



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities®

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA DE RELACIONES PÚBLICAS PARA
ATRAER VISITAS DEL TURISMO CAPITALINO A LA QUINTA
DE JUAN LEÓN MERA, UBICADA EN LA PARROQUIA
ATOCHA DE LA CIUDAD DE AMBATO.”**

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada
en Comunicación Corporativa.**

Profesor Guía:

Licenciado Hernán Egüez

Autora:

María Piedad Miño Rodríguez

Año

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente.

Hernán Egüez

Licenciado en Comunicación Social

1705683306

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

María Piedad Miño Rodríguez

1802989069

RESUMEN

El propósito de este trabajo de titulación es el de realizar una propuesta atractiva, basada en las Relaciones Públicas, para promover entre los habitantes de la ciudad de Quito el visitar la Quinta de Juan León Mera en la ciudad de Ambato. La Quinta de Juan León Mera ofrece un espacio auténtico y maravilloso donde se puede encontrar muchas de sus pertenencias personales y familiares que cuentan una parte importante de la historia de este ilustre escritor ecuatoriano más allá de lo por lo que es generalmente conocido.

Declarada “Patrimonio Histórico Nacional”, la propiedad tiene como atractivo una estructura arquitectónica original y un asombroso entorno botánico con más de 200 especies vegetales nativas, endémicas e introducidas, únicas en Suramérica.

La quinta es un paraíso de enorme riqueza artística y cultural, con una gran cantidad de flora y fauna sumándose a un entorno de naturaleza típica de la zona que lo hacen un icono de la región de la provincia de Tungurahua.

Con una extensión aproximada de cinco hectáreas la Quinta está rodeada de varios caminos empedrados con adoquines de piedra tradicionales extraídos de las canteras de Pishilata y originarios de las calles más antiguas de la ciudad de Ambato.

Este lugar constituye un espacio verde en la mitad de una ciudad que se desarrolla hacia el progreso, es la casa de las más íntimas querencias de Don Juan León Mera, aquella a la que regresó para morir y con la que se inspiró para escribir sus más grandes obras literarias y sus más hermosas pinturas, entre ellas “El Cristo Sobre el Valle de Palama”, ligándonos para la posteridad el símbolo de la nacionalidad ecuatoriana.

ABSTRACT

The purpose of this essay is to present an attractive proposal, based on Public Relations, to promote the wonderful marvel of “La Quinta de Juan Leon Mera” in Ambato to the citizens of Quito. “La Quinta de Juan Leon Mera” offers an authentic and wonderful place where we will be able to find many of Juan Leon Mera’s and his families personal belongings that tell us a different side of the famous Ecuadorian writer.

Declared as a Historical National Landmark, “Patrimonio Historico Nacional”, the property has an attractive original architecture and an astounding botanical surrounding with more than 200 different species including native, and artificially introduced varieties of plants unique to South America.

The “Quinta” is filled with rich artistic and cultural history throughout its scenic surroundings. This mid-city paradise has a vast flora and fauna that combine with the natural habitat making it a true icon of the province of Tungurahua.

The five hectare “Quinta” is surrounded by various stone roads made in the traditional manner from the quarries of Pishilata and used in the oldest streets of the city of Ambato.

This place is a breath of fresh air, a green oasis, in the center of the city that is developing with progress. It is the home of the most intimate sentiments of Don Juan Leon Mera, place to where he chose to return to for his final days and where he found inspiration for some of his most renowned literary and artistic work such as “El Cristo Sobre El Valle De Palama”, eternally linking for posterity the symbol of Ecuadorian national pride.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Introducción | 1 |
| 1. Capítulo I | 2 |
| 1.1. Municipio de la ciudad de Ambato | 2 |
| 1.1.1. Departamentos del Municipio de Ambato | 2 |
| 1.1.1.1. Departamento de Cultura | 3 |
| 1.2. Ambato | 4 |
| 1.2.1. Fundación de Ambato | 4 |
| 1.2.2. La Fiesta de las Flores y de las Frutas | 6 |
| 1.3. Hombres Ilustres de la ciudad de Ambato | 8 |
| 1.3.1. Juan Montalvo | 8 |
| 1.3.2. Juan Benigno Vela | 9 |
| 1.3.3. Luis A. Martínez | 10 |
| 1.4. Platos Típicos | 11 |
| 1.5. La Catedral | 12 |
| 1.6. Pinllo | 13 |
| 1.7. Quisapincha | 13 |
| 1.8. Pillaro | 14 |
| 1.8.1. La Diablada | 14 |
| 2. Capítulo II | 16 |
| 2.1. La Quita de Juan León Mera | 16 |
| 2.1.1. Ubicación | 17 |
| 2.1.2. Herramientas de Comunicación | 18 |
| 2.1.3. Organigrama | 18 |
| 2.1.4. Capacidad | 18 |
| 2.1.5. Infraestructura | 19 |
| 2.2. Juan León Mera | 19 |
| 2.2.1. Juan León Mera, hombre público y de honores | 22 |
| 2.2.2. Cronología de los principales cargos públicos | 31 |
| 2.2.3. Autodidacta, polígrafo y publicista | 33 |
| 2.2.4. El poeta, crítico y sociólogo | 34 |
| 2.3. Padre de Juan León Mera | 35 |
| 2.4. Josefa Martínez | 35 |
| 2.5. Nicolás Martínez Vásconez | 36 |
| 2.6. Cumandá | 38 |
| 3. Capítulo III | 40 |
| 3.1. Comunicación Corporativa | 40 |
| 3.1.1. El triángulo de la comunicación | 43 |
| 3.1.2. Su acción transversal | 43 |
| 3.1.3. La gestión global | 44 |

| | |
|---|----|
| 3.1.4. El director de comunicación | 45 |
| 3.2. Identidad corporativa | 45 |
| 3.3. Imagen corporativa | 50 |
| 3.4. Filosofía y cultura organizacional | 53 |
| 3.5. Relaciones Públicas | 56 |
| 3.5.1. Funciones de relaciones públicas | 58 |
| 3.5.2. Herramientas | 59 |
| 3.6. Campañas de Relaciones Públicas | 60 |
| 3.7. Opinión Pública | 61 |
| 3.8. Publicidad | 61 |
| 3.8.1. Herramientas de publicidad | 62 |
| 3.8.1.1. Flyers | 62 |
| 3.8.1.2. Banners | 62 |
| 3.8.1.3. Redes Sociales | 63 |
| 3.8.1.3.1. Facebook | 63 |
| 3.8.1.3.2. Twitter | 64 |
| 4. Capítulo IV | 65 |
| 4.1. Objetivos de la investigación | 65 |
| 4.1.1. Objetivo General | 65 |
| 4.1.2. Objetivos Específicos | 65 |
| 4.2. Tipo de estudio | 65 |
| 4.2.1. Exploratorio | 66 |
| 4.2.2. Descriptivo | 66 |
| 4.2.3. No experimental | 66 |
| 4.3. Métodos de investigación | 66 |
| 4.3.1. Inductivo | 66 |
| 4.3.2. Deductivo | 67 |
| 4.3.3. Análisis | 67 |
| 4.3.4. Síntesis | 67 |
| 4.3.5. Estadístico | 67 |
| 4.4. Fuentes de Investigación | 68 |
| 4.4.1. Primarias | 68 |
| 4.4.2. Secundarias | 68 |
| 4.5. Técnicas de investigación | 68 |
| 4.5.1. Documentación | 68 |
| 4.5.2. Encuesta | 69 |
| 4.5.2.1. Población | 69 |
| 4.5.2.2. Muestra | 69 |
| 4.5.2.3. Diseño de la encuesta | 70 |
| 4.5.2.4. Encuestas a la población quiteña | 70 |
| 4.5.2.4.1. Conclusiones de las encuestas | 82 |

| | |
|---|------------|
| 4.5.3. Entrevistas | 83 |
| 4.5.3.1. Diseño de la entrevista | 84 |
| 4.5.3.2. Síntesis de las entrevistas | 84 |
| 4.5.3.2.1. Conclusiones de las entrevistas | 88 |
| 4.5.4. Conclusiones de la Investigación | 89 |
| 5. Capítulo V | 90 |
| 5.1. Desarrollo de la campaña | 90 |
| 5.1.1. Tipo de la campaña | 90 |
| 5.1.2. Nombre de la campaña | 90 |
| 5.1.3. Slogan de la campaña | 90 |
| 5.2. Conocimiento de la empresa | 91 |
| 5.2.1. Misión y Visión | 91 |
| 5.2.2. FODA | 93 |
| 5.3. Objetivos | 95 |
| 5.3.1. Objetivo general | 95 |
| 5.3.2. Objetivos específicos | 95 |
| 5.4. Públicos de las campañas | 96 |
| 5.5. Descripción de estrategias y acciones de la campaña | 97 |
| 5.6. Cronograma | 98 |
| 5.7. Presupuesto | 99 |
| 5.8. Evaluación | 100 |
| 5.9. Diseño de logotipo (Anexo 3) | 101 |
| 5.10. Identidad visual (Anexo 4) | 101 |
| 6. Capítulo VI | 102 |
| Conclusiones | 102 |
| Recomendaciones | 103 |
| Bibliografía | 104 |
| Anexos | 105 |

Introducción

Las Relaciones Públicas vinculan comunicacionalmente una empresa con todos sus públicos sean estos internos, intermedios o externos, adecuando el mensaje para cada uno de ellos en conjunto a propósitos previamente establecidos logrando una feedback positiva de parte de ellos, ya que dentro de esta rama se escucha y atiende las necesidades de sus públicos objetivos, es por eso que se utiliza como una ventaja competitiva a la hora de posicionar un producto o servicio

Una campaña de Relaciones Públicas se vale de la Publicidad, del Marketing, de la información y promoción no pagada, aunque estas dos primeras tienen el fin de vender, mientras que esta disciplina solo se enfoca en la imagen institucional; al usar esta herramienta comunicacional no se requiere grandes sumas de dinero lo que hace es vincular diferentes canales para transmitir el mensaje de acuerdo a los problemas detectados y direccionados según los objetivos planteados.

Para realizar una campaña de relaciones públicas se puede basar en las siguientes herramientas: La organización de eventos, lobbying, relaciones con medios de comunicación como diarios, revistas, radio, televisión, internet.

CAPÍTULO 1

Ambato Cuna de Cultura

1.1 Municipio de la ciudad de Ambato

Es una construcción del año 1900 aproximadamente, su fachada es de materiales tradicionales como piedra y pishilata, entre sus técnicas destacan unas obras arquitectónicas importantes, por cuanto marca una época en el desarrollo urbano de la ciudad. La edificación consta de dos partes, una moderna hecha en hormigón armado y la antigua con arquitectura clásica hecha en piedra tallada con ventanales y pisos de madera y balcones que resaltan su antigüedad.

El Municipio de Ambato está situado en la avenida Bolívar frente al parque Montalvo, en una parte central de la ciudad.

En el año 2000 fue electo como Alcalde de la capital de la provincia de Tungurahua el Arquitecto Fernando Callejas Barona ganó la reelección para un segundo período con una de las más altas votaciones en todo el país. El Alcalde fue apoyado por diferentes movimientos políticos y sociales obteniendo así buenas alianzas con el fin de realizar proyectos que beneficien a Ambato.

Siempre trabajando de la mano con el Prefecto de la provincia de Tungurahua, el Ingeniero Fernando Naranjo realizan obras importantes para la ciudad, obteniendo el afecto de los habitantes y la aceptación de los mismos.

1.1.1 Departamentos del Municipio de Ambato

El Municipio está conformado por veinte departamentos cada uno de estos representado por personas capacitadas para realizar el mejor trabajo dentro de estos.

Cada uno se encarga de manejar partes importantes para Ambato, trabajan por separado pero todos tienen la obligación de presentar las obras y ser

autorizados por el Alcalde el Arq. Fernando Callejas, por lo que siempre está al tanto de cada paso que se da dentro de cada uno de los departamentos.

Los departamentos y sus representantes:

Tabla I.1

| Departamentos | Representantes |
|-----------------------------------|-------------------------------|
| Avaluos y Catastros | Arq. Manuel Guzmán |
| Planificación | Arq. Mariana Ortiz |
| Transito | Arq. Trajano Sánchez |
| Jurídico | Dr. Angel Polibio Chaves |
| Hospital Municipal | Dr. Ramiro Coronel |
| Servicios Públicos | Dr. Vicente Pérez |
| Coordinación de Alcaldía | Agustín Sánchez Lalama |
| Higiene | Dra. María de Lourdes Llerena |
| Informática | Ing. Francisco López |
| Recursos Humanos | Ing. José Jácome |
| Obras Públicas | Ing. Mariana Buena Ventura |
| Administrativo | Ing. Mauricio Rodríguez |
| Auditor | Ing. Marco Rodríguez |
| Financiero | Sr. Ney Abedrabbo |
| Cultura | Silvia Pachano |
| Secretario Municipal | Lic. Ciro Gómez |
| Tesorera Municipal | Ec. Isabel Castro |
| Compras Públicas | Ing. Ivon Mayorga |
| Desarrollo social | Ing. Homero Vega Espinel |
| Planeación estratégica patrimonio | Arq. Marcelo Aguiar Acosta |

Fuente: Municipio de Ambato

Elaborado por: la Autora

1.1.1.1 Departamento de Cultura

Este departamento representado por Sylvia Pachano se encuentra separado del Municipio de la ciudad de Ambato por falta de espacio, actualmente está ubicado en la calle Rocafuerte y Lalama.

Este departamento no sólo se encarga de promover eventos culturales, asume un papel netamente creativo.

La idea es que requiera una política que descubra la cultura como elemento vital de la sociedad pues el desarrollo cultural trae un desarrollo en el desenvolvimiento social.

La Promoción Cultural tiene que ver con la incorporación masiva del conjunto social al desarrollo de ésta. Cuando la cultura nace de las vivencias propias de los actores sociales, de su forma de producir; de amar, de concebir el mundo, de luchas de recrear, de soñar, allí se convierte en una cultura nacida de la realidad, se cimienta en la sociedad porque es de ella y para ella. (Pachano, 2012)

Esta concepción de quehacer cultural unida a la necesidad urgente de descentralizar la actividad pública ha determinado que el Departamento de Cultura del I. Municipio de Ambato impulse la creación de equipos de Monitores como elementos que han de convertirse en ejes de reproducción de la promoción cultural en los varios rincones del cantón Ambato, su misión no es otra que crear estructuras locales permanentes de Promoción Cultural con elementos propios de cada comunidad.

Dentro de sus funciones está promocionar los lugares turísticos de la ciudad de Ambato como la Quinta de Juan León Mera, la Quinta y Casa Museo de Juan Montalvo, la Catedral, el Jardín Botánico, el parque de la Familia, entre otros.

Entre sus actuales funciones esta la restauración del museo de Luis A. Martínez para exhibir las obras más importantes del mismo.

1.2 Ambato

1.2.1 Fundación de Ambato

Una de las principales características de la época colonial fue una serie de terremotos erupciones y volcanes que interrumpieron el progreso de los pueblos; el terremoto de 1689 sorprendió a la población dejando muy pocos sobrevivientes; con este evento lamentable se hundió el Carihuayrazo que en

aquellas épocas competía con el Chimborazo en altura (Paredes Soria, 1988, p. 25).

La hermosa ciudad de Ambato, fue fundada el 6 de diciembre de 1698 por el Capitán Antonio Clavijo dentro del corregimiento de Riobamba (Castillo Jácome, 1985, p. 19), para el año de 1756 la población de la ciudad se había incrementado y contaba ya con unas 150 familias españolas y con unos 6000 indígenas (Castillo Jácome, 1985, p. 27) en este mismo año ascendió a una nueva categoría llamada Villa. Lamentablemente Ambato se volvió a destruir, pero la gente inició la última reconstrucción.

El 12 de noviembre de 1820 Ambato declara su independencia, el 23 de julio de 1860 se creó la Provincia de Tungurahua, un año más tarde el 21 de mayo de 1861 definitivamente se la bautiza con el nombre del volcán que está dentro de la Provincia mediante el decreto de la Convención Nacional.

Ambato es una hermosa ciudad que proviene de *Hambatu* o *Jambatu*, que significa la *Colina de la Rana*, está situada a 111 km al sur de la ciudad de Quito, cuenta con una población de 245.329 área urbana y 344.329 habitantes en todo el cantón (INEC, 2001), su clima es templado seco y económicamente es la cuarta ciudad del Ecuador. (Tamayo, 1988, p. 25)

El 5 de agosto de 1949 surgió un desastre natural que una vez más dejó al jardín del Ecuador en escombros, fue el terremoto de 6.8 grados en la escala de Richter, el sismo afectó a las poblaciones de la provincia de Tungurahua y dejó como saldo seis mil muertos y una ciudad en ruinas.

Este desastre natural destruyó grandes obras arquitectónicas de la época colonial, una de las más importantes fue la destrucción de la Iglesia Matriz la misma que estaba ubicada en pleno centro frente al parque Montalvo, dentro de este templo se sepultaron varios cadáveres de niños los mismos que se preparaban para realizar su primera comunión. Julio Castillo Jácome enfoca a sus lectores en su libro Historia de la Provincia de Tungurahua Tomo II a tener una imagen triste de la hermosa ciudad en donde ya no habían lugar para

enterar a más víctimas por lo que se cavaron fosas en los jardines del parque Montalvo para darles descanso a los muertos.

La ciudad “progresista” como la llamaban los habitantes de las provincias vecinas estaba destruida, sus edificios, casas, plazas, cementerios se vinieron abajo dejando como resultado miles de hogares destruidos, en mitad de las calles se observaba gran cantidad de cadáveres y llantos interminables por las irremediables pérdidas (Nicola, 1996, p. 34), el domingo 7 de agosto esa ciudad que caracterizaba por sus colores en frutas y flores parecía un cementerio gris.

Los habitantes de la ciudad de Ambato se encargaron de que el país entero la conozca como la ciudad progresista ya que surgió por 3 veces de los escombros y se convirtió en una de las ciudades más lindas e importantes del país.

