TOTAL</b>	<b>454</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Turistas Nacionales

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 44** Dificultades o problemas que traen fiestas Yamor a Otavalo



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existen dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor a Otavalo y se establecen así: calles convertidas en baños 24%, 20% delincuencia, Excesivo consumo de alcohol, contaminación, inseguridad 9% y en menores porcentajes están falta de espacio para eventos 3%, exceso de ruido 2% y por último muertes y heridos 1% demostrando así los problemas que son entes de cambio.

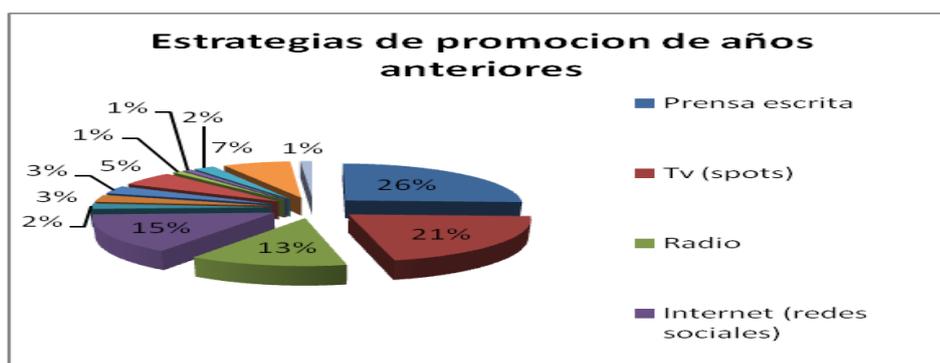
## 11.- Estrategias promocionales más utilizadas en los últimos años en las fiestas del Yamor

**Cuadro 52** Estrategias promocionales más utilizadas

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa escrita	192	26
Tv (spots)	157	21
Radio	96	13
Internet (redes sociales)	112	15
Publicidad Móvil (buses, taxis)	16	2
Publicidad estática (cabinas, kioscos, tiendas)	21	3
Banners	23	3
Vallas	42	6
Flayers	7	1
Trípticos	7	1
Volantes	16	2
Gigantografías	51	7
Inflables	9	1
TOTAL	749	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 45** Estrategias promocionales más utilizadas



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las estrategias promocionales más utilizadas son: prensa escrita 26%, tv (spots) 21%, internet 15%, radio 13%, y con menores selecciones esta: volantes 3%, trípticos 2% e inflables 1% definiendo los medios tradicionales de prensa escrita y radio como las estrategias de gran utilización en las fiestas del Yamor.

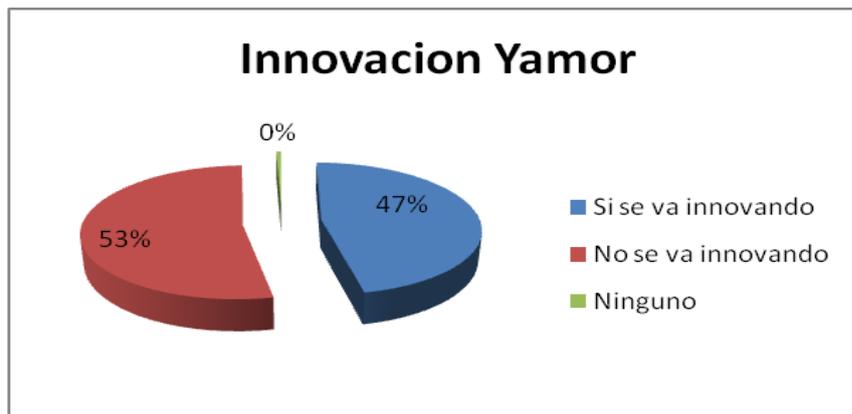
## 12.- Se ha ido innovando las fiestas del Yamor

**Cuadro 53** Innovación de las fiestas del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si se va innovando	164	47
No se va innovando	185	53
Ninguno	2	1
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 46** Innovación de las fiestas del Yamor



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La población encuestada determina que no se ha ido innovando las fiesta del Yamor con el 53% muy seguido por la población que dice que si se ha ido innovando con un 47%. Determinando una varianza casi igualitaria de personas que afirman que sí y que no se innova año a año las festividades.

### 13.- Comité de fiestas ha utilizado medios adecuados para lograr posicionar el Yamor Internacionalmente

**Cuadro 54** Comité de fiestas ha utilizado medios adecuados para lograr posicionar el Yamor internacionalmente

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	152	43
No	199	57
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 47** Comité de fiestas ha utilizado medios adecuados para lograr posicionar el Yamor internacionalmente



Fuente: Población encuestada  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El comité de fiestas no ha utilizado medios adecuados para lograr posicionar el Yamor internacionalmente con 57% y los encuestados que dicen que si se ha logrado es el 43%. Demostrando así una falta de manejo en medios atractivos hacia la población internacional.

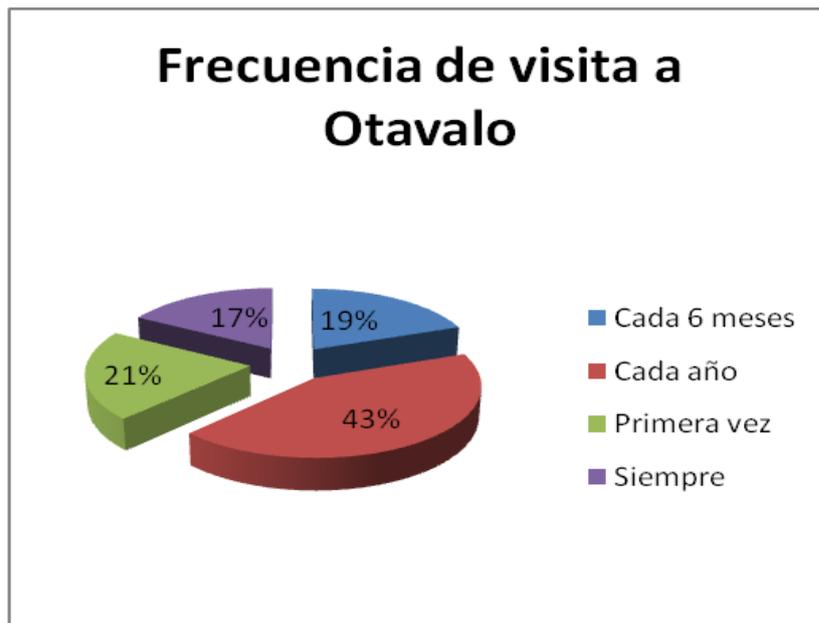
#### 14.- Frecuencia de visita a Otavalo

**Cuadro 55** Frecuencia de visita a Otavalo

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada 6 meses	68	19
Cada año	151	43
Primera vez	73	21
Siempre	59	17
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 48** Frecuencia de visita a Otavalo



Fuente: Turista Nacional  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existen varias opciones de respuesta de causas por las cuales demuestra que el 43 % de turista visitan otavalo cada año, 21% es su primera visita, 19% cada 6 meses y 17 % siempre. Estableciendo una diversidad de respuestas en cuanto a las visitas de turistas.

## 15.- Radio de preferencia

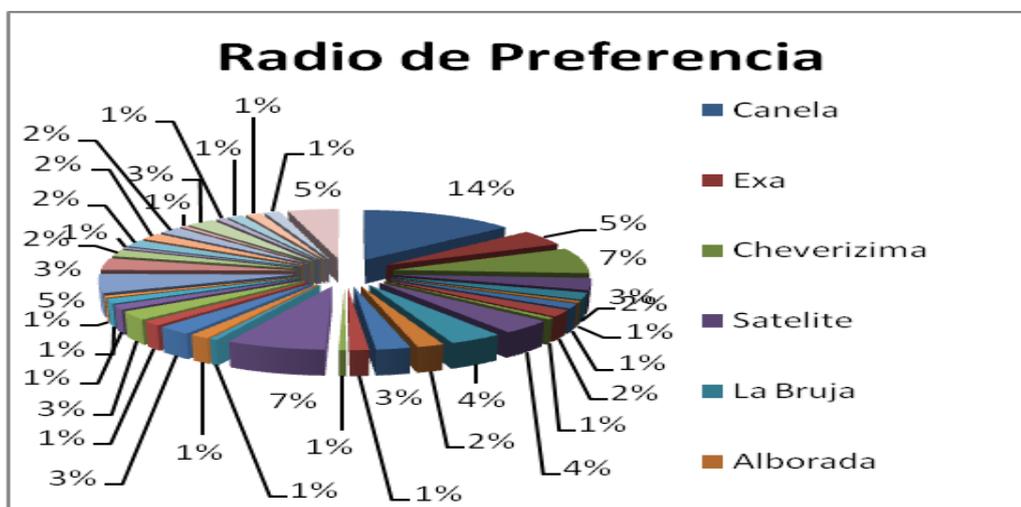
**Cuadro 56** Radio de preferencia

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Canela	49	14
Exa	16	5
Cheverizima	26	7
Satélite	12	3
La Bruja	7	2
Alborada	2	1
Más	5	1
Caricia	7	2
Colón	2	1
América	14	4
Los Lagos	14	4
Mágica	7	2
Radio activa	9	3
Armonía	5	1
Otavalo	2	1
Mega	26	7
Inti pacha	2	1
Shy	5	1
Caravana	9	3
Bandida	5	1
Radio Rumba	9	3
Forever	5	1
Tabú	5	1
Corazón	2	1
Disney	19	5
Tropicana	12	3
Frontera	7	2

Tricolor	2	1
40 Principales	7	2
Joya	7	2
Metro	7	2
Horizonte	2	1
Vocú	9	3
Radio Riobamba		
Stereo	3	1
Radio Suprema	5	1
Radio Súper	5	1
Radio Turbo	5	1
Ninguna	16	5
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 49** Radio de preferencia



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existe variedad de radios, el 14 % de encuestados tienen preferencia hacia la radio Canela, seguido por el 7% de favoritismo por Cheverizima y 5% Radio Disney mostrando así las tres opciones más representativas.

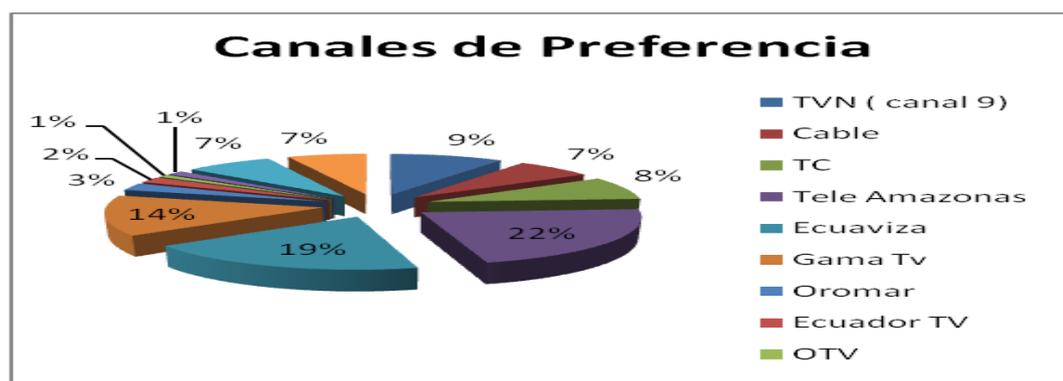
## 16.- Canal de televisión preferido

**Cuadro 57** Canal de televisión preferido

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TVN ( canal 9)	33	9
Cable	23	7
TC	28	8
Tele Amazonas	77	22
Ecuaviza	68	19
Gama Tv	49	14
Oromar	9	3
Ecuador TV	7	2
OTV	3	1
UTV	5	1
RTS	26	7
Ninguna	23	7
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 50** Canal de televisión preferido



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las turistas nacionales estable que sus canales de preferencia son con mayor preferencia tele Amazonas 22%, seguido por Ecuaviza 19%, y Gama tv 14 % respectivamente detallando así los tres canales de televisión de preferencia de los encuestados.

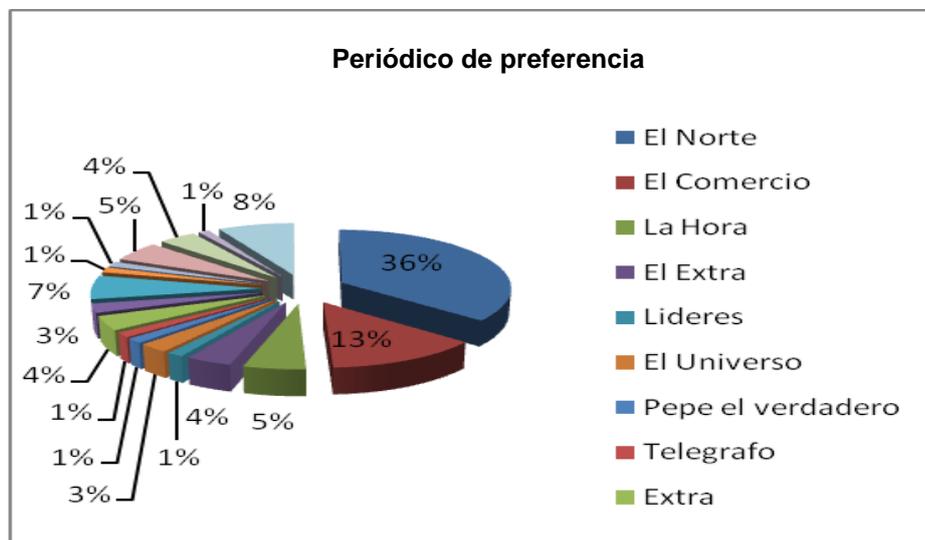
## 15.- Periódico de preferencia

**Cuadro 58** Periódico de preferencia

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
El Norte	126	36
El Comercio	47	13
La Hora	19	5
El Extra	14	4
Lideres	5	1
El Universo	9	3
Pepe el verdadero	5	1
Telégrafo	5	1
Extra	14	4
El Tiempo	9	3
Mercurio	23	7
La Prensa	5	1
Los Andes	5	1
Popular	19	5
Ultimas Noticias	14	4
Metro Hoy	4	1
Ninguno	28	8
<b>TOTAL</b>	<b>351</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Turistas Nacionales  
**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 51** Periódico de preferencia



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El periódico de preferencia de los encuestados es diario el norte 36%, en segundo lugar diario el comercio con el 13%, y por ultimo mercurio 7% detallando así los tres porcentajes más representativos de periódicos de turistas nacionales.

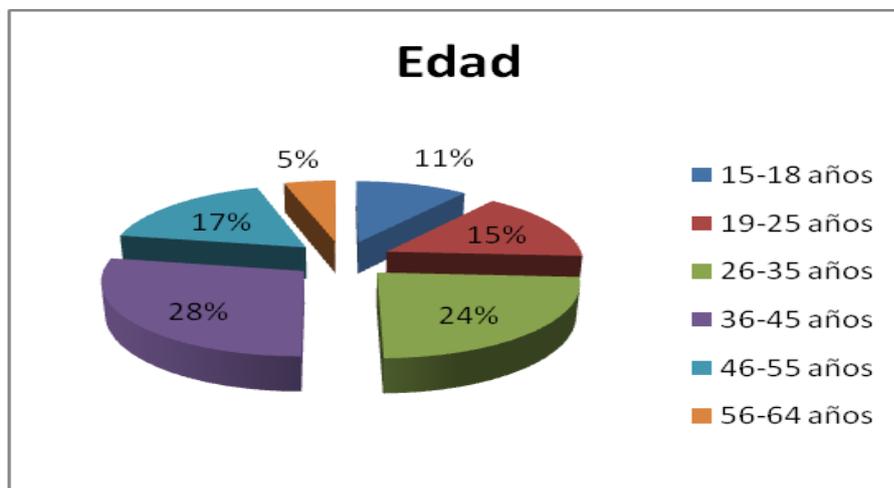
## 17.- Edad

**Cuadro 59** Edad de los encuestados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-18 años	37	11
19-25 años	54	15
26-35 años	84	24
36-45 años	98	28
46-55 años	61	17
56-64 años	17	5
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 52** Edad de los encuestados



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La edad de los encuestados varía entre 36 a 45 con el 28%, 26 a 35 el 24% y 46 a 55 años 17% respectivamente, mostrando así los porcentajes de mayor énfasis de elección en edad de turistas nacionales.

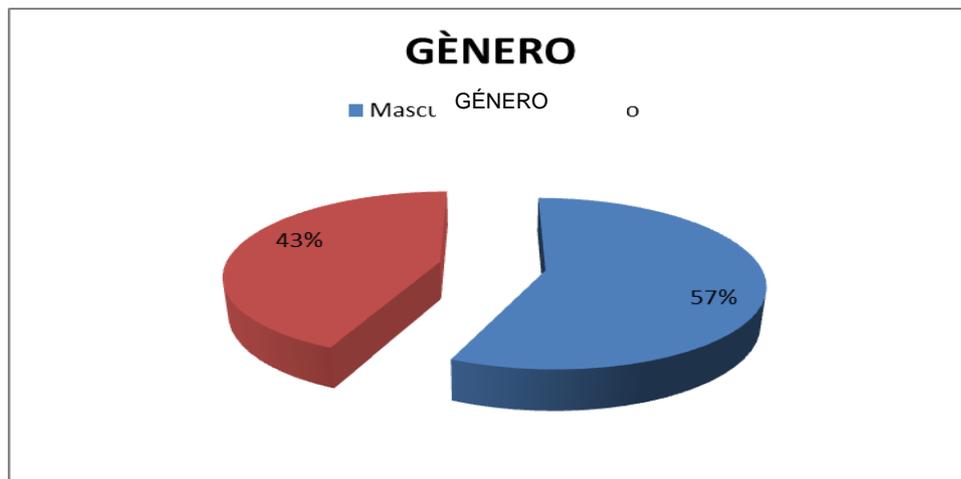
## 18.-Género

**Cuadro 60** Género de los encuestados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	199	57
Femenino	152	43
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 53** Género de los encuestados



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El género de los encuestados es el 57% de masculino y 43% femenino, demostrando así la mayor preferencia por parte del género masculino muy seguido por el género femenino.

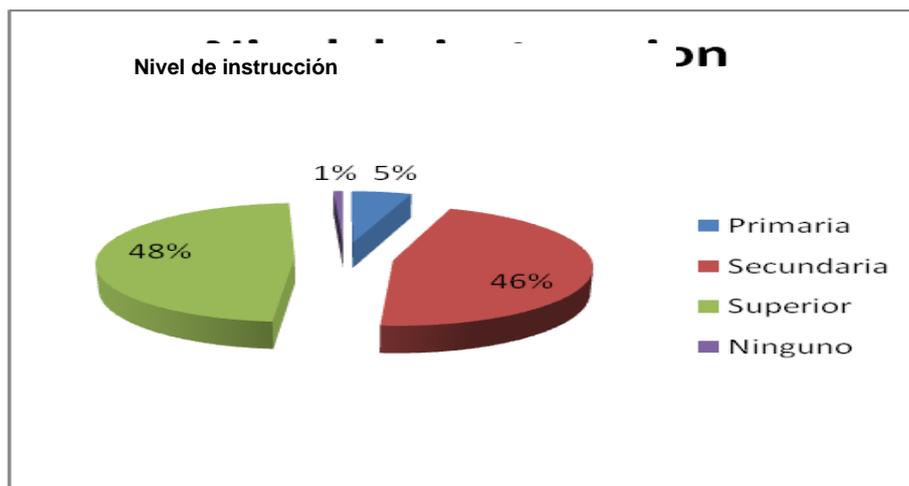
## 19.- Nivel de Instrucción

**Cuadro 61** Nivel de instrucción de los encuestados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	19	5
Secundaria	161	46
Superior	168	48
Ninguno	3	1
Total	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 54** Nivel de instrucción de los encuestados



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El nivel de instrucción de los encuestados establece como mayor porcentaje a educación superior 48% seguido por secundaria 46%, 5% primaria y 1% ninguno detalladamente establecido.

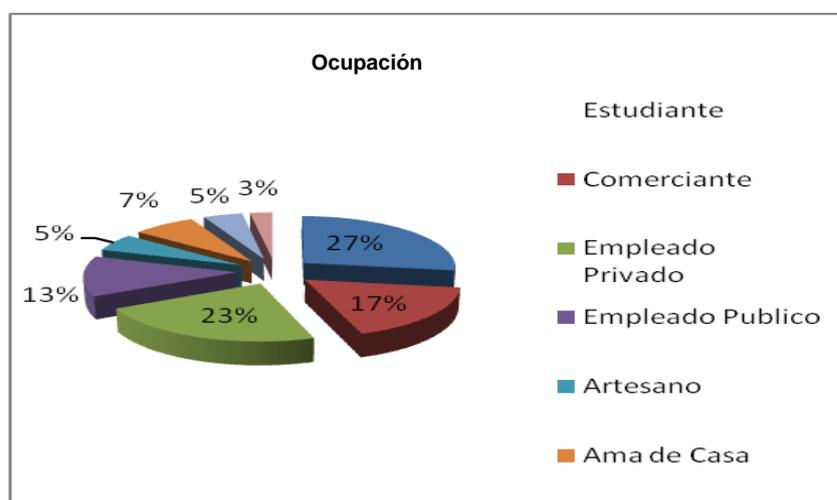
## 20.- Ocupación

**Cuadro 62** Ocupación de los encuestados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	96	27
Comerciante	61	17
Empleado Privado	80	23
Empleado Publico	44	13
Artesano	19	5
Ama de Casa	26	7
Chofer	16	5
Otro	9	3
TOTAL	351	100

Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 55** Ocupación de los encuestados



Fuente: Turistas Nacionales  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La ocupación de los encuestados varía entre, estudiante 27%, empleado privado 23%, comerciante 17%, empleado privado 13%, ama de casa 7 % y artesano y chofer 5% demostrando así una gran variedad en ocupaciones por parte de los turistas nacionales

## **a) ANÁLISIS FODA DE TURISTAS NACIONALES**

### **FORTALEZAS:**

- Las fiestas del Yamor traen beneficios positivos a la ciudad de Otavalo especialmente en el turismo.
- Continúa visita de turistas a Otavalo en sus fiestas.
- Existencia de turistas por parte de los visitantes

### **OPORTUNIDADES:**

- Afluencia de turistas locales que visitan la ciudad de Otavalo en sus fiestas.
- La preferencia de iniciación del pregón es que se lo realice en horas de la tarde.
- Buena utilización de estrategias promocionales.
- Dar a conocer las fiestas del Yamor a través de medios locales de mayor preferencia.
- Mayor concurrencia de turistas de distintas edades.

### **DEBILIDADES:**

- Falta de organización en la realización de los eventos
- Mejorar la publicidad y difusión del 4x4 y crear espacios adecuados para los alimentos.

- Los turistas nacionales recomiendan al comité contratar artistas de calidad.
- Falta de convocatorias hacia nadadores internacionales.
- Ausencia de innovación de las fiestas del Yamor.
- Organizar actividades diferentes y que llamen la atención en las fiestas del Yamor.

#### **AMENAZAS:**

- Falta de información mediante medios de comunicación actuales.
- Falta de higiene.
- Ausencia de medios adecuados para posicionar las fiestas internacionalmente.
- La inseguridad.

#### **b) CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO TURISTAS NACIONALES**

- La mayor parte de turistas nacionales que visitan la ciudad de Otavalo son de Ibarra, representando un 23%.
- Los mayores beneficios que traen las fiestas del Yamor según turistas nacionales son: turismo con el 29%, comercio 19% y diversión con el 15%.
- El medio de comunicación por la cual los turistas se informan acerca de estas fiestas son: prensa escrita con el 29%.

- Las recomendaciones para mejorar el evento dirigidas al Comité de fiestas por parte de los turistas nacionales son: mejorar la organización del evento que representa un 23%.
- Las recomendaciones para mejorar las competencias del 4x4 dirigidas al Comité de fiestas por parte de los turistas nacionales son: mayor publicidad y difusión, crear un espacio para alimentos y bebidas adecuadas con el 18% respectivamente.
- Las recomendaciones para mejorar la Noche en Homenaje a las Marías dirigidas al Comité de fiestas por parte de los turistas nacionales son: artistas de calidad con el 16%.
- Las recomendaciones para mejorar la Travesías Natatoria de la Laguna de San Pablo dirigidas al Comité de fiestas por parte de los turistas nacionales son: más nadadores representando un 16%.
- Los tipos de eventos que les gustaría a los turistas nacionales que se incluyan en la programación del Yamor son las siguientes: competencia y participación de caballo de paso, con el 15%.
- El horario de preferencia de inicio del pregón de fiestas por parte de los turistas nacionales es a partir de las 18:00, representa el 61%.
- Las dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor en opinión de los turistas nacionales son: calles convertidas en baños, con el 24%.
- Las estrategias promocionales más utilizadas en los últimos años en las fiestas del Yamor según turistas nacionales son: prensa escrita con un 26%.
- De acuerdo a los turistas nacionales no se ha ido innovando las fiestas del Yamor en años pasados, representando un 53%.

- El turista nacional opina que no se han utilizado los medios adecuados para lograr posicionar el Yamor internacionalmente, con un 57%.
- La frecuencia de visita de los turistas nacionales a Otavalo es cada año con un porcentaje del 43%.
- La radio de preferencia de los turistas nacionales es: Canela, con el 14%.
- El canal de preferencia de estos es: Tele amazonas, con el 22%.
- Los periódicos de preferencia son: El Norte, con el 36%.
- La edad de los turistas varía entre 36 y 45 años resaltando el género masculino, representando un 28%.

## 1.9. EVALUACIÓN DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO DIRIGIDO A POBLACION OTAVALENIA

La presente encuesta se elaboró en los meses de Junio y Julio del 2013, la misma que fue aplicada a la población otavaleña, y a continuación se muestran los resultados obtenidos.

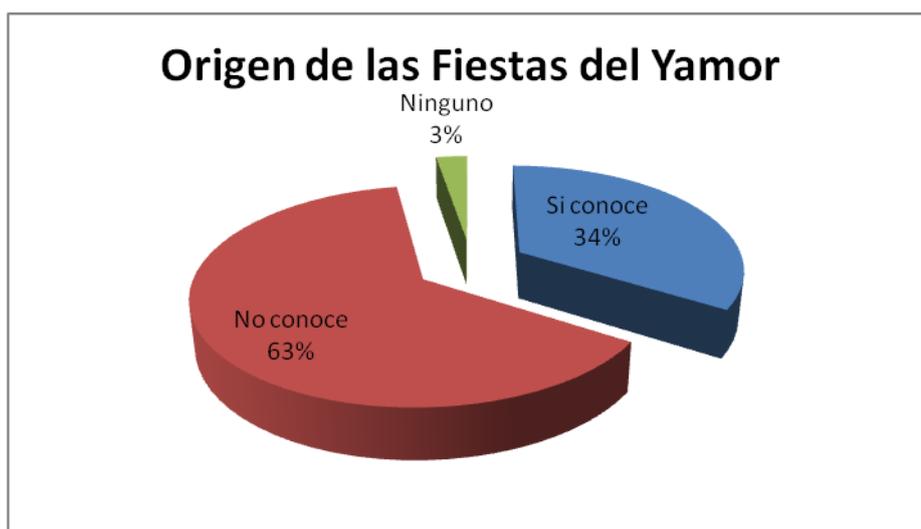
### 1.- Origen de las fiestas del Yamor

**Cuadro 63** Origen de las fiestas del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si conoce	129	34
No conoce	241	63
Ninguno	10	3
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 56** Origen de las fiestas del Yamor



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La población otavaleña encuestada nos da a conocer que el 63% desconoce el origen de las fiestas del Yamor mientras que el 34% si conoce y el 3% no opta por ninguna opción. Determinando así la falta de información que existe en personas originarias del cantón.

## 2.- Beneficios que traen las fiestas del Yamor

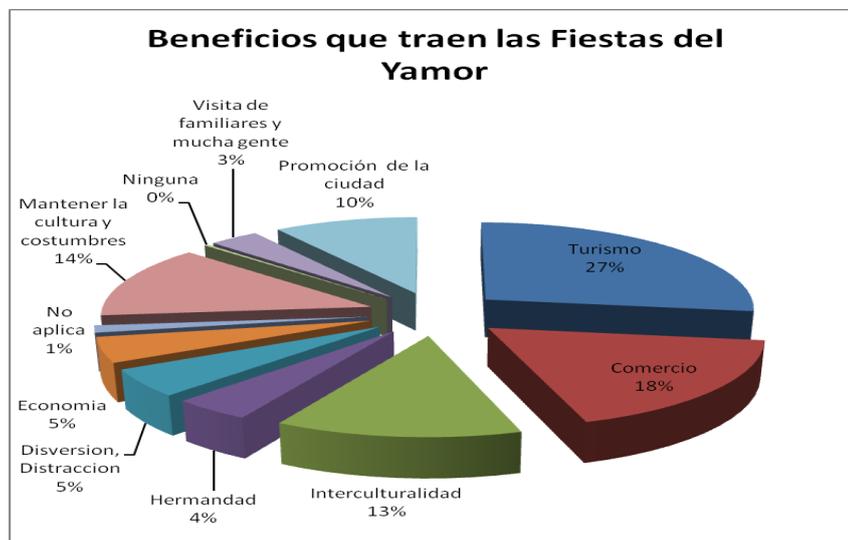
**Cuadro 64** Beneficios que traen las fiestas del Yamor

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Turismo	309	27
Comercio	203	18
Interculturalidad	149	13
Hermandad	48	4
Diversión, Distracción	58	5
Economía	53	5
No aplica	15	1
Mantener la cultura y costumbres	152	13
Ninguna	3	0
Visita de familiares y mucha gente	38	3
Promoción de la ciudad	109	10
<b>TOTAL</b>	<b>1137</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 57 Beneficios que traen las fiestas del Yamor**



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Varios fueron los beneficios que traen las fiestas del Yamor a Otavalo establecidos como respuestas los cuales nos demuestran que el turismo con el 27%, comercio 18%, interculturalidad y mantener la cultura y costumbres 13% son los ítems de mayor selección mientras que la diversión, distracción la economía 5%; hermandad 4% y la visita de familiares y existencia de mucha gente el 3% los cuales se establecen como menores porcentajes. Determinando así el turismo como un ente importante en la realización de las festividades.

### 3.- Medios de comunicación de información de las fiestas del Yamor

**Cuadro 65** Medios de comunicación de información de las fiestas del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa escrita	108	28
Televisión	119	31
Radio	121	32
Redes Sociales	25	7
Otros	7	2
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 58** Medios de comunicación de información de las fiestas del Yamor



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Los medios de comunicación que sirven de información para la población otavaleña en su mayoría son la radio 32%, televisión 31% y prensa escrita 28% mientras que como porcentajes menores tenemos a redes sociales 7% y otras opciones como publicidad boca a boca, vallas etc. 2% estableciendo así una preferencia por los medios comunes de información.