1.2.2 La Fiesta de la Fruta y de las Flores

En 1949 año en el que ocurrió el desastre natural que dejó a la ciudad apagada y convertida en un cementerio se estaba planificando realizar una celebración en la ciudad llamada “fiesta de la Alegría” pero sólo quedó en ideas sin poder desarrollarlas por el terremoto, pero sirvió como el principal motor para convertirla en una de las fiestas más importantes y hermosas del país. (Castillo Jácome, 1985, p. 41)

Más tarde la celebración toma un giro importante y se decide que el nombre sería la Fiesta de las Flores y de las Frutas, nombre que nació por aceptar la belleza y voluntad de la madre naturaleza, el Dr. Ernesto Miño presidente del centro Agrícola Cantonal y sus socios fueron los organizadores principales de la primera fiesta el 17 de febrero de 1951.

Como es común en muchos actos siempre existen anécdotas y una de esas es que los hermanos Troya utilizaron un jeep para hacerle la forma de un braco y empezaron a entregar hojas volantes con July Albornoz para promocionar las Fiesta de la Alegría y como buenos marinos lograron esconder las botellas de alcohol y cuando encontraban a sus amigos no solo les daba un volante sino con un vasito de licor. (Castillo Jácome, 1985, p. 45)

Fue en 1962 mediante el Decreto Ejecutivo N. 586, que Don Alfredo Albornoz Sánchez junto al presidente Julio Arosemena que se declaró como fiesta nacional a la Fiesta de la Fruta y de las Flores.

Esta fiesta nacional se la celebra cada año en carnaval, es decir 40 días antes de la Semana Santa son los primeros meses del año puesto que se da la producción más grande de frutas y flores. Esta fiesta Nacional acoge muchísimos turistas los mismos que aprovechan la oportunidad para conocer los lugares turísticos de la ciudad.

Esta celebración cuenta con una serie de actividades dos semanas antes de los días de fiesta con la inscripción de las candidatas a reina de Ambato, Miss Colegial, reinas de diferentes instituciones como la Policía La Escuela de formación de Soldados, de Universidades, de empresas Privadas y Públicas, oficialmente la fiesta comienza con la elección de la soberana de la ciudad.

En los días de fiesta acuden a esta celebración gran cantidad de turistas de diferentes ciudades del Ecuador y del mundo y se realizan varios eventos como la misa de bendición de las flores, frutas y pan en el atrio de la Iglesia la Catedral, a esta asiste gente importante de Ambato y del país como el Presidente de la República, Vicepresidente, el Alcalde, el Prefecto de Tungurahua, las reinas de las ciudades del Ecuador y la celebración de la Eucaristía la da el Monseñor.

Otra actividad típica es el desfile de la Confraternidad, uno de los eventos más importantes de las Fiestas el mismo que se realiza a las 9 de la mañana el día domingo por las calles Cevallos y Bolívar, este desfile cuenta con la participación de las diferentes reinas de Ambato y de las diferentes ciudades de la provincia en carros alegóricos diseñados por diferentes personas contratadas por el Comité Permanente, los mismos que son los encargados de organizar año tras año esta celebración.

Otro desfile peculiar de la Fiesta de las Flores y de las Frutas es la Ronda Nocturnal, actividad con la que se concluyen las fiestas y se la lleva a cabo en la noche, son los mismos carros alegóricos pero con luces, color, puesto que

las reinas que utilizan esos carros tienen que ir disfrazadas; divertidas y coloridas comparsas separan a los carros alegóricos, estas comparsas son formadas por estudiantes de colegios o instituciones que realizan diferentes bailes para animar el desfile. Además cuenta con el Festival del Folclore, Festivales Gastronómicos, Festivales de Música, Conciertos.

1.3 Hombres Ilustres de la ciudad de Ambato

1.3.1 Juan Montalvo

Su nombre completo Juan María Montalvo Fiallos, nació el 13 de abril de 1832, sus padres fueron Marcos Montalvo y doña Josefina Fiallos, "su padre viene de una generación ilustre y se distinguió por sus prendas de inteligencia y energía, un poco adusto y de severas costumbres (Castillo Jácome, 1985, p. 47)

Montalvo igual que sus hermanos comenzó con sus estudios en la ciudad de Ambato, luego fue a Quito a continuar con sus estudios secundarios, más tarde ingreso a la Universidad Central del Ecuador a estudiar Derecho, pero no concluyó con sus estudios y regresó a su ciudad natal en donde profundizó sus estudios preferidos como filosofía, ciencias políticas, historia, literatura.

Dueño de una inteligencia extraordinaria, este joven liberal publicó artículos sobre Democracia, compartió el pensamiento político de Eloy Alfaro (Pérez, 1985, p. 25) y fue enemigo de Juan León Mera por sus ideologías políticas.

En lo que se refiere a ideas, Montalvo es uno de los más grandes Precursores de la formación moral de Continente Americano y el fundador mantenedor y eje del partido liberal Ecuatoriano, como lo fue también el Titán de las Libertades. De aquí el entusiasmo y el cariño de la juventud intelectual de América para la obra Montalvina. (Castillo Jácome, 1985, p. 13)

Sus maestros fueron sus libros que con gran amor y dedicación aprendió latín, griego, francés, italiano e inglés, se aislaba de todo en la ciudad de Baños, escenario principal de sus Sietes Tratados.

Montalvo viajó a París en donde vivió su vida intelectual más intensa luego regresó al Ecuador en donde publicó el Cosmopolita, aquí combatía el despotismo de García Moreno, en Ipiales escribió las Catilinarías, tiempo

después va a España en donde le proponen ingresar a la Real Academia de la Lengua, sin éxito.

Entre sus libros están los Siete Tratados, los Capítulos que se le olvidaron a Cervantes, el Quijote, e libro de las Pasiones, entre otros.

En París en 1886 contrajo neumonía lo que se convirtió en derrame pleural, el 17 de enero de 1889 murió.

EL 12 de abril de 1932 su cuerpo llegó a Ambato a su mausoleo ubicado en la calle con su nombre.

1.3.2 Juan Benigno Vela

Nació en 10 de julio de 1843 y murió el 24 de febrero de 1920, proveniente de una familia de aristocrático linaje pero no gozaba de riquezas económicas, él completa la trilogía de los 3 Juanes.

Un niño con capacidades impresionantes para el estudio y sobre todo para las letras, la Gramática y la poesía; tenía una memoria admirable era reconocido por la misma en las diferentes Instituciones en donde culminó con sus estudios. Al vivir en una época difícil le tocó mudarse a diferentes ciudades para seguir con su preparación como a Latacunga y a Quito en donde se graduó de Abogado profesión que se dedicó a ejercerla con enorme amor y dedicación con el fin de sobresalir en lo que hacía.

Vela por su inclinación política liberal, se dedicó a escribir diversos artículos sobre la libertad en contra de García Moreno por lo que fue sometido a destierros, persecuciones e incluso torturas, estas cosas fueron su principal motor para luchar por sus ideales y vencer a sus opositores.

Su participación en puestos políticos le distinguieron tanto dentro de la provincia de Tungurahua como en el país; gran amigo del luchador Eloy Alfaro con el mismo que se identificaba por sus inclinaciones políticas, es por esta razón que éste le designó Delegado especial con amplios poderes en Quito para que organizara al Gobierno, cargo que Juan Benigno Vela supo ejercerlo de la mejor manera. Alfaro le designó para que realice la nueva Constitución.

Por sus logros políticos despertó envidias y odios por sus opositores políticos y al perder completamente su vista y el oído no se le consideraba ciudadano por no saber leer ni escribir, pero sus conocimientos y habilidades le llevaron a que siguiera triunfando en la vida política, pues obtuvo el puesto de Senador hasta su muerte.

Dueño de un carácter y moral intachable se negó a varias propuestas por dinero y a pesar de ser sordo, ciego hasta un poco cojo fue un hombre que marcó en la vida de un país, que luchó por su libertad. (Castillo Jácome, 1985)

1.3.3 Luis A. Martínez

Luis Alfredo Martínez Holguín nació el 23 de junio de 1869 y murió el 26 de noviembre de 1909.

Martínez es conocido por ser multifacético, pues fue “pintor, escritor, político y narrador ecuatoriano” (Castillo Jácome, 1985, p. 35).

Se dedicó exclusivamente a relatar historias realistas, su obra más importante fue “A la Costa”, aquí relata su viaje a la misma y cuenta paso por paso lo que vivió, lo que observó, las realidades de un viaje de una cultura con sus alegrías e inmensas tristezas por el racismo hacia un pueblo en donde abundaba la pobreza e incluso sus desgracias, “al narrar lo hace de una manera que parece que son fotografías vivas”. (Castillo Jácome, 1985, p. 36)

Luis A. Martínez en sus múltiples recorridos por la provincia de Tungurahua y por el País fue recaudando imágenes en su memoria que poco a poco fue pintando y hoy en día se encuentran en museos lejanos de todo el mundo. Su pasión era pintar llanuras, mesetas, al volcán Tungurahua, a la Cordillera de los Andes pero tenía un raro atractivo por pintar a los árboles desnudos, casi sin hojas.

Entre sus pinturas más famosas están: El Valle del Shuyo, Requiem y Soledad Eterna y entre sus trabajos literarios conocidas como novelas podemos citar: A la Costa y Camino al Oriente

Como todo hombre importante en esa época se dedicó también a la política en donde ocupó puestos muy importantes como Ministro de Educación, fue

opositor a Alfaro y fue un hombre intachable, nunca se dejó sobornar ni se deslumbró por enormes sumas de dinero, nunca buscó hacer negocio de nada, siempre hizo lo que le gustó y todo de la mejor manera. (Nicola, 1996)

Como buen ambateño luchó por sacar adelante a la ciudad de Ambato y lo logró, tuvo la iniciativa de la construcción de un ferrocarril que iba de Ambato a la Amazonía, pero se estanco y llegó sólo a Pelileo.

Gracias a estos hombres ilustres tan importantes en el desarrollo de la ciudad de Ambato logró convertirse en una de las más importantes, sobre todo por sus logros obtenidos en el pasado y la herencia que nos dejaron para el presente. Es así, que Ambato es llamada la “Cuna de los tres Juanes”, “La ciudad Progresista” y “Ciudad Cosmopolita”

1.4 Platos típicos

La ciudad de Ambato cuenta con una increíble gastronomía sus platos son deliciosos, su más característico son los famosos llamados “llapingachos” que consta de tortillas de papa con chorizo huevo, aguacate y encebollado.

Otro plato típico es el caucara, los chinchulines que se comen con papas con salsa de maní y choclos, las tortillas de maíz que se come con chochos, el yaguarlocro que significa locro de sangre, la fritada con mote papas y maduro, los cuyes asados, el seco de gallina, el caldo de gallina, las empanadas de morocho, los jugos de frutas que se venden en los mercados el más característico es el de mora con chicha.

No se puede olvidar el pan de Ambato, el más delicioso del Ecuador.

La colada morada es típico de la ciudad de Ambato, se la come con empanadas de viento rellenas de queso, pollo y carne la misma que se la puede disfrutar toda la época del año no solamente en el feriado del día de los difuntos.

Es importante recalcar estos platos típicos pues los turistas que acuden a visitar la ciudad de Ambato buscan conocer sobre las tradiciones de cada lugar.

1.5 La Catedral

La Iglesia originalmente fue una pequeña capilla que data del año 1698, con el terremoto del año 1797 queda en ruinas y gracias a la participación de entidades públicas y privadas se la reconstruye.

La antigua iglesia La Catedral fue destruida en su totalidad en el terremoto de 1949, sus pilares, sus paredes y estatuas quedaron completamente destruidos con aquel desastre natural que marcó la vida de este pueblo luchador un año más tarde nace la iniciativa de volver a construir a aquel monumento religioso en el mismo lugar en la calle Montalvo, pero la inversión era completamente costosa por lo que no se daba ninguna respuesta, más tarde se presentaron los planos de una nueva Iglesia, pero el Municipio no lo aceptó.

Sin embargo se designó poner una fecha para la colocación de la primera piedra y fue el 10 de noviembre de 1950. Tiempo después presentó nuevos planos el Arquitecto Rotta a lo que “como respuesta tuvo un informe adverso del Dr. Alonso Castillo” (Nicola, 1996, p. 21) pero obtuvo la aceptación de la mayoría por lo que

se aprobaron el 19 de diciembre de 1950 y comenzaron con la construcción.

La iglesia tarda en estar completamente construida 4 años, fue inaugurada el 12 de diciembre de 1954, se destaca por ser una edificación moderna y por ser el edificio más alto de la ciudad.

Hoy en día ese lugar es uno de los más visitados de la ciudad de Ambato, sus exteriores no han cambiado desde su reconstrucción pero su interior en el año 2006 la redecoraron.

Como resultado se obtuvo una moderna edificación por dentro y por fuera, conserva detalles que quedaron de los desastrosos sucesos naturales anteriores como la mesa del altar de mármol y piedra posee también varias figuras de madera e imágenes que pertenecían a la antigua Iglesia la Catedral como el Señor de la Columna, el Sagrado Corazón de Jesús, San Juan Bautista, Virgen Dolorosa y la Virgen Inmaculada.

1.6 Pinllo

La Parroquia San Bartolomé de Pinllo está ubicada a 15 minutos de la ciudad de Ambato, su nombre proviene de la gran cantidad de plantas llamadas pinllo.

Su entrada principal es en la avenida los Guaytambos en Ficoa, hoy en día se está convirtiendo en un lugar residencial que posee casas de diferentes estilos como modernas y rústicas.

Muchas familias en el pasado tenían huertas frutales, allí se las cosechaban para vender en la época del Carnaval o Fiesta de las Flores y de las Frutas, en los primeros meses del año se podían disfrutar de las ricas claudias amarillas, rojas, los capulíes, los duraznos, los abridores o también conocidos como guaytambos y los albaricoques, todas estas caracterizan a la ciudad y son las frutas más conocidas a nivel nacional.

Su principal atractivo es la gastronomía del lugar, su plato típico y principal es la Gallina de Pinllo, es un lugar que creció poco a poco, este plato consta de una gallina en salsa de maní con papas y es servida con su caldo, este lugar está lleno principalmente los fines de semana.

También la gente ubica al lugar por el Pan de Pinllo, su delicioso sabor es producto de su cocina en leña, su mezcla se la realiza un día antes de meterlo a la leña.

La Primera Imprenta está en Pinllo, es uno de los miradores más importantes de la Ambato pues allí se puede observar a toda la ciudad incluyendo al volcán Tungurahua que actualmente se encuentra en erupción.

1.7 Quisapincha

Este Parroquia del Cantón Ambato está ubicado a 12 kilómetros de la ciudad, cuenta con 12.400 habitantes de los cuales más del 50% de sus pobladores se dedican a la producción de artículos de cuero

Quisapincha es uno de los lugares más importantes de la Provincia de Tungurahua por la producción y elaboración de artículos confeccionados en cuero de excelente calidad, se elabora toda clase de artículos como billeteras, sombreros, chompas, carteras, botas y guantes.

Además cuenta con un gran potencial turístico por sus escenarios naturales ideales para realizar ecoturismo, este fue el motor para que los pobladores se dediquen exclusivamente y todos los días del año a esta actividad, pues anteriormente sólo realizan y confeccionaban prendas a través de pedidos de gente de todas partes del país, al ver que sus pedidos se incrementaban decidieron trabajar siempre y abierto al público.

Anteriormente sólo se presentaban en ferias de la ciudad de Ambato, hoy en día exportan sus creaciones a diferentes países como Colombia, Perú, Venezuela, Estados Unidos, etc.

1.8 Píllaro

Está ubicada en la parte noreste de la provincia de Tungurahua a 12 Km de la ciudad de Ambato, en el centro del país. Cuenta con una población de 35.000 habitantes, fue cuna del General Rumiñahui, en donde escondió el tesoro del Reino de Quito y de José María Urbina, ex Presidente de la República.

Píllaro es uno de los cantones más antiguos de Tungurahua y posee varias bellezas naturales como cascadas de aguas subterráneas, también se encuentra el Parque Nacional Llanganates en donde existe gran variedad de flora y fauna.

1.8.1 La diablada

Esta fiesta nacional reconocida por el Ministerio de Turismo como un evento cultural del cantón Píllaro de la provincia de Tungurahua se la realiza año tras año el primer día de enero y termina el sexto día del mismo mes, a este evento asiste gente de todas partes del país e incluso extranjeros.

La Diablada es una fiesta que surge con motivo de protesta a la religión impuesta por los españoles en la Provincia y en el País y se la realiza en esta fecha pues los gamonales y la curia permitían festejar el nuevo año como ellos deseaban, así nace la idea de oponerse a la religión disfrazándose de diablos.

Años después aquel gesto de protesta se convirtió en un evento cultural que consiguió que muchos turistas de todas partes del mundo aprovechen el

feriado para asistir a esta fiesta llena de coloridos disfraces y gente acogedora que muestra sus habilidades para realizar las caras de los diablos.

Estos disfraces se los elaboran con mucha dedicación meses antes para conseguir un excelente trabajo el día de la fiesta, los diablos representan un temor para la gente que quiere atentar contra su libertad es así que cada comparsa son diseños diferentes.

Aprovechan el día para compartir con sus familiares, amigos y seres queridos y celebrar el año nuevo. En la tarde en el parque central de Píllaro comienzan a bailar al son de bandas de pueblo, llegan a la Iglesia y es allí en donde se termina esta gran fiesta frente a unas 25 mil personas entre turistas y pillareños que no se pueden perder.

CAPÍTULO II

La Quinta de Juan León Mera, un paraíso natural.

2.1 La Quinta de Juan León Mera

La Quinta de Juan León Mera es catalogada como Patrimonio Histórico Nacional por su entorno botánico que cuenta con 250 especies vegetales entre introducidas del Oriente ecuatoriano y nativas del lugar, que son únicas en América y en el mundo.

Esta maravillosa Quinta data de 1874 cuando la familia Mera inició su construcción, diez años más tarde quedó completamente construida y lista para ser habitada por esta prestigiosa familia de la ciudad de Ambato.

El pasado de la Quinta se la divide en tres épocas, la primera desde 1874 hasta la muerte de Juan León Mera en 1894, el segundo período fue en el que habitaron sus descendientes hasta 1959 y el tercer período cuando se le declaró Patrimonio Cultural de la Nación, este período concluye en 1992.

Para lograr el aspecto actual, propio de la época colonial se utilizaron materiales como: tejas, adobe y madera, además hay que mencionar que cuenta con una mezcla de estilos entre japonés por sus palmeras y francés debido a sus jardines.

La Quinta de Mera “alberga la vida y muerte del autor de la letra del Himno Nacional del Ecuador (Guevara, 1944, p. 240), en este lugar tan tranquilo en donde se puede encontrar con una paz interior el “Hombre de Cimas” lo utilizó como inspiración para realizar sus mejores obras literarias.

Cuenta con una extensión de cinco hectáreas, por un lado está la casa que en su época contaba con 11 dormitorios, hoy en día este maravilloso lugar se convirtió en un museo natural, en donde se puede observar las pertenencias del Ilustre escritor Ambateño incluso traslada a los visitantes en el tiempo permitiendo imaginarse como fue el lugar en donde Mera creció.

Por otro lado esta un jardín botánico que cuenta con 2.5 hectáreas, aquí se encuentran plantas fabulosas incluso existen siete especies endémicas en

América, hay árboles de cedro, palma bumbe, nogal, cedro, coco chileno, claudia y eucalipto propios de la época y con más de 100 años, existen varias palmeras de coco cumbi que en algunos países de Latinoamérica se han extinguido.

El verdor de sus jardines, el aroma de sus flores, el trinar de las aves, el murmullo del río, la frescura de su aire dan el encanto y la sensación de quietud y paz que el hombre busca al llegar a este lugar (Chavez, 1994, p. 38).

La flora que existió dentro de la Quinta de Juan León Mera era vegetación para ambientes secos, por esta razón se encuentran especies como el sigse, el cabuyo negro y tunas pero Mera cuando habitaba en aquel lugar se preocupó por convertir a su casa como una huerta por lo que plantó árboles, plantas de jardinería y agrícolas además que se encargó de suministrar el agua.

Existen también dentro de la Quinta 19 especies de aves, según los estudios realizados por Guaita en 1992 habitan gorriones, colibrís, trigueros en abundancia por la vegetación existente y en menor cantidad el quilico, el quinde gigante y el quinde bunga. Muchas veces se han observado 3 clases de mamíferos como raposas, el chucuri y la ardilla, además existen pequeños reptiles como la lagartija propia de la Sierra.

Este museo natural actualmente es administrado por el Municipio de la ciudad de Ambato, el Departamento de Cultura ha conseguido obtener lo que hoy en día es la Quinta, están habilitados 4 dormitorios de la parte principal de la casa en donde se conservan manuscritos, oleos y gran cantidad de pertenencias que rodearon al ilustre escritor ambateño para que la gente esté en contacto con estos objetos cuentan con guías turísticos coordinados por la Administradora del lugar Bety Miño.

2.1.1 Ubicación

La Quinta de Juan León Mera está ubicada al noroccidente, en la avenida Circunvalación en la parroquia urbana Atocha-Ficoa, en la cabecera cantonal de la ciudad, a su lado izquierdo se encuentra el río Ambato, que nace en las

faldas del Chimborazo. Se encuentra en las siguientes coordenadas geográficas 78° 37' 20" Longitud Oeste, 1° 13' 33" Latitud Sur. Su delimitación es al Norte por la Avenida los Capulíes, al sur el Río Ambato, al este la quebrada Gallinazo y "La Liria" y al oeste con la "Quinta de los Molinos".

2.1.2 Herramientas de comunicación

Dentro de las herramientas de comunicación que se manejan en la Quinta de Juan León Mera esta principalmente la página web del Municipio de la ciudad de Ambato, la misma que cuenta con información muy básica sobre el lugar, no obstante están con la idea de realizar un paseo virtual de la Quinta de Mera con la idea de que los turistas sepan lo que ofrece el lugar y llame su atención para que cuando visiten Ambato también opten por acudir al lugar en donde vivió el autor del Himno Nacional del Ecuador.

El departamento de Cultura es el que se encarga de promocionar los lugares turísticos de la ciudad de Ambato acudiendo a ferias en donde se entregan flyers y folletos sobre la Quinta de Juan León Mera en diferentes ciudades del país.

2.1.3 Organigrama

La Quinta de Juan León Mera no cuenta con un organigrama estructurado sin embargo la Administración del lugar trabaja conjuntamente con el departamento de cultura del Municipio de la ciudad de Ambato, en especial con la directora del departamento la Sra. Sylvia Pachano que es la encargada de promocionar los principales lugares turísticos.

La Quinta de Juan León Mera también tiene encargados de limpieza y guardianía para mantener siempre al lugar en perfectas condiciones y brindando tranquilidad y seguridad a sus turistas.

2.1.4 Capacidad

Al tener una extensión de cinco hectáreas la Quinta de Juan León Mera posee una capacidad de aproximadamente dos mil personas, las mismas que podrán

disfrutar de un hermoso entorno con una gran variedad de flora y a su vez se puede conocer las pertenencias que existen del autor del Himno Nacional del Ecuador, entre sus pinturas y manuscritos. (Miño, 2012)

2.1.5 Infraestructura

Este lugar que data de 1874 cuenta con una extensión de cinco hectáreas, por una parte está la casa en donde antiguamente existieron once dormitorios, hoy están habilitados cuatro, sus paredes son de adobe y se utilizó para su construcción madera y tejas características de una arquitectura propia de la época, sus jardines son de estilo francés y japonés por las palmeras.

2.2 Juan León Mera

Nació en la ciudad de Ambato el 28 de junio de 1832 en casa de su bisabuelo Juan Manuel Vásconez, lugar que muchas veces sirvió de cuartel, el parto lo asistió su abuela María Juana a las 5:00 am se escuchó su primer llanto, cuando recién estaba por amanecer.

El día en que Juan León Mera iba a nacer su madre Josefa Martínez y su abuelita doña María Juana tenían una emoción inmensa por la llegada de su nieto, pero también invadía la preocupación de no saber nada del padre, el Señor Pedro Antonio Mera Gómez. (Guevara, 1944, p. 15)

El día de su bautizo la madre de Juan Mera no sabía a quién designar como sus padrinos, debía ser alguien de la familia entonces por consejos de su madre deciden que los padrinos serían el Coronel Nicolás Vásconez su hermano y el tío de Josefa Martínez.

Asistió toda la familia al bautizo de Juan Mera, por la tarde en la iglesia matriz bautizó al niño canónigo don Joaquín de Araujo, el mismo que fue gran amigo de la familia Vásconez y por mucho tiempo estuvo de residente en la ciudad de Ambato. Araujo sugiere a la abuela del bautizado y a su padrino que lleve como segundo nombre León pues correspondía al santo del día y porque San León Magno era su predilecto al finalizar este grandioso día para su familia en la

salida de la iglesia el Coronel, hombre reconocido por su riqueza económica lanza monedas al aire para que la gente las coja.”

Juan León Mera creció en una aislada y pobre finca familiar llamada “Los Molinos” que estaba situada cerca de Atocha, la misma que su abuelita la alquiló a su hermano Pablo Vásconez, en aquel desolado lugar Juan León aprendió a leer antes de cumplir los seis años de edad, durante los meses de vacación su tío Nicolás enseñaba a su sobrino gramática, aritmética y geografía e incluso su tío abuelo Pablo le enseñó preceptiva literaria haciéndole leer "Correspondencia Oficial" entonces Mera aprendió a versificar exaltando a la libertad, después de la Revolución del 6 de marzo de 1845.

Doña María Juana Vásconez junto a sus dos hijos Josefina y Nicolás se mudaron a la quinta de Atocha, pero como su hijo partió a Quito a estudiar sólo habitaron en esa mansión rural Josefina y su nieto Juan León Mera antes de que cumpla sus 2 años; María Juana como provenía de una familia que se ha criado en Quintas, así es como ella supo trabajar a la Quinta y mantenerla siempre en perfectas condiciones.

La infancia de este niño huérfano se caracterizó por su soledad pues al no tener muy buena posición económica no pudo ingresar ni a la escuela ni al colegio pero le permitió compartir travesuras y alegrías con los hijos de los criados aunque esto no era del agrado de su madre, su abuelita como lo consentía en todo momento no decía mucho.

En aquel tiempo se acostumbraba mucho a rezar el rosario por lo que tenía en la Quinta de Atocha una espléndida estatua de la Virgen de las Mercedes, en la noche se reunían a rezarla y los días sábados salían de visita a la madre de doña María Juana.

Juan León quería mucho a su abuelita por lo que cada sábado que iban de visitas le llevaba frutas de la época y un ramo de flores de su huerta.

Caminaba junto a su madre y a su abuelita pasaban por el puente de Atocha, allí siempre observaban a Pedro Fermín Cevallos un joven muy educado que

sabía cómo saludar a tan distinguidas damas, sin imaginar siquiera que años más tarde Cevallos escribiría la biografía de aquel niño que veía cada semana pasar.

Su propia madre fue la encargada de inculcar valores al joven aprendiz que le sirvieron muchísimo en su futuro, también realizó el papel de maestra pues fue ella la encargada de que su hijo Juan León aprendiera a leer y a escribir. Además aprendió historia, geografía, gramática entre otras ciencias sólo leyendo, además hablaba cinco idiomas diferentes para poder entender las obras en su propio lenguaje. Por estas razones se le conoce a Juan León Mera como el más extraordinario autodidacta.

Fue un joven tímido, introvertido piadoso, gentil, colaborador sobre todo con su madre, antes de cumplir la mayoría de edad conoció a su padre ya que casualmente pasó por Ambato, no sintió casi nada por aquel desconocido que nunca veló por sus necesidades y por las de su madre tampoco, nunca se interesó por saber que fue de su Josefa y de su hijo.

A los veinte años de edad en 1852 dejó la tierra que lo vio crecer y viajó a Quito para recibir clases de dibujo al taller del Maestro Antonio Salas en Quito, allí aprendió a usar el óleo y a dibujar paisajes y naturalezas muertas.

Pedro Fermín Cevallos fue amigo de Juan León en su ciudad natal Ambato, pero coincidieron que los dos se fueron a vivir en Quito por cuestiones de estudio y trabajo por lo que Mera frecuentemente iba a visitar a su amigo con el fin de verle a su hija Virginia Cevallos e incluso irle enamorando con cada visita.

En Quito Mera hizo amistad con Julio Zaldumbide quien fue poeta y tenía la misma de edad de Juan León, Zaldumbide apreciaba muchísimo a su amigo pues gracias a su tío sus versos fueron conocidos y fueron publicados en "la Democracia" en 1854

Al momento de describir a Mera se puede decir que es un joven pálido, alto, de ojos rasgados y verdes muy delgado y debido a su gran tamaño un poco encorvado con su cabeza inclinada siempre para adelante. (Chavez, 1994)

Al ser un joven que nació y creció entre fincas se puede decir que era un gran conocedor de agricultura y ganadería, incluso aprendió a hablar en quichua pues los indios de la Quinta Atocha lo enseñaron muy bien. Era un joven muy romántico le gustaba la sátira y el epigrama sin mencionar que la novela histórica era su gran adicción, fue liberal y admiraba a los poetas españoles en especial a Martínez de la Rosa.

Como era ya una tradición en la familia Vásconez durante sus veranos viajaban a la ciudad de Baños, en 1857 Mera se trasladó junto a su madre a disfrutar de unas increíbles vacaciones, y fue allí en donde comenzó a escribir “La Inspiración” verso que más tarde utilizó como introducción para su leyenda indígena “La Virgen del Sol”, para poder escribir este libro le tomó años de inspiración e investigación por parte del autor que utilizaría después.

2.2.1 Juan León Mera, hombre público y de Honores

En 1858 apareció el primer libro de Juan León Mera titulado “Poesías”, este libro hablaba sobre fantasías, sentimientos, afectos íntimos, poesías morales, patriotismo, elegías, política, sátiras, fábulas y epigramas. Fue un libro que tuvo 223 págs. Y sus gastos los asumieron sus familiares, la segunda edición se la realizó en el año 1892 con 444 páginas en la ciudad de Barcelona.

En 1859 hubo una crisis nacional en donde Mera fue designado como Teniente de Milicias, pero no combatió. Más tarde compuso sus “Melodías Indígenas” y el Triunvirato de García Moreno lo designó Tesorero Provincial de Ambato; luego, pasó a Secretario del Consejo de Estado del gobierno provisional en Quito, también encabezó la lista oficial de candidatos a Diputados para la Asamblea Nacional Constituyente de 1861 y salió electo. Mera tuvo un gran defecto para la época y más aun para su profesión pues su debilidad era la

timidez, la misma que le impidió brillar como orador, tartamudeaba mucho en público y optaba por leer.

Durante su periodo como Diputado luchó por la abolición de la pena de muerte y trabajó arduamente en las comisiones de mesa. Era su época liberal pero pronto se retractó de sus ideas, “resabios de mis primeras mocedades” y siguió la voluntad y pensamientos políticos de Gabriel García Moreno. Su carácter facilitó a que Mera obedeciera y compartiera las ideas del García Moreno.

En 1861 apareció impresa la leyenda americana “La Virgen del Sol” fue un largo poema y leyenda indiana que contaba con 232 páginas. Fue designado como Administrador de Correos de Ambato y miembro de la Sociedad “El Iris Ecuatoriano” que editaba la revista “El Iris”, allí dio a conocer su ensayo biográfico “Miguel de Santiago” y otras producciones que firmaba con el nombre de “Jenaro Muelán”.

Un año muy importante para Mera fue en 1865 ya que fue electo Secretario de la Cámara del Senado, en ese mismo año el doctor Nicolás Espinoza Rivadeneyra se citó con Juan León y le solicitó que compusiera la letra de un himno Nacional, Mera se inspiró en la "Canción Nacional" de Olmedo y escribió los mejores versos de la época y que hasta el día de hoy se le utiliza como la canción nacional y “su versión fue musicalizada en Guayaquil por el maestro Antonio Neumane convirtiéndose en el Himno Nacional de la República del Ecuador”. (Guevara, 1944, p. 72)

Durante la presidencia de Jerónimo Carrión, en 1866, el Ministro del Interior Manuel Bustamante, lo llevó como Subsecretario o también llamado Oficial Mayor.

Los enemigos de Juan León acusaban a este de ser un “poeta denigrado” porque obedecía las ordenes de Gabriel García Moreno, en aquella época trabajaba para “El Sudamericano” de Quito y para “Los Andes” de Guayaquil. Colaboraba en “La Estrella de Mayo” de Quito, “La Patria” de Guayaquil y “El

Popular” de Cuenca y en la instalación de la Sociedad Bibliográfica de Quito leyó su discurso en verso titulado "A la Juventud Quiteña”.

Con el permiso y la aprobación de la curia, Mera publicó "Poesías Devotas y nuevo mes de María", la misma que fue premiada con 80 días de indulgencias, meses después Juan León se vio comprometido en un escándalo doméstico ocurrido en Ambato, la pugna de los colombianos contra Ignacio Holguín, polemizó con los hermanos Montalvo.

La segunda edición data de 1887 y apareció en Barcelona defensa de su tío el Dr. Nicolás Martínez y mantuvo una pelea a golpes con Juan Montalvo en las afueras de Ambato, que obligó a su tío Nicolás a renunciar la gobernación y a viajar a Riobamba para defenderse, hasta donde lo acompañó Mera. Allí escribió “Defensa del doctor Nicolás Martínez” en 37 págs. Entonces el doctor Pedro Fermín Cevallos publicó la biografía de Mera y en "La Lira Ecuatoriana" de Vicente Emilio Molestina apareció una selección de sus poesías, en 45 páginas (Guevara, 1944, p. 83).

Tiempo después el autor del Himno Nacional del Ecuador se interesó mucho en los poemas y escritos acerca de la Iglesia y dio a la luz "La Novena de la Inmaculada Concepción de la Virgen María", “El Triunfo de la Iglesia”, “la Ira de Dios” y varios cantos oracionales.

Durante la crisis política contra Carrión renunció a sus funciones en el Ministerio del Interior, pero el Presidente Interino doctor Pedro José Arteta, lo repuso y allí permaneció hasta 1869.

En 1869 Juan León Mera editó en Quito el trabajo que se podría considerar como el más valioso, la “Ojeada Histórica, Crítica sobre la poesía ecuatoriana desde su época más remota hasta nuestros días” que orientó el gusto romántico de entonces hacia las producciones clásicas del pasado y aunque "La Ojeada" no fue la primera obra de crítica en el país, sirvió para iniciar una escuela de opinión, así motivó a muchos autores para que puedan escribir sus opiniones, críticas y sugerencias sobre el tema.

En 1871 Mera fue designado Gobernador Interino de Tungurahua, cargo que luego desempeñó en propiedad y editó en Ambato "Nuestra historia referida por el doctor don Pedro Fermín Cevallos" este escrito lo hizo como un gesto de cariño y de reciprocidad por la biografía escrita de Mera por Cevallos.

Después de un tiempo fue designado Consejero Municipal de Ambato y ejerció la Senaduría, es por esto que se convirtió en una de las figuras claves de los últimos años de la política garciana.

Con el sueldo que recibió siendo Consejero Municipal compró unas tierras en Atocha, sector de las fincas más hermosas de la ciudad de Ambato y a estas tierras las proveyó de riego.

En 1872 apareció en "La Prensa" de Guayaquil el ensayo de una novela de costumbres llamada "Los novios de una aldea ecuatoriana" pero Mera no pudo concluirla ya que hacía una pintura muy complicada, de una sacerdote muy conocido en su ciudad natal.

Luego formó parte de la Real academia de la Lengua y obtuvo el nombramiento de Miembro Correspondiente de la misma.