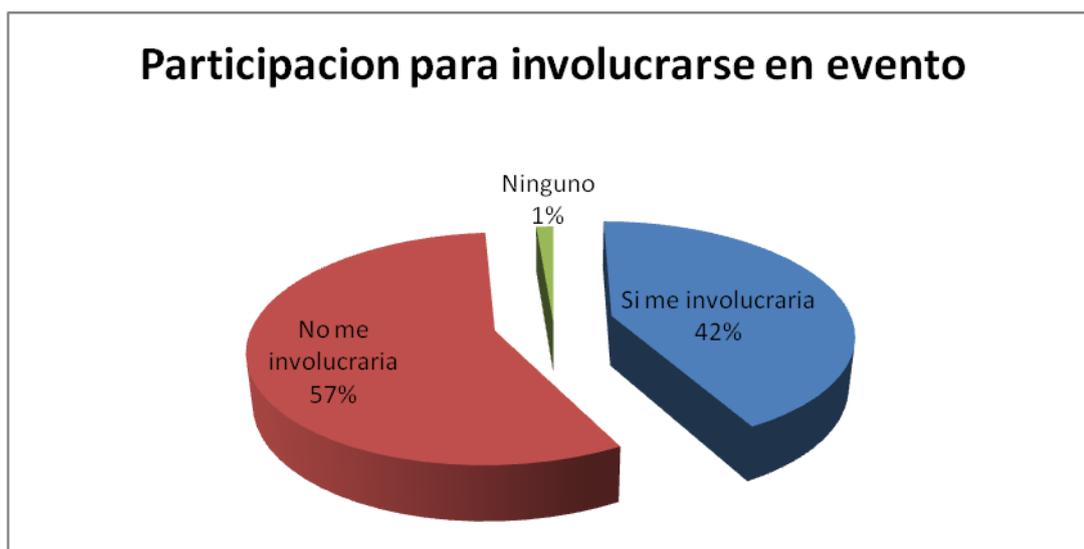
#### 4.- Dispuestos a participar en forma activa en involucrándose en la realización del evento.

**Cuadro 66** Participación para involucrarse en el evento

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si me involucraría	160	42
No me involucraría	215	57
Ninguno	5	1
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 59** Participación para involucrarse en el evento



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La participación de la ciudadanía en el evento nos dice que el 57% de la población encuestada no se involucraría mientras que el 42% de personas si se involucraría en la realización del evento. Demostrando así que existe un porcentaje casi igualitario de personas que brindarían su ayuda voluntaria y otras que no lo harían.

**5.- Previo al inicio de las fiestas, tenía conocimiento del programa a desarrollarse.**

**Cuadro 67** Conocimiento del programa a desarrollarse

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si tiene conocimiento	119	31
No tiene conocimiento	253	67
Ninguna	8	2
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 60** Conocimiento del programa a desarrollarse



Fuente: Población encuestada  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El 67% de personas no tienen conocimiento del programa a desarrollarse antes de su ejecución, mientras que el 31% de encuestados manifiestan que si están informados de la programación a desarrollarse y el 2% de encuestados prefieren ninguna como su opción de respuesta, creando así la falta de interés y curiosidad de la población otavaleña hacia las fiestas del Yamor.

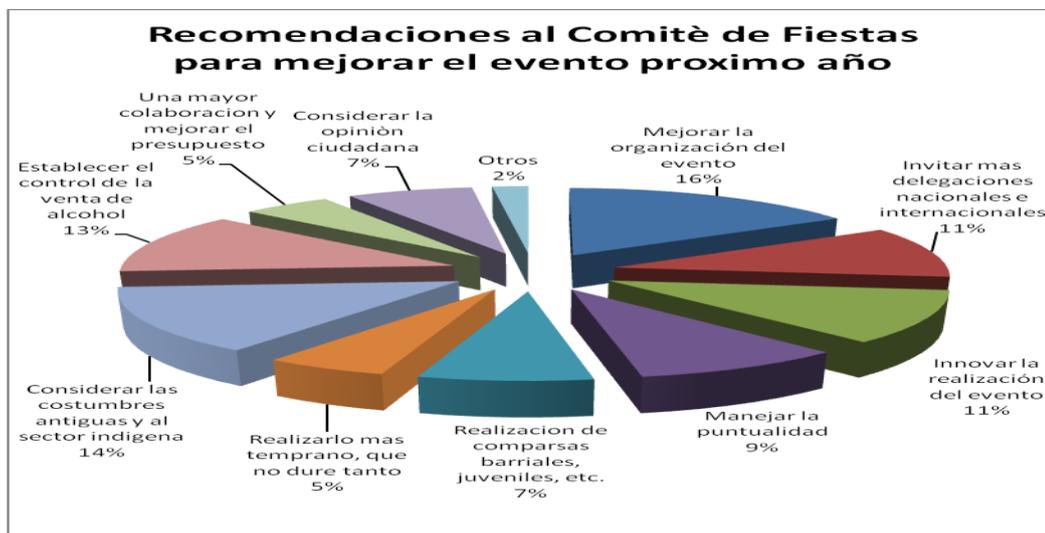
## 6.- Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar este evento el próximo año

**Cuadro 68** Recomendaciones mejorar el evento

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mejorar la organización del evento	193	16
Invitar más delegaciones nacionales e internacionales	127	11
Innovar la realización del evento	132	11
Manejar la puntualidad	109	9
Realización de comparsas barriales, juveniles, etc.	89	7
Realizarlo más temprano, que no dure tanto	63	5
Considerar las costumbres antiguas y al sector indígena	165	14
Establecer el control de la venta de alcohol	149	13
Una mayor colaboración y mejorar el presupuesto	58	5
Considerar la opinión ciudadana	81	7
Otros	23	2
<b>TOTAL</b>	<b>1189</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autora

**Gráfico 61** Recomendaciones mejorar el evento



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existe una variedad de recomendaciones que se emiten hacia el comité de fiestas por parte de la población encuestada que son: mejor organización 16%, considerar las costumbres antiguas y al sector indígena 14% establecer el control de la venta de alcohol 13% e invitar a delegaciones nacionales e internacionales y innovar el evento 11% respectivamente y como menores opciones manejar la puntualidad 9%, realizar comparsas juveniles y considerar la opinión ciudadana 7% individualmente, realizarlo más temprano y una consideración de la opinión ciudadana 5% el cual demuestra que existe muchas insatisfacciones por parte de la población otavaleña que se podrían mejorar.

**7.- Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4**

**Cuadro 69** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mayor publicidad y difusión	215	17
Realizarlo en otro lugar	73	6
Que las carreras vuelvan a realizarse junto con las fiestas	167	13
Tener buena organización	117	9
Competidores de elite y mejor preparados	84	7
Pistas en mejores condiciones	122	10
Implementar más medidas de seguridad	134	11
Invitaciones a nivel nacional e internacional	106	8
Crear un espacio para alimentos y bebidas adecuados	134	11
Mejorar premios	68	5
Inscripciones menos costosas	30	2
Ninguno	5	0
<b>TOTAL</b>	<b>1257</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 62** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** las recomendaciones realizadas al comité de fiestas para mejorar las competencias del 4x4 varían con porcentajes mayoritarios en mayor publicidad y difusión 17%, que las carreras vuelvan a realizarse junto con las fiestas 13%, implementar más medidas de seguridad y crear un espacio para alimentos y bebidas adecuados 11% respectivamente y como menores porcentajes esta realizarlo en otro lugar 6%, mejorar los premios 5% e inscripciones menos costosas 2%. Estableciendo así una variedad de cambios a realizarse en estas competencias que se deben tomar en cuenta.

**8.- Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico musical " Noche en Homenaje a las Marías**

**Cuadro 70** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico "Noche en Homenaje a las Marías"

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mayor Organización	165	11
Artistas de Calidad	187	13
Puntualidad	160	11
Unión y mejor organización	63	4
Incorporar orquesta e informar	38	3
Gratuidad en el evento	167	11
Realizarlo en un lugar más adecuado	56	4
Destinar mayores recursos	35	2
Mayor publicidad	43	3
Mas graderíos	63	4
Mayor seguridad	99	7
Control de bebidas alcohólicas	94	6
Realizarlo más temprano	56	4
Que el evento sea más largo	48	3
Tiempo de presentación artístico más corto	13	1
Colocación de carpas para la lluvia	122	8
Incorporar grupos de danza y teatro	76	5
<b>TOTAL</b>	<b>1485</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 63** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar el festival artístico “Noche en Homenaje a las Marías”



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las recomendaciones realizadas al comité de fiestas para mejorar el festival artístico noche en homenaje a las marías establece lo siguiente que se debe contratar artistas de calidad 13%, realizar una mayor organización, tener puntualidad y gratuidad en el evento 11% respetivamente, colocar carpas para la lluvia 8% y como menores indicadores están realizar mayor publicidad, incorporar orquestas, que el evento sea más largo 3%, destinar mayores recurso 2% y que el tiempo de la presentación sea más corto 1%, creando necesidades que se pueden mejorar en el próximo evento.

## 9.- Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna San Pablo

**Cuadro 71** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna de San Pablo

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mas nadadores internacionales	129	9
Trasmisión por tv	142	10
Mayor publicidad	134	10
Mejorar la organización	66	5
Inscripciones gratuitas	73	5
Que no sea tan temprano	58	4
Mejorar los premios	51	4
Mejor preparación de nadadores otavaleños	142	10
Que se realice un fin de semana	86	6
Que se pueda visualizar mejor	91	7
Mejorar la limpieza del lugar	101	7
Más seguridad	71	5
Más puntualidad	68	5
Incrementar boyas de orientación	68	5
Mayor interés para que no desaparezca	89	6
<b>TOTAL</b>	<b>1371</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 64** Recomendaciones al comité de fiestas para mejorar la travesía natatoria de la laguna de San Pablo



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las recomendaciones que se realizaron con los siguientes indicadores para mejorar la travesía al lago San Pablo son: transmisión por tv, mayor publicidad, mejor preparación de nadadores otavaleños 10% cada uno seguidos por más nadadores internacionales 9% y mejor visualización, mejorar la limpieza del lugar 7% y como menores porcentajes esta que se realice un fin de semana, mayor interés para que no desaparezca 6% seguido por mejorar la organización, inscripciones gratuitas, más seguridad, mayor puntualidad, incrementar boyas de orientación para que no desaparezca 5% y por último que no sea tan temprano y mejorar los premios 4% determinando grandes falencias en la travesía del Lago San Pablo que se pueden mejorar.

**10.- Actualmente las fiestas del Yamor recogen las tradiciones de su origen**

**Cuadro 72** Fiestas del Yamor recogen las tradiciones de su origen

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	137	36
No	233	61
Ninguno	10	3
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 65** Fiestas del Yamor recogen las tradiciones de su origen



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Los encuestados pronuncian que actualmente las fiestas del Yamor no recogen sus tradiciones con el 61% seguido por 36% de personas que dicen que si se recogen las tradiciones originarias y el 3% establecen ninguno como su opción de respuesta, estableciendo una pérdida de costumbres y tradiciones en las fiestas del Yamor.

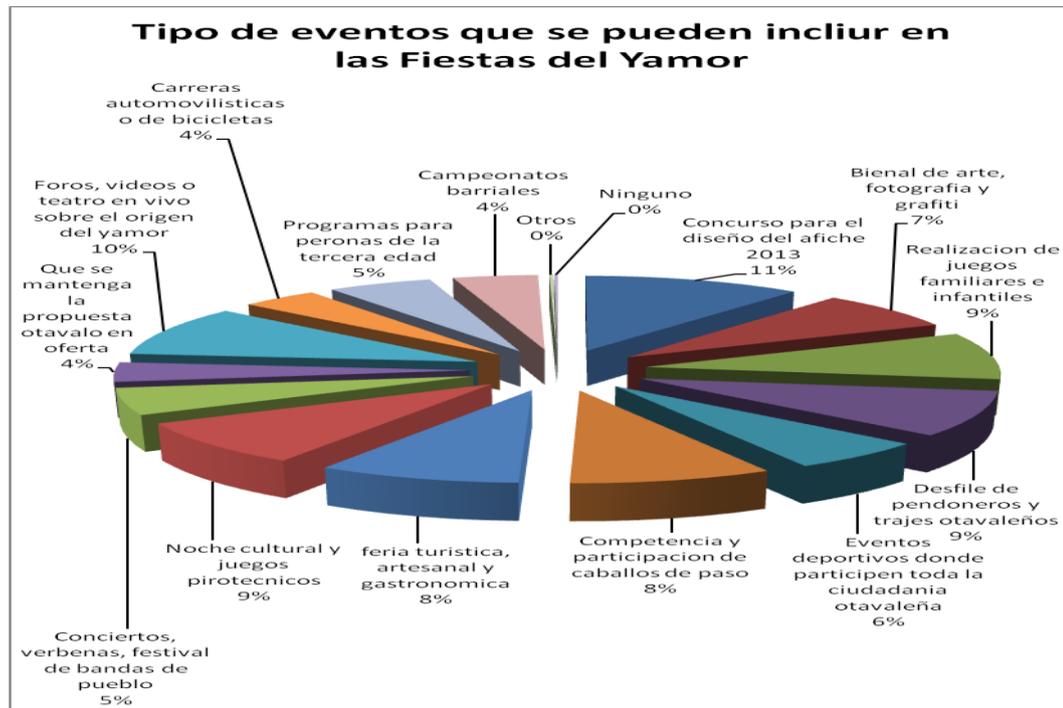
## 11.- Tipo de eventos que gustaría que se incluya en la programación de fiestas del Y amor

**Cuadro 73** Tipo de eventos que se pueda incluir en las fiestas del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Concurso para el diseño del afiche 2014	175	11
Bienal de arte, fotografía y grafiti	119	7
Realización de juegos familiares e infantiles	147	9
Desfile de pendoneros y trajes otavaleños	142	9
Eventos deportivos donde participen toda la ciudadanía otavaleña	94	6
Competencia y participación de caballos de paso	137	8
feria turística, artesanal y gastronómica	137	8
Noche cultural y juegos pirotécnicos	139	9
Conciertos, verbenas, festival de bandas de pueblo	84	5
Que se mantenga la propuesta otavalo en oferta	61	4
Foros, videos o teatro en vivo sobre el origen del Yamor	157	10
Carreras automovilísticas o de bicicletas	63	4
Programas para personas de la tercera edad	84	5
Campeonatos barriales	68	4
Otros	3	0
Ninguno	3	0
<b>TOTAL</b>	<b>1613</b>	<b>100</b>

Fuente: Población encuestada  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 66** Tipo de eventos que se pueda incluir en las fiestas del Yamor



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existen varias opciones de respuesta destacando con mayoría el concurso de diseño del afiche 2013 con el 11% seguido por la preparación de foros, videos o teatro en vivo sobre el origen del Yamor 10% y desfile de pendoneros, realización de juegos familiares e infantiles, noche cultural 9% y como menor porcentaje tenemos a eventos deportivos donde participan toda la ciudadanía otavaleña 6%, conciertos y festival de bandas de pueblo, programas para personas de la tercera edad 5% y que se mantenga la propuesta Otavalo en oferta, carreras automovilísticas o de bicicletas, campeonatos barriales 4% . Estableciendo variedad de opciones para mejorar el evento el próximo año.

**12.- Donde le gustaría que se realicen los eventos programados para las fiestas del Yamor**

**Cuadro 74** Lugar para eventos de la programación de las fiestas del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parque Bolívar	261	69
En los barrios de la ciudad	73	19
En las piscinas Neptuno	23	6
Otros	23	6
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 67** Lugar para eventos de la programación de las fiestas del Yamor



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las preferencias de lugares de realización para el evento son 69% parque Bolívar, 19%, En los barrios de la ciudad, y 6% en las piscinas Neptuno demostrando una gran mayoría por el lugar tradicional de realización de eventos.

### 13.- Horario de preferencia de iniciación del pregón

**Cuadro 75** Horario iniciación del pregón

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18:00 horas	246	65
19:00 horas	68	18
20:00 horas	23	6
Otros	43	11
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 68** Horario iniciación del pregón



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El horario de preferencia para la realización de eventos es 18:00 con el 65% seguido por 18% de 19:00 y 11% de variedad de horarios en preferencia la tarde. Estableciendo el horario de las 18:00 como preferencia de realización para la mayoría de los encuestados.

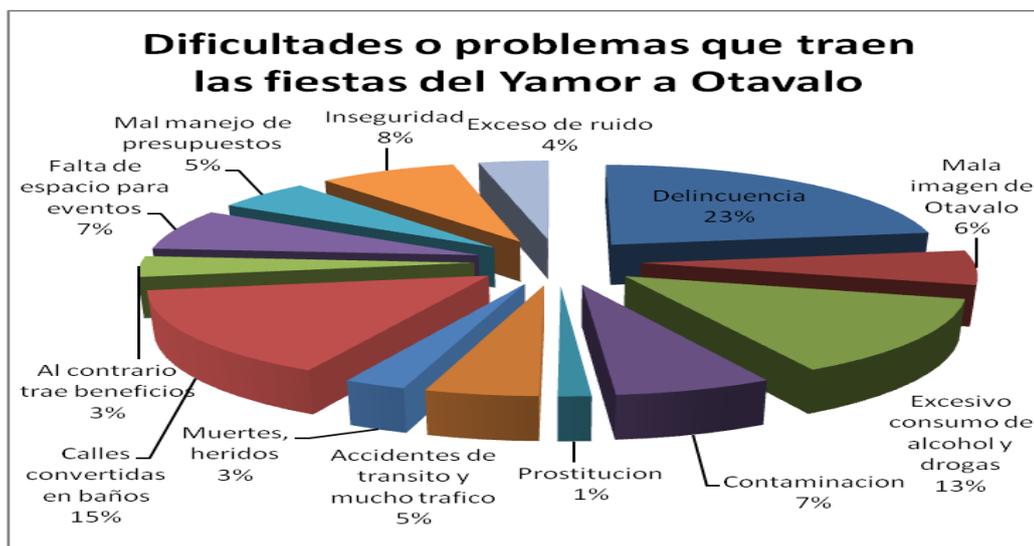
#### 14.- Dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor a Otavalo

**Cuadro 76** Dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor a Otavalo

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Delincuencia	243	23
Mala imagen de Otavalo	63	6
Excesivo consumo de alcohol y drogas	142	13
Contaminación	71	7
Prostitución	15	1
Accidentes de tránsito y mucho trafico	51	5
Muertes, heridos	28	3
Calles convertidas en baños	160	15
Al contrario trae beneficios	38	4
Falta de espacio para eventos	76	7
Mal manejo de presupuestos	56	5
Inseguridad	81	8
Exceso de ruido	41	4
<b>TOTAL</b>	<b>1065</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 69** Dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor a Otavalo



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existen dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor a Otavalo y se establecen así delincuencia 23%, calles convertidas en baños 15%, excesivo consumo de alcohol y drogas 13% y en menores porcentajes están exceso de ruido 4%, muertes ,heridos 3% y por último la prostitución 1% demostrando así los problemas que son entes de cambio.

**15.- Estrategias promocionales más utilizadas en los últimos años en las fiestas del Yamor**

**Cuadro 77** Estrategias promocionales más utilizadas

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Prensa escrita	293	23
Tv (spots)	220	17
Radio	269	21
Internet (redes sociales)	101	8
Publicidad Móvil (buses, taxis)	53	4
Publicidad estática (cabinas, kioscos, tiendas)	58	4
Banners	61	5
Vallas	94	7
Flayers	3	0
Trípticos	23	2
Volantes	41	3
Gigantografías	63	5
Inflables	13	1
<b>TOTAL</b>	<b>1292</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 70** Estrategias promocionales más utilizadas



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Las estrategias promocionales más utilizadas son: prensa escrita 23%, radio 21%, tv (spots) 17% y con menores selecciones esta: volantes 3%, trípticos 2% e inflables 1% definiendo los medios tradicionales de prensa escrita y radio como las estrategias de gran utilización en las fiestas del Yamor.

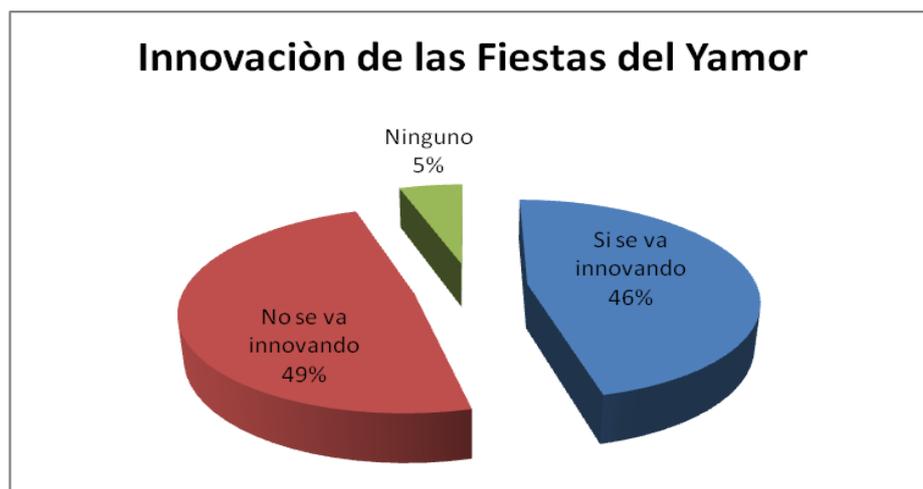
## 16.- Se ha ido innovando las fiestas del Yamor

**Cuadro 78** Innovando fiestas Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si se va innovando	175	46
No se va innovando	185	49
Ninguno	20	5
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 71** Fuente: Población otavaleña



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La población encuestada determina que no se ha ido innovando las fiesta del Yamor con el 49% muy seguido por la población que dice que si se ha ido innovando con un 46%. Determinando una varianza casi igualitaria de personas que afirman que si y que no se innova año a año las festividades.

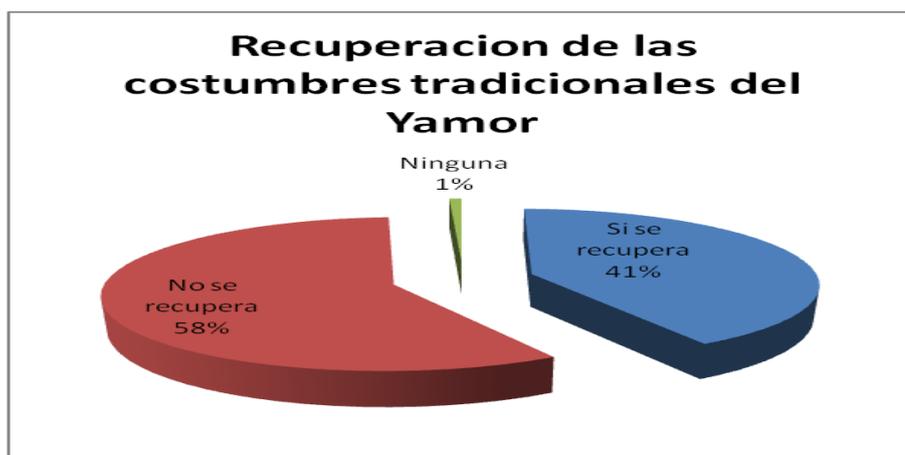
**17.- En los últimos años de programación de las fiestas del Yamor el comité de fiestas ha realizado actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales del Yamor.**

**Cuadro 79** Actividades fin de recuperar costumbres tradicionales Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si se recupera	157	41
No se recupera	220	58
Ninguna	3	1
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 72** Actividades fin de recuperar costumbres tradicionales Yamor



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La recuperación de costumbres tradicionales en las fiestas del Yamor genera que la población encuestada pronuncie que el 58% no se están recuperando, el 41% si y el 1% prefiere ninguna como su respuesta. Permitiendo definir la falta de interés por parte de los directivos en la recuperación de las costumbres antiguas en las festividades del Yamor

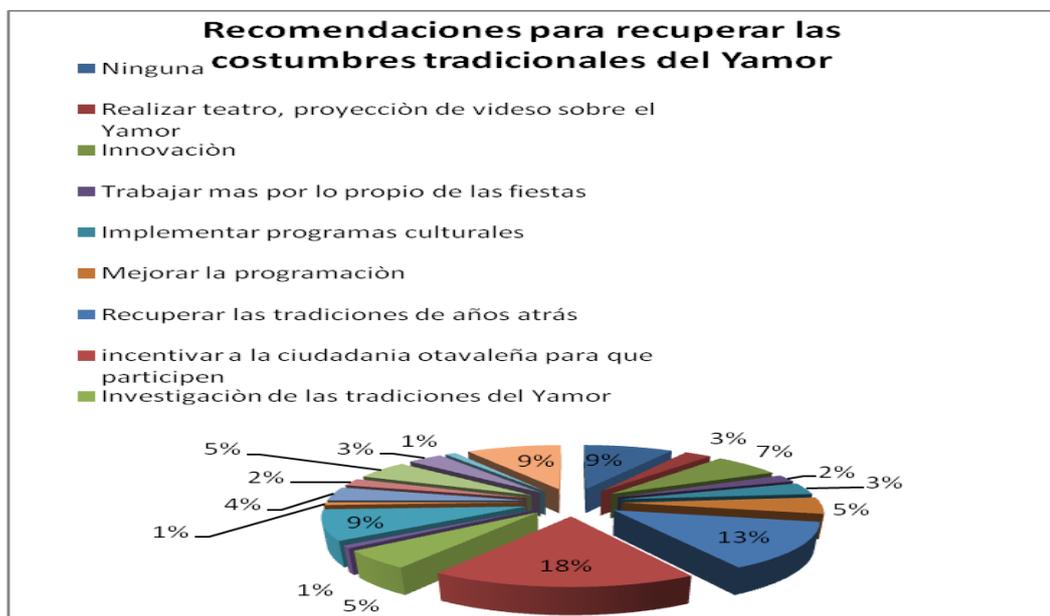
## 18.- Recomendaciones al comité de fiestas para recuperar las costumbres tradicionales del Yamor

**Cuadro 80** Recomendaciones al comité para recuperar las costumbres tradicionales del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	33	9
Realizar teatro, proyección de videos sobre el Yamor	10	3
Innovación	25	7
Trabajar más por lo propio de las fiestas	8	2
Implementar programas culturales	13	3
Mejorar la programación	18	5
Recuperar las tradiciones de años atrás	51	13
incentivar a la ciudadanía otavaleña para que participen	68	18
Investigación de las tradiciones del Yamor	20	5
Mejorar el presupuesto	3	1
Mayor organización	33	9
Mejorar el personal del Comité de Fiestas	3	1
invitar a los barrios a reuniones	15	4
Mayor publicidad y puntualidad en los eventos	8	2
Opinión ciudadana	20	5
Socialización del significado de las fiestas	13	3
Cambio de directivos	4	1
Buscar y mantener la cultura	35	9
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 73** Recomendaciones al comité para recuperar las costumbres tradicionales del Yamor



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existen algunas recomendaciones para buscar la recuperación de las costumbres tradicionales del Yamor que son: Incentivar a la ciudadanía otavaleña para que participen 18%, recuperar las tradiciones de años atrás 13% y buscar y mantener la cultura 9% como menores porcentajes realizar un teatro, implementar programas culturales, socializar el significado de las fiestas 3%, trabajar más por lo propio de las fiestas, mayor publicidad y puntualidad en eventos 2% y por ultimo mejorar el presupuesto, mejorar el personal del comité de fiestas, cambio de directivos 1% . Denotando así muchas recomendaciones con el fin de conservar la cultura otavaleña.

**19.- Calificación de la utilización de medios publicitarios que utiliza el comité de fiestas para posicionar las fiestas a nivel internacional**

**Cuadro 81** Calificación de medios publicitarios para posicionar internacionalmente las fiestas del Yamor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	15	4
Muy Bueno	58	15
Bueno	205	54
Regular	94	25
Malo	8	2
TOTAL	380	100

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 74** Calificación de medios publicitarios para posicionar internacionalmente las fiestas del Yamor



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La calificación de los medios publicitarios para posicionar internacionalmente las fiestas del Yamor se estableció por la población encuestada de la siguiente manera: buena 54%, regular 25%, muy buena 15% excelente 4% y mala 2%. Demostrando así una falta de manejo en medios atractivos hacia la población internacional.

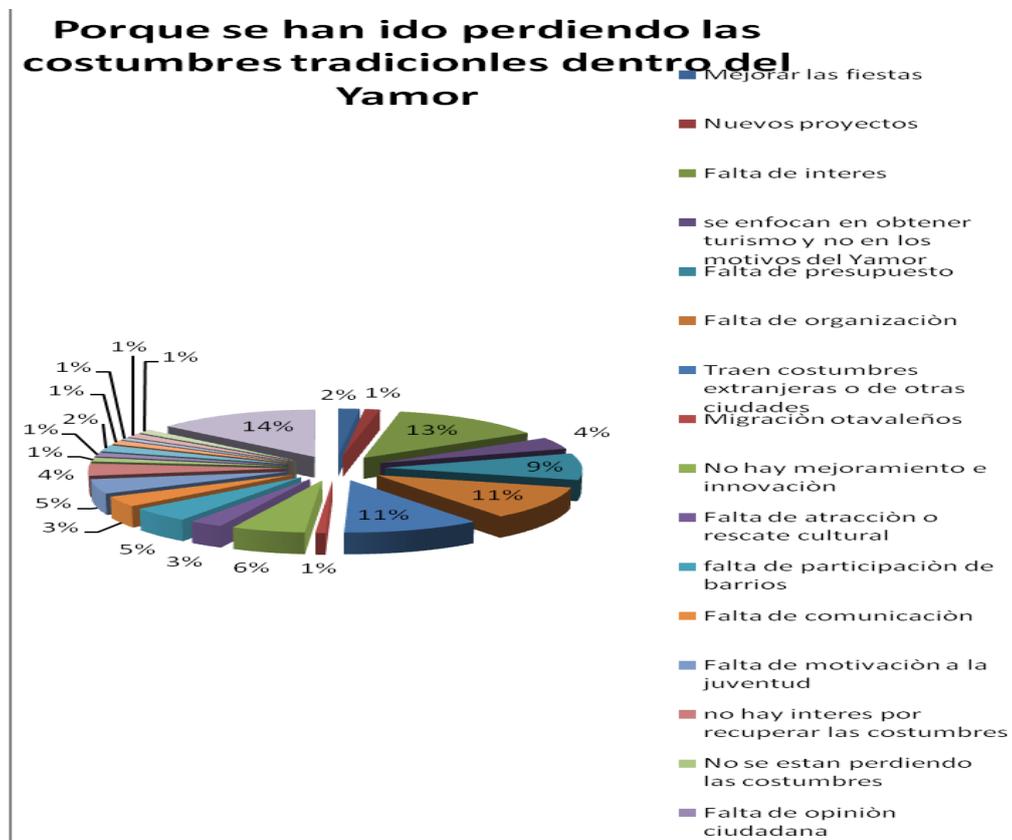
**20.- Se ha ido perdiendo las costumbres tradicionales dentro de la programación de las fiestas del Yamor**

**Cuadro 82** Perdida costumbres tradicionales dentro del Yamor

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mejorar las fiestas	7	2
Nuevos proyectos	5	1
Falta de interés	50	13
se enfocan en obtener turismo y no en los motivos del Yamor	15	4
Falta de presupuesto	33	9
Falta de organización	41	11
Traen costumbres extranjeras o de otras ciudades	41	11
Migración otavaleños	3	1
No hay mejoramiento e innovación	22	6
Falta de atracción o rescate cultural	10	3
falta de participación de barrios	18	5
Falta de comunicación	13	3
Falta de motivación a la juventud	18	5
no hay interés por recuperar las costumbres	15	4
No se están perdiendo las costumbres	5	1
Falta de opinión ciudadana	5	1
Seguridad	8	2
Mayor publicidad	5	1
Utilizar resultados de estudios	3	1
Vestimenta originaria	5	1
Directivos inadecuados	5	1
Ninguno	53	14
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 75** Perdida costumbres tradicionales dentro del Yamor



Fuente: Poblaciòn encuestada  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existen varias opciones de respuesta de causas por las cuales se han ido perdiendo las costumbres tradicionales dentro del Yamor las cuales en porcentaje mayor están 13% falta de interés, falta de organizaciòn, importaciòn de costumbres extranjeras 11% y falta de presupuesto 9% y con menores porcentajes están: falta de atracciòn o recate cultural, falta de comunicaciòn 3%, mejorar las fiestas, seguridad 2% y nuevos proyectos, migraciòn otavaleña, falta de opiniòn ciudadana, mayor publicidad, vestimentas originaria, directivos inadecuados 1%. Estableciendo una diversidad de respuestas en cuanto a las causas de este problema.