Otra de sus obras importantes en 1874 fueron: el "Catecismo de Geografía de la República del Ecuador", texto para escuelas y colegios que durante muchos años se los utilizó para el estudio hasta que dejó de circular durante la revolución liberal. "La Iglesia Católica" compuesta de 17 cantos y la "Biografía de Pedro Fermín Cevallos" que se publicó en "La Revista Ecuatoriana".

Días después Mera se reunió en casa del Obispo Ignacio Ordóñez Lazo, con los colaboradores del régimen con el fin de organizar la "Sociedad Católica Republicana" para continuar la línea política del fallecido presidente Gabriel García Moreno, por eso fueron conocidos como "Garcianos o Terroristas" y luego como "Conservadores"; Mera fue el encargado de redactar las bases doctrinarias.

Juan León siempre estuvo en oposición a la candidatura presidencial del General Julio Sáenz por su ideología política.

El presidente Antonio Borrero le propuso a Mera ser el redactor del periódico Oficial, pero se negó y como ya se terminaron las funciones que realizó en la Gobernación se le designó como Ministro del Tribunal de Cuentas de Ambato.

Sus publicaciones siguieron apareciendo es así que en 1876 salió a la luz pública "El Héroe Mártir, canto a la memoria de García Moreno" aquí Mera describió a García Moreno como un defensor de la sociedad y de su pueblo lo cual no fue cierto y obtuvo muchas críticas. (Pérez, 1985)

Después de haber hecho oposición al gobierno de ese entonces desde el seminario "La Civilización Católica" que editaba con el Obispo Ordóñez regresó a Atocha, donde finalizó su novela americana "Cumandá", o un drama entre salvajes, que ha visto varias ediciones desde su publicación en 1879, también editó "El Martirio y la Iniquidad", canto a la memoria del asesinado Arzobispo Checa y Barba en 10 páginas y sufrió intensamente por la muerte de su hijo León Alfredo.

En 1879 aparece Mera en una interesante antología llamada "La Nueva Lira Ecuatoriana" de Juan Abel Echeverría y en "El Parnaso Ecuatoriano" de Manuel Gallegos Naranjo, su opinión era respetada por todos los autores, críticos y políticos ya que era uno de los literatos más importantes de la época.

Juan León Mera escribió algunos artículos pedagógicos y en 1880 los recogió de "El Fénix" y aparecieron llamados "La Escuela Doméstica". También colaboró en "El amigo de las familias"

Mera encabezó la lista de los candidatos a Diputados, pero no recibió apoyo del Gobierno, éste se opuso a su candidatura. Tiempo más tarde Mera colaboró con su amigo de su juventud Julio Zaldumbide, pero tampoco prosperó y comenzó a conspirar contra aquel régimen.

Los escritos de Juan León llegaron a ser tan importantes que fueron publicados en New York. (Chavez, 1994)

En 1884 ocupó otra vez el cargo de Senador y tuvo un intenso trabajo intelectual. Continuó con sus publicaciones sacó la segunda edición del “Catecismo de Geografía”, “Recuerdos de un amigo, “El doctor Vicente Cuesta” y “La Dictadura y la Restauración” pero este jamás terminó y recién apareció en 1932 al celebrarse el Centenario de su nacimiento.

Tiempo después Juan León tuvo muchas peleas con Juan Benigno Vela ya que él llevó a una pedagoga colombiana para que dicte clases en Ambato, y Mera no estuvo de acuerdo y se opuso fundamentando pretextos y como resultado a su indignación al tema publicó “El Dr. Vicente Cuesta y sus cartas en su viaje a la Tierra Santa” y luego “Otra carta al Dr. Juan Benigno Vela”. (Guevara, 1944)

En 1885 recibió otra vez la propuesta de ser Senador, pero Mera se encontraba en otra etapa de su vida en donde tenía como prioridad la lectura, la escritura y la pintura mientras en Quito se movía mucho el campo político. Además el partido de gobierno se venía fortaleciendo con elementos tomados de un grupo de conservadores y como el Presidente Caamaño era hombre de gran personalidad, reemplazaba exitosamente a García Moreno, cosa que Mera no quiso aceptar jamás.

Siempre quiso ser presidente de la Cámara del Senado, cargo que lo obtuvo en 1886. Mera no gozó de la confianza del régimen y la oposición de Antonio Gómez de la Torre, le afectó enormemente y su salud empezó a empeorar, tuvo insuficiencia cardiaca que al final lo llevó a la Tumba.

En esa misma época Mera le escribió una poesía a su gran amiga Angela Baquerizo Vera de Noboa con su retrato, que dice así:

Arrúgase mi tez, su antigua lumbre
pierde mis ojos, de mi labio acaso
revela el gesto oculta pesadumbre;

sólo el corazón no hay deterioro
y en él, de afecto y recuerdo vaso,
de tu noble amistad guardo el tesoro (Guevara, 1944, p. 132).

Sacó la segunda edición de "La Virgen del Sol" en Barcelona y atacó al Gobierno de Caamaño con "Observaciones sobre la situación actual del Ecuador" ese año Mera tuvo muchas discusiones y polémicas con distintas personas una de esas fue el Ministro Español Manuel Llorente Vásquez pues este le solicitó que se retire el león de la base del monumento a Sucre, a lo que Mera se negaba rotundamente, no estuvo de acuerdo y dijo nunca lo estaré.

En 1887 falleció su madre y su tío Nicolás Martínez, fue un golpe muy duro para Mera pues siempre mantuvo una relación íntima con los mismos. Este mismo año publicó los "Escritos y Discursos de García Moreno" y tuvo una lucida intervención en el Congreso Eucarístico nacional solicitando la creación de las escuelas matinales indígenas y presentando un proyecto para tratar de remediar los abusos del concertaje.

El problema que tenía Juan León Mera contra el presidente Caamaño era su diferente forma de pensar, pues Juan León era un hombre que gustaba mucho de lo conservador y acusaba a Caamaño de tener una administración poco ortodoxa y de que se había desviado de la línea clásica garciana.

Caamaño formó un partido que aspiraba al progreso, por eso el nombre "Progresista" pacificó la república, dominó al liberalismo en armas y sentó las bases de un gobierno personalista y firme que no tembló ni ante el asesinato político.

Mera continuó atacando a Llorente y publicó "mi última palabra acerca de la estatua de Sucre", luego volvió con el tema y sacó "Réplica a don Manuel Llorente Vásquez" y editó el folleto "Tomás Moncayo Avellán y su Memoria presentada al Instituto Geográfico Argentino" textos en los que criticaba los pensamientos, ideologías y puntos de vista de dicho exilado político.

Mera luchó para que las ideas del Presidente electo el Doctor Antonio Flores no se las aceptaran pero no tuvo éxito, pues dentro del conservadorismo existieron nuevos líderes con intereses diferentes y no contó con su apoyo. Al estar enfermo de su corazón no tuvo más remedio que retirarse.

Este mismo año Mera cometió un grave error ya que se opuso a la participación del Ecuador en la Exposición universal de París por considerar "que se iba a celebrar el Flores Centenario de una revolución impía" (Pérez, 1985, p. 82)

En 1889 le ofrecieron la vicepresidencia de la República pero a última hora prefirieron a Luis Cordero por ser más progresista que Mera y a este le pusieron en la Gobernación de la Provincia de León a un puesto insignificante pero se vio obligado a aceptar pues se encontraba pasando por una dura crisis económica. En este mismo año editó "Entre dos tías y un tío" en la "Revista Ecuatoriana" de Quito

Fue nominado miembro de "El Ateneo" de Quito y escribió acerca de la vida de Olmedo en "Carta a don Manuel Cañete y observaciones sobre la situación actual del Ecuador", también publicó "Porqué soy cristiano". Más tarde renunció a la gobernación y pasó a formar parte del Tribunal de Cuentas que funcionaba en Quito y compró una casa en la calle Rocafuerte.

En 1889 decidió dedicar más tiempo a la pintura, muchos de aquellos cuadros se conservan hoy en día en la Quinta de Atocha llamada La Quinta de Juan León Mera.

En 1891 escribió una biografía a su tío Nicolás Martínez al que quiso mucho y que le enseñó muchas cosas además escribió el canto épico "Colón y su Mundo" en la Revista Ecuatoriana.

Al siguiente año salieron los "Cantares del Pueblo ecuatoriano", recopilados con la ayuda de otros miembros de la Academia, entre ellos Luis Cordero y un estudio sobre Miguel de Santiago; y como la pugna entre progresistas y

conservadores se venía declinando, al punto que el Nuncio Apostólico Macchi apoyaba a los primeros y el Arzobispo Ordóñez a los segundos, el Presidente Flores prefirió volver a designar Vicepresidente de la República a Cordero, postergando nuevamente a Mera. Ese año salió su "Antología Ecuatoriana" y en Barcelona su hijo Trajano editó la Segunda edición de sus poesías.

Se enfocó mucho en realizar biografías desde aquel suceso que marcó la vida del autor del Himno Nacional, la muerte de su tío y gran amigo Nicolás Martínez de allí que publicó en 1893 la "Biografía del doctor Joaquín Miguel Araujo", en ese mismo año publicó "Un matrimonio inconveniente" en la "Revista Ecuatoriana" y apareció su novelita psicológica y la segunda edición de "La ojeada".

Mientras Mera se encargaba del Tribunal de Cuentas falleció el Arzobispo Ordóñez y surgió el escándalo de la venta de la Bandera que sumió a la República en el caos y el desconcierto por lo que Mera decidió retirarse del Tribunal de Cuentas y retornó a Atocha.

Dentro de su Quinta de Atocha siempre tuvo gran inspiración, de aquel lugar en donde aprendió tantas cosas también surgieron sus mejores obras. Allí le escribió a su hijo Trajano "Pobre soy, entre los pobres he vivido y entre ellos quiero descansar". También publicó su catecismo explicado la Constitución de la República del Ecuador dado por la Asamblea Nacional de 1883.

Sus últimos días de vida se pasó en su finca y comenzó a editar obras que no pudieron ser concluidas pues murió el 13 de diciembre de 1894 a sus 62 años de edad confortado por su amigo el Presbítero González Suárez que casualmente pasaba por la finca. Las obras que dejó sin terminar fueron una Apología de García Moreno y la epopeya de Huayna Cápac,

Era joven aún cuando falleció, pero no parecía pues tenía una barba negra y muy poblada y muchas arrugas en su rostro, ser cargado de espaldas y sufría de asfixias muy seguidas.

Después de su muerte sale a la luz pública varias obras entre ellas están:

La segunda edición de sus "Poesías Devotas y nuevo mes de María" en mayo de 1895. En 1902 la "Novena de la Inmaculada Concepción de la Santísima Virgen María". En 1903 "Tijeretazos y Plumadas", obra que resulta de la recopilación de artículos humorísticos publicados en varios periódicos del país bajo el seudónimo de "Pepe Tijeras". En 1904 "García Moreno" calificado de prólogo genial a un libro ejemplar, por haber quedado diseñado como simple plan de trabajo y no como obra completa. En 1909 su hijo Trajano editó en Madrid las "novelitas Ecuatorianas" en 271 págs. incluyendo "Entre dos Tías y un Tío", "Porque soy Cristiano", "Un Recuerdo", "Unos Versos", "Una Mañana en los Andes", "Literatura Criolla" y de allí en adelante sus obras han ido apareciendo en subsiguientes ediciones, por eso es uno de los más conocidos autores ecuatorianos de todos los tiempos (Jácome, p. 89)

2.2.2 Cronología de los principales cargos públicos

1859 Teniente de Infantería de Milicias.

1860 Tesorero Provincial de Ambato.

1860 Secretario del Consejo de Estado del Gobierno Provisional.

1860-1861 Diputado por Tungurahua a la Asamblea Constituyente.

1861 Miembro honorario de la Sociedad Del Iris ecuatoriano de Quito.

1861 Administrador de correos de Tungurahua.

1862 Cuarto miembro de la Sociedad Científica y Literaria del Ecuador, creada por el Gobierno.

1864 Miembro honorario de la Academia Nacional del Ecuador.

1864 Administrador de correos del Cantón Ambato.

1864 Miembro del Consejo Académico de la Provincia de Tungurahua, dependencia del Consejo General de Instrucción Pública.

1865 Secretario de la Cámara del Senado.

1865 Oficial mayor (Subsecretario) del Ministerio del Interior y Relaciones Exteriores.

1867 Oficial Mayor dl Ministerio antedicho a continuación de la renuncia del mismo cargo.

1869 Gobernador Interno de Tungurahua.

1869 Consejero Municipal de Ambato.

1869 - 1879 Senador principal de Tungurahua.

1872 Miembro Correspondiente de la Real Academia de Española de la Lengua.

1873 - 1875 Gobernador de la Provincia de Tungurahua.

1873 - 1875 Gobernador de la Provincia de Tungurahua.

1873 Miembro honorario de la Sociedad Literaria de Ambato.

1875 Ministro del Tribunal de Cuentas.

1884 Diputado por Tungurahua, por enfermedad del principal doctor Nicolás Martínez y excusa del doctor Pedro Fermín Cevallos

1884 Diputado por Manabí y Senador por Pichincha

1885 Vicepresidente de la Cámara del Senado

1886 Presidente del Senado y del Congreso

1887 – 1888 Continuación del período de Senador

1888 Socio Correspondiente de la Real Academia Sevillana de Buenas Letras

1889 – 1890 Gobernador de la Provincia de león (Hoy de Cotopaxi)

1890 Ministro Juez del Tribunal de Cuentas

1890 Miembro Correspondiente del Ateneo de Quito

1890 – 1891 Presidente del Ateneo de Quito

1891 Presidente del Tribunal de Cuentas

1892 – 1894 Continuación del cargo de Ministro del Tribunal de Cuentas

1894 Socio Correspondiente de la Real Academia de Buenas LETRAS DE Barcelona

1894 Miembro honorario de la Sociedad Científico- Literaria de “Amantes del Saber” de Caracas.

2.2.3 Autodidacta, polígrafo y publicista

Existen y existieron varios autodidactas en el Ecuador pero sin dudar alguno el más distinguido fue Juan León Mera, ya que sin tener ningún recurso económico y sin bases de escuela ni colegio y sólo con los conocimientos de su madre salió del analfabetismo, aprendió a leer en diferentes idiomas. Elevó su personalidad autoformándose y llegó a constituirse en autor

Juan León Mera escribió todos los géneros escribió en verso y prosa en ambos campos conquistó con sus obras.

La principal obra que escribió en verso es la letra del Himno Nacional de la República del Ecuador. Otros géneros que utilizó en su vida literaria fueron cantos patrióticos epigramas y poesías satíricas fábulas y epístolas letrillas y canciones madrigales y elegías leyendas y poemas.

En prosa escribió novelas serias y las más definidas en tragedias, cuentos festivos y artículos costumbres, obras de texto y de crítica, ensayos históricos y biográficos, cartas y crónicas, etc.

Son por esta variedad de producción lo que Mera tiene el título de polígrafo. Sin embargo la gran variedad de obra del autor lleva a una sólo tendencia y a un

único fin: “El imperio de la religión y de su correspondiente moral social” (Guevara, 1944, p. 266)

El valor de publicista adquiere más fuerza con las palabras de Julio Cejador y Frauca que dijo Juan León Mera es el escritor de talento más universal que ha producido el Ecuador” a lo que Julio II (Nicolás Jiménez) agregó:

“Tomando la palabra literatura en el vasto sentido, se puede afirmar que Mera fue el literato por excelencia fue el literato por excelencia y que en este terreno y por ese aspecto no hay en todo lo que lleva el Ecuador de vida cultural, otro compatriota que le iguale, que sea digno de ponerse a su lado, mucho menos de ser superior a él”

2.2.4 El poeta, crítico y sociólogo

Juan León Mera no alcanzó su mejor gloria en su vida de poeta, sin embargo sus aspectos cotidianos e íntimos de su vida inspiró al autor que se incursionara en este campo, su niñez dentro de sus distintas quintas, su abuelita, su madre, su esposa e hijos y principalmente su tío Nicolás Martínez sirvieron de inspiración para Juan León.

Los asuntos indianos que Juan León tocaba mucho son de gran valor en la historia de la poesía ecuatoriana, recopiló la poesía popular, y se incursionó en todos los géneros de la misma.

Se encargó de guiar a los poetas jóvenes de su época y sirvió de inspiración para que algunos de ellos alcanzaran su mejor gloria.

En conclusión Juan León Mera hizo escuela de poesía ecuatoriana teórica y práctica.

Se considera a Mera como el mejor crítico de literatura y de la vida nacional de su época en todo sentido de la palabra. (Pérez, 1985)

2.3 Padre de Juan León Mera

Su padre fue Pedro Antonio Mera Gómez nació en la ciudad de Ambato y murió en Tumaco Nariño Colombia en 1859. Sus padres fueron José María Mera el mismo que contrajo matrimonio con María Antonia Gómez.

El 24 de abril de 1831 en la ciudad de Ambato contrajo matrimonio con Josefa Martínez y tuvo un solo hijo llamado Juan León Mera y de su matrimonio con Rosario Iturralde tuvo 4 hijos. Es lo poco que se conoce acerca de Pedro Mera pues abandonó su hogar cuando su esposa llevaba en su vientre a Juan León. (Chavez, 1994)

2.4 Josefa Martínez

Orgullosa madre de Juan León, Josefa proviene de una familia de alto abolengo pero no de una muy adinerada. Fue una joven divertida, cariñosa con sus padres y muy inteligente. Como casi todas las señoritas de aquellas épocas, era de casa, se crió junto a su madre y se esforzó diariamente por adquirir conocimientos con el fin de estar siempre preparada para cualquier tipo de conversación con gente importante de la ciudad y del país pues sus padres fueron personas de sociedad con importantes cargos políticos.