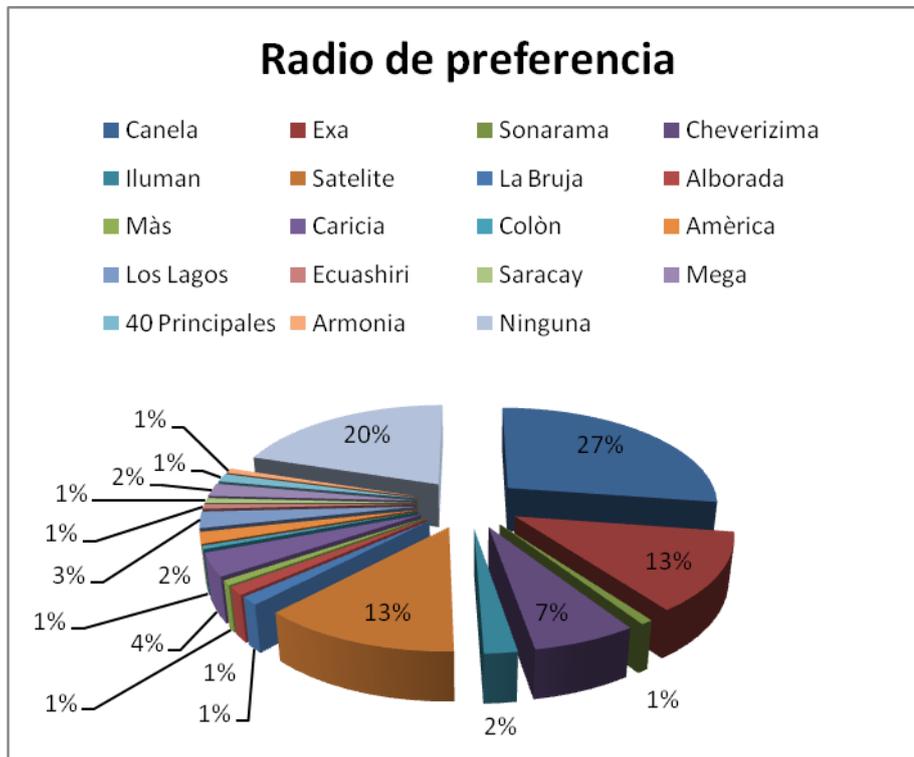
## 21.- Radio de preferencia

**Cuadro 83** Radio de preferencia

<b>OPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Canela	104	27
Exa	48	13
Sonarama	3	1
Cheverizima	25	7
Iluman	8	2
Satélite	48	13
La Bruja	5	1
Alborada	5	1
Más	3	1
Caricia	14	4
Colón	2	1
América	7	2
Los Lagos	10	3
Ecuashiri	3	1
Saracay	3	1
Mega	8	2
40 Principales	5	1
Armonía	3	1
Ninguna	76	20
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 76** Radio de preferencia



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existe variedad de radios, la mayor preferencia es el 27% que escuchan radio Canela, 20% no tienen ninguna radio de preferencia, 13 % radio Exa y satélite, Cheverizima 7%, 4% caricia y 3% radio los lagos respectivamente.

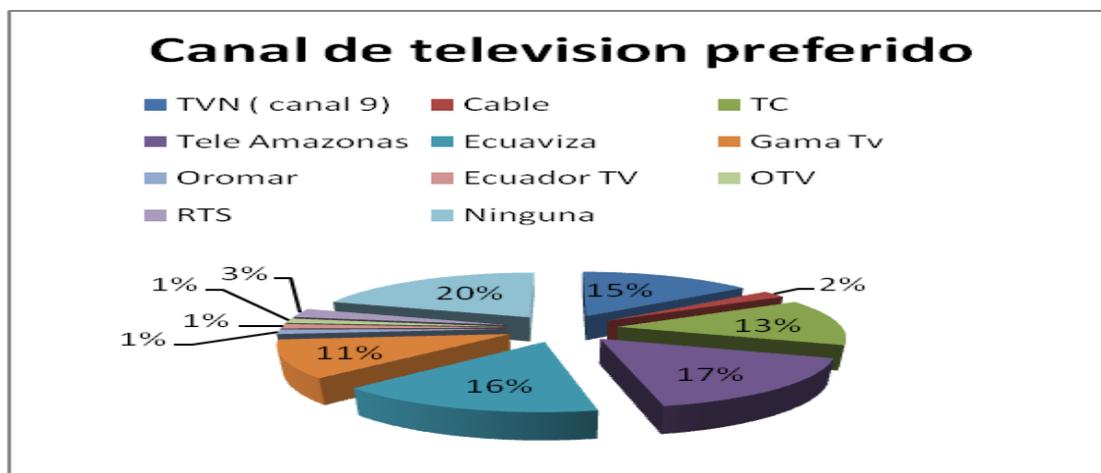
## 22.- Canal de televisión preferido

**Cuadro 84** Canal de televisión preferido

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TVN ( canal 9)	56	15
Cable	8	2
TC	51	13
Tele Amazonas	63	17
Ecuaviza	61	16
Gama Tv	41	11
Oromar	5	1
Ecuador TV	5	1
OTV	5	1
RTS	10	3
Ninguna	76	20
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 77** Canal de televisión preferido



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La población otavaleña establece que sus canales de preferencia son Teleamazonas 17%, Ecuavisa 16%, Tvn canal 9 15%, Tc 13%, Gama tv 11%, Rts 3%, cable 2% y por último Oromar, Ecuador tv, Otv 1% respectivamente demostrando así variedad de opciones de canales de televisión elegidas.

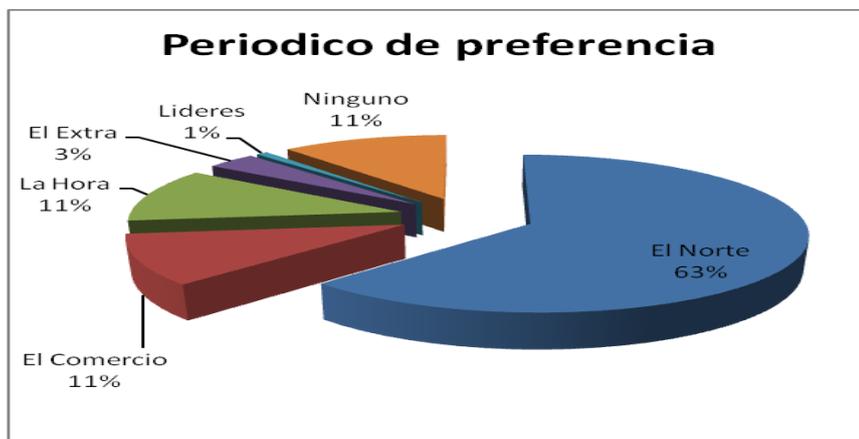
### 23.- Periódico de preferencia

**Cuadro 85** Periódico de preferencia

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El Norte	238	63
El Comercio	40	11
La Hora	43	11
El Extra	13	3
Lideres	3	1
Ninguno	43	11
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 78** Periódico de preferencia



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El periódico de preferencia de los encuestados es diario el norte 63%, el comercio, la hora 11%, el extra 3% y por último líderes 1% estableciendo así a diario el norte como mayor elección de la población otavaleña.

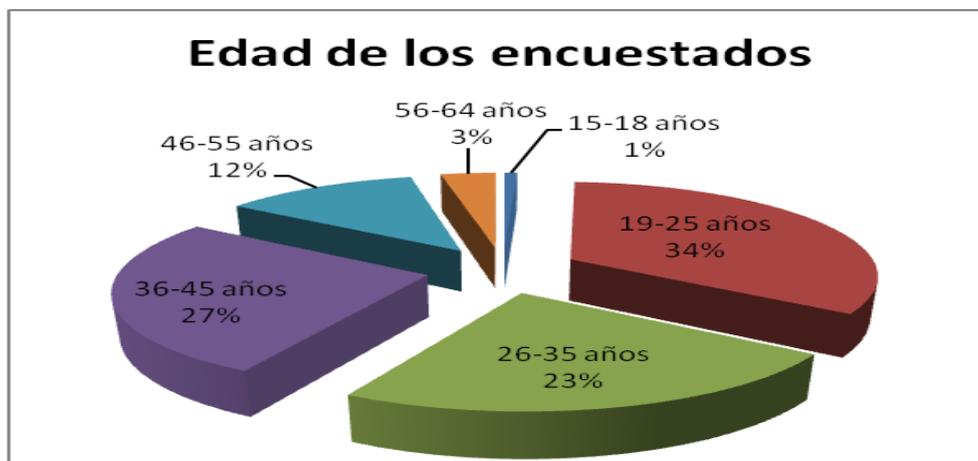
## 24.- Edad

**Cuadro 86** Edad de los encuestados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-18 años	3	1
19-25 años	128	34
26-35 años	89	23
36-45 años	101	27
46-55 años	46	12
56-64 años	13	3
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 79** Edad de los encuestados



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** La edad de los encuestados varía entre 19 a 25 años 34%, 36 a 45 años 27%, 26 a 35 años 23%, 46 a 55 años 12%, 56 a 64 años 3% y 15 a 18 años 1%.

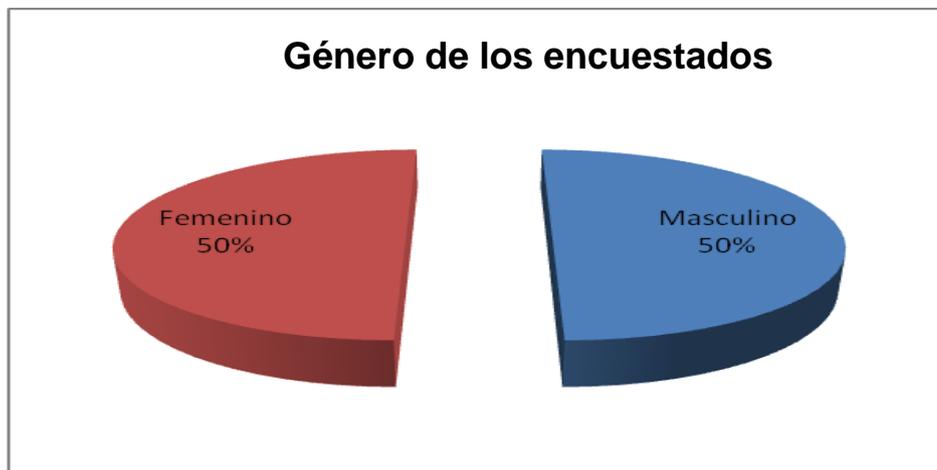
## 25.-Género

**Cuadro 87** Género de los encuestados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	190	50
Femenino	190	50
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 80** Género de los encuestados



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** Existe una igualdad en el género de los encuestados del 50% de masculino y 50% femenino.

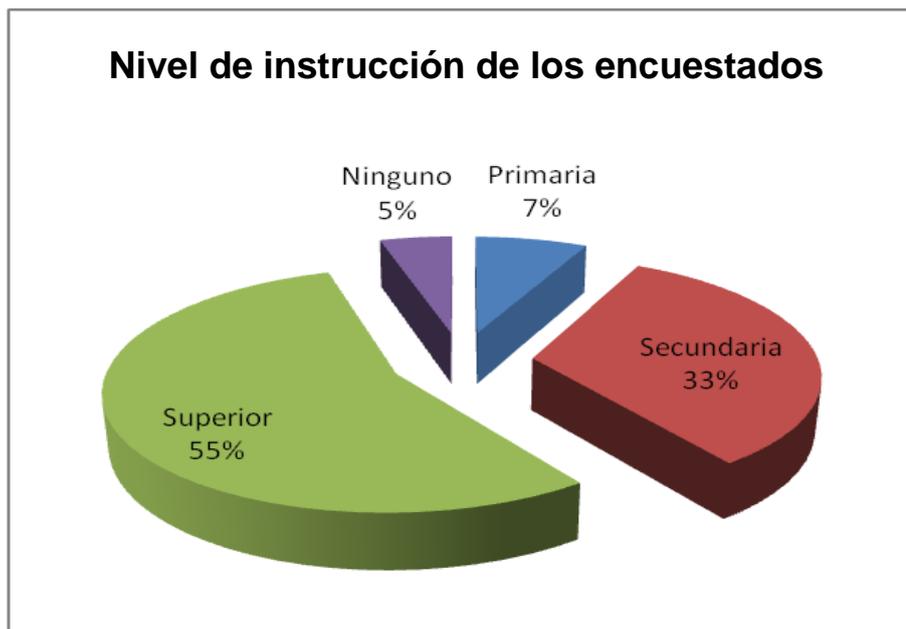
## 26.- Nivel de Instrucción

**Cuadro 88** Nivel de instrucción de los encuestados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	28	7
Secundaria	124	33
Superior	210	55
Ninguno	18	5
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 81** Nivel de instrucción de los encuestados



Fuente: Población otavaleña  
Elaborado por: Las autoras

**ANÁLISIS:** El nivel de instrucción de los encuestados establece como mayor porcentaje a educación superior 55% seguido por secundaria 33%, 7% primaria y 5% ninguno.

## 27.- Ocupación

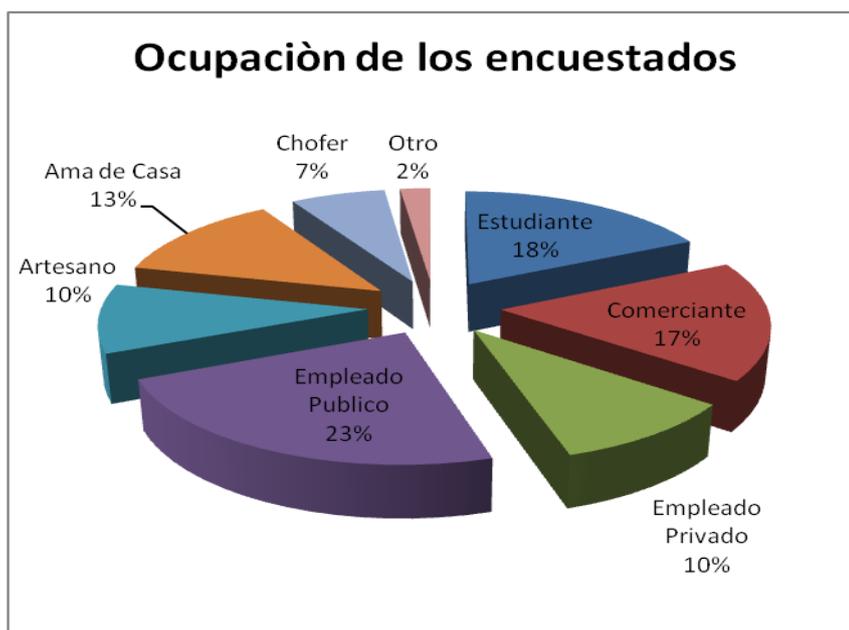
**Cuadro 89** Ocupación de los encuestados

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	68	18
Comerciante	66	17
Empleado Privado	38	10
Empleado Publico	89	23
Artesano	38	10
Ama de Casa	48	13
Chofer	25	7
Otro	8	2
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente: Población otavaleña

Elaborado por: Las autoras

**Gráfico 82** Ocupación de los encuestados



Fuente: Población encuestada

Elaborado por: Las autoras

**ANALISIS:** La ocupación de los encuestados varía entre empleado público 23%, estudiante 18%, comerciante 17%, ama de casa 13%, empleado privado y artesano 10% y chofer 7% estableciendo así la variedad de ocupaciones de las personas encuestadas correspondientes a la población otavaleña.

### **1.9.1. Análisis FODA de la población otavaleña**

#### **FORTALEZAS:**

- Generación de turismo.
- Preferencia de medios de comunicación tradicionales.
- Participación de los otavaleños para el diseño del afiche 2014.
- Preferencia de realización de eventos en los lugares tradicionales de Otavalo.
- Información de las fiestas a través de medios de comunicación tradicionales.
- Incentivar la participación de la ciudadanía otavaleña a recuperar las costumbres tradicionales del Yamor.
- Mayor concurrencia de población juvenil dentro de la programación del Yamor.

#### **OPORTUNIDADES:**

- Motivación hacia nadadores otavaleños para mejorar el reconocimiento a nivel nacional.
- Incremento de turismo por iniciación temprana del pregón de fiestas.
- Buena utilización de medios publicitarios para dar a conocer las fiestas a nivel Internacional.
- Promocionar las fiestas del Yamor en medios de comunicación de preferencia.

## **DEBILIDADES:**

- Falta de conocimiento del origen de las fiestas del Yamor.
- Baja participación de la población Otavaleña por falta de tiempo.
- Los otavaleño no tienen conocimiento con anterioridad del programa a desarrollarse.
- Recomiendan mejorar la organización de los eventos para las fiestas del Yamor.
- Mejorar la publicidad y difusión de las competencias del 4x4.
- La población otavaleña recomienda al comité contratar artistas de calidad.
- Las fiestas del Yamor no recogen sus tradiciones de origen.
- Falta de organización con el fin de recuperar las costumbres tradicionales del Yamor.

## **AMENAZAS:**

- Delincuencia
- Falta de innovación e interés.

### **1.9.2. Conclusión del análisis del estudio de mercado población otavaleña**

- La población otavaleña en su mayoría no conoce el origen de las fiestas del Yamor, con el 63%.
- Los mayores beneficios que traen las fiestas del Yamor según la población otavaleña son: turismo, con el 27%.
- El medio de comunicación por la cual la población otavaleña se informa acerca de estas fiestas del Yamor son: radio, con el 32%.
- La población otavaleña con el 57%, no se involucraría en la realización de los eventos de las fiestas del Yamor por falta de tiempo,
- Los otavaleños que representan un 67% no tenían conocimiento del programa a desarrollarse previo al inicio de las fiestas del Yamor.
- Las recomendaciones para mejorar el evento dirigidas al Comité de fiestas por parte de otavaleños que representan un 16% son: mejorar la organización del evento.
- Las recomendaciones para mejorar las competencias del 4x4 dirigidas al Comité de fiestas por parte de los ciudadanos que representan un 16% son: mayor publicidad y difusión.
- Las recomendaciones para mejorar la Noche en Homenaje a las Marías dirigidas al Comité de fiestas por parte de los otavaleños la cual representa un 13% son: artistas de calidad.
- Las recomendaciones para mejorar la Travesías Natatoria de la Laguna de San Pablo dirigidas al Comité de fiestas por parte del

pueblo otavaleño son: transmisión por tv, mayor publicidad y mejorar la participación de nadadores otavaleños con un 10% respectivamente.

- Según los otavaleños las fiestas del Yamor no recogen las tradiciones de su origen por: falta de interés, presupuesto y organización, lo cual representa un 61%.
- Los tipos de eventos que les gustaría a los otavaleños lo cual representa un 11% mencionan, que se incluyan en la programación del Yamor son las siguientes: concurso para el diseño del afiche 2014.
- El lugar adecuado para la realización de los eventos programados para las fiestas del Yamor según los Otavaleños con el 69% mencionan que se realice en el parque Bolívar.
- El horario de preferencia de inicio del pregón de fiestas por parte de la ciudadanía los mismos que representan con un 65% mencionan que se realice a partir de las 18:00 horas.
- Las dificultades o problemas que traen las fiestas del Yamor de acuerdo a los otavaleños los que representan un 23% dicen que hay delincuencia.
- Las estrategias promocionales más utilizadas en los últimos años en las fiestas del Yamor según los ciudadanos son: prensa escrita con un 23%, radio con un 21%
- Según los otavaleños no se han ido innovando las fiestas del Yamor por falta de interés lo cual representa un 49% respectivamente.
- Con el 58%, los otavaleños mencionan que no se han ido realizando actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales de las fiestas del Yamor. .

- Representando con un 18% los otavaleños mencionan incentivar a los mismos ciudadanos a recuperar las costumbres tradicionales del Yamor.
- Con el 54%, de acuerdo a los otavaleños la utilización de medios publicitario para posicionar las fiestas del Yamor a nivel internacional es bueno.
- Con el 13%, según la población otavaleña las costumbres tradicionales dentro de la programación de las Fiestas del Yamor se han ido perdiendo por: la falta de interés, organización y por traer costumbres extranjeras o de otras ciudades.
- Con un 27%, la radio de preferencia de los otavaleños es: Canela.
- El canal de preferencia de estos es: con el 17% Tele Amazonas y Ecuaviza con el 16% y TvN con 15%.
- Los periódicos de preferencia son: El Norte con el 63%.

#### **1.10. DIAGNÓSTICO INTERNO (FODA)**

##### **FORTALEZAS:**

- El comité de fiestas establece varias actividades turísticas, gastronómicas y culturales para la programación del Yamor.
- Información acerca de la programación a desarrollarse en la Página Web.
- Experiencia laboral por parte del comité de fiestas.
- Recurso económico propio

- La infraestructura física del comité de fiestas está en buenas condiciones
- Alianzas estratégicas con otras instituciones (Auspiciantes).
- Participación ciudadana de los representantes de cada sector por ejemplo: comercial, turístico, gastronómica, federación de barrios y liga barrial de deportes, sindicato de choferes y universidad de Otavalo.

#### **DEBILIDADES:**

- La publicidad no despierta mucho interés.
- No cuentan con personal de Marketing
- El comité de fiestas no cuenta con un plan de promoción y publicidad
- Manejo de idiomas
- Poca publicidad en los medios para dar a conocer el Yamor en el sector Nacional e internacional.
- Ninguna capacitación al personal operativo y voluntario que forma parte del comité de fiestas.
- Ausencia de un plan de rescate de las costumbres tradicionales de Otavalo.
- Falta de una imagen corporativa y logotipo.

- Falta de creación de nuevos productos para la programación del Yamor.

#### **OPORTUNIDADES:**

- Crecimiento del flujo de turistas nacionales y extranjeros.
- Publicidad virtual.
- Buenas expectativas políticas relacionadas al turismo
- Acceso a nuevas tecnologías.
- Amplio segmento de mercado que le gusta la naturaleza, paseo y sobre todo la cultura que se resalta en el Yamor.
- Conservación de actividades tradicionales incluyendo innovación para no perder la cultura.
- Mejora en la eficiencia de procesos.
- Dar a conocer las fiestas del Yamor a nivel internacional

#### **AMENAZAS:**

- Inestabilidad económica
- Inseguridad
- Cambios climáticos
- Agitaciones sociales
- Crisis económica mundial

- Tarifas aéreas elevadas para turistas extranjeros y nacionales.
- Desinterés de los turistas nacionales y extranjeros hacia las fiestas del Yamor.

## **1.11. CRUCES ESTRATÉGICOS**

### **FO (FORTALEZA / OPORTUNIDAD)**

- Suficiente información acerca de la programación a desarrollarse en las fiestas del Yamor en la página Web generando así el crecimiento de flujo de turistas nacionales y extranjeros provocando una buena promoción virtual.
- El comité de fiestas establece varias actividades turísticas, gastronómicas y culturales para la programación del Yamor permitiendo así el crecimiento del flujo de turistas nacionales y extranjeros.
- Recurso económico propio que permite el acceso a nuevas tecnologías.
- Participación ciudadana de los representantes de cada sector por ejemplo: comercial, turístico, gastronómica, federación de barrios y liga barrial de deportes, sindicato de choferes y universidad de Otavalo buscan la conservación de actividades tradicionales incluyendo innovación para no perder la cultura.

### **FA (FORTALEZA / AMENAZA)**

- El comité de fiestas establece varias actividades turísticas, gastronómicas y culturales para la programación del Yamor por lo tanto esto pueden disminuir el efecto de la inestabilidad económica.

- Recurso económico propio que puede verse afectada con la crisis económica mundial
- Participación ciudadana de los representantes de cada sector por ejemplo: comercial, turístico, gastronómica, federación de barrios y liga barrial de deportes, sindicato de choferes y universidad de Otavalo buscando no generar agitaciones sociales.
- La infraestructura física del comité de fiestas está en buenas condiciones que no es afectada por los cambios climáticos.

#### **DO (DEBILIDAD / OPORTUNIDAD)**

- El fortalecer el plan de promoción y publicidad para lograr el incremento de flujo de turistas en las fiestas del Yamor.
- La implementación de un Departamento de Marketing que permita ampliar el segmento de mercado que le guste la naturaleza, paseo y sobre todo la cultura que se resalta en el Yamor.
- Ejecución de un plan de publicidad en los medios, para dar a conocer el Yamor en el sector Nacional e internacional a través de la promoción virtual.
- Elaborar un plan de rescate de las costumbres tradicionales de Otavalo, buscando la conservación de actividades tradicionales incluyendo innovación para no perder la cultura.

#### **DA (DEBILIDAD / AMENAZA)**

- Si se logra fortalecer la promoción contrarrestaría el desinterés de los turistas nacionales y extranjeros hacia las fiestas del Yamor.

- Incrementando el nivel de manejo de idiomas para el personal encargado de la información hacia turistas nacionales e internacionales lograremos el desinterés de los visitantes hacia las fiestas del Yamor.

### **1.12. PROBLEMA DIAGNÓSTICO:**

De la investigación realizada se ha podido identificar las siguientes debilidades:

Falta de comunicación dentro del ambiente laboral del Comité de Fiestas del Yamor, la participación de las personas que integran el Comité de Fiestas es sin fines de lucro, falta de creación de estrategias promocionales actualizadas para dar a conocer las Fiestas del Yamor, el personal del Comité de mencionan que no se innovan continuamente las Fiestas del Yamor, en los últimos años el comité de Fiestas no ha realizado actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales de Otavalo por falta de presupuesto, las fiestas del Yamor no es el motivo principal de visita de los turistas extranjeros a Otavalo, falta de organización en la realización de los eventos, mejorar la publicidad y difusión del 4x4 y crear espacios adecuados para los alimentos, los turistas nacionales recomiendan al comité contratar artistas de calidad, falta de convocatorias hacia nadadores internacionales, ausencia de innovación de las fiestas del Yamor, organizar actividades diferentes y que llamen la atención en las fiestas del Yamor, falta de conocimiento del origen de las fiestas del Yamor, baja participación de la población Otavaleña por falta de tiempo, los otavaleños no tienen conocimiento con anterioridad del programa a desarrollarse, recomiendan mejorar la organización de los eventos para las fiestas del Yamor, mejorar la publicidad y difusión de las competencias del 4x4, la población otavaleña recomienda al comité contratar artistas de calidad, las fiestas del Yamor no recogen sus tradiciones de origen, falta de organización con el fin de recuperar las costumbres tradicionales del Yamor, la promoción no despierta mucho interés, no cuentan con personal de Marketing, el comité

de fiestas no cuenta con un plan de promoción y publicidad, manejo de idiomas, poca publicidad en los medios para dar a conocer el Yamor en el sector Nacional e internacional, Ninguna capacitación al personal operativo y voluntario que forma parte del comité de fiestas, Ausencia de un plan de rescate de las costumbres tradicionales de Otavalo, falta de una imagen corporativa y logotipo, falta de creación de nuevos productos para la programación del Yamor.

En tal virtud el desarrollo de un Plan de promoción y publicidad para el reposicionamiento de las Fiestas del Yamor y costumbres tradiciones, de la ciudad de Otavalo; se justifica plenamente en el presente proyecto.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Plan de promoción y publicidad para el reposicionamiento de las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales, de la ciudad de Otavalo.

#### 2.1. PLAN.

*(ARENS W., 2008) pág. 664, indica “El plan establece metas y objetivos a ser alcanzados dentro de periodos específicos y establece las estrategias precisas que se usaran para lograrlos”.*

*(COULTER R., 2010) manifiesta “Determinación de algunos objetivos precisos y de los medios para alcanzarlos en un plazo dado”*

Como podemos apreciar se ha tomado en cuenta dos definiciones diferentes que nos permiten aclarar el verdadero significado de plan.

Por lo tanto consideramos que un plan es como un camino para alcanzar metas futuras; es decir que para realizar un plan se deben utilizar fines, objetivos, medios, etc que ayudaran al desarrollo de un proyecto aplicable tanto como para empresas de productos como de servicios con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

### **2.1.1. TIPOS DE PLAN.**

*(ARENS W., 2008) Pág. 665,*

#### **Estratégicos**

*Son los que establecen los lineamientos generales de la planeación, sirviendo de base a los demás planes (tácticos y operativos), son diseñados por los miembros de mayor jerarquía de la empresa y su función consiste en regir la obtención, uso y disposición de los medios necesarios para alcanzar los objetivos generales de la organización, son a largo plazo y comprenden a toda la empresa.*

#### **Tácticos o funcionales**

*Estos determinan planes más específicos que se refieren a cada uno de los departamentos de la empresa y se subordinan a los Planes estratégicos. Son establecidos y coordinados por los directivos de nivel medio con el fin de poner en práctica de los recursos de la empresa. Estos planes por su establecimiento y ejecución se dan a medio plazo y abarcan un área de actividad específica.*

#### **Operativos**

*Se rigen de acuerdo a los lineamientos establecidos por la Planeación Táctica y su función consiste en la formulación y asignación de actividades más desarrolladas que deben ejecutar los últimos niveles jerárquicos de la empresa. Los planes operáticos son a corto plazo y se refieren a cada una de las unidades en que se divide un área de actividad.*

### **2.1.2. IMPORTANCIA DE PLAN.**

*(GUTIERRES, 2010) Pág. 27 manifiesta: “ El plan es el impulsor que plantea la forma como la organización desarrolla sus ideas respecto a lo que busca ser, analizando la dinámica del entorno, definiendo sus retos, estableciendo sus objetivos y planteando sus prioridades y capacidades para alcanzarlos” .*

*(RUBIO M., 2011) manifiesta: “Tener un plan, ya se llame roadmap, planning u objetivos, es algo muy importante, de cara al negocio propio de una empresa. Una empresa, como bien saben muchas personas que desarrollan planes de negocio, tiene, entre sus objetivos, definir a qué se va a dedicar la empresa, sus clientes potenciales (o reales si ya los tiene), sus proveedores, su marco social, cultural... etc, etc.*

De acuerdo a lo expresado podemos comentar que un plan es de mucha utilidad para cualquier institución, porque permite a todos los miembros de la organización conocer las metas y las acciones necesarias que llevaran al logro de los objetivos evitando así gastos innecesarios o pérdida de tiempo.

Finalmente lo más importante es que permite realizar un control del avance de los resultados”.

### **2.2. PROMOCIÓN.**

*(LIMAS S., 2011) Pág. 205. Define: “Es una comunicación que corresponde a otra variable importante del marketing mix, la cual debe estar coordinada junto con las variables producto, precio y plaza en una campaña para lograr una comunicación eficaz”.*

**(MUÑIZ GONZALES R., 2010).** Expresa: “Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado”

Hemos establecido que la promoción es un medio de comunicación con los individuos, grupos u organizaciones, con la finalidad de facilitar directa o indirectamente intercambios al informar y persuadir a una o más audiencias para que acepten los productos o servicios de una organización.

### **2.2.1. Tipos de promociones.**

**(TIPOSDE., 2013).** Expresa: “Las promociones pueden ser clasificadas según a quien está orientada”:

1. *Distribuidores: estas son implementadas por los productores (destinado a los distribuidores o minoristas) o por los distribuidores (hacia lo minoristas). Son utilizadas cuando se lanzan al mercado nuevos productos o los mismos son relanzados, para aumentar la cantidad de ventas, para que no disminuya el stock en determinadas épocas del año, disminuir la competencia o incentivar mejores relaciones comerciales. Generalmente para aplicarse estas promociones se realizan descuentos, es decir que disminuyen los precios, pero también pueden ser utilizados sorteos, concursos, etc.*
2. *Consumidor: estas técnicas son implementadas por lo productores, es usual que se realicen descuentos sobre ciertos productos en un determinado período de tiempo. Suelen ser muy efectivas, pero se han registrado casos donde los consumidores finales no acceden al descuento, si no que queda a favor de los distribuidores.*

*Además de los descuentos es normal que se realicen concursos, sorteos, se otorguen puntos o regalos, entre muchos otros.*

3. *Fuerza de Ventas: son utilizadas con el fin de aumentar la venta de ciertos productos, también a determinadas áreas o clientes. Los medios por los cuales son utilizados es a través de entrega de viajes o recompensas.*

También pueden ser clasificadas según los medios utilizados:

1. Muestras: en este caso se hace entrega de pequeñas presentaciones, exponiendo los beneficios del producto. También se realizan degustaciones.
2. Personal: junto a los productos expuestos, hay un enviado a de la marca para promocionarlos.
3. Tickets: se hace entrega de tickets o cupones con el fin de tener descuentos en el precio final de determinado productos
4. 2 X 1: en este caso con la compra de un producto se puede acceder a otro de manera gratuita. También es común que con la compra de un producto el segundo tendrá un descuento, por ejemplo, del diez, veinte, cincuenta por ciento.
5. Presentaciones: se modifican la presentación de los productos, como por ejemplo su embalaje.
6. Regalos: dentro de los embalajes puede haber sorpresas o regalos.
7. Canjes: su envoltorio o alguna parte del mismo puede ser utilizado para el intercambio por un producto igual o algún regalo

### **2.2.2. Importancia de promoción.**

*(CÁRDENAS, 2012). Define: “La importancia de la promoción o comunicación, como herramienta de marketing, puede ser clave para definir el éxito de la introducción de un producto nuevo en el mercado. Para lograrlo, la gerencia de ventas debe primeramente difundirlo en sus canales de distribución y en su fuerza de ventas.”*

### **2.3. PUBLICIDAD.**

*(GARNICA HERNÁNDEZ C., 2009). Pág. 299. Define: “Aquella comunicación no personal pagada acerca de una organización, que se trasmite a una audiencia meta a través de un medio de comunicación masivo, como la televisión, radio, las revistas, entre otras”*

*(SERRAF, 2008) pág. 326. Menciona: “Estimulación no personal de la demanda de un producto, servicio o negocio, colocando información comercialmente significativa acerca de ello, en un medio publicitario u obteniendo una presentación favorable en radio, o televisión pagada por el patrocinador”.*

Se establece que la publicidad es un medio de comunicación masivo que busca llegar a un número significativo de personas a través de los medios de información escrita y visual.

#### **2.3.1. Tipos de publicidad.**

*(GARNICA HERNÁNDEZ C., 2009). Pág. 299.*

*Existen diferentes tipos de publicidad, las cuales se describen a continuación*

a) *Publicidad institucional: promueve imágenes e ideas organizacionales, así como problemas políticos; puede utilizarse para crear y mantener una imagen organizacional o de marcas de familia.*

b) *Publicidad de apoyo: es la que promueve la posición de una empresa con respecto a un problema público, lo cual genera beneficios sociales y ayuda a construir la imagen de una organización.*

c) *Publicidad de productos: es aquella que promueve los usos, las características y los beneficios de los productos. Hay diferentes tipos de publicidad de productos:*

- **Publicidad pionera:** trata de estimular la demanda de una categoría de producto, en lugar de una marca específica, al informar a los compradores potenciales sobre el producto.
- **Publicidad competitiva:** señala las características, los usos y las ventajas de una marca por medio de comparaciones indirectas o directas con las marcas de la competencia.
- **Publicidad comparativa:** se comparan dos o más marcas específicas con base en una o más características del producto.
- **Publicidad de recordación:** les recuerda a los consumidores los usos, características y beneficios de una marca establecida.
- **Publicidad de refuerzo:** le garantiza a los usuarios actuales que ellos han tomado la decisión de comprar la marca correcta y les informa como obtener la máxima satisfacción de la misma.

### 2.3.2. Importancia de la publicidad

*(IMPORTANCIA, 2013) dice: “La publicidad es importante hoy en día en nuestras sociedades si tenemos en cuenta que tanto grandes empresas como particulares publicitan sus productos o servicios a diversos niveles de masividad social. Así, es común encontrar espacios o ámbitos donde se presenta la figura del público completamente repleto de avisos publicitarios. Algunos ejemplos de esos espacios o ámbitos pueden ser los medios de comunicación (a través de las propagandas) como también la misma acera o calle donde las publicidades están presentes por todos lados. Además, surgen espacios especialmente designados para el consumo de productos publicitados como son los shoppings, supermercados y negocios.”*

### 2.4. FIESTAS.

*(GONZÁLES PÉREZ , 2008). Determina: “Se trata de un rito social, compartido entre un grupo de personas, donde se marca un cierto acontecimiento a modo de celebración y puede incluir música, baile, disfraces y comida”.*

#### 2.4.1. Tipos de fiestas.

*(TIPOS, 2011), Expresa: “Es uno de los actos o acciones colectivas que los grupos humanos realizan con mayor frecuencia, entrena muchas formas de sociabilidad y como un medio de manifestación social está ligada a las variadas esferas e intereses de poder en virtud de ser un campo propiciatorio de interacciones sociales.”*

Hemos determinado que para la realización de una fiesta depende del tipo de ocasión que como fin se pretenda realizar.

## 2.5. COSTUMBRES TRADICIONALES

*(BUENASTAREAS, 2011), menciona: “Tradición y costumbre son para algunos un sinónimo, pero en esencia son muy distintas.*

Tradición: proviene del latín traditio, y a su vez de tradere, “entregar”. Es tradición todo aquello que una generación entrega a la siguiente por ser valioso.

Se consideran tradicionales a los valores, creencias y formas de expresión artística de una comunidad, en especial a aquéllos que se transmiten de forma oral. Es lo que comúnmente se conoce como la “sabiduría popular”.

Costumbre: Es un hábito, un modo habitual de proceder establecido por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto.

La diferencia radica en que la primera es una herencia valiosa y la segunda es solo una copia, una repetición”

## 2.6. TURISTAS

*(ASCANIO GUEVARRA, 2012). pág. 32. Expresa: “Visitante temporal que permanece por lo menos 24 horas en el país de destino y cuyo propósito puede ser entretenimiento (tiempo libre), negocios, viaje familiar, misión y reuniones”.*

*(CASTELLANOS HERNÁNDEZ, 2010), pág. 38. Define: “Visitantes que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos”.*

Hemos determinado que un turista es una persona que realiza un viaje temporal ajeno a su lugar de residencia.

## **2.7. MARKETING DE SERVICIOS.**

*(DEFINICIÓN, 2013) .Dice: “La disciplina dedicada al análisis de los comportamientos de los mercados y de los consumidores se conoce como marketing o mercadotecnia. Su objetivo es trabajar en la gestión comercial de las empresas para retener y fidelizar a los clientes, introducir nuevos productos, etc”.*

Hemos determinado que el marketing de servicios nos permite analizar el comportamiento del mercado especialmente de los consumidores y del servicio que se brinda.

## **2.8. REPOSICIONAMIENTO.**

*(SERRAF, 2008) pág. 340. Establece: “Con frecuencia un producto requiere reposicionamiento y esto puede ocurrir si al entrar en competitividad ha sido posicionado con un efecto adverso en su sector de mercado, si las preferencias de los clientes han cambiado o cometió un error en el posicionamiento original”. Básicamente hay tres maneras de reposicionar un producto:*

- a) Entre clientes existentes,
- b) Entre nuevos usuarios

*(WIKIPEDIA, 2013). Expresa: “Es cambiar la posición que el producto o servicio tiene en la mente del cliente, o bien en ocasiones recordar uno que ya había olvidado”.*

Hemos tomado en cuenta como referencia a estos autores, ya que sus definiciones son muy claras, precisas y comprender el real significado de la palabra.

## **2.9. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.**

**(GARNICA HERNÁNDEZ C., 2009). Pág. 141.** Define: *“Es la participación y conformación de subgrupos de personas con al menos una característica homogénea a partir de un grupo heterogéneo”.*

**(LÒPEZ GONZÁLES, 2011) pág. 37.** Establece: *“Es el grupo o grupo de personas que tienen necesidades o deseos iguales o muy semejantes o bien hábitos y conductas de compra semejantes, o ambas cosas a la vez”.*

La segmentación de mercados debe pretenderse es hallar las diferencias y semejanzas de las necesidades e intereses o gustos y deseos de los consumidores.

## **2.10. MARKETING**

**(AGUADA ESTEBAN TALAYA, 2008); pág. 11,** menciona *“Es una fusión organizacional para la creación, comunicación y entrega de valor a los clientes y para la gestión de la relación con los clientes de manera que beneficie a la organización y a sus grupos de interés”*

**(COLOMER, 2010) pág. 20** anuncia: *“ El conjunto de actividades destinadas a lograr, con beneficio, la satisfacción de las necesidades del consumidor, con un producto o servicio.*

De acuerdo a lo indicado podemos comentar que marketing es un proceso social que mediante principios y aplicaciones específicas permite

a los individuos alcanzar objetivos de organización con el fin de identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo para lograr así generar una satisfacción proveniente a quien se a direccionado aplicarla.

### **2.10.1. Importancia del marketing**

*(LOPEZ-RUA, 2012). pág. 23, Define “El marketing está presente en todas las acciones sociales y económicas de nuestra cultura. Su importancia se hace evidente cuando apreciamos que las personas, aun sin saberlo, usan las leyes de marketing en muchos actos cotidianos. Sin darse cuenta están desarrollando las acciones que están destinadas a promover toda relación de intercambio que se establece cuando alguien quiere obtener beneficio.”*

*(PALACIO, 2013); Enuncia “tópico que afecta directamente lo que denominamos como “la sangre” de un emprendimiento o compañía. El Marketing permite a una Organización, iniciativa de negocio o empresa poder establecer una comunicación especial con el público al cual dirige o piensa enfocar sus productos o servicios, conocer este público objetivo y entender cuáles son sus necesidades prioritarias.*

Una óptima Estrategia de Marketing ayuda a una Empresa a especializarse en un nicho de mercado específico y ganar una imagen o posicionamiento de autoridad en él, en la medida en que sepa plantear soluciones a sus potenciales clientes y estos le brinde información relevante sobre lo que ellos buscan constantemente en el tiempo. La Importancia del Marketing en las Empresas radica en que ejercerlo correctamente permitirá a un Negocio o Compañía entender mejor su nicho de mercado y poder estar a la par de las condiciones que este le imponga.”

Hemos definido que la importancia del marketing es social y económica enfocada a una comunicación bien establecida con el público objetivo y mediante los productos y servicios que se van a ofrecer, logrando así entender el mercado objetivo y las condiciones que se imponga para satisfacerlo.”

## **2.11. MARKETING MIX**

**(OJEDA GARCÍA CARMEN DELIA, 2012) PÁG. 50 .** *menciona: Es el conjunto de herramientas que la empresa usa para alcanzar sus objetivos de marketing en el mercado meta. El termino mix no debe ser interpretado solo en el sentido de mezcla, sino como una combinacion coordinada.*

## **2.12. YAMOR**

**(GUERRA P., 2002) pág. 37** *Expresa “El Yamor es una chicha especial que se prepara en el Cantón Otavalo como motivo de la fiesta de Monserrat o fiesta de María; se la elabora a base de “jora” o sea de maíz germinado, de chulpi, canguil y morocho, que son variedades del mismo maíz, fuertemente cocidos y fermentados y a cuyo licor se añade un poco de azúcar. Como resultado de la fermentación y transformación química, en la superficie del líquido se forma una capa aceitosa, la flor, que no observamos en la chicha ordinaria. La chicha Yamor difiere también de esta por su exquisito sabor y por sus propiedades tonificantes y enervantes, razones por las cuales tienen mucha fama y demanda entre los blancos y mestizos del Cantón.”*

**(MUNICIPIO DE OTAVALO, 2013);** *Define “El Yamor, la bebida sagrada, fruto de las diferentes clases del maíz como símbolo de la diversificación étnica-cultural del pueblo Sarance; acaricia los más íntimos sentimientos de los otavaleños hacia su terruño; despierta el*

*amor por nuestra historia, para basar nuestras acciones en la construcción de la adorable llacta con dignidad, justicia y equidad.”*

Se define como Yamor a una chicha llamada bebida sagrada elaborada a base de variedades de granos fermentados y cocidos con propiedades tonificantes y enervantes la cual es conocida y demandada por variedad de turistas.

### **2.13. HISTORIA DEL YAMOR**

*(METROPOLITAN TOURING , 2013) Menciona “La Fiesta del Yamor, celebrada los primeros días de septiembre, es un ritual que ofrenda el pueblo aborigen al Dios Sol por la cosecha del maíz y la fecundidad de la tierra. La Fiesta es de regocijo logrado en el sudor de la siembra, en la alegría de la cosecha y que no concluye hasta que no esté guardado el grano y cerrado el troje.*

El Yamor, en la Provincia de Imbabura, tiene su propia historia o leyenda. Se dice que hace muchos años el "Taita Imbabura", quien era la máxima autoridad de la comarca, estaba casado con una mujer muy bondadosa y bella.

Un día ante ellos se presentó Pacarina, una muchacha de 15 años, quien les contó su pena de amor. Estaba enamorada de un joven que no le correspondía con su cariño. Al conocer esta realidad, Taita Imbabura y su esposa transformaron a Pacarina en Ñusta (reina) del maíz. Le dispusieron que cuando haya pasado el solsticio fuera a los cuatro puntos cardinales de la comarca y cosechara diez mazorcas de diferentes tipos de maíz. Una vez recogidos, le dijeron que los moliera y cocinara y que de allí saldría una bebida que al darle de tomar a su amor, éste caería a sus pies.

Eso pasó. Jatún Cuncay, quien era el personaje, bebió la chicha y ante sus ojos iluminados apareció Pacarina hacia quien le nació un amor eterno. De allí se origina el Yamor, que según la historia, es un canto en homenaje al maíz y al amor.

Es esta chicha, bebida milenaria, el principal icono de las fiestas tanto para los locales como para los visitantes a quienes se la brinda para darles la bienvenida a la comunidad.

Entre las actividades principales está la elección de la Reina de Maíz o Sara Ñusta; la Fiesta de las Marías el 8 de septiembre y el número central que es un gran desfile con carrozas decoradas y danzantes indígenas acompañados de su música autóctona. También se realiza la tradicional travesía a nado en las frías aguas del Lago San Pablo.

La Fiesta del Yamor también es la oportunidad del reencuentro para los indígenas otavalos que han salido al exterior por motivos de trabajo y que regresan para la celebración.”

#### **2.14. COSTUMBRE**

*(MACHICADO JORGE, 2013) Define: La Costumbre es una forma inicial del Derecho consuetudinario que consiste en la repetición constante de un acto que con el paso del tiempo se vuelve obligatoria y por necesidad, consentimiento colectivo y apoyo del poder político llega a convertirse en ley.*

Se expresa como costumbre a un hábito o tendencia del comportamiento particular de una nación o comunidad transmitido generación tras generación.

## 2.15. TRADICIÓN

*(TYLOR, 2011), menciona: Es el conjunto de patrones culturales que una generación hereda de las anteriores, estos patrones culturales se enseñan por medio de la familia, los amigos, la escuela, las instituciones, en la actualidad los medios de comunicación tienen un gran peso, etc.*

Se ha definido como tradición a aquellos acuerdos de una población dignos de constituirse primordiales de sus usos y costumbres como también aquellas creencias, valores y usos de cultura de una comunidad.

## **CAPÍTULO III**

### **3. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación histórica y social de la Fiesta del Yamor tiene por objeto el reposicionamiento y recuperación de las costumbres tradicionales de estas festividades que buscan caracterizar el desarrollo de esta tradición sociocultural de Otavalo, a partir del análisis combinado de distintas fuentes de información, actores sociales, y generar un insumo para que pueda ser utilizado como una opción ante el Comité de Fiestas de Yamor actual y en los venideros.

El estudio de la fiesta del Yamor implicó un importante esfuerzo para cumplir con la tarea encomendada para cumplir con el objetivo propuesto en esta investigación.

Una de las mayores tareas desarrolladas fue la aplicación de 1.053 encuestas, correspondientemente a la ciudadanía otavaleña con 380, turistas nacionales 351 y turistas extranjeros 322 encuestas respectivamente; a fin de obtener una muestra estadística significativa con un margen de error del 5%. Además, se entrevistó a directivos y a la población en general, para contar con su punto de vista sobre el tema estudiado.

Sin embargo, la investigación recoge los hallazgos y elementos centrales de una tradición que se ha transformado a tenor de las transformaciones experimentadas por la misma ciudad de Otavalo y de sus habitantes. En este sentido, se podría decir que la fiesta es más que solamente un

acontecimiento social y festivo. Es un prisma y un espejo desde los que se puede mirar a una sociedad en amplia perspectiva.

Consideramos que el trasfondo histórico, social y organizativo que trasmite esta investigación es de vital importancia para la gestión futura de la fiesta y para que esta tradición permanezca incólume en el tiempo.

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad reposicionar las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales en la ciudad de Otavalo, en vista de que los resultados del estudio de mercado manifiestan que las Fiestas del Yamor tienen poco posicionamiento en el mercado nacional e internacional, esto se debe principalmente a la ausencia de campañas publicitarias y promocionales.

En la actualidad se conocen distintas técnicas de promoción y publicidad fomentando la aceptación de la programación ofertada, pero cabe recalcar la importancia de estas festividades, por lo cual este proyecto se enfocará a crear nuevas técnicas de promoción y publicidad acorde a las distintas gustos y preferencias de propios y extraños; dando a conocer el mismo mediante la aplicación de campañas publicitarias y de reposicionamiento que genera mayor consumo y beneficio para estas festividades.

Mediante la realización de un estudio técnico de mercados se pueden identificar diferentes oportunidades, además de los medios informativos adecuados para la información de los productos y servicios que actualmente oferta y que se busca implementar a las fiestas del Yamor.

### **3.2. JUSTIFICACIÓN**

Las razones por las cuales se decidió realizar esta investigación, entre otras son las siguientes:

a) Debido a la vigencia de la ordenanza que regula la organización de las fiestas del Yamor, desde el 27 de junio del 2012 se dispone de una planificación operativa y financiera a través de la dirección de promoción social y patrimonial, tomando en cuenta que no existe un departamento de marketing en donde se pueda realizar la promoción y publicidad de las fiestas.

b) Por cuanto en el informe operativo anual del comité de fiestas del Yamor 2012 recomienda se amplíe las estrategias comunicacionales y promocionales previas al fortalecimiento de manera creativa, que generen mayor impacto en la ciudadanía a través de medios convencionales y alternativos, mediante una planificación previa de por lo menos 3 meses de anticipación por parte de la jefatura de comunicación municipal.

c) Debido a que los turistas nacionales y extranjeros necesitan o requieren de una información detallada de que oferta turística hay en Otavalo tanto en su cultura, folklor, y gastronomía.

d) En razón de que existe un interés de parte de las autoridades disponer de una planificación real de promoción y publicidad que les permita dar a conocer adecuadamente la programación de las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales de Otavalo

e) Porque las fiestas de Yamor para Otavalo se han convertido en un atractivo turístico entre los más importantes de la provincia no solo a nivel nacional sino internacional, donde los turistas extranjeros sobre todo necesitan estar informados de la programación que cada año se realizara.

### **3.3. PROPÓSITO DEL REPOSICIONAMIENTO**

#### **3.3.1 Objetivo General**

Elaborar un plan de promoción y publicidad para las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales, de la ciudad de Otavalo.

#### **3.3.2. Objetivos Específicos**

1. Elaborar el Plan de Publicidad de las Fiesta del Yamor.
2. Diseñar el Plan de Promoción de las Fiestas del Yamor.

### **3.4. IMPORTANCIA DEL PLAN DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

Con la propuesta del plan de publicidad y promoción se crean nuevas opciones para propios y extraños, creando fuentes de ingreso y empleo para los otavaleños fundamentales en las fiestas del Yamor.

La publicidad y la promoción son muy importantes ya que dan nuevas alternativas al momento de publicitar y promocionar las fiestas del Yamor.

### **3.5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.**

Se implementará diferentes estrategias de promoción y publicidad que permitirán inducir este tipo de festividades en el mercado de manera positiva y que permita reposicionar las fiestas del Yamor y sus costumbres tradicionales.

A continuación se detalla los diferentes aspectos que serán tomados en cuenta en este proceso de reposicionamiento.

### **3.5.1. Implementación y presentación de productos y servicios.**

Hace falta nuevos productos y servicios para mejorar las antiguas propuestas de años anteriores en la programación de las fiestas del Yamor.

Las estrategias para desarrollar y posicionar nuevos productos y servicios en el mercado implican a todas las funciones de las fiestas.

Es esencial una estrecha coordinación de la planificación de los nuevos productos y servicios para satisfacer los requerimientos de los turistas nacionales, extranjeros y locales e implementar productos de alta calidad y brindar servicios. Las decisiones sobre los nuevos productos y servicios incluyen encontrar y evaluar las ideas, seleccionar las más prometedoras, para su desarrollo, diseñar los productos y servicios, desarrollar los programas de marketing, y las campañas de reposicionamiento y recuperación de costumbres tradicionales del Yamor.

#### **1. Marketing de servicios:**

Nos especializaremos en una categoría especial de productos y servicios, a los cuales apuntaremos nuestras estrategias con el propósito de satisfacer ciertas necesidades o deseos del mercado.

##### **a) People (gente)**

El personal del comité de fiestas ocupa una posición importante para influir y obtener el interés de los turistas nacionales, extranjeros y locales, para que estos puedan demandar los diferentes eventos programados dentro de la programación del Yamor.

Para la cual desarrollaremos la indumentaria adecuada para todo el personal que conforma directa e indirectamente el Comité de fiestas del Yamor las cuales se incluye:

- Camisetas
- Gorras
- Chalecos

#### **b) Producto / Servicio**

Algunas actividades que se proponen para las fiestas del Yamor, de acuerdo a los resultados que se obtuvieron en el levantamiento de encuestas del grupo objetivo a encuestar son:

Los tipos de eventos que les gustarían a los turistas nacionales y población otavaleña, que se incluyan en la programación del Yamor son las siguientes:

- ✓ Competencia y participación de caballo de paso.
- ✓ Feria turística, artesanal y gastronómica.
- ✓ Noche cultural y fuegos pirotécnicos.
- ✓ Concurso para el diseño del afiche 2014.
- ✓ Foros, videos o teatro en vivo sobre el origen del Yamor y
- ✓ Desfile de pendoneros y trajes otavaleños

#### **c) Productos**

Dentro de la propuestas se ha determinado vender artículos promocionales que servirán como recuerdos para todas las personas que han venido a disfrutar de los diferentes eventos que ofrece el Comité de Fiestas del Yamor, estos productos están diseñados con imágenes de

Otavaló y sobre todo para target diferentes ya que hay que tomar en cuenta que si es qué queremos vender se debe variar los modelos para que estos a la vez no se queden en stock.

Los artículos promocionales que se venderán son:

- ✓ Jarros de sublimación con imágenes distintas, las cuales llaman la atención del público.
- ✓ Camisetas con estampado del logo de las fiestas del Yamor en colores blanco, negro para mujeres y azul para hombres.
- ✓ Pad mouse con diferentes diseños.
- ✓ Libretas ecológicas, bolsos ecológicos.
- ✓ Gorras.

#### **d) Place (lugar)**

Para la venta de los artículos hemos establecido ubicar un stand en lugares adecuados como son los que proponemos:

- ❖ Stand N°1, será colocada en el centro del parque Bolívar para la venta de los productos promocionales y la distribución de informativos.
- ❖ Stand N°2, será colocada en el terminal terrestre de la ciudad que servirá de distribución de información y entrega de publicidad de la programación del Yamor.
- ❖ Stand N°3, que será instalada en la Plaza de los Ponchos, para ofertar los productos promocionales tomando en cuenta que llegan turistas extranjeros.

Estos stands serán ubicados durante toda la programación de las fiestas del Yamor.

### e) Precio

El precio de los artículos promocionales se detallara en el plan de promoción.

### f) Promoción.

Para la promoción de los artículos decidimos hacerlo al aire libre ya que en esa temporada habrá acogida de personas tanto propias como extrañas, al igual que se diseñó un stand atractivo para poder mostrar los productos que serán vendidos al público.

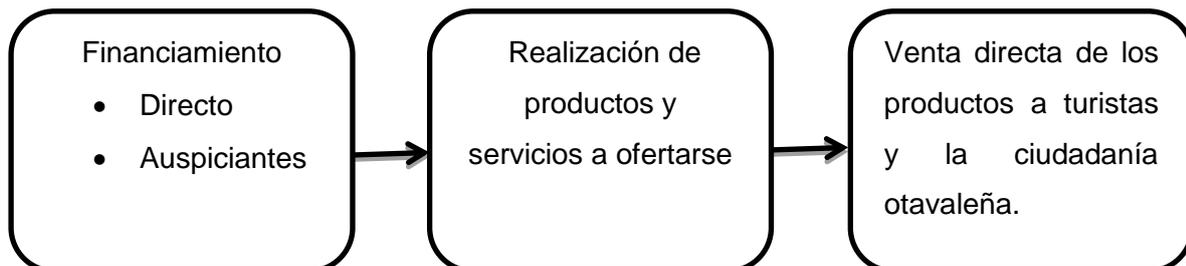
Es necesario considerar ciertos puntos que serán favorables para las Fiesta del Yamor.

- ✓ Crear el mundo del Yamor en la mente del consumidor.
- ✓ Construir una personalidad adecuada para las fiestas.
- ✓ Influir en el personal de logística sobre la forma de tratar a los clientes.
- ✓ Crear y mantener una imagen favorable.

### g) Procesos.

Se trata de los procedimientos, mecanismos y flujos de actividades que utilizaremos para brindar un servicio.

**Cuadro 90** Productos promocionales



## **h) Posicionamiento**

Como factor principal para el posicionamiento utilizaremos el plan de medios y el plan de promoción y publicidad que se realizara en el desarrollo de la propuesta.

### **3.6. PLAN DE PUBLICIDAD**

**Políticas:** Crear el Plan de Publicidad.

#### **Objetivo:**

Elaborar el Plan de Publicidad para las Fiestas del Yamor 2014, diseñando bocetos originales y creativos que llamen la atención del 50% de las personas que visitan la ciudad de Otavalo en el mes de Septiembre.

#### **3.6.1. Estrategias de publicidad:**

Para realiza las estrategias de publicidad debemos utilizar elementos que sean persuasivos y seductores que nos ayuden a captar la atención de turistas nacionales, extranjeros y de la ciudadanía otavaleña.

#### **Descripción:**

- ❖ Creación de la Imagen Corporativa
- ❖ Crear anuncios atractivos
- ❖ Anuncio televisivo, radial y periódico de mayor circulación
- ❖ Diseño de afiches, trípticos, hojas volantes
- ❖ Boceto de vallas publicitarias
- ❖ Mejoramiento de página web

- ❖ Creación de redes sociales

- ❖ Manejo de mailing

**Importancia:** Dar a conocer las fiestas del Yamor en todos los medios de comunicación posibles.

**Alcance:** Ciudad de Otavalo y **turistas nacionales y extranjeros**

**Acciones:**

- ❖ Elaboración de un Spot televisivo

- ❖ Creación de una cuña radial

- ❖ Boceto de publicidad para la prensa afiches

- ❖ Mejoramiento de la página web

- ❖ Logotipo

### 3.6.2. Imagen corporativa

Imagen 1 Logotipo comité de fiestas



Elaborado por: Las autoras

## PLAN DE ACCIÓN DEL LOGOTIPO DE LAS FIESTAS DEL YAMOR

**Cuadro 91** Plan de acción del logotipo

	JUNIO			
TIEMPO	PRIMER MES			Responsables
ACTIVIDAD	Días			Autoras
Creación del logotipo	1	2		

Elaborado por: Las autoras

### 3.6.3. Presentación

Dentro de las actividades de promoción y publicidad del reposicionamiento de las fiestas del Yamor establecidos para este presente trabajo, se ha determinado como objetivo la creación de la imagen representativa de las fiestas del Yamor, festividades que se dan año a año en la ciudad de Otavalo y tienen como objetivo atraer turistas nacionales, extranjeros y población otavaleña, buscando dar a conocer sus culturas y tradiciones.

La creación de la imagen corporativa busca establecer una estrategia de conocimiento representativo de Otavalo en especial de sus fiestas.

La imagen e identidad de las fiestas del Yamor es la expresión de la cultura otavaleña y sus costumbres tradicionales, buscaremos definirla visualmente y de las demás festividades del Ecuador, transmitiendo al público la esencia de sus costumbres ligado con la innovación de la actualidad.

La imagen corporativa es un factor de fundamental importancia para el posicionamiento de las fiestas ya que buscamos tener identidad y a la vez atraer la atención de los turistas nacionales, extranjeros y población otavaleña logrando así el posicionamiento visual y en mente de las personas.

#### 3.6.4. Conceptualización

Para la creación de la Imagen Corporativa oficial de las fiestas del Yamor, se han tomado en cuenta aspectos como la imagen de un inca tomando en sus manos una vasija representativa con las siete variedades de maíz que son: amarillo, blanco, negro, chulpi, canguil, morocho y la jora los cuales juntos son el ingrediente principal de la bebida que, hacían los incas, únicamente en ocasiones especiales llamándola chicha del Yamor, y que son una máxima representación de la cultura otavaleña

Hemos procurado diseñar un logotipo lo más simple posible, que sea fácil de identificar para que se mantenga en la mente de quienes lo miran aunque solo haya sido por un segundo, sin olvidar la cultura, tradición y sobre todo el origen del Yamor.

#### 3.6.5. Descripción de colores

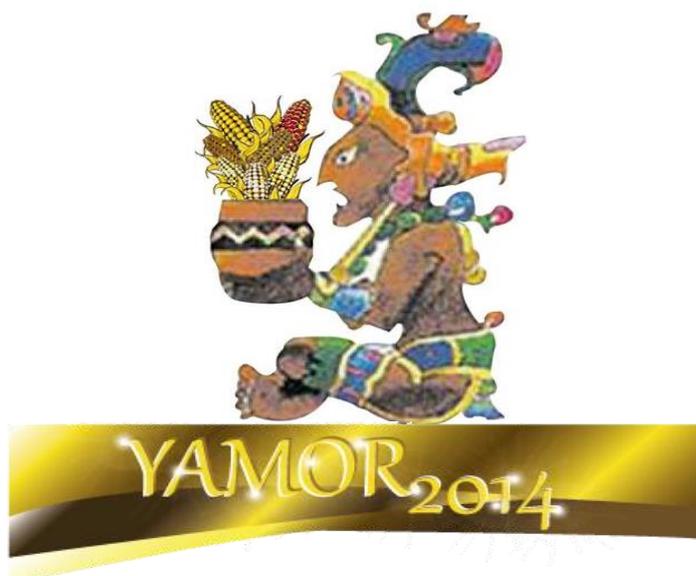
Se utilizó como base cuatro colores: blanco, dorado, amarillo y café para lograr el máximo impacto visual.