Sus padres fueron Tomas Martínez Cobo nacido en 1783 en Cali, Colombia traído a Quito en calidad de familiar del Obispo José Cuero y Cayzedo, su padre fue Español y su madre de Cali. En 1809 visitó en Ambato a su tío Antonio Cobo, conoció a una de sus sobrinas políticas María Juana Vásconez López-Naranjo y se casaron en 1810. Comerciante primero y luego socio de José Miño y Valdés, murió pobre en Ambato en 1823, en casa de sus suegros en la Bolívar y Mera. Su madre María Juana Vásconez nacida en Ambato, ciudad en la que ellos residían. Tuvo dos hermanos, Ignacia que fue la primera nació en 1814 y contrajo matrimonio con Ignacio Valdivieso, y su último hermano fue Nicolás Martínez que nació en 1821 y se casó con Adelaida Holguin el 6 de mayo de 1855.

Con sus conocimientos adquiridos y con gran esfuerzo pudo forjar sola a un gran hombre pues su esposo la abandonó en su embarazo y nunca estuvo ni con ella ni con su hijo. Ella fue la que inspiró a Juan León a que por iniciativa propia se interesara en el estudio y después de muchos años llegó a ser reconocido por sus logros obtenidos en sus diferentes etapas y habilidades como escritor, pintor, poeta.

2.5 Nicolás Martínez Vásquez

Nicolás nació el 10 de septiembre de 1821 en la hacienda "Samanga" en la ciudad de Ambato, propiedad de la familia de su madre María Juana Vásquez. Hijo legítimo de Tomás Martínez Cobo de madre Colombiana y padre Español. Vivió en Ambato junto a sus abuelos maternos hasta los catorce años, edad que siente estar preparado para mudarse a la ciudad de Quito para formarse como abogado en la Universidad Central del Ecuador. En la capital fue formado por su tío el Dr. Pablo Vásquez, notable abogado en la ciudad.

De contextura alta y delgada su pasión eran los trabajos del campo y transformó una quinta completamente desértica con miles de alisos, capulíes, cedros, nogales y eucaliptos.

Uno de los hijos de Nicolás Martínez dijo: La Agricultura en esas manos y en ese cerebro, era el arte supremo que modela y doma la arena movediza o la dura tova volcánica y las hace obedientes a las exigencias de una voluntad creadora."

Siempre se destacó por ser el mejor estudiante y presidió la sociedad filantrópica Literaria que hizo oposición al Presidente Juan José Flores

En 1842 regresó a la ciudad de Ambato para así ejercer su profesión como abogado, ya con fama que adquirió en la capital fue electo Presidente del Concejo Cantonal.

Fue un abogado muy cotizado en la ciudad de Ambato, durante sus vacaciones se iba a pasar en la Quinta familiar "La Liria" que actualmente es la Quinta de

Juan León Mera, en donde vivía su hermana Josefa y su madre María Juana aprovechando la oportunidad para educar e inducir provechosas lecturas para su futuro a su sobrino Juan León Mera Martínez

En 1855 contrajo matrimonio con Adelaida Holguín Naranjo.

De ideología política conservadora, muy amigo de Gabriel García Moreno pues fue su compañero de Universidad.

Nicolás se opuso a los gobiernos de los presidentes Vicente Ramón Roca y de Urbina, ocupó la Jefatura Política, salió Diputado por la provincia de León durante la administración de Urbina más tarde ejerció la Gobernación de León, ocupó la Vicepresidencia de la Cámara de Diputados, ayudó a la apertura del camino estable entre Ambato y Quito, presidió el Consejo Académico de la provincia, apresó a varios curas por realizar actividades insólitas y que iban en contra de las creencias de la religión católica y pidió ayuda al Presidente de la República para castigarlos, compuso las principales calles de la población, inauguró la quinta de su familia "La Liria" plantando semillas de eucaliptos traídas de Australia.

Por todo ello el presidente llegó a estimarle aún más y escribió "Martínez es el Gobernador modelo, pues reúne todas las cualidades apetecibles: probidad, talento, instrucción, actividad, firmeza y al mismo tiempo dulzura de carácter. No tiene superior y pocos se le igualan en la República." Gabriel García Moreno le designó en 1861 Gobernador de la recién fundada provincia del Tungurahua pues "tenía perfecta confianza de su talento, instrucción y patriotismo"

Por reclamaciones diplomáticas, Martínez renunció a su cargo como Gobernador y se mudó con su sobrino Juan León Mera a la ciudad de Riobamba con el fin de evitar enfrentamientos con los colombianos Felipe Rosero, Domingo Cordovés, Juan Bautista Yela, Vicente Cárdenas, José María Velasco.

Juan León Mera admiraba y apoyaba completamente a su tío Nicolás y sacó una publicación el folleto "Defensa del Dr. Nicolás Martínez", luego publicó "El autor o autores de la facción Marcelina en Ambato" publicación que fue circulada por algunos miembros de la Sociedad Conservadora de Ambato y Riobamba partidarios del ex presidente Gabriel García Moreno.

Este asunto se convirtió en una pelea política entre Juan León Mera y Juan Montalvo.

Juan Montalvo publicó como respuesta a "El autor o autores de la facción Marcelina en Ambato" este artículo "Marcelino y Medio" burlándose de Martínez como Marcelino y de su sobrino Mera como medio Marcelino. De allí en adelante menudearon los escritos. Martínez editaba en Quito "Una contestación a mis enemigos" y como en agosto logró sentencia a su favor, regresó a Ambato y ofreció un baile a sus amistades, y sin saber que en Ibarra hubo un terrible terremoto que sepultó a miles de personas sus enemigos como Montalvo no dudaron en seguir atacando a través de publicaciones como "Bailar sobre las rumas" y "Coronación del Dr. Martínez en Ambato y de qué se ocupa este personaje" este duro hasta diciembre.

2.6 Cumandá

Llamada también una guerra entre salvajes, es una novela en idioma castellano y escrito por el político, pensador, pintor, poeta, novelista y ensayista Juan León Mera en el Ecuador en 1877.

Ese mismo año Juan León Mera envió una carta al Director de la Real Academia Española explicándole sus razones por las que difiere de los otros autores que también escribieron sobre salvajes, una de las principales razones fue que la novela tuvo como lugar en las propias tierras de la Amazonia ecuatoriana, lugar en donde sus costumbres eran completamente diferentes a las suyas.

Esta novela tuvo lugar en el Oriente ecuatoriano a comienzos del siglo XIX, se la escribió en aquellas épocas en donde el Oriente era muy poco explorado, en donde los nativos eran llamados como salvajes y en la obra se puede apreciar la diferencia social y cultural entre los colonizadores y los nativos del Oriente. Antes de ser colonizadas con el catolicismo por blancos y mestizos; se encontraban las tribus jíbaras y záparas, la primera tribu mencionada era considerada por los españoles como salvaje por sus costumbres y sus crueles prácticas en la guerra.

El autor Juan León Mera al momento de narrar sobre el territorio en la que se produce la novela le dio una amplia descripción como también a las costumbres de los pueblos que en ella habitaban. La técnica que utilizó fue descriptiva y el lenguaje muy amplio con palabras de la zona.

Esta novela se convirtió en un clásico de la literatura ecuatoriana y latino americana por lo que fue llevada a teatro por Luis Humberto Salgado y a ópera por diferentes autores pero con el mismo nombre basadas en la novela homónima de Juan León Mera, Cumandá o la virgen de las selvas de Pedro Pablo Traversari Salazar es una de las tres óperas ecuatorianas. Las otras dos óperas basadas en esta novela nacional son Cumandá de Sixto María Durán Cárdenas (1875-1947) y Cumandá de Luis H. Salgado (1903-1977)

CAPÍTULO III

Toda acción comunica

3.1 Comunicación Corporativa

La Comunicación Corporativa hace referencia a una actividad o disciplina y se diferencia de la comunicación ya que esta “se refiere a la capacidad humana o al instrumento implícito en la manera de operar de cualquier organización” (Castro, 2007, p. 5)

La comunicación es el medio más fácil para poder entender a una persona y de la misma manera hacerse entender, este atributo se ha ido desarrollando pues primero sólo se comunicaban a través del habla, después apareció la escritura más tarde los teléfonos y siguió avanzando pues aparecen los computadores, herramientas que facilitan aún más la comunicación, sin tener la necesidad de estar cara a cara para poder comunicarse.

Benito Castro define a la comunicación como una clave imprescindible pues sin ésta no podríamos entendernos, ni transmitir datos, si no existiera la comunicación, la gente seguiría en las cavernas.

La comunicación se clasifica en: el interpersonal, los medios de comunicación clásicos, las telecomunicaciones y las tecnologías de la información y por último está la comunicación en el seno de las organizaciones a esta última la estudia la Comunicación Corporativa.

Las organizaciones para poder manejar mejor su comunicación dividen en dos partes: por un lado la interna, este grupo está formado por los trabajadores, accionistas y todo aquel que “tenga una conexión dentro de una estructura con el fin de cumplir con las mismas metas” (Castro, 2007, p. 9)

Por otro lado está el público externo, este grupo se refiere a la vinculación de la empresa con el medio en que le rodea, Benito Castro define a este grupo como la relación de la empresa con el entorno en el que desarrolla sus actividades y con el fin de alcanzar un nivel económico y social.

Al principio el término Comunicación dentro de las empresas no era ningún tema de importancia, pero más tarde se convirtió en una herramienta fundamental para las mismas en general para las grandes empresas. La comunicación comenzó a ser imprescindible desde el momento que se empezaron a dar cuenta los dueños de las empresas que la mayoría de los problemas tanto internos como externos eran producto de la mala comunicación, pues lo que pasaba dentro de la empresa se reflejaba a sus públicos externos.

Desde aquel momento las grandes empresas sobre todo pusieron a personas que se dediquen exclusivamente a este tema para prevenir y solucionar los problemas, después se creó un departamento exclusivo para Comunicación. En España es el lugar en donde nace esta necesidad y es el país precursor de este departamento.

Una definición importante de Comunicación Corporativa y una de las primeras que aparecieron en la literatura internacional la hizo Jackson en 1987: “Comunicación corporativa es la actividad total de comunicación generada por una empresa para alcanzar los objetivos planificados”.

Blauw en (1994) la definió con estas palabras: “el enfoque integrado de toda comunicación producida por una organización, dirigida a todos los públicos objetivo relevantes. Cada partida de comunicación debe transportar y acentuar la identidad corporativa”.

Con la evolución de conceptos de comunicación y Comunicación Corporativa Van Riel se inclina a dar mayor énfasis a que la meta final de la Comunicación Corporativa es crear bases positivas entre los públicos de la organización.

La comunicación corporativa es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible, para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende. (Castro, 2007, p. 14)

A la Comunicación Corporativa se le conoce también como “comunicación de la empresa”, término que no es muy conocido por no ser de la preferencia de muchos autores.

Antes de conocer lo que hoy en día es la Comunicación Corporativa, se comenzó a escuchar el término comunicación dentro de las empresas y gracias a esto se logró solucionar muchos problemas empresariales pues se comprobó que la mayor parte de estos son por falta de la misma.

Es así que Joan Costa (2001) lo llamo como un nuevo antídoto entonces se confió más en la comunicación que en la conducta en su libro Dirección de Comunicación empresarial e Institucional y esto fue llevado hasta el punto que se concluyó:

- a) Se confiaba en que los problemas se arreglarían comunicando mejor, y
- b) Existían un desconocimiento flagrante de lo que la comunicación aplicada era y lo que podía hacer realmente por la empresa (Costa & Benavides, 2001)

No hay que olvidarse que el actuar y el comunicar por esencia están unidos y menos aún lo que Joan Costa repite con diferentes voces y en diferentes lugares que es “la comunicación es acción y toda acción comunica”.

En el libro “Dirección de Comunicación empresarial e institucional” menciona que la comunicación corporativa se caracteriza por tener cinco propiedades, las mismas que son:

- El triángulo de la comunicación.
- Su acción transversal.
- Los cambios de mentalidad.
- La gestión global o el nuevo management en red.
- El gestor de las comunicaciones.

3.1.1 El triángulo de la comunicación

La comunicación es proyectual es decir que es estratégica y creativa, es vectorial ya que impulsa y conduce a la acción y es instrumental porque utiliza herramientas para difundir información, significados y valores, por lo tanto la comunicación al usar estas tres características al mismo tiempo es más fuerte que la acción, pues estas tres son exclusivas y poderosas tratándose por separado y más aún cuando estas trabajan unidas (Costa & Benavides, 2001).

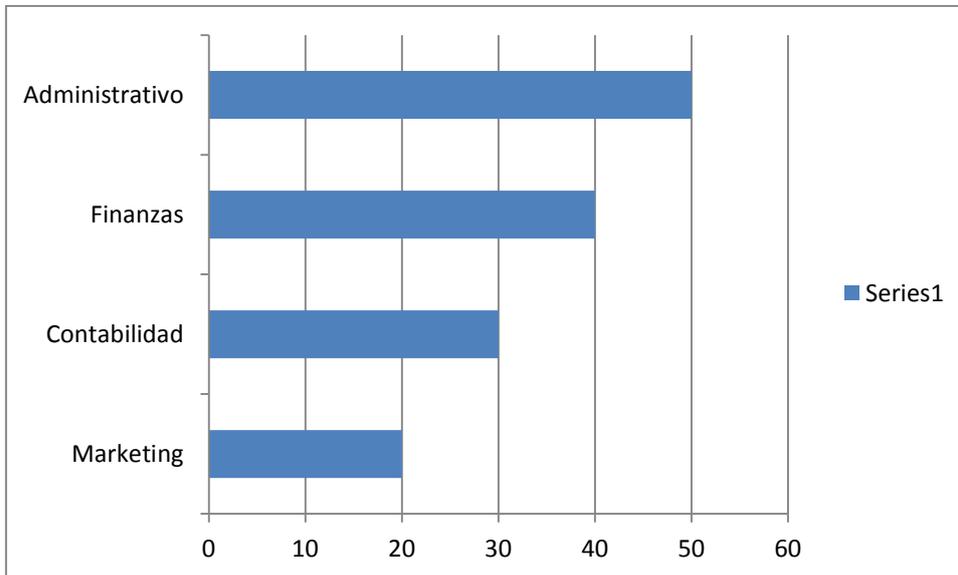
Comunicar la acción que se va realizar dentro de una empresa es más difícil aún que ponerla en práctica.

3.1.2 Su acción transversal

Para entender la acción transversal se usarán esquemas como formas gráficas de representación entre estas tenemos los gráficos de curvas, de superficie y de barras. Los más recomendados para dar la explicación de la acción transversal según los varios autores del libro Dirección de comunicación empresarial e institucional son los gráficos de barras pues estos presentan diferentes actividades y comparan su importancia e intensidad relativa.

Como ejemplo se van a tomar cuatro actividades y las representaremos por medio de barras diferentes a cada actividad, así cada barra tendría la altura correspondiente a la importancia cuantitativa de cada actividad dentro de la empresa. Si queremos representar la Comunicación como actividad en las barras no podríamos hacerlo pues esta no se puede porque la Comunicación es transversal, las otras como por ejemplo Contabilidad o Marketing si pueden estar representadas en las barras.

Gráfico 3.1: Ejemplo del gráfico de barras



Elaborado por: la Autora

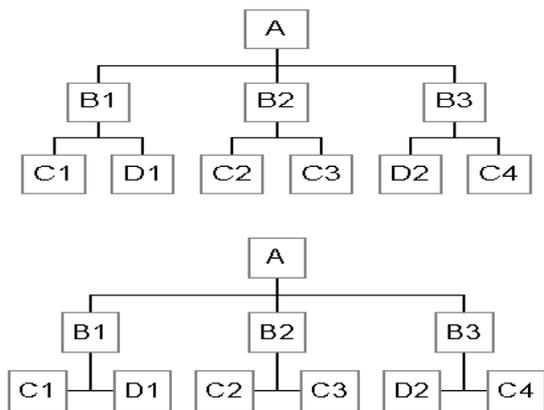
Hoy en día las empresas se manejan con un nuevo vocabulario como es:

Comunicación, Identidad, Cultura, Imagen, Interacción, feed back, modelo, sistema, algoritmo, totalidad, canales, discursos, información, ruido teleacción, telepresencia estas provenientes de las ciencias humanas, otras que provienen de la cibernética y otras que han llegado con las ciencias de la comunicación o de la información.

3.1.3 La gestión global

Como se recuerda el organigrama tradicional durante muchos años fue el de pirámide el mismo que consistía en que el presidente estaba en la cima y era un modelo vertical; hoy en día ese modelo se disolvió y lo remplazo el modelo molecular, el mismo que se caracteriza por la comunicación y la interacción con los clientes, los empleados, los colaboradores, los accionistas, los suministradores, los líderes de opinión. Con el nuevo modelo de organigrama se plantea que toda empresa debería crear un valor, un valor para el cliente, para el empleado, para el accionista, para la sociedad en general.

Gráfico 3.2: Ejemplo de un organigrama vertical



Elaborado por: la autora

3.1.4 El director de la comunicación

Se puede decir que hace unos años la comunicación se puso de moda, pero hoy en día se ha convertido en una cultura. Hay que tener presente que las organizaciones son centros emisores y receptores de señales, informaciones, mensajes, comunicación (Costa & Benavides, 2001)

El director de la comunicación es aquel que se encarga de dirigir y comprender el funcionamiento de la empresa, la cultura el proyecto corporativo y el plan estratégico.

3.2 Identidad Corporativa

Al momento de querer definir imagen o identidad corporativa surgen una clase de dudas y la gente se confunde, en especial los estudiantes que recién están en los primeros años de carrera.

Bueno, se puede definir a la identidad corporativa como: “la suma total de todas las formas de expresión que una empresa utiliza para ofrecer una perspectiva de su naturaleza” (Costa & Benavides, 2001). También se la puede definir como el autorretrato de la empresa u organización.

Otro concepto también válido, muy interesante y fácil de recordar: las entradas y salidas de señales que ofrece por medio de su comportamiento, comunicación y simbolismo Van Riel (1997: 31).

Seguimos con las definiciones de identidad, el diccionario de la real academia de la lengua define a la palabra identidad como "el hecho de ser una persona o cosa la misma que se supone o busca".

Selame y Selame en 1998 definen la identidad corporativa como la expresión visual de la organización, según la visión que tiene de sí misma y según cómo le gustaría ser vista por otros.