**Blanco:** El blanco se asocia a la luz, la bondad, la inocencia, la pureza. Se le considera el color de la perfección, seguridad.

**Dorado:** El color dorado, al igual que el amarillo, se le asocia con el sol, la abundancia (riquezas) y el poder. También con los grandes ideales, la sabiduría y los conocimientos.

**Amarillo:** El amarillo simboliza la luz del sol. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía, con frecuencia se le asocia a la comida.

**Café:** El color café significa las personas físicas. el color de la tierra, lo neutro. Es un color que se encuentra en la tierra, en la madera, en la piedra. Es un color cálido, neutro y que puede estimular el apetito en las personas. Se encuentra muy extendido en la naturaleza tanto entre seres vivos como en entes materiales.



### **3.6.6. Composición**

Los elementos utilizados en la Imagen Corporativa de las fiestas del Yamor son: PRIMERO: Un inca con una vasija en sus manos que contienen los 7 granos de la chicha, SEGUNDO: Tipografía “Yamor 2014”, TERCERO: fondo que representa la bebida de los Dioses.

### **3.6.7. Tipografías**

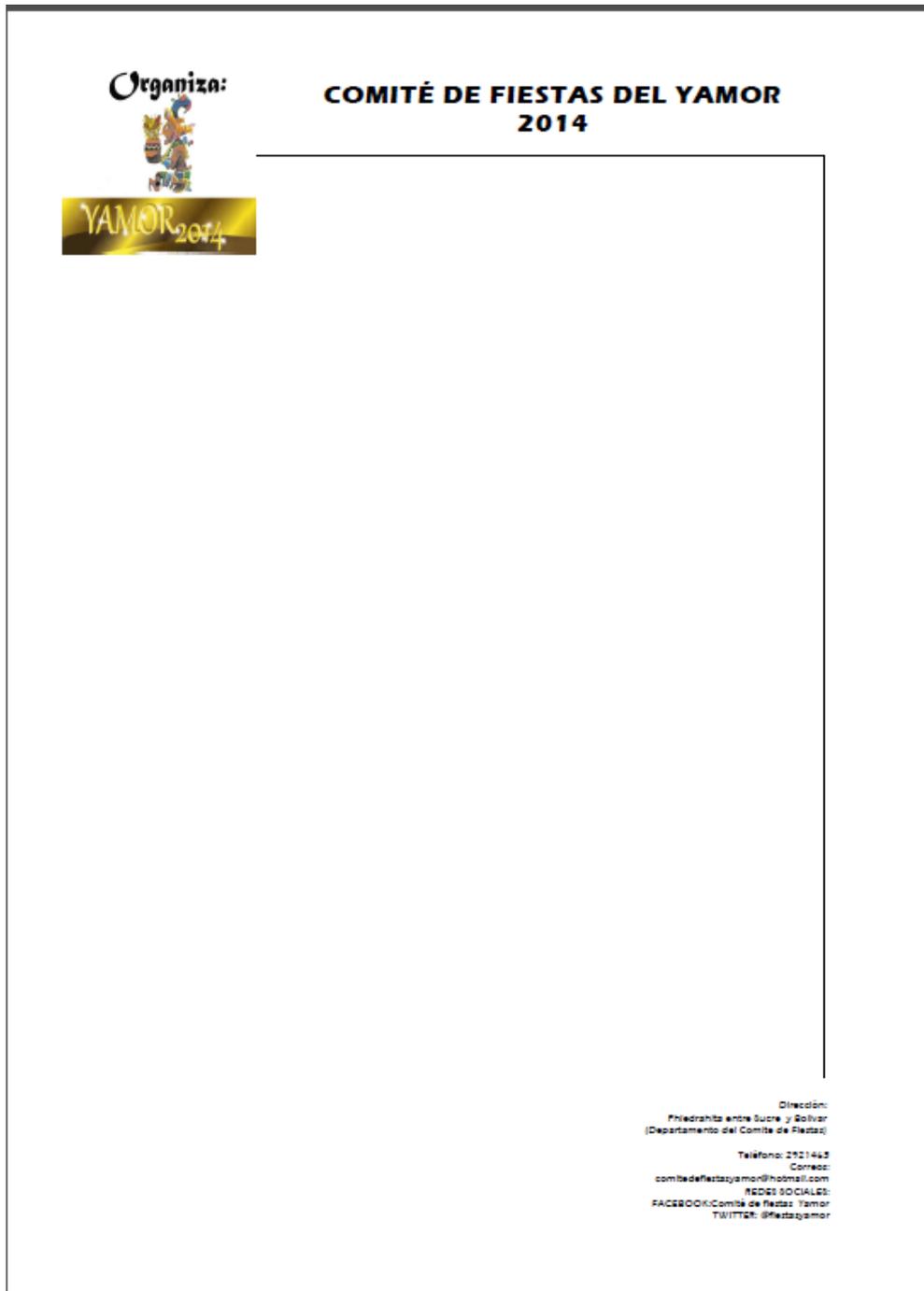
La tipografía que debe utilizarse en la Imagen Corporativa de las fiestas del Yamor, es la siguiente:

### **3.6.8. Tipografía Principal.**

Gabriela se utilizó como molde para las letras representativas del logotipo.

### 3.6.9. Diseño de hoja membretada

Imagen 2 Hoja membretada



Elaborado por: Las autoras

### 3.6.10. Publicidad Informativa

#### Estrategia Creativa

**Nombre** del spot: Ya se siente a Yamor

**Definición:** Es un medio de comunicación en el cual se combina la imagen, el movimiento, luz y el sonido.

**Objetivo:** Generar interés del 55% de la ciudadanía otavaleña y turistas nacionales, para dar a conocer el inicio de las fiestas, a través del video promocional de las Fiestas del Yamor desde el mes de Agosto del 2014.

**Importancia:** Este medio es importante en el proceso de socialización de las personas, relacionada con la calidad de los contenidos de los programas y además de las publicaciones que influyen en los hábitos de consumo de la población.

**Alcance:** Televidentes de la Ciudad de Otavalo y del Ecuador desde el 26 de Agosto hasta el 06 de Septiembre.

#### **Tácticas:**

- ✓ Crear un anuncio atractivo tanto en imágenes, movimientos, colores y música.
- ✓ Se propone la transmisión de diez anuncios publicitarios, en el canal de televisión (13) Tele Amazonas.
- ✓ Se resalta el slogan: “La Fiesta más alegre en la ciudad más amble del país”.

## DISEÑO DEL SPOT PUBLICITARIO

**Cuadro 92** DETALLE DEL SPOT PUBLICITARIO

VIDEO	IMAGEN	SONIDO
Imagen de la ciudad de Otavalo		Yamor por siempre Disfruta de nuestra programación
Imagen del inicio del Pregón de Fiestas del Yamor		la alegría del pregón
Imágenes de la Elección de la Reina del Yamor		la hermosura de nuestra juventud con elección de la reina
Imágenes de la Travesía Natatoria "Lago San Pablo"		la emoción de la travesía natatoria
Imágenes Noche en Homenaje a las Marías		la diversión en el festival de las Marías con artistas nacionales e internacionales

<p>Imágenes del Festival Mazorca de Oro</p>		<p>festival intercultural</p>
<p>Imágenes Carrera Automovilística 4x4</p>		<p>la adrenalina en el 4 x4</p>
<p>Imágenes Artesanías Lugar Plaza de Ponchos</p>		<p>nuestras magnificas artesanías</p>
<p>Imágenes de la interculturalidad que tiene Otavalo</p>		<p>su interculturalidad</p>

<p>Imágenes del Plato típico y la bebida del Yamor</p>		<p>su gastronomía con la bebida de los dioses</p>
<p>Imagen lugares turísticos de Otavalo</p>		<p>y sus hermosos paisajes turísticos</p>
<p>Imágenes de la Iglesia El Jordán iluminada por la noche y tipografía del afiche de las fiestas del Yamor</p>		<p>Otavalo te invita a la fiesta más alegre en la ciudad más amable del país Yamor 2014 del 29 de Agosto al 7 de Septiembre.</p>

Elaborado por: Las autoras

## PLAN DE ACCIÓN DEL SPOT PUBLICITARIO

**Cuadro 93** Plan acción del spot publicitario

	JUNIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE					
TIEMPO	PRIMER MES				SEGUNDO MES				TERCER MES					
ACTIVIDAD	DIAS				DIAS				DIAS					
	M	X	J		J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
Elaboración de un spot televisivo	3	4	5											
Transmición del spot a contratar					28	29	30	31	1	2	3	4	5	6

Elaborado por: las autoras

### 3.6.11. Publicidad Persuasiva

#### Estrategia Creativa

**Nombre de la Estrategia:** Festejemos juntos el Festival en Homenaje a las Marías.

**Definición:** Es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio y de difusión masiva con el cual damos a conocer las características de los eventos que se están ofertando.

**Objetivo:** Crear un 80% de conocimiento en turistas nacionales, extranjeras y la población otavaleña, acerca de la programación más emblemática en las fiestas del Yamor 2014, "Festival en Homenaje a las Marías", en el mes de Septiembre del presente año; a través de las diferentes estaciones radiales de mayor raingt.

**Importancia:** Podremos llegar a propios y foráneos de manera rápida y oportuna.

**Alcance:** Radioescuchas del cantón Otavalo y la parte de Pichincha.

## Tácticas:

- ✓ Crear la cuña radial donde se dará a conocer a los artistas más aclamados por el público y sobre todo dar a conocer en donde se realizara en evento.
- ✓ Proponemos la trasmisión de diez y cinco cuñas publicitarias diarias por 64 días, en la radios Canela, Disney, 40 Principales, Exa Ibarra (Hijos de la Madre Tierra).

## CONTENIDO DE LA PÙBLICIDAD DE RADIO

**Organización:** Comité de Fiestas del Yamor 2014

### Cuña Publicitaria contenido

El Comité de Fiestas del Yamor 2014, te invita a festejar a las Marías con artistas nacionales e internacionales, por Ecuador, Banda Azuquito, Trio Colonial, Hermanos Núñez y muchas sorpresas más, ven y disfruta este sábado 6 de septiembre a las 20H00 en el Instituto Otavalo.

No Faltes te esperamos.

## PLAN DE ACCIÓN DE RADIOS

**Cuadro 94** Plan de acción de radios

	segundos	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMB.				TOTAL CUÑAS
		LUNES-VIER.				LUNES-VIER.				LUNES-VIER.				
		DIAS				DIAS				DIAS				
		7	8	....	31	1	2	....	29	1	2	....	5	
RADIO		M	X			v	L		V	L	M		V	
Canela	30					5	5	5	5	5	5	5	5	100
Exa Ibarra (Hijos de la madre tierra)	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	225
40 Principales	30	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	450
Disney	30					5	5	5	5	5	5	5	5	100

**Elaborado por:** Las autoras

### 3.6.12. Publicidad Informativa

#### Estrategia Creativa

**Nombre de la Estrategia:** Infórmese lo que se ofrece en las Fiestas del Yamor.

**Definición:** Representa las actividades informativas ligadas al medio escrito.

**Objetivo:** Dar a conocer en un 60% los principales eventos de las Fiestas del Yamor 2014, mediante la impresión informativa acerca de estas celebridades; desde el mes de Agosto del presente año.

**Importancia:** Tiene amplia cobertura y permanencia a nivel local, mediante imágenes y texto impreso.

**Alcance:** Lectores de la Ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura y el resto del país pero este último se podrá publicar a través de las páginas sociales.

#### Tácticas:

- Se plantea la realización de impresos en los cuales se detalla las diferentes actividades de las Fiestas del Yamor.
- Proponemos que se debe realizar el lanzamiento de esta publicidad en el medio de comunicación Diario el Norte que circula a nivel local y sectores aledaños a la provincia de Pichincha.
- Presentar imágenes de los distintos cuatro eventos más principales de estas festividades así también como de los diferentes atractivos turísticos que posee la ciudad de Otavalo.

- Se resalta el eslogan: (La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país)

## DISEÑO PARA LA PRENSA

Imagen 3 Diseño para la prensa



Elaborado por: Las autoras

## PLAN DE ACCIÓN DE PRENSA

**Cuadro 95** Plan de acción de prensa

		AGOSTO		
PRENSA	día			
	L	M	Domingo	
diseño de la publicidad	18	19		
Diario El Norte (1/2 página completa f/c)			24	31
El Comercio Regional (1/2 página f/c)				31

Elaborado por: Las autoras

### 3.6.13. Publicidad Gráfica

#### Estrategia Creativa

**Nombre de la Estrategia:** Eventos más atractivas del Yamor

**Definición:** Los afiches, trípticos, hojas volantes son medios publicitarios mediante los cuales se da a conocer los productos y servicios que se están ofertando.

**Objetivo:** Posicionar los afiches de los cuatro eventos principales de las Fiestas del Yamor, trípticos y hojas volantes, los mismos que serán reconocidos en un 60% por los otavaleño, turistas naciones y extranjeros; desde el mes de Agosto del 2014.

**Importancia:** Es una herramienta importante del marketing y un excelente medio para dar a conocer la programación del Yamor de manera atractiva para propios y extraños.

**Alcance:** Ciudadanía en general del Cantón Otavalo (calles principales).

### **Tácticas:**

- ✓ El diseño esta realizado de tal manera que abarque la información primordial y necesaria, incluyendo imágenes atractivas para las personas que lo tiene a su disposición.
- ✓ Una fácil adquisición para las personas y posibles locales comerciales.
- ✓ Se resalta el eslogan: “La fiesta más alegre en la ciudad más amble del país”.

### **A) AFICHE YAMOR 2013**

Esta es una lámina de papel que sirve para anunciar los eventos principales que ofrece el Comité de Fiestas para esta celebración, deberá ser ubicada en lugares visibles, con el fin de difundir conocimiento básico de estas festividades septembrinas.

Para este medio se utilizaran diseños llamativos y sencillos que permitan atraer la atención del público con imágenes que estén en completa relación a los servicios que el comité de fiestas oferta, permitiendo de esta manera enfocarse en el mercado objetivo y lograr atraer mayor número de turistas nacionales, extranjeros y sobre todo a la mismos otavaleños, a continuación se presenta diferentes diseños publicitarios para los cuatro eventos más importantes dentro de la programación de fiestas que son: inicio del programa de fiestas, elección y coronación de la reina del Yamor, Noche en Homenaje a las Marías y travesías a Lago San Pablo.

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 4 Afiche de las fiestas



Elaborado por: Las autoras

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 5 Elección y coronación de la reina del Yamor



Elaborado por: Las autora

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 6 Travesía del lago San Pablo



Elaborado por: Las autoras

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 7 Noche en Homenaje a las Marías



Elaborado por: Las autoras

## PLAN DE ACCIÓN DE LOS AFICHES

**Cuadro 96** Plan de acción de los afiches

	Agosto				
	tercer mes				
TIEMPO	DIAS				
ACTIVIDAD	L	M	X	J	M
Diseño de afiche promocional	11	12			
Diseño de afiche candidatas del Yamor			13		
Diseño de afiche Travesía Natatoria y Homenaje a las Marías				14	
Lanzamiento oficial de afiche promocional					27
Lanzamiento oficial de afiche candidatas del Yamor					
Lanzamiento oficial de afiche Travesía Natatoria y Homenaje a las Marías					

Elaborado por: las autoras

### B) Tríptico

Es un documento informativo doblado en varias partes que de esta forma se obtiene una pieza gráfica, contiene la información de los diferentes ingredientes que posee la Chicha del Yamor para su elaboración, festividades más importantes que se destacan en estas fiestas, su exquisita gastronomía especialmente el “Plato típico del Yamor” y los diferentes lugares turísticos en los cuales todos los visitantes podrán disfrutar de estos ambientes naturales.

## Diseño parte posterior del tríptico

Imagen 8 Tríptico de las fiestas (1)

**YAMOR VERTIENTE DE NUESTRO PASADO**

En la Provincia de Imbabura, tras pasar la laguna de Mojanda y en las cercanías del lago San Pablo (bajo la paternal protección del monte Imbabura), se alza la ciudad de Otavalo, circundada por el dulce "collar" de Punyaro, Quichinche, San Juan, Cotama, La Bolsa, Peguche, Pucará Alto y Pucará Bajo. Aquí en Otavalo, leyenda y festividad se aúnan para conformar un rito espectacular, pleno de colorido musical y lumina-



**LUGARES TURÍSTICOS DE OTAVALO**

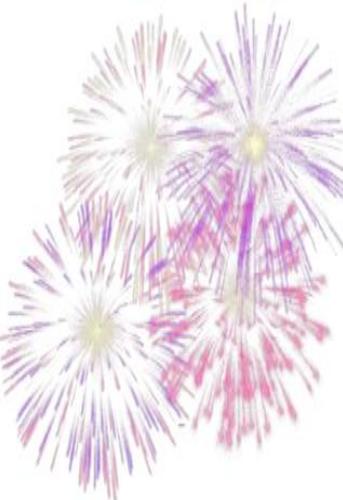
Otavalo posee paisajes hermosos, en donde propios y extraños pueden disfrutar de la belleza y encanto de estos maravillosos lugares.



LAGO SAN PABLO IGLESIA SAN LUIS CASCADA DE PEGUCHE



EL LECHERO LAGUNAS DE MOJANDA



**YAMOR 2014**

**Organización**



Comité de fiestas del Yamor 2014



**YAMOR 2014**

La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país



**Del 29 de agosto  
al 7 de septiembre**

Elaborado por: las autoras

## Diseño PARTE INTERIOR DEL TRÍPTICO.

Imagen 9 Tríptico de las fiestas (2)

	<p><b>La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país</b></p>	
	<p><b>FESTIVIDADES</b></p> <p>En septiembre, se inician las fiestas con el Pregón dirigido a toda la comunidad y a los numerosos visitantes que acuden a la llamada del enamorado canto de esta tierra.</p>	<p><b>GASTRONOMÍA</b></p> <p>Durante todo el mes de septiembre la comida típica de estas fiestas es disfrutada por propios y extraños, los mismo que se han deleitado por su delicioso sabor.</p>
<p>La bebida tradicional de las fiestas del Yamor en Otavalo es la chicha, elaborada en base a diferentes tipos de maíz, según la historia se debe reunir:</p>	<p><b>ELECCIÓN DE LA REINA DEL YAMOR</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Maíz blanco,</li> <li>•Maíz negro,</li> <li>•Chullpi,</li> <li>•Canguil,</li> <li>•Morocho blanco y amarillo.</li> </ul>	<p><b>Homenaje "NOCHE A LAS MARIAS"</b></p>	
<p>Todos en iguales cantidades, secos al sol, tostados y molidos, entre los ingredientes se incluye también el jauri (maíz quemado). Esta harina diluida en agua se lleva a ebullición durante dos a seis horas; se cierne y se hace fermentar en un tonel de madera. Para servirse, se añade azúcar o miel de panela. Esta bebida es muy típica por su sabor y por sus propiedades tonificantes y enervantes...</p>	<p><b>Travesía Natatoria "LAGO SAN PABLO"</b></p>	
<p><b>Festival Intercultural de DANZA</b></p>		<p>El plato típico del Yamor esta compuesto por lo siguiente: Fritada, mote, tortillas y empanadas especiales y sobre todo acompañada de un existo vaso de chicha.</p>
<p><b>JUNTOS DISFRUTEMOS LAS FIESTAS DEL YAMOR</b></p>		

Elaborado por: las autoras

## PLAN DE ACCIÓN DE TRÍPTICO

Cuadro 97 Plan de acción del tríptico

TIEMPO	tercer mes							Cuarto mes						
	DIA							DIAS						
ACTIVIDAD	L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
Diseño de tríptico			20											
Entrega de trípticos en los lugares estratégicos							31	1	2	3	4	5	6	7

Elaborado por: las autoras

### C) Hoja Volante

Para vender, el Comité de fiestas del Yamor necesita de alguna herramienta estratégica, en este caso será mediante la publicidad en hojas volantes. El comité de fiestas debe ser capaz de darse cuenta que visitan a la ciudad de Otavalo turistas nacionales, extranjeros y sobre todo la misma ciudadanía, en la cual se podrá informar a través de este medio los artículos que se pretenden comercializar en estas fiestas, los mismos que servirán como un recuerdo de las mismas. Por lo tanto es importante desarrollar un conjunto de actividades encaminadas a tener un público informado de estas actividades.

## DISEÑOS DE HOJA VOLANTE

Imagen 10 Hoja volante



**El Comité de Fiestas del Yamor  
oferta artículos promocionales  
durante sus festividades**





jarros subliminados

camisetas

chalecos

gorras

llaveros

bolsos ecológicos

mouse pads

**Puntos de venta:**





comitedefiestasyamor@hotmail.com

Llévate un lindo recuerdo de las  
Fiestas del Yamor  
Otavalo 2014



Elaborado por: las autoras

## PLAN DE ACCIÓN DE HOJA VOLANTE

Cuadro 98 Plan de acción de hoja volante

	JULIO	Agosto									
	Tercer mes	Cuarto mes									
TIEMPO	DIA	DIAS									
ACTIVIDAD	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
Diseño de Hoja Volante	21										
Entrega de las hojas volantes al publico				31	1	2	3	4	5	6	7

Elaborado por: las autoras

### 3.6.14. Estrategias Alternativas

En relación con el análisis de las personas encuestadas se ha identificado que el Comité de Fiestas del Yamor debería utilizar lo siguiente:

a) Vallas Publicitarias

b) Publicidad Móvil

**Objetivo:** dar a conocer al público los diferentes diseños publicitarios acerca de las fiestas del Yamor los mismos que generaran un incremento del 75% del turismo para el año 2014.

**Importancia:** Con las vallas y la publicidad móvil se puede llegar a nuevos mercados, es una forma de generar más turismo para la ciudad de Otavalo en sus celebraciones septembrinas.

**Alcance:** Todas las personas que se encuentran ingresando a Otavalo por las carreteras y en los terminales terrestres aledaños a la misma. .

**Tácticas:**

- ✓ Crear los diseños con Imágenes atractivos para captar el interés del público.

- ✓ Hacer énfasis en los colores corporativos de la imagen cooperativa del Yamor 2014.
- ✓ Se resalta el eslogan: (La fiesta más alegre en la ciudad más amable del país.)

### **3.6.15. Vallas publicitarias**

La estrategia de colocación de vallas publicitarias se debe hacer en espacios abiertos, carreteras, centros comerciales, las mismas que darán a conocer las festividades del Yamor a propios y extraños.

A continuación se presentan distintos diseños de publicidad que serán ubicadas al ingreso de la ciudad, tomando en cuenta que se exponen imágenes relacionadas con las festividades del Yamor y sobre todo promocionar a Otavalo en esta celebración

## DISEÑOS DE VALLAS PUBLICITARIAS

### Opción 1

Imagen 11 Valla publicitaria anuncio de inicio de fiestas



Elaborado por: Las Autoras

Opción 2

Imagen 12 Valla publicitaria siete granos



Elaborado por: Las Autoras

### Opción 3

Imagen 13 Valla publicitaria gastronomía



Elaborado por: Las Autoras

### Opción 4

Imagen 14 Valla publicitaria Otavalo por la noche



Elaborado por: Las Autoras

## UBICACIÓN DE VALLAS PUBLICITARIAS A LA ENTRADA DE OTAVALO

### Opción 5

#### Imagen 15 Valla publicitaria



Elaborado por: Las Autoras

## Opción 6

**Imagen 16** Valla publicitaria de Gastronomía, Homenaje a las Marías e inicio de Festividades



Elaborado por: Las Autoras

## Opción 7

**Imagen 17** Valla publicitaria información de cuatro eventos principales del Yamor



Elaborado por: Las Autoras

## Opción 8

Imagen 18 Valla publicitaria afiche de fiestas y lo que es Otavalo



Elaborado por: Las Autoras

## Opción 9

Imagen 19 Valla publicitaria Otavalo por la noche



Elaborado por: Las Autoras

## PLAN DE ACCIÓN DE DISEÑO

**Cuadro 99** Plan de acción de diseños

DISEÑOS	JULIO						AGOSTO						SEPTIEMBRE								
	SEGUNDO MES						TERCER MES						CUARTO MES								
	DIAS						DIAS						DIAS								
	L	M	X	J	V	S/D	L	M	X	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
	28	29	30	31	1		4	5	6	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7
Diseño de valla anuncio de fiestas																					
Diseño de valla siete granos																					
Diseño de valla anuncio gastronómica																					
Diseño de valla Otavalo por la Noche, cuatro eventos y lo que es Otavalo																					
Diseño de valla Homenaje a las Marías																					
colocación de vallas en lugares estratégicos																					

Elaborado por: Las autoras

### 3.6.16. Publicidad Móvil

El Comité de Fiestas del Yamor para mejorar su reposicionamiento en el mercado podrá utilizar estrategias alternativas para dar a conocer su programación de estas fiestas y de esa manera lograr atraer visualmente a turistas nacionales, extranjeros y a los otavaleños, en este caso se ha escogido la publicidad móvil ya que tiene un gran impacto en las personas y abarca una gran parte del mercado ya que se encuentra en constante movimiento.

Por lo tanto se pondrá diferentes publicidades en las distintas cooperativas de transporte móvil tal como:

- ✓ Cooperativa de Transporte Los Lagos y Otavalo.
- ✓ Cooperativa de Transporte Imbaburapak Churimicanchi.
- ✓ Cooperativa de Transporte 8 de Septiembre
- ✓ Cooperativa de Transporte de Cotacachi.

Las cuatro principales cooperativas de transporte son respectivas a la ciudad de Otavalo y una Coop. de transporte de la ciudad de Cotacachi.

### Diseño de Valla Publicitaria

**Imagen 20** Valla publicitaria Coop. Transporte los Lagos



Elaborado por: Las Autoras

## Diseño de Valla Publicitaria

Imagen 21 Valla publicitaria Coop. Transporte Otavalo



Elaborado por: Las Autoras

## Diseño de Valla.

Imagen 22 Valla publicitaria Coop. Transporte Imbaburapak Churimicanchi.



Elaborado por: Las Autoras

## Diseño de Valla Publicitaria

Imagen 23 Valla publicitaria Coop. Transporte 8 de Septiembre



Elaborado por: Las Autoras

## Diseño de Valla Publicitaria

Imagen 24 Valla publicitaria Coop. Transporte 8 de Septiembre



Elaborado por: Las Autoras

## DISEÑO DE VALLA

Imagen 25 Valla publicitaria Coop. Transporte de Cotacachi



Elaborado por: Las Autoras

## PLAN DE ACCIÓN DE COOP. DE TRANSPORTE

Cuadro 100 Plan de acción de Coop. de transportes

colocacion de vallas en las distintas Coop. De transporte	AGOSTO					SEPTIEMBRE							Cantidad Buses
	TERCER MES					CUARTO MES							
	DIAS					DIAS							
	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D	
		27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7
Coop. de Transporte Los Lagos y Otavalo.													20
Coop. de Transporte Imbaburapak Churimicanchi.													10
Coop. de Transporte 8 de Septiembre													10
Coop. de Transporte de Cotacachi.													5

Elaborado por: las autoras

### 3.6.17. Publicidad virtual

**Definición:** Red de ordenadores a nivel mundial, como el envío y recepción de correos electrónicos la posibilidad de ver información en la Página web.

**Objetivo:** Mejorar las páginas de redes sociales para las Fiestas del Yamor 2014, los mismos que generaran un 80% de incremento de visitas en estos sitios web ya que se subirá información desde el mes de Agosto del 2014.

**Importancia:** Con el internet se puede llegar a nuevos mercados, es una forma de ahorrar en publicidad tanto en tiempo como recursos.

**Alcance:** Todas las personas que tiene acceso a internet para informarse.

#### **Tácticas:**

- Crear la página Web con Imágenes de las actividades de las fiestas del Yamor.
- Contratar los servicios de un profesional en el área para que se encargue periódicamente de las actualizaciones necesarias para las redes sociales.

# Diseños publicidad virtual

## Imagen 26 Redes sociales



The screenshot shows the MailChimp account management interface. At the top, there is a navigation bar with a menu icon, a search icon, the MailChimp logo, and a user profile icon labeled 'Comi'. Below the navigation bar, the page title is 'Cuenta Comité de fiestas'. A horizontal menu contains options: 'Configuración de la cuenta', 'Mi encuesta', 'Facturación', 'Extras', and 'Rewards'. The main section is titled 'Plan de Cuentas: Forever Free' and features a progress bar for 'Suscriptores' (Subscribers) showing '0 de 2000' and 'Envía' (Sends) showing '0 de 12,000'.



The screenshot displays the Twitter profile page for 'Comité Fiestas Yamor (@FiestasYamor)'. The browser address bar shows 'https://twitter.com/FiestasYamor'. The profile header includes the name 'Comité Fiestas Yamor', the handle '@FiestasYamor', and the location 'Fiestas del Yamor Otavalo Otavalo'. Below the header, statistics show '0 TWEETS', '2 SIGUIENDO', and '0 SEGUIDORES'. The main content area is empty with the message 'No has tuiteado todavía'. The left sidebar contains navigation links for 'Tweets', 'Siguiendo', 'Seguidores', 'Favoritos', and 'Listas', along with a list of accounts to follow.



The screenshot shows the Facebook profile page for 'Comité Fiestas Yamor'. The browser address bar shows 'https://www.facebook.com/comite.yamor'. The profile cover photo features a woman in a white dress and a large pink butterfly. The profile name is 'Comité Fiestas Yamor (Otavalo)'. The page includes a 'Biografía' section, a 'Estado' (Status) field with the text '¿Qué estás pensando?', and a list of friends. The right sidebar shows a list of recent activity and a search bar.

Elaborado por: Las Autoras

## PLAN DE ACCIÓN DE REDES SOCIALES

**Cuadro 101** Plan redes sociales

	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMB.			
	LUNES-VIER.				LUNES-VIER.				LUNES-VIER.			
	DIAS											
	L	M	X	J	V	L	M	V	L	M	X	V
<b>Medios digitales</b>	21	22	....	31	1	4	5	29	1	2	....	5
Página web												
Mailing												
Facebook												
Twitter												

Elaborado por: las autoras

### 3.7. PLAN DE PROMOCIÓN

**Política:** Diseñar el Plan de promoción

**Objetivos:**

- Incrementar el interés y sobre todo posicionar las fiestas del Yamor 2014 en un 90% en la mente de turistas nacionales, extranjeros y la ciudadanía otavaleña, a través de artículos promocionales que serán vendidos durante el mes de Septiembre del presente año en puntos de venta estratégicos.

#### 3.7.1. Estrategias de Promoción:

Logar que las Fiestas del Yamor queden en la mente de las personas que visitan la ciudad de Otavalo en sus celebraciones.

#### **Estrategias Promocionales**

**Nombre de la Estrategia:** Recuerdos inolvidables de las Fiestas del Yamor.

**Definición:** Representa un incentivo al momento de la compra de artículos promocionales de las fiesta del Yamor.

**Importancia:** Tiene amplia cobertura y permanencia para todo tipo de personas.

**Alcance:** Turistas nacionales, extranjeros y el pueblo otavaleño que tienen el interés de obtener un recuerdo de estas celebraciones.

**Tácticas:**

- Por la compra de tres camisetas y gorras, te obsequiamos un llavero.
- Por la compra de 2 chalecos, te obsequiamos una libreta ecológica.
- Por la compra de 3 jarros de sublimación mágicos, te llevas gratis una bolsa ecológica o un llavero.
- Por fin de fiestas recibe el 10% de descuento en cualquiera de tus artículos preferidos.

## DISEÑO DEL STAND

Imagen 27 Diseño de stand



Elaborado por: Las autoras

## DISEÑO DE ARTÍCULOS

**Imagen 28** Diseño de camisetas color blanco para mujeres



Elaborado por: Las autoras

**Imagen 29** Diseño de camisetas color negro para mujeres



Elaborado por: Las autoras

**Imagen 30** Diseño de camisetas color negro para personal comité de fiestas del Yamor



Elaborado por: Las autoras

**Imagen 31** Diseño de chalecos



Elaborado por: Las autoras

**Imagen 32** Diseño de gorras



Elaborado por: Las autoras

Imagen 33 Diseño Libretas ecológicas



Elaborado por: Las autoras

Imagen 34 Diseños de Pad mouse



Elaborado por: Las autoras

Imagen 35 Diseño de jarros



Elaborado por: Las autoras

Imagen 36 Diseño de llaveros



Elaborado por: Las autoras

**Imagen 37** Diseño de bolsas ecológicas



Elaborado por: Las Autoras

**PLAN DE ACCIÓN DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES**

**Cuadro 102** Plan de acción de artículos promocionales

	AGOSTO				
	Tercer mes				
	DIAS				
	L	M	X	J	V
<b>articulos de promoción</b>	4	5	6	7	8
orden de pedido del stand					
orden de pedido de camisetas					
orden de pedido de chalecos					
orden de pedido de gorras					
orden de pedido de ecológicas					
orden de pedido de pad mouse					
orden de pedido de jarros de sublimación					
orden de pedido de llaveros					
orden de pedido de bolsos ecologicos					

Elaborado por: las autoras

**3.8. CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO Y RECUPERACIÓN DE COSTUMBRES TRADICIONALES DEL YAMOR**

**Política:** recuperar las costumbres tradicionales de las fiestas del Yamor

**Objetivo:** Aumentar la participación de la ciudadanía otavaleña en un 90% para la recuperación de los costumbres tradiciones del Yamor para el año 2014.

**Estrategia:** utilización de Btl para llamar la atención e interés de la ciudadanía otavaleño para la recuperación de estas costumbres traicionales

Para reposicionar las fiestas del Yamor se utilizaran publicidad muy atractiva e interesante, como afiches y sobre todo BTLs, para así lograr un impacto visual hacia turistas nacionales, extranjeros y población otavaleña.

Este proyecto también se enfoca en la recuperación de costumbres tradicionales del Yamor, ya que año tras año se van olvidando, por lo cual se tratara de dar un nuevo enfoque innovador y sobre todo actual, pero sin perder la esencia de estos eventos..

Por lo tanto se propone recuperar estas costumbres tradicionales y se espera que tenga una gran acogida por parte de los espectadores y sobre todo tener un gran apoyo incondicional del comité de fiestas y del pueblo otavaleña, para que estas actividades no se vayan perdiendo, por lo cual estas sobresalgan en la programación del Yamor.

Se propone como estrategias la recuperación de costumbres tradicionales en la programación de las fiestas del Yamor:

- Maratón de la otavaleñidad
- Bingo barriales en las distintas casas barriales
- Concurso de comparsas barriales y carros alegóricos.
- Exposición de pintura infantil
- Coches de madera
- Expo-feria

- Regocijos Populares en el barrio Puyaro
- Homenaje del niño otavaleño
- Circuito ciclístico del Yamor
- Cascaron de la alegría
- Festival náutico en la piscina del Neptuno
- Campeonato relámpago de pelota de mano
- Baile tradicional en la piscina Neptuno ( Canta Otavalo Canta)

Estas costumbres y tradiciones, que de acuerdo a los otavaleños se considera que han sido muy importantes dentro de las fiestas del Yamor. Para la recuperación de estas tradiciones se han realizado exclusivamente entrevistas a los otavaleños, quienes nos supieron manifestar con alegría los gratos recuerdos que tienen acerca de estos eventos ya que poco a poco se van olvidando.

Por lo tanto se han tomado en cuenta los eventos ya mencionados anteriormente, por su gran impacto en la sociedad y sobre todo estos programas se basan en el programa de Fiestas del Yamor de 1970.

### **3.8.1. Recuperación de Costumbres Tradicionales del Yamor**

**Recuperación:** Maratón de la Otavaleñidad

**Entrevista:** Sr. Geovanny Encalada

Recuerda que la Maratón de la otavaleñidad se daba hace más de 8 a 10 años atrás, donde participaban principalmente los joven a quienes les justaba el deporte, la organización de este evento lo realizaba cada barrio con sus respectivas directivas barriales, las mismas que incentivaban a la juventud para que participen en este programa, el recorrido de esta

maratón se la realizaba por las calles céntricas de la ciudad, partiendo lógicamente del parque central y el recorrido lo asían por la calle Bolívar hasta llegar al Redondel de los Danzantes llamado así en la actualidad y nuevamente tomaban la calle Bolívar para llegar a la meta.

Al mismo tiempo el entrevistado, menciona otra emoción otra actividad que se realizaban dentro de las Fiestas del Yamor el denominado bingo barrial, los mismos que se desarrollaban en el Barrio Los Portales, se participaba con pequeñas tablas de madera que contenían números y de igual manera se repartían semillas de maíz o canguil para luego empezar a jugar, se establecían reglas para jugar es entretenido actividad como era tres en raya, horizontal o vertical de acuerdo a los números que se sorteaban en el juego y así la persona que cumpla con estas reglas eran acreedoras de premios como, platos, tasas de china, lavacaros como entre otras cosas.

De igual manera estos juegos se efectuaban en la Plazoleta Gonzales Suárez al frente de la iglesia del Jordán, también en el mercado Copacabana donde en la actualidad se encuentra la imagen de la Virgen, y recuerda que cuando tenía aproximadamente entre 5 a 6 años sus padres junto con sus hermanos jugaban entre familia, vecinos.

**Mensaje y recomendación por parte del entrevistado:**

Disfrutar conjuntamente estas festividades, pero también menciona que al pasar el tiempo en lugar de mejor estas fiestas están en decadencia, porque según lo que se informa en los espacios publicitarios de medios de comunicación existe una gran cantidad de inversión de dinero, pero no se evidencia ya que anteriormente se tenían cosas mejores como las verbenas bailables que se daba en cada barrio, en la actualidad eso se ha perdido.

## 1. Propuesta N°1 Maratón

Se propone para las siguientes Fiestas del Yamor en la ciudad de Otavalo, la realización de la maratón de la Otavaleñidad, la misma que ayudara a integrar al pueblo otavaleño y por qué no también a las personas que visitan la ciudad en estas festividades.

En esta propuesta lo que se pretende es, motivar a chicos y grandes a participar de una mañana deportiva.

Las categorías a participar en esta maratón son Infantil y Señor, la primera comprende edades entre 10 a 15 años de edad y la otra comprende de 16 en adelante. El recorrido de esta carrera se pretende comenzar desde el Parque Bolívar, luego dirigirse por la calle Sucre, dar la vuelta por la calle Quito, después bajar por la Sucre hasta llegar al Redondel de los danzantes, luego cruzar por la calle Bolívar y Quito, después se dirige hasta la avenida 31 de octubre, pasar por el redondel del Divino Niño, en seguida ir por la calle Piedrahita hasta la esquina de la calle Bolívar y finalmente llegar hasta la meta que se encuentra en el Parque Central.

Para la categoría Señor, las edades comprenden de 16 años en adelante, los mismos que deberán iniciar desde el Parque Bolívar, correr por la calle principal Sucre hasta llegar a la calle Quito, bajar por la Calle Bolívar, llegar al Barrio Monserrat hasta la escuela del Valle del Amanecer, después bajar por la Avd. sin nombre hasta llegar a la calle Atahualpa, nuevamente llegar a la calle Bolívar para dirigirse al parque de la Ciudadela Rumiñahui conocida como (Parque de los Dinosaurios), dar la vuelta, luego subir por la misma transición; hay que recalcar que por las avenida son de doble sentido, seguirá el recorrido por la calle Sucre hasta llegar a la calle quito dan la vuelta a mano derecha para dirigirse a la Avd. 31 de Octubre pasar la calle entre Piedrahita y Bolívar para dirigirse al punto de Partida; cabe mencionar que este recorrido es opcional y el

recorrido de esta maratón se lo realizara con guía y sobre todo con señaléticas es decir con banderillas para que no pierdan el rumbo de la carrera.

Las inscripciones de la carrera se pretenden cobrar 10 y 15 dólares por categoría, ya que en la misma obtendrán la camiseta para su participación.

Los premios se otorgaran a los 10 primeros puestos de cada categoría, para los cuales el Comité de Fiestas trate de alguna manera tener auspiciantes como: Centros Comerciales El Jordán, Tía, Santa María, Aki, La Mía, Casa del Jean, Centro Recreacional Sara Ñusta, marisquería Oromar, Parrilladas del Tío Jessi, Lavadora y lubricadoras de autos entre otros ; para que estos a la vez obsequien cupones de 200 dólares en compras, de 100 dólares en ropa, pases de cortesías con todo los gastos pagado para el ingreso a las piscinas, ordenes de comida familiar, cambios de aceite, lavado y encerado del vehículo y mucho más; esto dependerá del gran grupo de auspiciantes quienes colaboren con fabulosos premios para así incentivar a los participantes a concursar en este evento.

A continuación se presentan diseños de afiches y Btl para esta actividad.

Los afiches se ubicaran en las paredes de las tiendas, papelerías, cabinas en las cuales se pueda dar a conocer sobre este evento. De igual manera los BTLS serán ubicados en las lámparas que se encuentran ubicadas en las calles más concurridas de la ciudad.

Por lo tanto el Comité de Fiestas deberá generar información a la ciudadanía acerca de este programa es decir, lugares de recorrido, inscripciones entre otros.

## DISEÑO DE AFICHE

Imagen 38 Diseño de afiche de la maratón de la otavaleñidad

**Maratón Otavaleña**

**Domingo 31 de Ag. de 2014**

**YAMOR 2014**

**Categorías:**  
**Infantil y Señor**  
**1 Km - 5Km**

**Calles y Avenidas de la ciudad**  
**Desde las 08:30**  
**Grandiosos premios**

**Inscripciones: Oficinas del Comité de Fiestas**

Elaborado por: las autoras

## DISEÑO DE BTL

Imagen 39 Diseño de Btl maratón de la otavaleñidad



Elaborado por: las autoras

## DISEÑO DE BTL

**Ubicación:** este BTL será ubicado en las lámparas de las principales calles de la ciudad de Otavalo en el transcurso de las Fiestas del Yamor.

Imagen 40 Diseño de Btl maratón de la otavaleñidad



Elaborado por: las autoras.

## **2. Propuesta N°2 Bingo barrial**

Se plantea recuperar para las siguientes Fiestas del Yamor, los Bingos Barriales, las mismas que serán organizadas por cada directiva de barrio, en las distintas federaciones, contando con el apoyo incondicional del Comité de Fiestas para la recuperación y realización de la misma. No está por demás, mencionar que se realice en espacios al aire libre como se mencionaba en la entrevista anterior, puede ser un opción en la Plazoleta Gonzales Suárez conocida como Parque de los Caballitos, en las canchas del Barrio Copacabana, con el objetivo de fortalecer la unión entre vecinos, amigos entre otros, para que la gente pueda disfrutar de este evento se pondrá todo tipo de música para alegrar la programación.

Para los premios se requiere tener la participación de auspiciantes quienes a la vez puedan obsequiar premios para la realización de este evento. Los incentivos o premios podrán ser cupones de compra en centros comerciales, vajillas, artículos de aseo, pases de cortesía, esto dependerá del apoyo de los auspiciantes.

De tal manera que para esta propuesta se han diseñado afiches y BTLS que serán ubicados en las principales calles y lámparas de la ciudad.

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 41 Diseño de afiche bingo barrial

# Rescatemos

## Nuestros juegos

YAMOR 2014

Participa con toda tu familia

Disfruta de:  
Fabulosos Premios  
Música

Lugar: Federaciones de barrios de la ciudad

Viernes 05 de Sep 19H00

BINGO				
11	35	4	48	1
8	23	65	5	13
45	12	7	28	27
29	19	33		
5				

Elaborado por: las autoras.

## DISEÑO DEL BTL

Imagen 42 Diseño de BTL Bingo Barrial



## DISEÑO DE BTL

**Ubicación:** este BTL será ubicado en las lámparas de las principales calles de la ciudad de Otavalo en el transcurso de las Fiestas del Yamor. Calle Sucre

Imagen 43 Diseño BTL Bingo Barrial



**Recuperación:** Concurso de comparsas barriales y carros alegóricos

**Entrevista:** Sra. Anita Subía

Comenta que años atrás se realizaba el concurso de carros alegóricos y comparsas barriales, destacando así los barrios más populares aquí en la ciudad de Otavalo como son: Barrio Punyaro y San Blas, quienes la mayoría de las veces ganaban el concurso.

Ella recuerda además, que participaba en el concurso de comparsas representando al Barrio Punyaro, menciona también, que el municipio les proporcionaba un porcentaje de dinero para que puedan alquilar o confeccionar los trajes coloridos para su participación y así también para armar los diferentes carros alegóricos. Además el barrio que ganaba este concurso tenía como premio el festejo en su sector con orquestas populares que proporcionaba el municipio por su participación.

Por otra parte nos comenta, que también existía la participación de los más pequeños de la casas es decir; de los niños quienes participaban pintando con acuarelas dibujos alusivos esta fecha y eran exhibidos en el parque Bolívar.

**Recomendación para el Comité de Fiestas del Yamor:**

No perder las tradiciones de las comparsas y carros alegorías que eran importantes en el Yamor.

### **3. Propuesta N°3 Concurso de comparsas barriales y carros alegóricos**

Se propone realizar comparsas barriales y carros alegóricos de los mismos barrios, con el respaldo del municipio, el cual podrá proporcionar

un porcentaje adecuado para apoyar a la ciudadanía otavaleña a la realización de este evento.

De igual manera se plantea que esta actividad sea implementada dentro del pregón de fiestas o en todo caso al otro día del inicio de fiestas, para que turistas tanto naciones como extranjeros puedan disfrutar de música, baile y sobre todo la alegría de los otavaleñas demostrando que somos los anfitriones de estas fiestas y brindar un espectáculo muy bonita ante los espectadores. El recorrido de este programa iniciara desde el Redondel de los Danzantes partiendo de la Calle Bolívar hasta llegar al parque principal, en este se ubicara una tarima donde se encuentre los jueces quienes calificaran a la mejor comparsa y carro alegórico, los mismos que al final del programa darán los resultados oficiales de los barrios ganadores, también se calificar al segundo y tercer puesto quienes recibirán obsequios.

Los premios para el primer lugar y que sirva de incentivo para los participantes será la colocación de una la orquesta en el sector ganador, para que los triunfadores disfruten de una noche llena de música y diversión conjuntamente con las personas que visitan el barrio.

Para el segundo y tercer puesto se obsequiara pintura para que puedan arreglar las fachadas de las casas, 2 órdenes de comida familiar.

Para estos incentivos se debe contar con el gran apoyo de auspiciantes como: Local de Pinturas Pintuco, Parrilladas del Tío Jessi entre otros, estos dependerán de los organizadores del evento.

Para la ejecución de este evento se receptaran las inscripciones con un costo mínimo de 40 dólares para los dos eventos.

A continuación se ha diseñado un afiche y BTL que serán ubicados en las calles de la ciudad con el objetivo de generar esa alegría y nostalgia por rescatar estas tradiciones que han sido trascendentales años atrás.

## DISEÑO DE AFICHE

**Imagen 44** Diseño afiche comparsas barriales y carros alegóricos.



## DISEÑO Del BTL

Imagen 45 Diseño BTL comparsas barriales



Elaborado por: las autoras

Ubicación del Btl en calles principales de la ciudad de Otavalo

Imagen 46 Imagen 45 Diseño BTL comparsas barriales



Elaborado por: las autoras

## DISEÑO Del BTL

Imagen 47 Diseño BTL carros alegóricos



Elaborado por: las autoras

## DISEÑO Del BTL

Imagen 48 Diseño BTL carros alegóricos calles principales de la ciudad



Elaborado por: las autoras

#### **4. Propuesta N° 4: Exposición de Pintura infantil.**

Para la recuperación de este evento lo que se pretende recomendar al comité de fiestas del Yamor, es tratar de incentivar a los niños y niñas a participar de una mañana artística, llena de música, alegría y sobre todo de muchas sorpresas como son caritas pintadas gratis, teatro infantil, fotos con personas disfrazadas entre otros; por lo tanto los participantes deberán pintar, dibujar imágenes alusivas sobre las Fiestas del Yamor y lugares turísticos que posee la ciudad de Otavalo.

Este evento cuenta con una sola categoría que es la infantil y que comprende las edades ente 4 a 10 años de edad.

Estos trabajos serán expuestos al público en general y sobre todo a un jurado calificador quienes deberán tener la ardua tarea de escoger a cinco ganadores.

Los premios para los ganadores que se propone son: kit escolares, mochilas, par de zapatos, apertura de una cuenta de ahorros cajita fueite en la cooperativa Atuntaqui con 20 adicionales de depósito, un cupón de 30 dólares para ropa en la Casa del Jean y un combo familiar en las parrilladas del Tío Jessi.

Se exponen en los premios a posibles auspiciantes que podrían formar parte de las Fiestas del Yamor.

A continuación se expone un Afiche y BTL para el reposicionamiento de este evento.

## DISEÑO DE AFICHE

Imagen 49 Diseño afiche exposición de pintura infantil



Elaborado por: las autoras

## DISEÑO DE BTL

Imagen 50 Diseño BTL exposición de pintura infantil



Elaborado por: las autoras

## DISEÑO DE BTL

Imagen 51 Diseño BTL exposición de pintura infantil calles principales de la ciudad



Elaborado por: las autoras

## **Recuperación:** Coches de madera

### **Entrevista:** Marcelo Bastidas

El menciona que le gusta esta actividad por ver a los sobrinos de su esposa participar en los coches de madera que se realizaban en el barrio de Imbabuela, desde ese momento empezó a participar como piloto y le fascina este deporte extremo.

Explica con un poco de nostalgia, que esta tradición se perdió debido a que la gente es muy imprudente al momento de querer observar muy cerca estas carreras, por lo cual han existido fatales accidentes.

Recalca que se recupere estas tradiciones ya que varias personas interesadas a estas competencias que contienen adrenalina preguntan por estos eventos trascendentales en Otavalo por las Fiestas el Yamor.

Por otra parte comenta que él es Comerciante en la actualidad y que participaba en la venta de bisutería en estas exposiciones hace años atrás y que se realizaban en las instalaciones de la escuela 10 de Agosto y en la escuela Antigua Católica a lado de la Iglesia San Luis, pero existieron inconvenientes como el precio de los puestos de venta son muy caros y buscan de alguna manera tratar de pedir algún descuento para poder vender sus artículos y es por eso que no se han tratado de realizar estas actividades porque hay que pagar como 300 a 400 dólares a la Cámara de Comercio por un stand

### **Mensaje:**

Que disfruten las fiestas Yamor, visiten la Cascada de Peguche que es lo más principal y la Plaza de los ponchos.

## **5. Propuesta Nº 5: Coches de madera**

Se propone rescatar esta tradición ya que era un evento lleno de adrenalina y gran susto por parte de los competidores y aficionados.

Por lo tanto a raíz de fatales accidentes nosotras queremos proponer la competencia de coches de madera sin cambiar la esencia tradicional es decir que el vehículo sea fabricado totalmente de madera.

Para esta competencia se han establecido categorías como las siguientes:

Infantil de 5 a 8 años, Junior de 8 a 11 años y Adolescentes entre 12 a 15 años. El recorrido de esta competencia ya no será en los barrios que nacieron estas tradiciones, sino que se cambiara el rumbo del recorrido.

El horario de competencia para este evento se prevé realizarse a partir de las 08:00 de la mañana concentración Parque Central de Otavalo.

Para la primera categoría se participara desde el Parque Bolívar, en las calles Sucre y darán la vuelta por la calle Abdón Calderón hasta llegar a la calle Bolívar para terminar en el Parque central, hay que tomar en cuenta que el recorrido será de una vuelta la manzana.

Para la segunda categoría se partirá de igual manera en el Parque Bolívar, bajaran por la calle Sucre hasta la calle Quito y retoman la calle Bolívar para llegar al Parque central de la ciudad.

Y por último la otra categoría partirá del Parque central, tomaran la calle sucre hasta la esquina del Hospital San Luis de Otavalo, pasan por el Redondel de los Danzantes para subir por la calle Bolívar y llegar al final de la carrera.

Las inscripciones para este evento serán gratuitas ya que hay que recalcar que los padres de familia gastaran en la confección del carro de madera.

Los premios para este concurso podrían ser: un coche de madera totalmente nuevo, cascos, pintura, artículos de seguridad entre otros, de

tal forma que los premios dependerán de los organizadores del evento y auspiciantes de estas fiestas.

A continuación se muestran algunos diseños para este evento tanto afiches como BTLS que serán ubicados en lugares más concurridos de la ciudad.

## DISEÑO DE AFICHE

Imagen 52 Diseño afiche coches de madera



## DISEÑO DE BTL

Imagen 53 Diseño BTL coches de madera



Elaborado por: las autoras

## DISEÑO BTL

Imagen 54 Diseño BTL coches de madera en las principales calles de la ciudad



Elaborado por: las autoras

## **6. Propuesta N°6 Expo feria**

Se plantea realizar la expo feria en el la Parque Bolívar ubicada entre las, tomando en cuenta que es un lugar muy espacioso y sobre todo es en un lugar al aire libre.

En esta feria se pretende colocar por lo menos 20 stands y un escenario musical y por otro lado los comerciantes colaboren con un porcentaje mínimo para pagar de luz y servicio de guardia para proteger sus productos por la noche.

Para llamar la atención de las personas y que vengan a disfrutar de esta expo feria se pretende realizar shows artísticos, podría ser la participación de la Banda Musical del Municipio de Otavalo, concursos de Canto, baile entre otros. De igual manera para las personas que participen deberá haber premios acordes a estas festividades como: Bolsos ecológicos, gorras, camisetas y mucho más.

Se muestras a continuación el afiche y el BTL que ayudaran a reposicionar estas costumbres y tradiciones dentro del Yamor.

## DISEÑO AFICHE

Imagen 55 Diseño de afiche expo-feria



Elaborado por: las autoras

## DISEÑO DE BTLS

Imagen 56 Diseño BTLS expo-feria



Elaborado por: las autoras

## DISEÑO DE BTLS

Imagen 57 Diseño BTLS expo-feria en las calles



Elaborado por: las autoras

## **FESTIVAL NÁUTICO**

**Entrevista:** Sra. María Albán

El festival náutico realizado en las instalaciones de las piscinas Neptuno se creó un año con una gran acogida de parte de los Otavaleños pero debido al desgaste de las instalaciones se suspendió su realización generando así gran impacto en la población ya que no se realizaban las mismas actividades de entretenimiento en las piscinas para los jóvenes, es así como se perdió esta actividad.

### **7. Propuesta N° 7: Festival náutico**

Nuestra propuesta para el 1er Festival Náutico “Recuperemos las Neptuno” es la realización de actividades náuticas con el objetivo de mantener la tradición de la utilización del primer lugar de encuentro de los pioneros de las fiestas del Yamor, es por eso que proponemos realizar actividades que busquen llamar la atención de toda la población Otavaleña y sobretodo mantener las piscinas Neptuno como un lugar de encuentro de actividades de distracción en estas fiestas del Yamor.

Para lo cual buscamos realizar este festival náutico con actividades como concursos de estilos de todas las edades, coreografías sincronizadas y concurso de natación por categorías, el evento se realizara en las instalaciones de la piscina en la mañana en el mes de septiembre organizado por el comité de fiestas y direccionado a toda la población Otavaleña.

Se realizara la impresión de Afiches para informar a la población Otavaleña los cuales se pegaran en toda la ciudad y los volantes serán repartidos en lugares estratégicos que aglomeración de personas como en el Terminal y en el Parque Bolívar.

## DISEÑO DE AFICHE

Imagen 58 Afiche festival náutico



Elaborado por: Las autoras

## DISEÑO DEL VOLANTE

Imagen 59 Volante festival náutico



Elaborado por: las autoras

## RECUPERACION DEL CASCARON DE LA ALEGRIA

**Entrevista:** Sra. María Albán

Esta fue una actividad que en su tiempo acogió a un gran número de personas Otavaleñas especialmente mestiza, convirtiéndole en su época en un espectáculo musical de suma importancia para la ciudad.

Es en el año de 1976 donde Otavalo adquiere La estructura de grandes proporciones, para su adquisición se tuvo que cumplir ciertas reglas de

transporte, una fue enviarla por vía aérea atravesando Miami – Sao Paulo y Quito.

La ciudad en su afán de realzar las bodas de Plata de las Fiestas del Yamor hace la adquisición de esta carpa, brindando como función principal espectáculos de tipo cultural y artístico.

Hoy es recordado como un espectáculo que marcó un hito en la historia de la ciudad, convirtiéndolo en una manifestación cultural que quedara en la memoria de las personas Otavaleñas.

#### **8. Propuesta N° 8: Cascaron de la alegría**

La propuesta establecida por este proyecto se basa en la recuperación de un ente de mucha importancia y de grandes recuerdos para gran parte de las personas otavaleñas que gustosas de revivir su existencia apoyan de gran manera la recuperación con modificaciones del cascaron de la alegría.

Buscamos revivir las tradiciones otavaleñas mediante la creación de una carpa con infraestructura parecida a la del cascaron de la alegría de años atrás con la deferencia de que el cascaron era un globo gigante inflado y se mantenía su forma y el nuestra propuesta es una carpa con infraestructura metálica de mayor confianza y durabilidad.

Su recuperación estará a cargo del comité de fiestas y el lugar en el que se adecuara es en los espacios que tiene el Parque de la Carolina que es perfectos para su ubicación.

Se realizara un evento galante para su readecuación con artistas de calidad nacional e internacional, este evento se realizara en la mañana para gusto de toda la población Otavaleña.

## DISEÑO DEL AFICHE.

Imagen 60 Afiche de recuperación del cascaron de la alegría.



Elaborado por: Las autoras

## **CIRCUITO CICLISTICO**

**Entrevista:** Sra. María Albán

El circuito ciclístico se realizaba en presencia de personas nacionales y extranjeros alrededor de las calles principales de Otavalo la cual brindaba premios de gran valor económico a sus participantes.

### **9. Propuesta N°9 : Circuito ciclístico**

El circuito ciclístico que proponemos está basado en una ruta establecida alrededor del Imbabura de ahí el nombre “OTAVALO VIVE EL IMBABURA EN EL YAMOR” el cual iniciara su ruta en la entrada a San Pablo y terminara a la salida de Gonzales Suárez.

Este evento estará a cargo del Comité de fiestas del Yamor se realizara en la mañana en el mes de septiembre con la participación de distintas categorías y premios para todos los participantes gracias a los auspiciantes y en base al presupuesto establecido para este evento.

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 61 Afiche circuito ciclístico.



**Organiza:**



Elaborado por: Las Autoras

**Donde:** Partida entrada a San

**Pablo**

**Llegada:** Salida Conzales

**Cuando:** Viernes 8 de agosto

**hora:** 9:00 am

**Recuerda inscripciones**

**gratuitas!!!**



## **HOMENAJE AL NIÑO OTAVALEÑO**

**Entrevista:** Sra. María Albán

Este homenaje se realizaba con el fin de festejar a los niños que formaban parte de suma importancia en nuestro cantón.

La cual los organizadores de las fiestas del Yamor de años atrás buscaban dar un minuto de alegría a los niños que solo son festejados en un día en especial y que las autoridades buscaban homenajear al niño Otavaleño con actividades y juegos tradicionales como: la rayuela, la cuerda, y el trompo.

Pero este homenaje se ha ido perdiendo debido al desinterés de sus organizadores.

### **10. Propuesta N° 10: Homenaje al niño otavaleño**

El homenaje que proponemos está basado en actividades de recreación para los niños otavaleños con el fin de recuperar las tradiciones y brindar alegría a los pequeños de nuestro cantón.

El primer homenaje al niño otavaleño “DIBUJEMOS UNA SONRISA 2014” se realizara en el parque la Carolina, en el mes de septiembre en la mañana con actividades como: juegos en grupos, la soga, la rayuela, el baile del tomate, el baile de la silla, etc.

Este evento se realizara con premios gracias a los auspiciantes y regalos que se darán a todos los niños asistentes.

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 62 Afiche homenaje al niño otavaleño



**YAMOR 2014**  
*La fiesta más alegre en la ciudad más amable*

**1er Homenaje al  
niño otavaleño  
"Dibujemos una  
sonrisa"  
2014**

**Compartamos con nuestros niños otavaleños  
y los juegos tradicionales de Otavalo.**  
**Lugar: Parque la Carolina**  
**Fecha: SSabado 23 de agosto**  
**Hora: 10:00 am**

**TE ESPERAMOS  
NO FALTES!!!**



**YAMOR 2014**

Elaborado por: Las autoras

## **CAMPEONATO RELAMPAGO DE PELOTA DE MANO**

### **Entrevista: Sra. María Albán**

EL tradicional juego de pelota de mano se realizaba años atrás en el espacio de la plaza de ponchos como un juego al aire libre ahora se realiza este juego con poca acogida en el coliseo Federico Páez, pero día a día se va perdiendo esta tradición y no existe actividades de mantenimiento de este deporte.

### **11. Propuesta N° 11: Campeonato relámpago de pelota de mano**

Nuestra propuesta está basada en un campeonato relámpago de pelota de mano llamado “ Tradición en tus manos 2014” está basado en un evento rápido de juego de pelota de mano realizado para parejas con premios de calidad y lo más importante buscar mantener uno de los juegos más antiguos de nuestro cantón y una tradición de gran importancia.

Se realizara en el Instituto Otavalo en el mes de septiembre en la mañana con el fin de tener gran afluencia de personas que gusten de este tradicional deporte.

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 63 Afiche del campeonato relámpago de pelota de mano



Premios por parejas  
inscripciones gratuitas!!!  
Fecha: Viernes 8 de agosto  
Lugar: Coliseo I.T.O  
Hora: 10:00

Te esperamos!!!

Organiza:



Elaborado por: Las autoras

## **FESTIVAL TRADICIONAL “OTAVALO CANTA A OTAVALO” 2013**

**FUENTE:** (ELNORTE, 2011)

*Por el mes de la cultura del Valle del Amanecer, diferentes barrios serán parte del programa especial denominado “Otavalo canta a Otavalo”, que tiene como objetivo rescatar la música ecuatoriana. Todos los viernes de octubre, la ciudadela Jacinto Collahuazo 1ra etapa, el barrio San Blas, la Plaza de los Ponchos y el Centro Cultural Colibrí serán los escenarios de este evento.*

*El objetivo de “Otavalo canta a Otavalo” es para rescatar la música tradicional como el pasillo, el san juanitos y los yaravíes.*

*Los otavaleños interesados para participar en este evento pueden acercarse al departamento de Educación y cultura de la municipalidad. Los mejores exponentes de la música ecuatoriana se presentarán el 28 de octubre donde tendrán un reconocimiento.*

### **12. Propuesta N° 12: “OTAVALO CANTA A OTAVALO”**

El objetivo de este festival “Otavalo canta a Otavalo” es como en su origen mantener el interés de la población otavaleña hacia la música nacional. Artistas otavaleños demuestran su arte al demostrar toda su destreza de canto en este festival.