La identidad de la empresa es el estímulo o circunferencia ficticia. (Hernandez, 2004)

En cuanto a las distintas maneras de definir la identidad corporativa, éstas van desde concepciones puramente visuales hasta fórmulas que ponen el énfasis en el resultado perceptual de dicha identidad.

Bowling (1994) la define como: el conjunto de símbolos que una organización utiliza para identificarse ante distintos grupos de personas. Otros autores definen a identidad corporativa como un símbolo que refleja la forma en que la compañía quiere ser percibida.

Las empresas realizan diariamente ciertas actividades como compras, ventas en general todo lo que pasa dentro de las instituciones, en cada una de estas las organizaciones llevan a cabo una representación de sí misma para los distintos grupos de personas con los que se relaciona es decir de su público tanto interno como externo.

La identidad corporativa es como la organización se presenta a sí misma y se proyecta de la siguiente manera:

- ¿Quién eres?
- ¿Qué haces?
- ¿Cómo lo haces?
- ¿Adónde quieres llegar?

La identidad se presenta en las siguientes áreas: primero en lo que la empresa hace o lo que vende a lo que se denomina productos y servicios, además el lugar en el cual la empresa desarrolla sus actividades o ventas, conocido como entorno, es importante también mencionar como se comunica a los públicos lo que la entidad hace, que son los mensajes y finalmente como la empresa se comporta con sus empleados, accionistas, proveedores y clientes.

Toda identidad es una declaración activa, comunica lo que es, al mundo que lo rodea utiliza un conjunto de señales más o menos claras, impresionantes y complicadas (Fernandez, 2002)

En realidad una empresa existe solamente cuando se está seguro que las empresas u otras identidades captan las señales de vida y estas reciben respuesta.

Steiner (1972) dice que: “Lo que no puede ser comunicado, lo que no puede declarar su existencia ontológica y sus mínimas exigencias no está vivo”. Charles Fombrun define de tres maneras a la identidad. La primera es el conjunto de valores y principios que los empleados y directivos asocian a la organización en la que trabajan, es decir, aquellos rasgos con que describen la actividad de la empresa, sus productos y los clientes a los que sirven.

La segunda en 1966 es en definitiva, lo que la organización piensa de sí misma. Y la tercera son los distintos factores que determinan la identidad de una organización y así produce de manera implícita una definición de identidad basada en las características de los productos, la estrategia corporativa y la estructura administrativa.

Durante el pasar de los años se puede decir que se paso de una definición de autoimagen a una de la empresa en general, en su última definición se le relaciona a la identidad con aspectos más visuales de la organización.

Al conocer las diferentes y múltiples definiciones de identidad se la divide en dos clases, la una es la identidad corporativa global o más conocida como

identidad corporativa y a la segunda identidad corporativa interna. La identidad corporativa tiene cuatro factores:

- a) el comportamiento corporativo
- b) la cultura corporativa
- c) la identidad visual
- d) la comunicación corporativa.

Todos estos reflejan la personalidad de la organización y todos aquellos rasgos que hacen de una empresa diferente de otras.

El comportamiento es como actúa la empresa desde un punto de vista funcional es decir sus productos y servicios, sus procedimientos productivos, administrativos, financieros, tecnológicos o comerciales.

La cultura en cambio es el conjunto de valores que se comparten dentro de una organización. Estos valores son un factor clave para la adaptación a las realidades existentes fuera de la organización. Por otro lado la identidad visual que hace referencia a un conjunto de signos que traducen gráficamente la esencia corporativa. Este conjunto de elementos determinan la forma y el uso del logotipo, de los diferentes símbolos, los colores corporativos y del identificador.

La comunicación corporativa es el conjunto de formas de expresión que presenta una organización.

Todas las empresas poseen una identidad pues es como la personalidad un individuo, Algunas empresas no saben de la existencia de esta personalidad pero por el simple hecho de existir ya tienen su propia identidad. Hay empresas que tienen una identidad coherente, penetrante, bien afirmada y bien controlada, con una clara personalidad exclusiva, y por tanto, con un patrimonio de excelencia y un gran potencial de éxitos. Hay también empresas con una identidad débil o ambigua, por lo cual no se llegan a imponer y esa identidad es un freno para su desarrollo. (Costa, 1995: 42)

Por el comportamiento de las personas, la cultura de la organización y su manera de expresarse cada organización tiene su propia percepción y lo logran

cuando cada miembro de la organización se presentarse a sí mismo y al lugar en donde trabajan.

La suma de estas partes llegan a constituirse una forma de autoconciencia de la empresa. La autoconciencia coincide con la definición de identidad corporativa, este concepto surge de la trayectoria que ha experimentado la institución a lo largo de su vida útil. La identidad corporativa interna está sometida a un proceso de selección e incluso a un proceso de transformación. La identidad corporativa interna no coincide con la realidad corporativa pues al igual que cualquier objeto hay cosas que destacan de uno y por lo tanto se da a conocer a sus públicos también hay ciertas características que es mejor no decirlas, y es probable que algunos de estos rasgos hayan sido transformados, allí es cuando se producen crisis internas en las que la propia empresa no es capaz de diagnosticar.

La identidad corporativa puede ser proyectada hacia adentro y hacia afuera de la organización a través de la comunicación corporativa, esta es parte del comportamiento de la organización y por tanto es un hecho objetivo. La comunicación corporativa como ya se la definió anteriormente: “es un repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización” (Fernandez, 2002). Por lo tanto la comunicación corporativa no sólo se refiere a los mensajes sino a varios actos y al comportamiento mediante el cual todas las empresas existentes transmiten y comunican sobre la identidad, misión, visión, su forma de trabajar e incluso sobre sus clientes y públicos. La comunicación corporativa va más allá de la simple comunicación pues está en continua interacción con los públicos y su función dentro de una institución es hablar sobre la identidad corporativa y sobre la realidad.

La comunicación corporativa actúa como intermediario entre la realidad corporativa y la imagen corporativa. La comunicación al ser un comportamiento corporativo también está involucrada con las percepciones.

3.3 Imagen Corporativa

Para poder definir a la imagen corporativa es necesario empezar por comprender el término corporativo y la forma más simple de hacerlo es relacionarlo con corporación, empresa o una institución.

Mientras imagen se refiere a una figura o representación de algo, también es la representación visual de un objeto a través de diferentes técnicas como por ejemplo la fotografía o con un video.

Ahora ya sabiendo los dos términos anteriores se puede definir a la imagen corporativa como un conjunto de cualidades o aspectos positivos los consumidores de la empresa, en otras palabras la imagen corporativa es lo que la empresa significa para las personas.

Dowling (1994) define a imagen corporativa como:

El conjunto de significados por los que un objeto es conocido, y a través del cual la gente lo describe, recuerda y relaciona. Es decir el resultado neto de la interacción de las creencias, ideas, sentimientos e impresiones de una persona sobre un objeto. También se la puede definir como la impresión de creencias y sentimientos que una organización genera en la mente de los públicos.

La imagen corporativa es un conjunto de significados que una persona asocia a una empresa o institución, las ideas que utilizan para describir o recordar a dicha institución. Imagen corporativa es lo que los clientes piensan sobre la empresa. No podemos hablar tan sólo de imagen corporativa sino de imágenes corporativas puesto que están conformadas por un conjunto percepciones, impresiones y experiencias de un conjunto muy variado de personas. Resulta imposible creer que la imagen corporativa sea tan difícil de manejar, pues está de por medio sentimientos que son intangibles de un grupo heterogéneo de personas que gustan y disgustan de cosas muy diferentes entre sí. Es imposible tener una percepción total y global de la empresa, por lo que la imagen debe basarse en pedazos. Gran porción de esta división de partes da

la posibilidad que en la organización se proyecten diferentes tipos de imágenes: la imagen de empresa, la imagen de marca y la imagen de producto. La primera se refiere a la imagen institucional de esa organización; la segunda, al conjunto de signos visuales y verbales que elige para identificarse, signos que representan a dicha organización en la mente de los públicos; y la tercera se refiere al lugar que ocupan los productos y servicios que ofrece dicha organización frente a otros que puedan existir en el mercado.

La imagen empresarial es de suma importancia para la misma así como los diferentes productos o servicios que ofrece. Si una empresa que posee una excelente imagen saca al mercado un producto que salió con falla se puede producir un grave daño en la reputación de la empresa pues en este caso la imagen del producto desmiente y contradice a la imagen de la empresa, destruyendo así parte de su valor y poniendo en peligro su credibilidad.

Lo mismo pasaría si la empresa tendría dos públicos y esta imagen no coincidiría entre los mismos o cuando los empleados tienen una mala imagen de su propia empresa se daría a lugar a futuros problemas en la imagen global de la empresa.

Como todo proceso de construcción de imagen, la corporativa de la misma manera es generalmente larga y se podría decir que llega a ser hasta complicado. En la formación de la imagen cada individuo logra simplificar a la organización en su mente como un conjunto de atributos representativos, estos atributos forman una totalidad en donde cada parte depende de las otras para llegar a tener el impacto deseado por la empresa. Estos atributos pueden variar por el tiempo o por diferentes factores, pues estos están sujetos al cambio por lo tanto la imagen corporativa puede evolucionar con el paso del tiempo

De hecho, cada nuevo input sobre la empresa que entre en la mente del sujeto es contrastado con los datos almacenados en su memoria y este proceso puede dar lugar a modificaciones en alguno o varios de los atributos. De esta manera la imagen corporativa se confirma o, si alguno de sus rasgos se vuelve a interpretar, se reestructura para adecuarla a esa nueva información que se

considera veraz. (Costa & Benavides, 2001) .

Capriotti en 1999 señaló que existen tres fuentes de información para la construcción de la imagen, estas son: los medios de comunicación masiva (indirecta), las relaciones interpersonales (indirecta) y la experiencia personal (directa).

a) Los medios de comunicación masivos: dentro de este grupo hay que distinguir cuales mensajes son controlados por la empresa y por otro lado están las noticias, las mismas que los diferentes públicos consideran propias del medio. En este último caso el control que las organizaciones ejercen sobre la información es variable.

b) Las relaciones interpersonales: Muchos autores coinciden con que las relaciones interpersonales influyen más en la construcción de la imagen de las empresas que los medios de comunicación sin embargo hay que tener cuidado con la influencia de los grupos de referencia y la de los líderes de opinión.

c) La experiencia personal: A esta fuente de formación de imagen se la considera la más decisiva pues tiene que ver con lo que el público ha vivido en la organización frente a un producto (de forma indirecta) o servicio (de forma directa) pues proporciona una información de primera mano.

Villafañe en 1993 define a la imagen como un reflejo de la identidad cuyo destino final es determinar la actitud de los públicos en un sentido que sea positivo para la empresa y considera que para una organización la imagen es un principio de gestión. Las organizaciones saben que la imagen de la organización está integrada por unos valores que para los públicos son tan reales como la realidad misma, en otras palabras la imagen que tiene el público de la empresa es la verdadera.

La imagen corporativa está directamente relacionada con las operaciones de la empresa y su fin es crear impresiones en los públicos.

La imagen corporativa está constituida de lo que la empresa es, lo que hace y lo que dice. O sea esta imagen se forma de la esencia de la empresa de la forma en que desempeñe su labor y como informa lo que hace.

La imagen corporativa es muy necesaria dentro de las organizaciones pues esta determina un espacio en la mente de los consumidores y determinan cierto estilo mejor conocida como marca de la casa. Esta marca de la casa es necesaria dentro de las organizaciones pues sirve como elemento de diferenciación en este mercado que cada vez está más saturado y lo que se trata de lograr es que por medio de la imagen los consumidores escojan el producto de dicha empresa.

Hoy en día se llega a convertir la imagen empresarial como un valor agregado muy necesario e indispensable dentro de todas las organizaciones pues se ha convertido en un factor de competitividad empresarial.

Es necesario mencionar que el presidente de Shell Peter Holmes en 1999 certificó que al menos un 10% de los beneficios de una empresa se obtienen de la buena imagen de la misma.

La imagen corporativa posee cuatro componentes diferenciables, cada uno de los cuales pertenece a un nivel distinto. Estos niveles son la identidad, el entorno, la conducta y la comunicación y en cada uno de ellos encontramos un componente de imagen: la imagen esencial, la imagen contextual, la imagen factual y la imagen conceptual (Costa & Benavides, 2001).

3.4 Filosofía y Cultura organizacional

La filosofía es la que genera los criterios para el comportamiento interno de las organizaciones, se refiere a los hombres que forman parte de la empresa.

La cultura organizacional es el conjunto de presunciones y valores compartidos por la mayoría de los miembros de la organización, estos valores representan

elementos de integración entre los miembros internos de la empresa y la construcción de la identidad.

La palabra cultura proviene del latín que significa cultivo, agricultura, instrucción y sus componentes eran cultus (cultivado) y ura (acción, resultado de una acción). La cultura engloba modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias.

La cultura se refiere a los principios, valores, actitudes, aptitudes y la creatividad de la organización mientras que la filosofía empresarial es la "la forma de ser" de la misma, la cultura tiene que ver sobre todo con los principios y valores empresariales, los mismos que constituyen el núcleo de la cultura empresarial y orientan a la gestión de la empresa, trazando una línea de actuación llamada "diaria empresarial"; así se puede decir que la filosofía y la cultura son "la visión compartida de una organización".

El conjunto de valores proporciona a la organización un comportamiento ético y definen el carácter fundamental de la organización, creando un sentido de identidad y pertenencia en ella. En este punto de análisis ético de los profesionales que forman parte de una empresa es en donde debe fortalecerse las relaciones entre trabajadores e intereses laborales.

Es necesario que las empresas sean capaces de compensar y reconocer el desempeño de los diferentes miembros de las organizaciones que aspiran a ser eficaces y productivos con retribuciones y con una formación que refuerce los conocimientos para seguir contribuyendo de la misma manera y con ideas frescas y nuevas.

Desde los años ochenta el tema de cultura y clima organizacional dejó de ser un tema de relleno dentro de las organizaciones convirtiéndose en un elemento de suma importancia, el desarrollo de la cultura organizacional en las instituciones permiten a sus miembros que se comporten de cierta manera; una cultura abierta motiva a la participación madura de los integrantes y hay que tener presente que si las personas se comprometen y son responsables es

porque la cultura de esa organización lo permite. A la cultura se la considera como una fortaleza que lleva a las empresas al éxito.

El clima organizacional está determinado por la percepción que los empleados tienen de los elementos culturales, esto significa los sentimientos y la manera en la que reaccionan las personas frente a las características de la cultura organizacional.

De la variedad de conceptos de cultura y de los diferentes autores coinciden que la cultura identifica a una organización y la diferencia de otra haciendo que sus miembros se sientan parte de la misma empresa pues comparten los mismos valores, creencias, reglas, procedimientos, normas y el lenguaje.

Todas las empresas tienen su propia cultura pues tienen un sistema de creencias y valores compartidos al que se apega el elemento humano que las conforma. (Costa & Benavides, 2001). La calidad del medio ambiente interno de las empresas es creada y a su vez es quien crea la cultura corporativa.

El Director General de la empresa es el responsable y el que fija lo que se debe hacer para realizar cambios estratégicos y para llevar a cabo estos cambios debe estar al tanto de las filosofías, ideologías y aspiraciones que predominan en la organización, luego se examinan la forma en que estas afectan cualquier intento por cambiar y por último se debe desarrollar maneras de dar cambios a la cultura corporativa.

Para que el Director General dirija un cambio estratégico de la cultura de la empresa debe empezar con vigilar y evaluar las creencias, políticas e ideologías de la empresa analizando cuales son benéficas para la creación de un cambio estratégico de las que puedan ser perjudiciales para la empresa.

El Director General después de analizar las partes negativas determina la forma de eliminarlos, pues al solucionar tales artes determinan la buena disposición y el grado para el cambio.

3.5 Relaciones Públicas

Se llama relaciones públicas (RR. PP.) a la rama de la comunicación que se encarga de crear, modificar y mantener la imagen positiva ya sea de una empresa, organización, entre público o privado, o persona; y fortalecer los vínculos con todos sus públicos (Internos, externos o indirectos), utilizando diferentes técnicas, su misión es informar, convencer e integrar. (Cutlip, 2000).

Las Relaciones Públicas constituyen un proceso que implica cuestiones sutiles y de gran alcance. (Wilcox, 2001)

Otra de las primeras definiciones de las Relaciones Públicas es una función directiva que evalúa actitudes públicas, identifica políticas y procedimientos de un individuo o una organización en el interés del público y planifica y ejecuta un programa de acción para lograr la comprensión y aceptación del público, Revista PR News.

Las Relaciones Públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos, implica la resolución de problemas, ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública, define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir al interés público, ayuda a la dirección a mantenerse al día y a utilizar los cambios de forma efectiva, sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias, utiliza la investigación y técnicas de comunicación éticas como principales herramientas. (Wilcox, 2001)

Scott M. Glen M. entre otros autores afirman que las Relaciones Públicas constituyen la función de dirección que identifica, define y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los diversos públicos de los que depende su éxito y fracaso.

Según Wilcox en su libro Relaciones Públicas considera la mejor definición de la modernidad a la de Lawrence W. Long y Vincent Hazelton, los mismos que describen las relaciones públicas como una función directiva de comunicación

a través de la cual las organizaciones se adaptan, alteran o mantienen su entorno con el objetivo de lograr sus fines como organización (Wilcox, 2001)

Las relaciones públicas son un proceso que implica un resultado, John Martson en su libro *The Nature of Public Relations* menciona cuatro elementos claves:

- Investigación
- Acción
- Comunicación
- Evaluación

En el primer elemento se refiere a buscar cuál es el problema ocurrido o la situación dentro de una empresa.

En la acción se planifica que es lo que se va hacer para solucionar el problema definido en la anterior fase.

La comunicación es la fase en la que se ejecuta lo planificado y se define como llegar a los públicos.

Finalmente en la última fase se evalúa lo que se realizó, si llegó o no a sus públicos, de qué manera lo tomaron y si se encontró alguna solución al problema detectado.

Entre los elementos de las Relaciones Públicas según el monográfico de la Fundación PRSA son:

Asesoría: Es necesario acudir a expertos en el tema para que asesoren de manera correcta y tomar buenas decisiones.

Investigación: Es muy importante saber lo que está pasando para poder plantear soluciones.

Relación con los medios de comunicación: Los medios de comunicación tienen un importante papel dentro de las Relaciones Públicas pues ellos son los que se encargan de difundir a través de los medios de comunicación las actividades que se realizan dentro y fuera de la empresa.

Publicity: Por medio de publicity se llega a difundir sin costo económico.

Relaciones con los trabajadores: Tener una buena relación entre los miembros o directivos es de suma importancia ya que si se sienten bien hacen un buen trabajo.

Relaciones con la comunidad: Es necesario mantener a la comunidad contenta para que de esta manera no existan conflictos y exista armonía entre ambas partes.

Desarrollo y obtención de fondos: Muy importante es saber de donde saldrán los fondos para la ejecución de las actividades planificadas.

3.5.1 Funciones:

Toda actividad de relaciones públicas tiene como finalidad principal la gestión de la imagen institucional, mediante el desempeño de las siguientes funciones (Rojas, 2005)

- Gestión de las comunicaciones internas: es de suma importancia conocer a los recursos humanos de la institución y que éstos a su vez conozcan las políticas institucionales, ya que no se puede comunicar aquello que se desconoce.
- Gestión de las comunicaciones externas: toda institución debe darse a conocer a sí misma y a su accionariado. Esto se logra a través de la vinculación con otras instituciones, tanto industriales como financieras, gubernamentales y medios de comunicación.
- Funciones humanísticas: resulta fundamental que la información que se transmita sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- Análisis y comprensión de la opinión pública: Edward Bernays, considerado el padre de las relaciones públicas, afirmaba que es necesario persuadir (no manipular) a la opinión pública para ordenar el caos en que está inmersa. Es esencial comprender a la opinión pública para poder luego actuar sobre ella.
- Trabajo conjunto con otras disciplinas y áreas: el trabajo de todas las relaciones públicas debe tener una sólida base humanista con formación

en psicología, sociología y relaciones humanas. Se trabaja con personas y por ende es necesario comprenderlas.

También es importante el intercambio con otras áreas dentro de la comunicación como pueden ser la publicidad o el marketing. Si bien estas últimas tienen fines netamente comerciales, debe existir una coherencia entre los mensajes emitidos por unas y por otras para así colaborar a alcanzar los fines institucionales (Xifra, 2008)

3.5.2 Herramientas:

Las herramientas de las que se valen las relaciones públicas para cumplir con sus objetivos y funciones son muchas y diversas:

- La organización de eventos
- El lobbying
- Planes de responsabilidad social
- Relaciones con los medios de comunicación
 - Periódicos: permite a la organización acceder al público general.
 - Revistas: permite acceder a públicos más y mejor segmentados.
 - Radio: permite transmitir información instantáneamente las 24 horas del día.
 - Televisión: Otorga gran notoriedad a la institución.
 - Internet: Se puede trabajar sobre el sitio web institucional o con la versión en línea de diversos medios.

Cabe recordar que para poder enviar cualquier información a los diversos medios es indispensable que ésta cuente con valor de noticia y se adapte a las características del medio en cuestión.

Las relaciones públicas son también una ciencia, pues no dejan de ser un cuerpo creciente de conocimientos falibles adquiridos a la luz de la experimentación, que puede ser transmitido. Como tal, cuenta con una serie de atributos (Seitel)

- Amplitud: las relaciones públicas pueden ser aplicadas a diversas situaciones de la vida cotidiana.
- Apertura: están dispuestas a generar modificaciones cuando sea necesario.
- Empirismo: se basan en la experimentación.
- Método: tienen un método propio comúnmente llamado.
IPCE: investigación, planificación, comunicación y evaluación.
- Utilidad: ayudan a los fines institucionales y a la gestión de la imagen.
- Descripción y predicción de la realidad institucional.

3.6 Campañas de Relaciones Públicas

Una campaña de Relaciones públicas para una empresa o una Institución se caracteriza por seguir el siguiente formato:

1. Desarrollo de la campaña

- Tipo de campaña: Se identifica primero que tipo de campaña es la que se va a realizar, puede ser informativa, turística, etc.
- Nombre de la campaña: El segundo paso para la ejecución de una campaña es ponerle un nombre que vaya de acuerdo al tipo de campaña y que enganche a los públicos.
- Slogan: Es necesario ponerle un slogan impactante para que conjuntamente con el nombre de la campaña enganche al público y que mantenga el interés de los mismos.

2. Conocimiento de la empresa

- FODA: Hay que conocer a la empresa empezando con saber cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.
- Objetivos
 - General
 - Específicos
- Públicos: A quién va a ir dirigida la campaña

- Estrategias y acciones (Matriz): Dentro de esta matriz se plantean las estrategias y acciones que se van a realizar de acuerdo a los objetivos planteados.
- Responsables (Matriz): Es importante también saber quién va a estar cargo de las estrategias y acciones planteadas.
- Cronograma (Matriz): Dentro de esta matriz se define el tiempo en que se realiza lo planificado.
- Presupuesto (Matriz): Cuanto va a costar la campaña.
- Evaluación (Matriz): En esta matriz se evalúa qué se planificó y que se ejecutó.

3.7 ¿Qué es opinión pública?

La opinión pública es la tendencia o preferencia, real o estimulada, de una sociedad o de un individuo hacia hechos sociales que le reporten interés.

La opinión pública ha sido el concepto dominante en lo que ahora parece referirse a la comunicación política. Y es que después de muchos intentos y de una más o menos larga serie de estudios, la experiencia parece indicar que opinión pública implica muchas cosas a la vez; pero, al mismo tiempo, ninguna de ellas domina o explica el conjunto. Además, con el predominio de los medios de comunicación modernos, en una sociedad masificada el territorio de la opinión parece retomar un nuevo enfoque.

También es necesario considerar que la opinión pública tiene una amplia tradición como campo de estudio. Y aun cuando se relaciona estrechamente con la democracia, se diferencia de ésta. Es decir, la opinión pública constituye sólo un sector dentro del amplio espectro de la comunicación política.

3.8 Publicidad

La publicidad es una técnica de comunicación comercial que tiene como fin motivar a que se consuma un producto o un servicio.

3.8.1 Herramientas de publicidad

Las herramientas de publicidad son aquellas que se utilizan para llegar al público y de esta manera que el público consuma el producto o servicio.

Entre las herramientas más importantes de publicidad están:

- Flyers
- Banners
- Redes Sociales

3.8.1.1 Flyers

Los flyers o volantes son documentos de publicidad fáciles de llegar a la masa con cierta cantidad de información necesaria para que el público específico conozca sobre el producto o servicio que se quiere dar a conocer de una empresa. Este documento debe ser impreso y tiene la característica de ser llamativo para el público. Su número de impresiones tienen que ser en gran cantidad pues no se tiene una cantidad específica de públicos a los que se quiere llegar.

Un flyer por lo general se imprime en un solo lado y el diseño se lo realiza de acuerdo a lo que se quiere transmitir, se puede realizar con mucho color pues la idea de este documento es causar impacto y grabarse en la mente de los consumidores. En el caso de no contar con muchos recursos económicos y con el fin de ahorrar los volantes se los puede imprimir a blanco y negro.

Las medidas de este documento pueden variar pero por lo general son pequeñas, no sobrepasan el tamaño de una hoja A4.

3.8.1.2 Banners

Otra estrategia de publicidad y marketing es la utilización de banners, estos son muy importantes y causan impacto en sus públicos por lo que se trata de que su diseño sea muy atractivo y lleno de colores dependiendo en general del producto o servicio que se quiere promocionar, por lo general se utilizan los colores corporativos. Los banners se crean con imágenes o animaciones y para

esto se utilizan los GIF, JPEG Java, Adobe pero el método más utilizado es el Flash.

Estos formatos de publicidad están creados para causar impacto en sus públicos y llevan un mensaje que es lo que se quiere vender o comunicar a sus públicos de una manera divertida

3.8.1.3 Redes Sociales

Hoy en día al mencionar redes sociales la gran mayoría sabe de lo que se trata e inmediatamente lo relaciona con estructuras sociales conformadas por grupos de personas, las mismas que están unidas o de cierta manera conectadas entre sí por relaciones personales, familiares, amistades, por pertenecer a grupos sociales parecidos o simplemente por personas que comparten ciertos gustos, intereses o conocimientos.

3.8.1.3.1 Facebook

La primera red social que causó un impacto extraordinario en la sociedad y que unió a todo el mundo es el Facebook, esta red social fue creada por Mark Zuckerberg estudiante de Harvard y y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg originalmente lo crearon para los estudiantes de esta Universidad sin imaginarse que se convertirían en millonarios y que su creación se la conocería y se la utilizaría en todos los continentes y personas de todo nivel cultural, social y económico sin importar ni las edades. El único requisito para utilizar esta red social es tener un correo electrónico.

Originalmente se llamaba The Facebook, pero se quedó solo como Facebook porque sonaba de mejor manera. El facebook quiere decir cara libro y al principio muchos de sus usuarios lo utilizaban sólo para estar en contactos con sus amistades y poner álbumes de fotos de sus actividades para de esta manera si tenían un amigo o familia lejos sentirse cerca y más comunicados. Con el tiempo se llegó a utilizar esta red social para promocionar productos o servicios de empresas con el fin de que sus amistades conocieran sobre lo que su empresa vende. Hoy cualquier cosa que se necesita se lo publican en su

muro, ya sea anuncios de trabajo, inquietudes, sentimientos y se pueden desarrollar aplicaciones y hacer negocio a partir de la red social.

En el 2011 se lanzó el facebook en alemán francés y español con el fin de expandirse, pues en un inicio fue creado para los usuarios de Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña, hoy en día cuenta con 800 millones de usuarios y su traducción en setenta idiomas.

3.8.1.3.2 Twitter

Twitter es otra red social basada en el microblogging, originalmente fue creada en California en Estados Unidos. Jack Dorsey lo creó en el año 2006, se lo ha apodado como “SMS de internet” hoy en día cuenta con 200 millones de usuarios y se generan alrededor de 65 millones de tweets al día. Se llaman tweets a los mensajes que un usuario publica en su página, cada tweet puede tener máximo 140 caracteres y estos mensajes son difundidos libremente para todos los seguidores.

Esta red social es de fácil ingreso, el único requisito es que cuente con un correo electrónico, el valor agregado de esta red social a diferencia del facebook no tiene un número máximo de amigos, aquí se los llama seguidores, otra cosa que le diferencia de facebook y que ha causado impacto es que los famosos tienen su cuenta y la autentifican para que nadie utilice su identidad y todas las personas de todas partes del mundo pueden seguir a sus artistas famosos sin la necesidad de que los acepten como amigos y comparten información privada a todas horas del día.

CAPÍTULO IV

Investigación

Después de obtener toda la información teórica sobre este trabajo de investigación, es momento de utilizar técnicas y métodos de investigación los cuales ayudarán a realizar una investigación más profunda y permitirán identificar cual es la situación actual de la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato así se podrá proponer una campaña de Relaciones Públicas para este sitio patrimonial.

4.1 Objetivos de la investigación

4.1.1 Objetivo General

Registrar el grado de conocimiento que tienen los pobladores de la ciudad de Quito de 15 a 65 años de edad sobre la Quinta de Juan León Mera.

4.1.2 Objetivos Específicos

- 1) Conocer la gestión administrativa de la Quinta de Juan León Mera.
- 2) Conocer la historia y trascendencia de la Quinta de Juan León Mera, recalcando la importancia de este complejo cultural para la ciudad de Quito.
- 3) Identificar debilidades y amenazas de la Quinta de Juan León Mera.
- 4) Determinar la importancia de las Relaciones Públicas dentro de una organización.
- 5) Proponer una Campaña de Relaciones Públicas para promover el turismo hacia la Quinta de Juan León Mera.

4.2 Tipo de Estudio

Este trabajo de investigación partiendo de sus características requiere los siguientes tipos de estudio: exploratorio, descriptivo y no experimental.

4.2.1 Exploratorio

Para poder realizar este trabajo de investigación es necesario extraer toda la información necesaria sobre la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato aclarando interrogantes y ciertas dudas sobre el tema.

4.2.2 Descriptivo

Para atraer visitas de la ciudad de Quito a la Quinta de Juan León Mera en Ambato es necesario detectar los problemas que dificultan el conocimiento del lugar y de esta manera conseguir una imagen positiva y una identidad bien marcada frente a sus públicos estratégicos.

El método descriptivo permitirá obtener información real de la Quinta de Juan León Mera frente a sus públicos estratégicos como percepciones, actitudes, opiniones, preferencias, etc.

Con esta información se podrá definir de una mejor manera cómo está la imagen e identidad del lugar frente a sus públicos aportando así con una propuesta de una campaña de Relaciones Públicas con el fin de atraer visitas de la ciudad de Quito.

4.2.3 No experimental

Este trabajo de investigación también es de tipo no experimental pues no se alteran ni se manipulan las variables y se observarán los hechos como ocurren naturalmente.

4.3 Métodos de investigación

Para realizar este trabajo de investigación se emplearán los siguientes métodos: Inductivo, deductivo, análisis, síntesis y estadístico; los cuales permitirán obtener resultados eficaces y efectivos sujetos a la realidad.

4.3.1 Inductivo

Este método de investigación es el razonamiento que lleva a conocimientos generales, o sea desglosa el problema de lo particular a lo general, se utilizará

este método pues se pretende encontrar las causas del principal problema con el fin de proponer posibles soluciones.

4.3.2 Deductivo

Este método desglosa al problema general a lo particular de tal manera que analiza determinadamente e independientemente cada una de las variables de un trabajo de investigación.

Se utilizará este método de investigación ya que se analizará cada una de las variables obteniendo conclusiones para solucionar el problema.

4.3.3 Análisis

Este método observa, estudia y relaciona cada uno de los aspectos del problema en este caso la falta de conocimiento de la población quiteña con respecto a un lugar relevante en el Ecuador como es la Quinta de Juan León Mera. Como el nombre lo dice analiza de manera racional cada parte del problema de forma conjunta para lograr una idea de causa y efecto.

Una vez analizado y estudiado cada parte del problema se procede a emprender escenarios que propongan soluciones aplicables a dichos aspectos.

4.3.4 Síntesis

Este método permite relacionar los elementos del problema para encontrar una misma conclusión buscando así una solución al problema.

4.3.5 Estadístico

Este método ratifica toda la investigación pues permite la descripción, recolección, visualización y redacción de los datos del problema de este trabajo de investigación con el fin de representar de forma numérica y gráfica los resultados obtenidos de las encuestas.

A través de los gráficos se podrán analizar los problemas existentes y plantear posibles soluciones.

4.4 Fuentes de investigación

4.4.1 Primarias

Este trabajo de investigación está argumentado por una amplia información e investigación gracias a las entrevistas realizadas a las siguientes personas.

- Betty Miño, Administradora de la Quinta de Juan León Mera acerca de la administración y manejo del lugar.
- María Belén Monteverde maestra de la Universidad de las Américas y experta en Relaciones Públicas.
- Entrevista a la Señora Silvia Pachano directora del Departamento de cultura del Ilustre Municipio de Ambato.

4.4.2 Secundarias

Los capítulos anteriores de este trabajo de investigación fueron consultados en diferentes textos y fuentes de información como libros de Comunicación, Relaciones Públicas, Marketing, Publicidad, Arte, Cultura, Ambato, Tungurahua, Hombres Ilustres de la ciudad de Ambato, etc.

También se consultó en páginas de internet como blogs, portapapeles. Las revistas y periódicos aportaron información relevante para este trabajo de investigación.

4.5 Técnicas de investigación

4.5.1 Documentación

La documentación obtenida para este trabajo de investigación fue extraída de citas bibliográficas, revistas, periódicos, libros, páginas web y por documentos resguardados en la Quinta de Juan León Mera y en el Departamento de Cultura del Ilustre Municipio de Ambato.

4.5.2 Encuesta

Se realizará en este trabajo de investigación una encuesta a la población de la ciudad de Quito pues en este tema es necesario que estos visiten la Quinta de Juan León Mera pues es el nicho de mercado cercano más grande.

4.5.2.1 Población

Este trabajo de investigación se realizará a la comunidad en general de la ciudad de Quito, ya que se los considera dentro de la población económicamente activa y tienen la posibilidad de trasladarse independientemente a la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato.

La cantidad de personas que comprenden estas características son: 1'353.972.

4.5.2.2 Muestra

Para la determinación de la muestra se utilizó la siguiente fórmula de estadística homogénea:

$$n = \frac{N}{(E(N-1))+1} = 278$$

$$n = \frac{1'353.972}{(0.0036)(1.353,972-1))+1} = \frac{1'353.972}{4.875,295}$$

$$n = 278$$

Según la fórmula realizada se necesitan realizar 278 encuestas a los habitantes del norte de la ciudad de Quito.