Este festival será gratuito para todos los cantantes otavaleños los cuales recibirán un premio por su participación, y el escenario de este evento será las piscinas Neptuno con una escenografía adecuada a las tradiciones y culturas nacionales.

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 64 Afiche festival tradicional "Otavalo canta a Otavalo" 2014



Elaborado por: Las Autoras

## **REGOCIJOS POPULARES**

**Entrevista:** Sra. María Albán

Los regocijos populares eran una tradición en el barrio Punyaro la cual buscaba realizar actividades que busquen la unión de las personas que vivían en ese lugar, realizando actividades o juegos tradicionales de la época como la sogá, las carreras de saquillos, el baile de la silleta etc. Eran actividades que buscaban la alegría de sus personas con sana diversión y mantención de la cultura.

### **13. Propuesta N° 13: Regocijos populares**

El concurso de regocijos populares “Revivamos la tradición” 2014 es un evento que busca revivir estas actividades de sana distracción y gran unión de los participantes, este evento se realizara en su barrio de origen como es Punyaro en el mes de septiembre en la mañana permitiendo así la participación de grandes y pequeños e estos concursos que tendrán premios a los ganadores y todos sus participantes los cuales serán otorgados por los auspiciantes y la organización.

## DISEÑO DEL AFICHE

Imagen 65 Afiche regocijos populares



**Ayudanos a recuperar las tradiciones  
del Yamor.**

**Lugar: Punyaro**

**Fecha: Viernes 22 de agosto**

**Hora: 10:00 am**

Elaborado por: Las autoras

## PLAN DE ACCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COSTUMBRES TRADICIONALES EN LAS FIESTAS DE OTAVALO

**Cuadro 103** Plan de acción de estrategias de costumbres tradicionales en las fiestas de Otavalo

	Mes de Ejecución																
	Julio										AGOSTO				Septiembre		
	Segundo mes										Tercer mes				Cuarto mes		
	DIAS										DIAS				DIAS		
Elaboración de diseños	L	M	X	J	V	L	M	X	J	V	S	D	D	V	V	S	D
<b>Costumbres tradicionales a recuperar</b>	21	22	23	24	25	28	29	30	31	22	23	24	31	8	5	6	7
Regocijos Populares en el barrio Puyaro																	
Homenaje del niño otavaleño																	
Circuito ciclistico del Yamor																	
Festival náutico en la piscina del Neptuno																	
Maratón de la otavaleñidad																	
Exposición de pintura infantil																	
Campeonato relámpago de pelota de mano																	
Bingo barriales en las distintas casas barriales																	
Concurso de comparsas barriales y carros alegóricos.																	
Baile tradicional en la piscina Neptuno (Canta Otavalo Canta)																	
Coches de madera																	
Expo-feria																	
Cascarón de la alegría																	

Elaborado por: las autoras

**PLAN GENERAL DE ACCIÓN DE PUBLICIDAD PROMOCIÓN Y CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO DE LAS FIESTAS DEL YAMOR.**

**Cuadro # 101** plan general de acción de publicidad promoción y campaña de reposicionamiento de las fiestas del Yamor

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TIEMPO DE ELABORACIÓN	TIEMPO DE EJECUCIÓN	COSTO
<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar el Plan de Publicidad para las Fiestas del Yamor 2014, diseñando bocetos originales y creativos que llamen la atención del 50% de las personas que visitan la ciudad de Otavalo en el mes de Septiembre.</li> </ul>	<b>PLAN DE PUBLICIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de Imagen Corporativa</li> <li>Hojas membretadas</li> <li>Spot publicitario</li> <li>Cuña Radial</li> <li>Prensa Escrita</li> <li>Afiches eventos más atractivos</li> <li>Trípticos</li> <li>Hojas Volantes</li> <li>Vallas Publicitarias</li> <li>Publicidad Móvil</li> <li>Redes Sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 días</li> <li>1 día</li> <li>3 días</li> <li>1 día</li> <li>2 días</li> <li>4 días</li> <li></li> <li>1 día</li> <li>1 día</li> <li>4 días</li> <li>4 días</li> <li>3 días</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>30 días</li> <li>10 días</li> <li>45 días</li> <li>3 días</li> <li>9 días</li> <li></li> <li>8 días</li> <li>8 días</li> <li>12 días</li> <li>12 días</li> <li>45 días</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-----</li> <li>15.00</li> <li>5.375,50</li> <li>4800</li> <li>942,56</li> <li>1.532</li> <li></li> <li>392</li> <li>225</li> <li>5425</li> <li>4.050</li> <li>200</li> </ul>
	<b>PLAN DE PROMOCIÓN</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Stand</li> <li>Camisetas</li> <li>Chalecos</li> <li>Gorras</li> <li>Libretas Ecológicas</li> <li>Pad Mouse</li> <li>Jarros con sublimación</li> <li>Llaveros</li> <li>Bolsos Ecologicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> <li>2 días</li> <li>1 día</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> <li>7 días</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> <li>975</li> <li>4650</li> <li>950</li> <li>700</li> <li>300</li> <li>696</li> <li>11010</li> <li>492</li> <li>570</li> </ul>

<p>promocionales que serán vendidos durante el mes de Septiembre del presente año en puntos de venta estratégicos.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar la participación de la ciudadanía otavaleña en un 90% para la recuperación de los costumbres tradiciones del Yamor para el año 2014.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CAMPAÑA DE REPOCIONAMIENTO</li> <li>•</li> <li>• Regocijos populares</li> <li>• Homenaje al niño Otavaleño</li> <li>• Circuito Ciclístico</li> <li>• Festival Náutico</li> <li>• Maratón Otavaleñidad</li> <li>• Exposición de pintura Infantil</li> <li>• Campeonato Relámpago pelota</li> <li>• Bingos Barriales</li> <li>• Concurso comparsas</li> <li>• Canta Otavalo Canta</li> <li>• Coches de madera</li> <li>• Expo-feria</li> <li>• Cascaron de la alegría</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>•</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>•</li> <li>• 1 día</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>•</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>•</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>• 1 día</li> <li>• 3 día</li> <li>• 1 día</li> </ul>	

Elaborado por: Las autoras

### 3.9. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MEDIO YAMOR 2014

**Cuadro 104** Plan de medios de publicidad Yamor 2014

MEDIO	PROGRAMAS	HORARIO / DIAS	Segundos	CUNAS MENC. DIARIAS	TOTAL ANUNCIOS	VALOR ESPUESTO	VALOR TOTAL
<b>TELEVISION NACIONAL</b>					10	537,55	5.375,50
<b>TELEAMAZONAS</b>							
LOS DESAYUNOS 24 HORAS	Lunes / Viernes	06H55		1			
<b>RADIO</b>							
Canela	Lunes / Viernes		30	5	100	18,00	1.800,00
Exa Ibarra (Hijos de la madre tierra)	Lunes / Viernes		30	2	225	350,00	700,00
40 Principales	Lunes / Viernes		30	2	450	350,00	700,00
Disney	Lunes / Viernes		30	5	100	16,00	1.600,00
<b>PRENSA</b>							
Diario El Norte (1/2 pagina completa f/c)					2	161,28	322,56
El Comercio Regional (1/2 pagina f/c)					1	620,00	620,00
<b>IMPRESIONES EXTERIORES</b>							
IMPRESIÓN DE LONAS PARA VALLAS TAMAÑO 8*4					7	775,00	5.425,00
IMPRESION DE VALLAS PARA VEHICULOS 4MT X 1,40 MT					45	80,00	3.600,00
<b>IMPRESIONES DISEÑOS</b>							
AFICHE PROMOCIONAL YAMOR, TAMAÑO A2, COUCHE 150					1500	0,31	465,00
AFICHE CANDIDATAS DE REINA A2					500	0,45	225,00
AFICHE DEL CRUCE DEL LAGO, TAMAÑO A2, COUCHE 150					500	0,45	225,00
AFICHE HOMENAJE A LAS MARIAS, TAMAÑO A2, COUCHE 150					500	0,45	225,00
HOJAS VOLANTES TAMAÑO 10X21 CM, FULL COLOR IMPRESO DOS LADOS					6000	0,04	240,00
TRIPTICOS FULL COLOR, IMPRESION DOS LADOS, TAMAÑO A4.					6000	0,07	420,00
HOJAS MEMBRATADAS					100	0,15	15,00
						Subtotal2:	21.943,06
						IVA 12%	2.633,17
<b>TOTAL INVERSION</b>						<b>Total a Pagar:</b>	<b>24.576,23</b>

**Elaborado por:** Las autoras

**Fuente:** investigación de campo y Dep. de comunicación del Municipio de Otavalo

### 3.10. PRESUPUESTO PARA LA PROMOCIÓN DE LAS FIESTAS DEL YAMOR

**Cuadro 105** Plan de artículos promocionales para el Yamor 2014

Descripción de los artículos	Cantidad	V/unitario	V/ Total
camisetas tipo polo para mujer color azul impreso en vinil adhesivo un solo color	100	11,25	1.125
chalecos	50	19,00	950
Jarros de cerámica de sublimación mágicos lavables, Impresión full color.	1500	7,34	11.010
gorras bordadas	200	3,50	700
llaveros acrílicos redondos con publicidad impresión full color 2 lados	600	0,82	492
bolsos ecologicos (tela cambrela) estampado full color (tamaño de impresión 35 x 28)	200	2,85	570
Mouse pad en redondos y cuadrados, impresos en sublimación, full color lavables.	200	3,48	696
libretas ecológicas estampado full color	1000	0,54	540
camisetas tipo polo para mujer color blanco impreso en vinil adhesivo manga un solo color y logo tipo full color pecho	100	11,75	1.175
camisetas tipo polo para mujer color negro impreso en vinil adhesivo manga un solo color y logo tipo full color pecho	100	11,75	1.175
camisetas tipo polo para hombre color negro impreso en vinil adhesivo manga un solo color y logo tipo full color pecho	50	11,75	587.50
Stand medida 40 cm x 80 cm x 1,90 impresión vinil adhesivo brillante alta calidad Estructura de aluminio	3	140,00	420.00
Stand 3 partes - madera - Vinil adhesivo impresion alta calidad - Troquelado (Cara Papa Noel) - Medidas 220 cm x 65cm cada parte	3	185,00	555.00
		<b>SUBTOTAL</b>	19.995,50
		<b>L</b>	2.399,46
		<b>IVA 12%</b>	<b>22.394,96</b>
		<b>TOTAL</b>	

Elaborado por: Las autoras

### 3.11. PRESUPUESTO MEDIOS DIGITALES

**Cuadro 106** Plan de acción presupuesto de redes sociales

Manejo Página web	50
Mailing	50
Facebook	50
Twitter	50
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>

Elaborado por: Las autoras

### 3.12. PRESUPUESTO PUBLICIDAD MÓVIL

**Cuadro 107** presupuesto publicidad móvil

<b>Cooperativas</b>	<b>Número de unidades</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo total</b>
Cooperativa de Transporte Los Lagos y Otavalo g	20	90	1.800
Cooperativa de Transporte Imbaburapak Churimicanchi	10	90	900
Cooperativa de Transporte 8 de Septiembre	10	90	900
Cooperativa de Transporte de Cotacachi	5	90	450
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>		<b>4.050</b>

Elaborado por: Las autoras

Fuente: Investigación de campo

### 3.13. PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA DE REPOSICIONAMIENTO DE LAS COSTUMBRES TRADICIONALES EN EL YAMOR

**Cuadro 108** Presupuesto general Campaña de reposicionamiento

DETALLES	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
Afiches, full color couche 150 gramos 31x45cm	500	0.32	160.00
Afiches, full color couche 150 gramos 31x45cm para BTL	200	0.90	180.00
Volantes, full color couche impresiones 1 lado	1000	0.19	190.00
		Subtotal	530.00
		IVA 12%	63,60
		<b>TOTAL</b>	<b>593,60</b>

Elaborado por: Las autoras  
Fuente: investigación de campo

### 3.14. PRESUPUESTO GENERAL DE LAS FIESTAS DEL YAMOR 2014

**Cuadro 109** Presupuesto general de promoción y publicidad Yamor 2014

Plan de medios	24.576,23
Plan de promoción	22.394,96
Manejo de redes sociales	200.00
Publicidad móvil	4.050.00
Campaña de reposicionamiento	593,60
<b>TOTAL</b>	<b>51.814,19</b>

Elaborado por: las autoras

De acuerdo a la información obtenida por parte de comité de fiestas el presupuesto designado para la misma es de 71.396,49, y nosotros

proponemos un presupuesto distinto, ya que en esta propuesta se ofrece artículos novedosos y los mismos que serán de mayor acogida por parte de propios y extraños.

El valor total es de 51.814,19 dólares para estas celebraciones, tomando en cuenta las mejores opciones de proformas investigadas para este proyecto.

## CAPÍTULO IV

### 4. IMPACTOS

#### 4.1. IMPACTOS

La investigación se sustenta en un análisis técnico de los impactos que en las diferentes áreas o ámbitos genere el proyecto.

Para el presente análisis de impactos, se ha empleado lo siguiente:

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente; los cuales son: social, económico, administrativo, ambiental y comercial.

Se selecciona un rango de niveles de impacto positivos y negativos de acuerdo a la siguiente tabla:

-3	Impacto alto Negativo
-2	Impacto medio Negativo
-1	Impacto bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Impacto bajo Positivo
2	Impacto medio Positivo
3	Impacto alto Positivo

Se construye para cada una de las áreas una matriz en la que horizontalmente se ubica los niveles de impacto establecido, mientras que

verticalmente se determina una serie de indicadores que permitirá tener información específica y puntual del área analizada.

A cada indicador, se asigna un nivel de impacto, positivo o negativo, a continuación se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto, la misma que será dividida para el número de indicadores establecidos en cada área, obteniéndose de esta manera matemáticamente el nivel de impacto del área de estudio.

Bajo cada matriz de área se realiza un breve análisis, en el que se selecciona y argumenta las razones, motivos, circunstancias que conllevaron a asignar el nivel de impacto al indicador de la matriz.

La ecuación para determinar los impactos se ha determinado la siguiente ecuación:

$$\text{GRADO DE IMPACTO} = \frac{\sum \text{NIVEL DE IMPACTO}}{\# \text{ DE INDICADORES}}$$

#### 4.1.1. Impacto Social

**Cuadro 110** Impacto social

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejor atención a los turista y población otavaleña							X	3
Generación de fuentes de trabajo						X		2
Mejoramiento de la calidad de vida							X	3
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

Elaborado por: Las autoras

**IMPACTO SOCIAL = 8/3**

**IMPACTO SOCIAL = 2,67 MEDIO POSITIVO**

## **ANÁLISIS**

### **1. Mejor atención a los turistas y población otavaleño.**

Se considera como un impacto alto positivo, porque se busca brindar información de las fiestas del Yamor con personal capacitado en idiomas y atención al cliente, generando un mejoramiento para el comité de fiestas.

### **2. Generación de fuentes de trabajo**

Se genera fuentes de trabajo porque dentro de la programación de las fiestas existen variedad de eventos; por las cuales las personas beneficiadas son los comerciantes quienes incrementan sus ventas generando empleo creando un impacto medio positivo.

### **3. Mejoramiento de la calidad de vida**

En cuanto al mejoramiento de la calidad de vida consideramos que el impacto es alto positivo, ya que, el proyecto contribuirá a brindar distracción, diversión y unión familiar, ya sea directa o indirectamente.

#### 4.1.2. Impacto económico

**Cuadro 111** Impactos económicos

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Crecimiento de la actividad económica							x	3
Incremento de ingresos turísticos							x	3
Incrementos de presupuesto						x		2
TOTAL	-	-	-	-	-	2	6	8

Elaborado por: Las autoras

**IMPACTO ECONÓMICO = 8/3**

**IMPACTO ECONÓMICO = 2,67 MEDIO POSITIVO**

#### ANÁLISIS

##### 1. Crecimiento de actividad económica

Se considera un impacto alto positivo, porque el sector económico se incrementa en estas festividades, la misma que ayuda al desarrollo de la ciudad de Otavalo.

##### 2. Incremento de ingresos turísticos

El impacto es altamente positivo porque existe mucha afluencia de turistas nacionales y extranjeros generando altos ingresos para la ciudadanía.

### 3. Incremento de presupuesto

Es un impacto medio positivo ya que el comité de fiestas cuenta con un irregular presupuesto por la cual busca auspiciantes que aporten directamente a las festividades.

#### 4.1.3. Impacto administrativo

**Cuadro 112** Impactos administrativos

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Imagen corporativa					x			1
Emprendimiento						x		2
Crecimiento y desarrollo						x		2
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	4	-	5

Elaborado por: Las autoras

**IMPACTO ADMINISTRATIVO = 5/3**

**IMPACTO ADMINISTRATIVO = 1,67 BAJO POSITIVO**

#### ANÁLISIS

##### 1. Imagen corporativa

Este es un impacto bajo positivo debido a que el comité de fiestas no posee una imagen corporativa que lo identifique en las fiestas del Yamor para la organización de la misma.

## 2. Emprendimiento

Este proyecto se lo realizara con el fin de emprender un plan de reposicionamiento de las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales calificándolo como un impacto medio positivo.

## 3. Crecimiento y desarrollo

Si se plantea objetivos y se esfuerza por alcanzar los resultados finales van a significar beneficiosos para el comité de fiestas, lo que permitirá crecer y desarrollarse nacional e internacionalmente por la cual tiene un impacto medio positivo.

### 4.1.4. Impacto ambiental

**Cuadro 113** Impacto ambiental

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Conservación del medio ambiente							x	3
Campañas de reciclaje						X		2
Publicidad ecológica					X			1
TOTAL	-	-	-	-	1	2	3	6

Elaborado por: Las autoras

**IMPACTO AMBIENTAL = 6/3**

**IMPACTO AMBIENTAL = 2 MEDIO POSITIVO**

## ANÁLISIS

### 1. Conservación del medio ambiente

Tiene un impacto alto positivo, porque el comité de fiestas realiza la correcta ubicación de medios publicitarios sin dañar el ambiente que lo rodea.

### 2. Campañas de reciclaje

Es un impacto medio positivo, debido a que se realiza inadecuadamente esta estrategia publicitaria en las festividades.

### 3. Publicidad ecológica

Un impacto bajo positivo porque el comité de fiestas no utiliza esta clase de publicidad debido al desinterés del cuidado de la naturaleza.

#### 4.1.5. Impacto Comercial

**Cuadro 114** Impacto comercial

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Segmentación							X	3
Calidad del Producto							X	3
Calidad de servicio al cliente							X	3
Imagen Corporativa							X	3
Precios del Mercado							X	3
Competitividad							X	3
Posicionamiento							X	3
Reposicionamiento						X		2
<b>TOTAL</b>	-	-	-	-	-	2	21	23

Elaborado por: Las autoras

**IMPACTO COMERCIAL = 23/8**

**IMPACTO COMERCIAL = 2,88 MEDIO POSITIVO**

## **ANÁLISIS**

### **1. Segmentación**

Es un impacto alto positivo, debido a la segmentación bien definida del mercado objetivo al cual se busca prestar los servicios y ofrecer los productos que se dan a conocer en las fiestas del Yamor.

### **2. Calidad del producto**

La alta calidad de los productos a ofrecer en las fiestas del Yamor hacen que este impacto sea alto positivo expuesto a procesos de calidad que certifiquen cada uno de los productos a ofertar a los turistas nacionales, extranjeros y población otavaleña.

### **3. Calidad del servicio al cliente**

Los eventos que estarán a disposición de los turistas nacionales, extranjeros y la ciudadanía otavaleña se someterán a procesos de calidad. Parte de este proceso es contar con personal capacitado que avalen la calidad de los mismos, creando un impacto alto positivo.

### **4. Imagen corporativa**

Se buscara establecer y definir una imagen corporativa la cual se definirá como un impacto alto positivo debido al grado de importancia y ejecución.

## **5. Precios de Mercado**

Los productos que se ofertaran en el transcurso de las fiestas del Yamor tendrán un impacto alto positivo por el alto grado de calidad al alcance de las personas, generando una buena aceptación.

## **6. Competitividad**

Se establecerá como un impacto alto positivo debido a que las fiestas del Yamor son las únicas festividades a desarrollarse en el transcurso de esas fechas.

## **7. Posicionamiento**

El posicionamiento de las fiestas del Yamor generara un impacto alto positivo debido a la gran aceptación por parte de las personas que acuden a estas festividades.

## **8. Reposicionamiento**

Se tornara un impacto medio positivo por que generara una gran acogida por parte de las personas pero a la vez desconocimiento de lo que se realizara con el objetivo de reposicionarla.

#### 4.1.6. Impacto del Marketing Mix

**Cuadro 115** Impacto marketing mix

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Producto							X	3
Precio							X	3
Plaza							X	3
Promoción							X	3
TOTAL	-	-	-	-	-	-	12	12

Elaborado por: Las autoras

**IMPACTO DE MARKETING MIX = 12/4**

**IMPACTO AMBIENTAL = 3 IMPACTO ALTO POSITIVO**

#### **ANÁLISIS**

##### **1. Producto**

El producto se establecerá como un impacto alto positivo debido a la variedad y alta calidad de los productos a ofertarse.

##### **2. Precio**

Es un impacto alto positivo debido a la accesibilidad con la cual se darán a conocer y se ofertaran estos productos durante la ejecución de las fiestas del Yamor.

### 3. Plaza

Se venderán los productos en lugares de mayor concurrencia de turistas nacionales, internacionales y población otavaleña generando gran distribución y mayor volumen de ventas estableciéndose como un impacto alto positivo.

### 4. Promoción

Se generara promociones acordes a los productos a distribuir y al mercado a quien están dirigidos, estableciéndose como un impacto alto positivo debido a su aceptación.

#### 4.1.7. Impacto general del proyecto

**Cuadro 116** Impactos generales del proyecto

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Social						x		2
Impacto Económico						X		2
Impacto Administrativo					X			1
Impacto Ambiental						X		2
Impacto Comercial						x		2
Impacto Marketing Mix							X	3
TOTAL	-	-	-	-	1	8	3	12

Elaborado por: Las autoras

**IMPACTO GENERAL = 12/6**

**IMPACTO GENERAL = 2 MEDIO POSITIVO**

### **ANÁLISIS**

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en cada uno de los impactos, podemos determinar que la implementación de este proyecto tiene un impacto general medio positivo.

## CONCLUSIONES

- El comité de fiestas no cuenta con un plan de promoción y publicidad
- Poca publicidad en los medios para dar a conocer el Yamor en el sector Nacional e internacional.
- Ausencia de un plan de rescate de las costumbres tradicionales de Otavalo.
- Falta de creación de estrategias promocionales actualizadas para dar a conocer las Fiestas del Yamor.
- En los últimos años el comité de Fiestas no ha realizado actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales de Otavalo por falta de presupuesto.
- Perdida del turismo internacional por falta de medios publicitarios adecuados para promocionar las Fiestas del Yamor.
- El 64% de turistas extranjeros no han escuchado a cerca de las Fiestas del Yamor
- Los mayores beneficios que traen las fiestas del Yamor según turistas nacionales son: turismo con el 29%, comercio 19% y diversión con el 15%.
- De acuerdo a los turistas nacionales no se ha ido innovando las fiestas del Yamor en años pasados, representando un 53%.
- El turista nacional opina que no se han utilizado los medios adecuados para lograr posicionar el Yamor internacionalmente, con un 57%.
- Según los otavaleños las fiestas del Yamor no recogen las tradiciones de su origen por: falta de interés, presupuesto y organización, lo cual representa un 61%.

- Las estrategias promocionales más utilizadas en los últimos años en las fiestas del Yamor según los ciudadanos son: prensa escrita con un 23%, radio con un 21%.
- Con el 58%, los otavaleños mencionan que no se han ido realizando actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales de las fiestas del Yamor. .
- Ausencia de imagen corporativa
- Manejo inadecuado de medios web
- Ausencia de publicidad móvil local e interprovincialmente
- Falta de un lugar establecido para la compra de recuerdos de las fiestas del Yamor.
- Falta de ubicación de un lugar definido de información acerca de las fiestas del Yamor
- Ausencia de artículos promocionales ecológicos.
- Falta de participación de los niños con el fin de recuperar la participación infantil en las fiestas del Yamor
- No utilización de lugares reconstruidos y tradicionales de Otavalo
- Falta de incentivo al deporte a la población otavaleña y turistas nacionales y extranjeros.

## **RECOMENDACIONES GENERALES DE LAS FIESTAS DEL YAMOR**

- Recomendamos al comité de fiestas del Yamor, la implementación de esta propuesta del Plan de Promoción y Publicidad, lo que incrementaría el posicionamiento de la misma en el mercado local, nacional e internacional.
- Creación de medios publicitarios adecuados y bien diseñados enfocados en el mercado nacional e internacional.
- Incentivar y motivar a los otavaleños a formar parte de plan de recuperación de costumbres tradiciones del Yamor que se detalla en la propuesta
- Diversificar las estrategias de promoción y publicidad para acaparar el mercado de nuevos turistas y dar a conocer las fiestas del Yamor nacional e internacionalmente.
- Recomendar al comité de fiestas del Yamor distribuir el presupuesto establecido adecuadamente, para facilitar la organización de cada una de las actividades a realizarse en las fiestas del Yamor y como objetivo el incremento de la campaña de recuperación de costumbres tradicionales y sus actividades.
- Se inicie una transformación significativa en la gestión de las actividades del comité de fiestas del Yamor. Para el bien de los turistas en general.
- Se recomienda que el comité de fiestas del Yamor, realice al menos una vez por año una investigación de mercado el cual ayude a identificar las programaciones de eventos que tienen mayor acogida en el mercado, resaltando el turismo, comercio y diversión como su principal objetivo evitando así malas inversiones

- Innovación permanente de los distintos eventos, distribución y promoción de los mismos.
- Aprovechar la tecnología de última generación para difundir los eventos a realizarse
- Recomendamos rescatar las costumbres tradicionales dentro de las fiestas del Yamor, ya que las mismas han generado realce a estas festividades por medio de una correcta organización y un presupuesto bien establecido.
- Buen manejo de campañas publicitarias informativas con el fin de dar a conocer los distintos y eventos a realizarse en las fiestas del Yamor.
- Creación de la imagen corporativa del comité de fiestas del Yamor para el reconocimiento y autenticidad de quien organiza los distintos eventos.
- Creación de un plan de redes sociales y medios web para la correcta información de eventos a realizarse.
- Realización de publicidad móvil en transportes locales, nacionales e internacionales con el fin de informar a turistas nacionales, extranjeros y población otavaleña.
- Creación de una carpa de venta de artículos promocionales representativos de las fiestas.
- Ubicación de una carpa de información donde se den a conocer los distintos eventos y lugares de realización de las fiestas del Yamor.
- Venta de artículos promocionales ecológicos con el fin de brindar ayuda al medio ambiente y brindar recuerdos llamativos y de gran acogida al mercado.

- Participación de los niños en actividades de recuperación de tradiciones de Otavalo como eje principal de conservación de tradiciones.
- Importante utilización de lugares tradicionales en campañas de recuperación de costumbres de Otavalo como por ejemplo las piscinas Neptuno en un festival náutico.
- Realización de eventos tales como festival náutico o concurso de pelota de mano con el fin de mantener las costumbres tradicionales de Otavalo.
- Se debe realizar un presupuesto en el cual incluya a la publicidad y a la promoción como una inversión.
- Realizar alianzas estratégicas con almacenes de la ciudad de Otavalo, con la finalidad de que se difunda de una mejor forma las fiestas del Yamor.
- Manejar puntualidad y organización en cada uno de los eventos a realizarse.
- Mayor seguridad para los espectadores en la realización de los eventos.
- Contratar baños públicos para evitar las callas convertidas en baños.
- Utilizar publicidad no tradicional como BTL, para atraer el interés de población en general.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUADA ESTEBAN TALAYA, J. G. (2008). Principios de marketing
- ARENS W., W. A. (2008). Publicidad. McGraw-Hill.
- ASCANIO GEVARRA, A. (2012). Teoría del turismo. TRILLAS.
- CASTELLANOS HERNÁNDEZ, E. (2010). Turismo y recreación: Bases teóricas, conceptuales y operativas. TRILLAS.
- COLOMER, B. L.-P. (2010). Los pilares del marketing .
- GARNICA HERNÁNDEZ CLOTILDE, C. A. (2009). Fundamentos de marketing. PEARSON EDUCACIÓN.
- GONZÁLES, A. L. (2011). Manual de marketing general y servicios turísticos. SINTESIS, S.A. .
- GUERRA, P. (2002). Yamor de oro - Otavalo 2002.
- GUTIERRES, P. H. (2010). Calidad total y productiva. McGraw Hill.
- LIMAS SUÁREZ, S. (2011). Marketing empresarial: dirección como estrategia competitiva. EDICIONES DE LA U.
- LÓPEZ -RUA, J. R. (2012). Dirección del marketing: fundamentos y aplicaciones
- OJEDA GARCÍA CARMEN DELIA, P. M. (2012). Marketing turístico
- ROBBINS, C. (2010). Administración. Pearson.
- SERRAF, G. (2008). Diccionario metodológico de mercadotecnia. TRILLAS Sa De Cv.

## LINCOGRAFÍA

- BUENAS TAREAS .COM. (S/S de 03 de 2011). Buenas tareas. Tradiciones y costumbres. Obtenido de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Tradici%C3%B3n-y-Costumbre/1668831.html>
- CÁRDENAS, B. (27de03de 2012). mailxmail. La Promoción, herramienta de marketing. Conceptos Básicos y características. Obtenido de: [http://www.mailxmail.com/promocion-herramienta-marketing-conceptos-basicos-caracteristicas\\_h](http://www.mailxmail.com/promocion-herramienta-marketing-conceptos-basicos-caracteristicas_h)
- ELNORTE. (20 de 09 de 2011). elnorte. "Otavalo canta a Otavalo": Obtenido de: <http://www.elnorte.ec/otavalo/actualidad/10675-listo-el-programa-otavalo-canta-a-otavalo.html>
- Importancia.2013. importancia. importancia de la Publicidad. Obtenida de: <http://www.importancia.org/publicidad.php>
- JORGE, M. (13 de 11 de 2013). Blog jorgemachicado. Que es la cotumbre. Obtenido de [jorgemachicado.blogspot.com/2010/08/costumbre.html](http://jorgemachicado.blogspot.com/2010/08/costumbre.html)
- RUBIO MANUEL. (17 de 05 de 2011). alterwald. La importancia de los planes. Obtenido de <http://altenwald.org/2011/05/17/la-importancia-de-los-planes/>
- METROPOLITAN TOURING . (13 de 11 de 2013). Metropolitantouring:La fiesta del yamor obtenido de:[http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id\\_page=2269](http://www.metropolitantouring.com/content.asp?id_page=2269)
- MUNICIPIO DE OTAVALO. (10 de 08 de 2013).fiestadelyamor. Yamor Obtenido de <http://www.fiestadelyamor.com/>

- MUÑIZ, G. R. (2010). Marketing-xxi. Marketing en el siglo xxi 3ª edición. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>
- PALACIO, J. C. (2013). Marketinginternetpymes. Importancia del marketing en las empresas. Obtenido de <http://marketinginternetpymes.com/central/importancia-del-marketing-en-las-empresas/>
- Pérez González , M. (20 de 06 de 2008). *Omni*. El Concepto de Fiesta: Obtenido de: <http://www.omni-bus.com/n21/fiesta.html>
- TIPOS. (2011). Tipos. Tipos de fiestas. Obtenido de <http://tipos.com.mx/tipos-de-fiestas>,
- TiposDe. (2013). Tiposde. Tipos de promoción. Obtenido de <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/591-tipos-de-promocion/>
- TYLOR,E. B. (06 de 07 de 2011). Blog emilioeducadoryantropologo Cultura, costumbres y tradiciones Obtenido de: <http://emilioeducadoryantropologo.blogspot.com/2011/07/cultura-costumbres-y-tradiciones.html>
- WIKIPEDIA. (13 de 11 de 2013). Wikipedia. Posicionamiento . Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Reposicionar>

# ANEXOS

**Anexo 1 Modelo de encuesta para el personal del comité de fiesta del Yamor**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA**

**ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL DEL COMITÉ DE FIESTAS**

La presente encuesta tiene como objetivo principal realizar un diagnóstico situacional interno (fortalezas y debilidades) del Comité de Fiestas del Yamor.

**1.- ¿Qué tipo de turistas demandan los servicios que se ofertan en la programación del Yamor.?**

a) Locales b) Provinciales c) Regionales d) Nacionales e) Internacionales

**2.- ¿Qué estrategias utilizan para atraer a los turistas?**

a) Brindar recuerdos artesanales b) Publicidad boca en boca c) Página web d) Buena atención al cliente e) Otros

Cuál? \_\_\_\_\_

**3.- ¿Cómo calificaría usted el ambiente laboral del Comité de Fiestas del Yamor.?**

a) Excelente b) Muy bueno d) Bueno e) Regular f) Malo

**4.- ¿Con que frecuencia reciben capacitación el personal del Comité de Fiestas?**

a) Mensual b) Trimestral c) Semestral d) Anual

**5.- ¿Qué tiempo tiene usted de experiencia en este campo laboral?**

a) 0 a 1 año b) 2 a 4 años c) 5 a 10 años d) Más de 10 años

**6.- ¿Cuál es su nivel de instrucción?**

a) Primaria b) Secundaria c) Pregrado d) Postgrado e) Ninguna

**7.- ¿Cómo califica usted el salario que oferta el Gobierno Autónomo descentralizado de Otavalo?**

a) Muy bueno b) Bueno c) Regular d) Malo

**8.- ¿Cómo califica usted la comunicación entre directivos y el personal?**

Excelente

Bueno

Malo

Muy bueno

Regular

**9.- Las funciones designadas a usted son:**

Por disposición gerencial

Por manual de funciones

Por conocimientos

Por cargos

**10.- ¿Que estrategias promocionales ha visto que se han utilizado con mayor énfasis en los últimos años en las fiestas del Yamor? (MENSIONE 3)**

a) Prensa escrita (Revistas y diarios) b) Tv (spots) c) Radio d) Internet (redes sociales) e) Publicidad Móvil ( Buses Taxis) f) Publicidad Estática (Cabinas, Kioscos, Tiendas) g) Banners h) Vallas i) Flayers j) Trípticos k)Volantes l)Gigantografias m) Inflables

**11.- ¿Cree usted que cada año se va innovando las fiestas del Yamor?**

a) Si      b) No

Porqué?\_\_\_\_\_

**12.- ¿Cree usted que en los últimos años de programación de las fiestas del Yamor el Comité de fiestas a realizado actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales de Otavalo?**

a) Si      b) no

Cuales:\_\_\_\_\_

**13.- Piensa usted que el Comité de Fiestas ha utilizado los medios publicitarios adecuados para lograr posicionar las fiestas del Yamor internacionalmente?**

a) si      b) no

Porque:\_\_\_\_\_

**14.- Piensa usted que debería existir la participación de la opinión de la ciudadanía otavaleña a través de un estudio de mercado para el fortalecimiento de la programación de las fiestas del Yamor.**

a) si b) no

Porque:

---

**15.- Porque cree usted que se han ido perdiendo las costumbres tradicionales dentro de la programación de fiestas del Yamor?**

---

---

Que radio escucha\_\_\_\_\_

Canal de televisión sintoniza\_\_\_\_\_

Cuál es su periódico de preferencia\_\_\_\_\_

#### **DATOS TÉCNICOS**

**EDAD:** 15-18( ) 19-25( ) 26- 35 ( ) 36- 45( ) 46-55( ) 56-64( )

**SEXO** M ( ) F ( )

**NIVEL DE INSTRUCCIÓN:**

a) Primaria b) Secundaria c) Superior d) Ninguna

**OCUPACIÓN:**

a) Estudiante b) Comerciante c) Empleado Privado d) Empleado Público

e) Artesano f) Ama de casa j) Chofer h) Otro

\_\_\_\_\_

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

## **Anexo 2 Modelo de encuesta dirigida a los turistas extranjeros**



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

#### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

#### **CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA**

La presente encuesta tiene como finalidad conocer cómo se encuentran actualmente la publicidad y la promoción de las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales con el objetivo de mejorar su reposicionamiento.

#### **ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS EXTRANJEROS**

**1.- ¿De qué país proviene usted?** \_\_\_\_\_

**2.- ¿Con que frecuencia visita la ciudad de Otavalo?**

**a)** Primera vez    **b)** Cada 6 meses    **c)** Cada año

**3.- ¿Ha escuchado acerca de las fiestas del Yamor en Otavalo?**

**a)** Si ( )                      **b)** no ( )

**4.- A través de qué medios se informó usted acerca de las fiestas del Yamor?**

**a)** Publicidad boca a boca ( ) **b)** Página web ( ) **c)** redes sociales ( )

**d)** otros

cuales\_\_\_\_\_

**5.- (Si responde no a la opción 3) Le gustaría recibir información acerca de las fiestas del Yamor.?**

**a)** Si ( ) **b)** No ( )

**6.- ¿A través de qué medios piensa usted que le gustaría informarse acerca de estas fiestas?**

**a)** Página web **b)** redes sociales **c)** volantes, trípticos, flyers

**d)** publicidad boca a boca

**7.- Realiza la visita a esta ciudad:**

**a)** Solo **b)** En Familia **c)** Con Amigos **d)** Compañeros del Trabajo

**e)** Otros\_\_\_\_\_

**8.- ¿Cuál es su motivo principal de la visita?**

**a)** Negocios **b)** Descanso **c)** Visita a amigos **d)** Visita a familiares

**e)** Deportes de Aventura **f)** Turismo **g)** Vacaciones **h)** Pasantías

**i)** Intercambios institucionales **j)** Visitas a centros artesanales

**DATOS TÉCNICOS**

**EDAD:** 15-18( ) 19-25( ) 26- 35 ( ) 36- 45( ) 46-55( ) 56-64( )

**SEXO** M ( ) F ( )

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

## Anexo 3 modelo de encuesta dirigida a los turistas nacionales



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA**

La presente encuesta tiene como finalidad conocer cómo se encuentran actualmente la publicidad y la promoción de las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales con el objetivo de mejorar su reposicionamiento.

### ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES

**1.- ¿De qué ciudad proviene usted?**

---

**2.- ¿Qué beneficios piensa que traen las fiestas del Yamor a Otavalo?**

Turismo	
Comercio	
Interculturalidad	
Hermanidad	
Diversión, distracción	
Economía	
No aplica	
Mantener la cultura y costumbres	
Visita de familiares y mucha gente	
Promoción de la ciudad	

**3.- ¿Por qué medios de comunicación se informó usted acerca de las fiestas del Yamor?**

- a) Prensa escrita
- b) Televisión
- c) Radio
- d) Redes Sociales
- e) Otros \_\_\_\_\_

**4.- ¿Qué recomendaría al comité de fiestas para mejorar este evento el próximo año?**

Mejorar la organización del evento	
Invitar a más delegaciones nacionales e internacionales	
Innovar la realización del evento	
Manejar la puntualidad	
Realización de comparsas barriales, juveniles, infantiles e instituciones educativas	
Realizarlo más temprano, que no dure tanto	
Considerar las costumbres antiguas y al sector indígena	
Establecer el control de la venta de alcohol	
Una mayor colaboración y mejorar el presupuesto por parte del Municipio de Otavalo	
Considerar la opinión ciudadana	
Otros	

**5.- ¿Qué recomendaría al comité de fiestas para mejora las competencias del 4x4?**

Mayor publicidad y difusión	
Realizarlo en otro lugar	
Que las carreras vuelvan a realizarse junto con las fiestas	
Tener buena organización	
Competidores de élite y mejor preparados	
Pistas en mejores condiciones	
Implementar más medidas de seguridad	
Invitaciones a nivel nacional e internacional	
Crear un espacio para alimentos y bebidas adecuados	
Mejorar los premios	
Inscripciones menos costosas	

**6.- ¿Qué recomendaría al comité de fiestas para mejorar el Festival artístico musical “Noche en Homenaje a las Marías”**

Mayor organización	
Artistas de calidad	
Puntualidad	
Unión y mejor organización	
Incorporar orquestas e informar	
Gratuidad en el evento	
Realizarlo en un lugar más adecuado	
Destinar mayores recursos	
Mayor publicidad	
Más graderíos	
Mayor seguridad	
Control de bebidas alcohólicas	
Realizarlo más temprano	
Que el evento sea más largo	
Tiempo de presentación artístico más corto	
Colocación de carpas para la lluvia	
Incorporar grupos de danza y teatro	

**7.- ¿Qué recomendaría al comité de fiestas para mejorar la Travesía natatoria de la laguna San Pablo?**

Mas nadadores internacionales	
Transmisión por tv	
Mayor publicidad	
Mejorar la organización	
Inscripciones gratuitas	
Que no sea tan temprano	
Mejorar los premios	
Mejor preparación de nadadores otavaleños	
Que se realice un fin de semana	
Que se pueda visualizar mejor	
Mejorar la limpieza del lugar	
Más seguridad	
Mas puntualidad	
Incrementar boyas de orientación	
Mayor interés para que no desaparezca	

**8.- ¿Qué tipo de eventos le gustaría que se incluya en la programación de fiestas del Yamor (mencione 3 opciones )**

Concurso para el diseño del afiche 2014	
Bienal de arte, fotografía y grafiti	
Realización de juegos familiares e infantiles	
Desfile de pendoneros y trajes otavaleños	
Eventos deportivos donde participen toda la ciudadanía otavaleña	
Competencia y participación de caballos de paso	
Feria turística, artesanal y gastronómica	
Noche cultural y juegos pirotécnicos	
Conciertos, verbenas, festival de bandas de pueblo	
Que se mantenga la propuesta Otavalo en oferta	
Foros, videos o teatro en vivo sobre el origen del Yamor	
Carreras automovilísticas o de bicicletas	
Programas para personas de la tercera edad	
Campeonatos barriales	

otros \_\_\_\_\_

**10.- ¿A qué hora le gustaría que se desarrolle el pregón de fiestas?**

- a) 18:00 horas
- b) 19:00 horas
- c) 20:00 horas
- Otros

**11.- ¿Qué dificultades o problemas considera usted que traen las fiestas del Yamor a Otavalo?**

Delincuencia	
Mala imagen de Otavalo	
Excesivo consumo de alcohol y drogas	
Contaminación	
Prostitución	
Accidentes de tránsito y mucho trafico	
Muertes, heridos	
Calles convertidas en baños	
Al contrario trae beneficios	
Falta de espacios para eventos	
Mal manejo de presupuestos	
Inseguridad	
Exceso de ruido	

**12.- ¿Que estrategias promocionales ha visto que se han utilizado con mayor énfasis en los últimos años en las fiestas del Yamor? (MENCIONE 3)**

- a) Prensa escrita (Revistas y diarios) b) Tv (spots) c) Radio
- d) Internet (redes sociales) e) Publicidad Móvil (Buses Taxis)
- f) Publicidad Estática (Cabinas, Kioscos, Tiendas) g) Banners
- h) Vallas i) Flayers j) Trípticos k) Volantes l) Gigantografias
- m) Inflables

**13.- ¿Cree usted que cada año se va innovando las fiestas del Yamor?**

- a) Si se va innovando
  - b) No se va innovando
- Por qué? \_\_\_\_\_

**14.- Piensa usted que el Comité de Fiestas ha utilizado los medios publicitarios adecuados para lograr posicionar las fiestas del Yamor internacionalmente?**

- a) Si b) no
- Porque: \_\_\_\_\_

**15.- ¿Con que frecuencia visita la ciudad de Otavalo?**

- a) Cada 6 meses b) cada año c) Primera vez

Que radio escucha \_\_\_\_\_

Canal de televisión sintoniza \_\_\_\_\_

Cuál es su periódico de preferencia \_\_\_\_\_

**DATOS TÉCNICOS**

**EDAD:** 15-18( ) 19-25( ) 26- 35 ( ) 36- 45( ) 46-55( ) 56-64( )

**SEXO** M ( ) F ( )

**NIVEL DE INSTRUCCIÓN:**

- a) Primaria b) Secundaria c) Superior d) Ninguna

**OCUPACIÓN:**

- a) Estudiante b) Comerciante c) Empleado Privado d) Empleado Público  
e) Artesano f) Ama de casa j) Chofer h) Otro \_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

## Anexo 4 modelo de encuesta dirigida a la población otavaleña



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERIA EN MERCADOTECNIA**

La presente encuesta tiene como finalidad conocer cómo se encuentran actualmente la publicidad y la promoción de las fiestas del Yamor y costumbres tradicionales con el objetivo de mejorar su reposicionamiento.

ENCUESTA DIRIGIDA A LA CIUDADANIA OTAVALEÑA

**1.- ¿Conoce el origen de las fiestas del Yamor en Otavalo?**

a) Si conoce    b) No conoce

Cuál es-----

**2.- ¿Qué beneficios piensa que traen las fiestas del Yamor a Otavalo?**

Turismo	
Comercio	
Interculturalidad	
Hermandad	
Diversión, distracción	
Economía	
Desconoce	
Mantener la cultura y costumbres	
Visita de familiares y mucha gente	
Promoción de la ciudad	

**3.- ¿Estaría usted dispuesto a participar en forma activa involucrándose en la realización de un evento en las fiestas?**

a) Si me involucrara    b) No me involucrara

Por qué? -----

**4.-Previo al inicio de las fiestas del Yamor, ¿tenía usted conocimiento de la programación por desarrollarse?**

a) Si tiene conocimiento                      b) No tiene conocimiento  
 Porque? -----

**5.- ¿Qué recomendaría al comité de fiestas para mejorar este evento el próximo año?**

Mejorar la organización del evento	
Invitar a más delegaciones nacionales e internacionales	
Innovar la realización del evento	
Manejar la puntualidad	
Realización de comparsas barriales, juveniles, infantiles e instituciones educativas	
Realizarlo más temprano, que no dure tanto	
Considerar las costumbres antiguas y al sector indígena	
Establecer el control de la venta de alcohol	
Una mayor colaboración y mejorar el presupuesto por parte del Municipio de Otavalo	
Considerar la opinión ciudadana	
Otros	

**6.- ¿Qué recomendaría al comité de fiestas para mejora las competencias del 4x4?**

Mayor publicidad y difusión	
Realizarlo en otro lugar	
Que las carreras vuelvan a realizarse junto con las fiestas	
Tener buena organización	
Competidores de élite y mejor preparados	
Pistas en mejores condiciones	
Implementar más medidas de seguridad	
Invitaciones a nivel nacional e internacional	
Crear un espacio para alimentos y bebidas adecuados	
Mejorar los premios	
Inscripciones menos costosas	

**7.- ¿Qué recomendaría al comité de fiestas para mejorar el Festival artístico musical “Noche en Homenaje a las Marías”**

Mayor organización	
Artistas de calidad	
Puntualidad	
Unión y mejor organización	
Incorporar orquestas e informar	
Gratuidad en el evento	
Realizarlo en un lugar más adecuado	
Destinar mayores recursos	
Mayor publicidad	
Más graderíos	
Mayor seguridad	
Control de bebidas alcohólicas	
Realizarlo más temprano	
Que el evento sea más largo	
Tiempo de presentación artístico más corto	
Colocación de carpas para la lluvia	
Incorporar grupos de danza y teatro	

**8.- ¿Qué recomendaría al comité de fiestas para mejorar la Travesía natatoria de la laguna San Pablo?**

Mas nadadores internacionales	
Transmisión por tv	
Mayor publicidad	
Mejorar la organización	
Inscripciones gratuitas	
Que no sea tan temprano	
Mejorar los premios	
Mejor preparación de nadadores otavaleños	
Que se realice un fin de semana	
Que se pueda visualizar mejor	
Mejorar la limpieza del lugar	
Más seguridad	
Mas puntualidad	
Incrementar boyas de orientación	
Mayor interés para que no desaparezca	

**9.- ¿Piensa que actualmente las fiestas del Yamor recogen las tradiciones de su origen?**

a) Si b) No

Por qué?-----

**10.- ¿Qué tipo de eventos le gustaría que se incluya en la programación de fiestas del Yamor?**

Concurso para el diseño del afiche 2014	
Bienal de arte, fotografía y grafiti	
Realización de juegos familiares e infantiles	
Desfile de pendoneros y trajes otavaleños	
Eventos deportivos donde participen toda la ciudadanía otavaleña	
Competencia y participación de caballos de paso	
Feria turística, artesanal y gastronómica	
Noche cultural y juegos pirotécnicos	
Conciertos, verbenas, festival de bandas de pueblo	
Que se mantenga la propuesta Otavalo en oferta	
Foros, videos o teatro en vivo sobre el origen del Yamor	
Carreras automovilísticas o de bicicletas	
Programas para personas de la tercera edad	
Campeonatos barriales	

**11.- ¿Dónde le gustaría que se realicen los eventos programados para las fiestas del Yamor?**

a) Parque Bolívar b) En los barrios de la ciudad c) En las piscinas Neptuno Otros (cuales)

**12.- ¿A qué hora le gustaría que se desarrolle el pregón de fiestas?**

a) 18:00 horas b) 19:00 horas c) 20:00 horas Otros

**13.- ¿Qué dificultades o problemas considera usted que traen las fiestas del Yamor a Otavalo?**

Delincuencia	
Mala imagen de Otavalo	
Excesivo consumo de alcohol y drogas	
Contaminación	
Prostitución	
Accidentes de tránsito y mucho trafico	
Muertes, heridos	
Calles convertidas en baños	
Al contrario trae beneficios	
Falta de espacios para eventos	
Mal manejo de presupuestos	
Inseguridad	
Exceso de ruido	

**14.- ¿Que estrategias promocionales ha visto que se han utilizado con mayor énfasis en los últimos años en las fiestas del Yamor? (MENCIONE 3)**

a) Prensa escrita (Revistas y diarios) b) Tv (spots) c) Radio d) Internet (redes sociales) e) Publicidad Móvil ( Buses Taxis) f) Publicidad Estática (Cabinas, Kioscos, Tiendas) g) Banners h) Vallas i) Flayers j) Trípticos k) Volantes l) Gigantografias m) Inflables

**15.- ¿Cree usted que cada año se va innovando las fiestas del Yamor?**

a) Si se va innovan b) No se va innovando  
Porqué: \_\_\_\_\_

**16.-¿Cree usted que en los últimos años de programación de las fiestas del Yamor el Comité de fiestas ha realizado actividades con el fin de recuperar las costumbres tradicionales de Otavalo?**

a) si se recupera b) no se recupera  
Cuales: \_\_\_\_\_  
Porque: \_\_\_\_\_

**18.- Cómo califica usted la utilización de medios publicitarios que utiliza el comité de fiestas para posicionar las fiestas del Yamor a nivel internacional?**

a) excelente b) muy bueno c) bueno d) regular e) malo  
Porque: \_\_\_\_\_

**19.- Piensa usted que debería existir la participación de la opinión de la ciudadanía otavaleña a través de un estudio de mercado para el fortalecimiento de la programación de las fiestas del Yamor.**

a) si debe existir participación b) no debe existir participación

Porque:\_\_\_\_\_

**20.- Porque cree usted que se han ido perdiendo las costumbres tradicionales dentro de la programación de fiestas del Yamor?**

\_\_\_\_\_

Que radio escucha\_\_\_\_\_

Canal de televisión sintoniza\_\_\_\_\_

Cuál es su periódico de preferencia\_\_\_\_\_

### **DATOS TÉCNICOS**

**EDAD:** 15-18( ) 19-25( ) 26- 35 ( ) 36- 45( ) 46-55( ) 56-64( )

**SEXO** M ( ) F ( )

**NIVEL DE INSTRUCCIÓN:**

a) Primaria b) Secundaria c) Superior d) Ninguna

**OCUPACIÓN:**

a) Estudiante b) Comerciante c) Empleado Privado d) Empleado Público

e) Artesano f) Ama de casa j) Chofer h) Otro\_\_\_\_\_

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!**

## **Anexo 5 nombres de personas entrevistadas**

- Dra. Melva Guarderas
- Sociólogo. Mario Conejo
- Ing. Cesar Chicaiza
- Sr. Galo Santillán
- Msc. Marlon Gómez
- Sr. Marcelo Burbano
- Srta. Andrea Pomasqui
- Sr. Alberto Encalada
- Sra. Cristina Teanga
- Sr. Gerson Ruíz
- Srta. Marian Morocho
- Sra. Olivia Morán
- Licenciado Geovanny Encalada
- Señora Anita Subía.
- Señor Marcelo Bastidas.
- Señora Martha Hernández
- Señorita Gabriela Carrillo.

## **Anexo 6 Entrevista de la sra directora de fiestas del Yamor 2013**

Dra. Melva Guarderas Guarderas

Presidente de la Junta Directora de la Fiesta Yamor 2013

Aún falta dos meses para la celebración que pone al límite los sentimientos de cientos otavaleños que ven en la Fiesta del Yamor, la fiesta de la unidad de la familia otavaleña. Desde ya el activo Comité trabaja arduamente para que estas fiestas sean el punto de encuentro de propios y forasteros. Vemos con agrado como las voluntades de instituciones públicas y privadas se suman para que esta sea diferente, y por ello, mi agradecimiento efusivo y formal, a través de este espacio.

Tenemos desde ya como Madrina a la Sra. Gabriela Rivadeneira Burbano, Presidenta de la Asamblea Nacional. La celebración septembrina tendrá un toque singular, marcado por la buena voluntad y el trabajo desinteresado de todos quienes somos parte del Comité, respetando cada uno de los artículos plasmados en la Ordenanza que regula la Organización de las Fiestas del Yamor.

Que la oportunidad que se la otorgado de ser directora de las fiestas más alegres en la ciudad más amables del país, se plasme en conseguir la unidad de los otavaleños en estas fiestas.

Sabremos responder con respeto esta labor. Como mujer otavaleña me complace servir a la ciudad junto a los miembros del comité y el equipo municipal.

Invito a ustedes a estar expectantes de lo que acontece entorno a la organización de la fiesta y a informarse en los medios creados para este efecto y tendremos la oportunidad de surgir y comentar sobre la organización de la fiesta.

**Anexo 7 Ficha de observación de los cuatro eventos principales de las fiestas del Yamor**

Fecha	31/08/2013
Horario de inicio del pregón de fiestas	19:00 hasta las 23:00
Número de Grupos invitados	20 grupos
Número de carros alegóricos	20
Nacionalidad de los grupos danzantes	Colombianos, Bolivianos y Ecuatorianos
Precio de los graderíos	2.50 dólares
Recorrido del pregón	Avenida 31 de Octubre hasta la circunvalación de la calle Quiroga
Horario de la Elección de la Reina	01/09/2013 inicio: 20:30 hasta 24:30
Número de coreografías tanto de las candidatas como los grupos invitados	6
Precio de la entrada	Se obsequiaron 5.000 pases de cortesía
Lugar de realización	Parque central de la ciudad Simón Bolívar
Horario del Festival a las Marías	Inicio 20:00 hasta 03:00
Artista exclusivo	Américo
Numero de grupo de artistas	4
Artistas ecuatorianos	Trio las Tres Marías, Hermanos Nuñez y el Trios Colonial
Precio de las entradas	5, 10 y 20 dólares.
Horario Travesía Natatoria lago San Pablo	Inicio 08:00 a 10 de la mañana
Número de Competidores	180 participantes

**Anexo 8 Publicación de las fiestas del Yamor en el Periódico Diario El Norte**



**Anexo 9 Publicación del evento homenaje a las marías en el periódico diario el Norte**



**Anexo 10 Publicación del evento homenaje a las marías en el periódico diario el norte**

**TARIFAS PUBLICIDAD**  
DE LUNES A VIERNES (CUALQUIER DÍA)

TAMAÑO	BLANCO Y NEGRO	FULL COLOR
1/4 PÁGINA	73.92	147.84
1/2 PÁGINA	147.84	295.68

**TARIFAS PUBLICIDAD FIN DE SEMANA**  
SÁBADO Y DOMINGO

TAMAÑO	BLANCO Y NEGRO	FULL COLOR
1/4 PÁGINA	80.64	161.28
1/2 PÁGINA	161.28	322.56

25 años

Editorial ANNA Asociados  
Cta. Ltda.  
RUC: 170620313001  
PASAJE SUCOLTA

EL NORTE www.elnorte.ec

IBARRA: Mtro. Juan José Flores 11-83 y Fabro Rosales | (04) 2943 873 / 2955 486 / 2943 875 / 2951 330 | Fax: 2943 864  
AGENCIAS: QUITO | (02) 333 2062 / 3332140 / 3332149 - CAYAMBE | (02) 23821199 - TULCAN | (06) 0982 024 - OTAVALO | (06) 2003 302 - GUAYAQUIL | (04) 2136 416

**Anexo 11 Proformas de artículos publicitarios ONVIA**

**Proforma**, 05 de Agosto, 2013

**PROFORMA N° 472**  
**CLIENTE: KATERINE ENCALADA**

CANT.	DESCRIPCION	V / U	PRECIO
1500	TARJAS DE CERAMICA DE SUBLIMACION, LARABLES, IMPRESION FULL COLOR.	\$ 3,98	\$ 5,970,00
1500	TARJAS DE CERAMICA DE SUBLIMACION MAGNOS LARABLES, IMPRESION FULL COLOR.	\$ 7,34	\$ 11,010,00
1000	MOJUE PAT EN REDONDO Y CUADRO, IMPRESOS EN BORDADADURA, FULL COLOR, LARABLES.	\$ 3,48	\$ 4,960,00
6000	NOTAS VOLANTES TAMAÑO 10 X 11CM, FULL COLOR, IMPRESION DOS LADOS.		\$ 225,00
6000	TRIFOLIOS FULL COLOR, IMPRESION DOS LADOS, TAMAÑO A4.		\$ 392,00
40	BANERS EN PVC Y VINILO, PARA EL EXTERIOR, TAMAÑO, 60CM X 10CM.	\$ 4,97	\$ 198,80
3	ROLL 192 DE 2M X 30CM, CON ESTRUCTURA Y ARMADOS.	72,80	\$ 264,00

**FORMA DE PAGO:** 50% ANTICIPO, EL OTRO 50% CONTRA ENTREGA.  
**PRECIOS:** Incluye 12% IVA.  
**PROFORMA:** Valida por 30 días.  
Esperando que nuestra propuesta sea favorable a sus intereses, nos mantenemos de usted.  
Atentamente:  
ONVIA diseño

Cta. Bolívar 14-02 y 42 Cuenca, Otavalo, Cuenca | (06) 2943 873 / 2955 486 / 2943 875 / 2951 330 | Fax: 2943 864  
www.onvia.com.ec

## Anexo 12 proformas de artículos publicitarios

### SIGNAL PRIN



**SIGNAL  
PRINT**



**PROFORMA**

diseño gráfico/corporativo/publicitario/editorial/Imprenta offset/señalética/rotulación/gigantografías

**Cliente:** Dayana Arias  
**Dirección:** Otavalo  
**Fecha:** 5 de septiembre del 2013

**Telf.:** 0994389335  
**RUC:**

Cant.	Detalle	V. Unitario	V. Total
300	Camisetas tipo POLO	7,50 USD.	2.250,00 USD.
200	Gorras bordadas	3,50 USD.	700,00 USD.
600	Llaveros tipo botón con descorchador	1,50 USD.	900,00 USD.
200	Esferos impresos a un color	0,50 cvts.	100,00 USD.
		<b>SUBTOTALS</b>	
		I.V.A. 0%	
		I.V.A. 12%	
		<b>TOTALS</b>	

**Recibí Conforme**

**Entregué Conforme**

**NOTA:** Todos los trabajos estan realizados en materiales de buena calidad por lo cual tienen garantia.  
**Forma de Pago:** 50% de adelanto y se cancela el saldo contra entrega.

☛ Sucre 10-57 y Pérez Guerrero

☎ 2606 044 / 0999358549

✉ signalprint@hotmail.com

## Anexo 13 proformas de artículos publicitarios



Ciente: Katherine Encalada

Dirección: \_\_\_\_\_

Ruc: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Fecha: 08-11-2013

### PROFORMA

CANT	Detalles	Valor U.	Valor T.
3	stads medida 40 cm x 80 cm x 1,90 impresion vinil adhesivo brillante alta calidad Estructura de aluminio	140,00	420
1000	libretas ecologicas medidas 10x14 cm pastas couche 250gramos Full color 50 hojas internas sin impresion papel periodico anillado (anillo plastico)	0,54	540
3	Stand 3 partes - madera - Vinil adhesivo impresion alta calidad - Troquelado (Cara Papa Noel) - Medidas 220 cm x 65cm cada parte	185,00	555

TIEMPO DE ENTREGA

## Anexo 14 Programa de fiestas del año de 1970.

Día	Programa
Vienes 4	Inicio de fiesta
Sábado 5	Apertura de la exposición y centro comercial folklórico
	Inauguración exposición de agricultura
	Primera reunión del concurso nacional de riña de gallos
	Toros populares en la plazoleta del barrio Monserrate
	Elección, proclamación y coronación de la reina del Yamor 1970
	Regocijos populares en el barrio Punyaro
	Misa campal en la cruz de la gruta del Socavón
	Festival popular barrios Monserrate y Punyaro
	Baile organizado por el Club Stalingrado
	Baile de gala en honor a la Reina
Domingo 6	Congreso nacional de pesca en el lago San Pablo
	Circuito y reunión automovilística
	Toros populares
	Segunda reunión del concurso nacional de riña de gallos
	Presentación del teatro ensayo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana
	Baile en honor a la reina del Yamor 1970
Lunes 7	Apertura de la exposición de pinturas
	Programa cultural
	Apertura de la exposición de pinturas 1900 – 1925
	Show sorteo
	Bufet en honor de la reina del Yamor 70 y su corte de honor ofrecido por el Banco La Filantrópica
	Toros populares
	Partidas simultáneas de ajedrez
	Festival popular de barrios el Empedrado y el Batán
	Serenata a las Marías
Martes 8	Carrea de coches de Madera
	Exposición de Pintura infantil
	Expo ferias
	Concurso de pelota de mano

Fuente: Comité de Fiestas