4.5.2.3 Diseño de la encuesta (ver anexo 1)

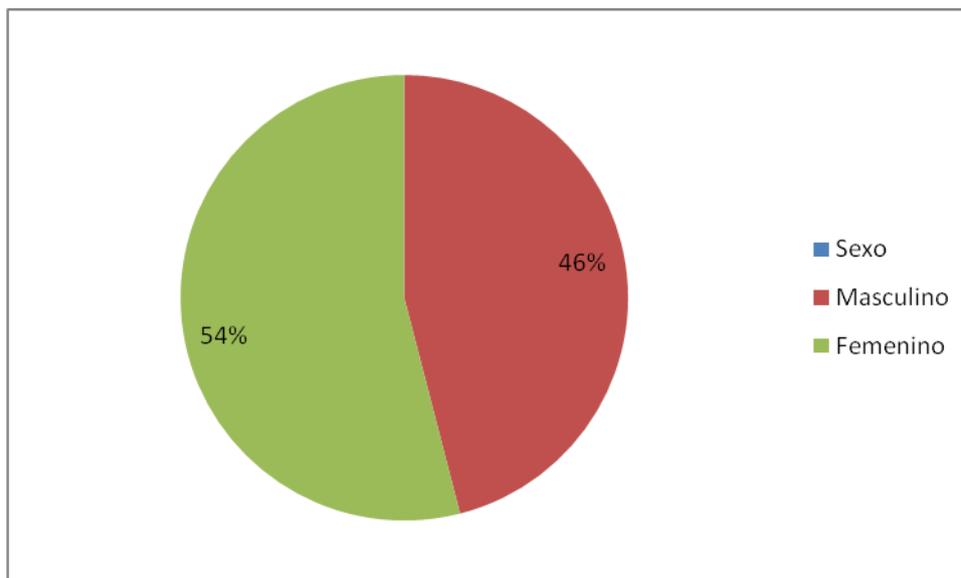
4.5.2.4 Encuestas a la población Quiteña

Sexo:

| Sexo | | |
|-----------|-----|-----|
| Masculino | 129 | 46% |
| Femenino | 149 | 54% |

Gráfico:

Gráfico 4.1: Sexo



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

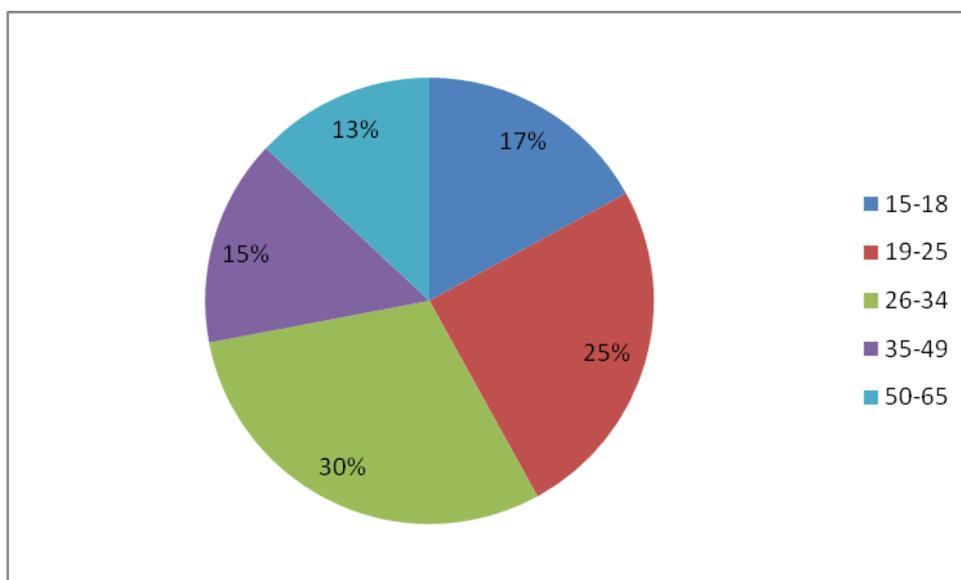
Para este trabajo de investigación del total de la muestra el 54% resultaron ser de sexo femenino mientras el 46% masculino.

Edad:

| Edad | | |
|-------|-----|------|
| 15-18 | 46 | 17% |
| 19-25 | 70 | 25% |
| 26-34 | 82 | 30% |
| 35-49 | 43 | 15% |
| 50-65 | 37 | 13% |
| Total | 278 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.2: Edad



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

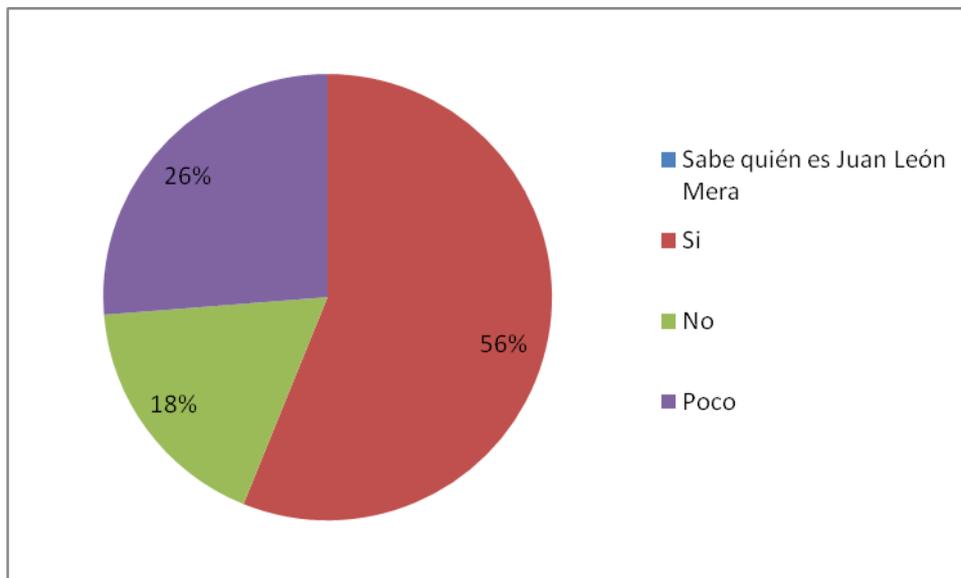
La encuesta se realizó a una muestra total de 278 personas, de los cuales el 17% representa al rango de edad de 15-18, del siguiente rango que va desde los 19 a los 25 años representa el 25%, de los 26 años a los 34 representa el 30%, mientras que en el siguiente rango que va de los 35 a los 49 años constituye el 15% y del último rango de edad de 50-65 años el 13%, cumpliendo así con el 100% de la muestra.

1.- ¿Sabe usted quién es Juan León Mera?

| Sabe quién es Juan León Mera | | |
|------------------------------|-----|------|
| Sí | 156 | 56% |
| No | 49 | 18% |
| Poco | 73 | 26% |
| Total | 278 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.3: Pregunta #1



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

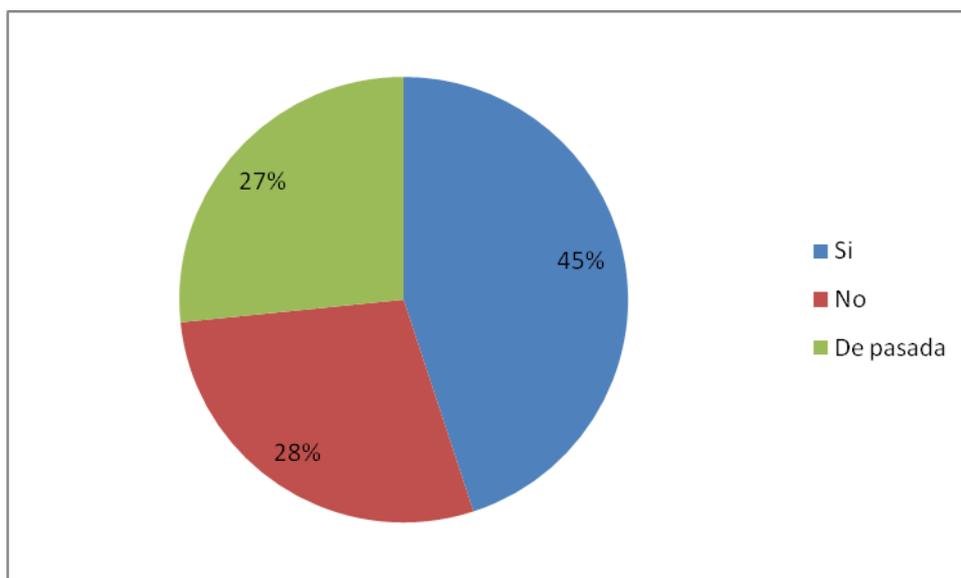
El 56% de la muestra si sabe quién es Juan León Mera, el 18% no sabe quién es mientras que el 26% conoce poco sobre el autor del Himno Nacional del Ecuador.

2. ¿Conoce la ciudad de Ambato?

| ¿Conoce la ciudad de Ambato? | | |
|------------------------------|-----|------|
| Sí | 125 | 45% |
| No | 79 | 28% |
| De pasada | 74 | 27% |
| Total | 278 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.4: Pregunta#2



Elaborado por: la autora

Interpretación

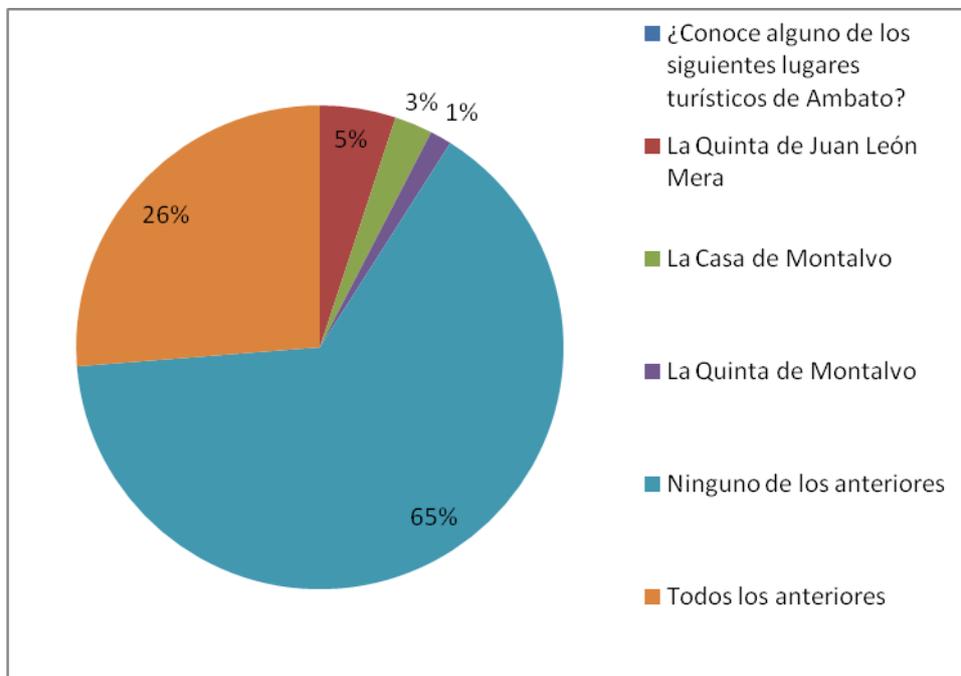
El 45% conoce la ciudad de Ambato, el 28% no conoce mientras que el 27% sólo han ido de pasada.

3.- ¿Conoce alguno de los siguientes lugares turísticos de Ambato?

| ¿Conoce alguno de los siguientes lugares turísticos de Ambato? | | |
|--|-----|------|
| La Quinta de Juan León Mera | 14 | 5% |
| La Casa de Montalvo | 7 | 3% |
| La Quinta de Montalvo | 4 | 1% |
| Ninguno de los anteriores | 180 | 65% |
| Todos los anteriores | 73 | 26% |
| Total | 278 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.5: Pregunta#3



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

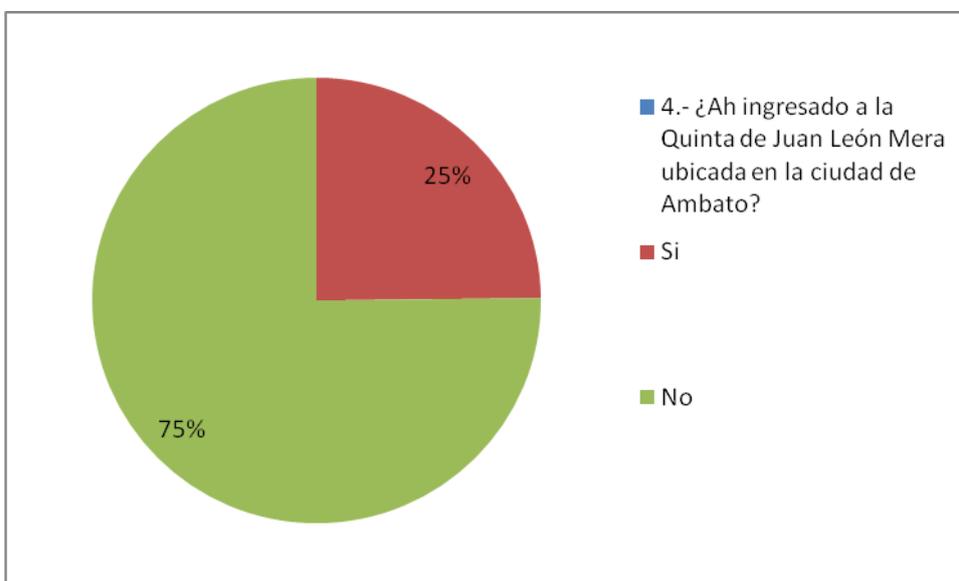
El 5% conoce la Quinta de Juan León Mera, el 3% conoce la casa de Montalvo, el 1% conoce la Quinta de Montalvo, el 65% de la población no conoce ninguno de los lugares turísticos de la ciudad de Ambato, y el 26% conocen todos.

4.- ¿Ha ingresado a la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato?

| 4.- ¿Ah ingresado a la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato? | | |
|---|-----|------|
| Sí | 69 | 25% |
| No | 209 | 75% |
| Total | 278 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.6: Pregunta#4



Elaborado por: la autora

Interpretación:

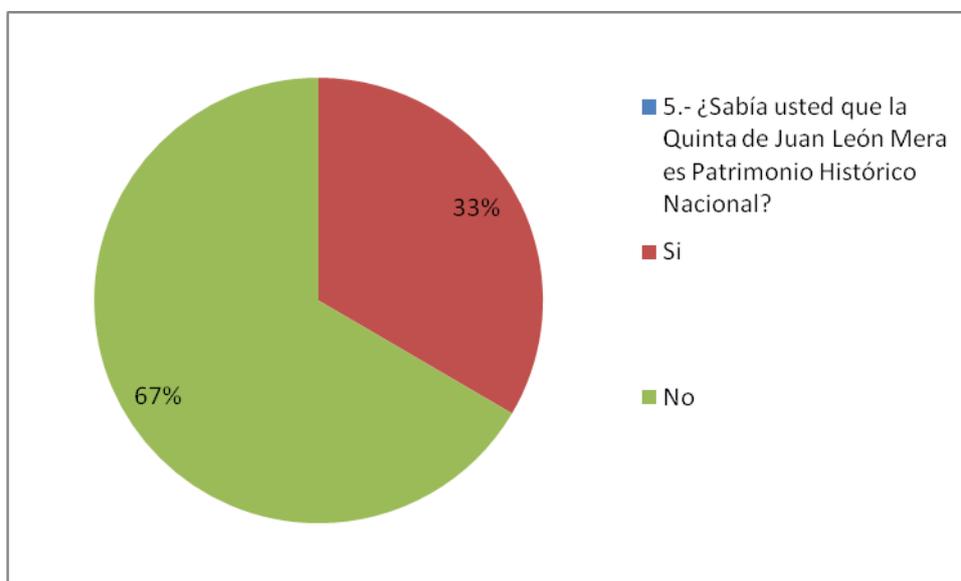
El 75% de la población no ha ingresado a la Quinta de Juan León Mera mientras que el 25% si han ingresado.

5.- ¿Sabía usted que la Quinta de Juan León Mera es Patrimonio Histórico Nacional?

| 5.- ¿Sabía usted que la Quinta de Juan León Mera es Patrimonio Histórico Nacional? | | |
|--|-----|------|
| Si | 93 | 33% |
| No | 185 | 67% |
| Total | 278 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.7: Pregunta#5



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

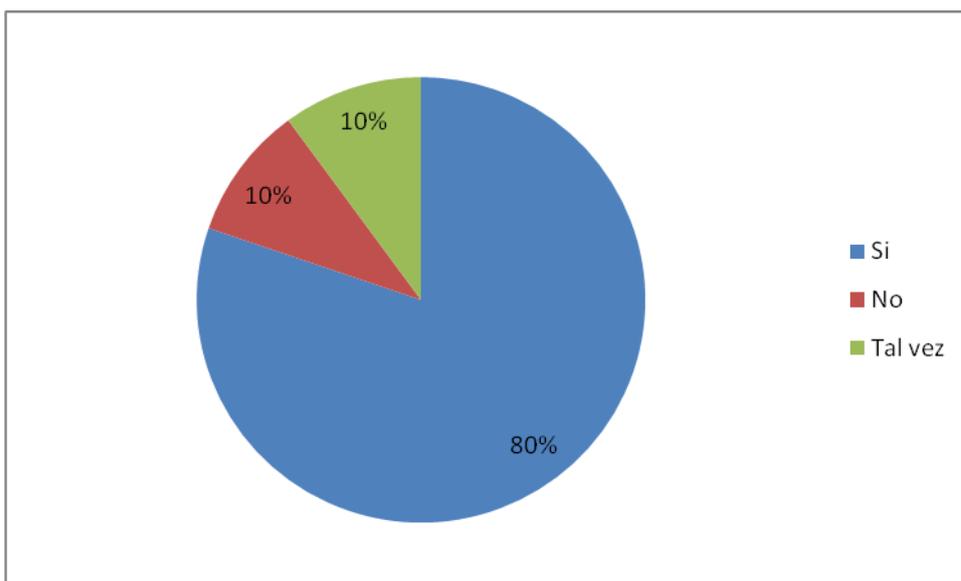
El 33% de la población si sabía que este complejo turístico es Patrimonio Histórico Nacional, mientras el 67% no lo sabían.

6.- ¿Le gustaría conocer el lugar en donde vivió el autor del Himno Nacional del Ecuador Juan León Mera? En el caso de que su respuesta fue “si y tal vez” siga con la encuesta de caso contrario usted ha concluido y se le agradece su tiempo y su colaboración.

| 6.- ¿Le gustaría conocer el lugar en donde vivió el autor del Himno Nacional del Ecuador Juan León Mera? | | |
|--|-----|------|
| Sí | 223 | 80% |
| No | 27 | 10% |
| Tal vez | 28 | 10% |
| Total | 278 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.8: Pregunta#6



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

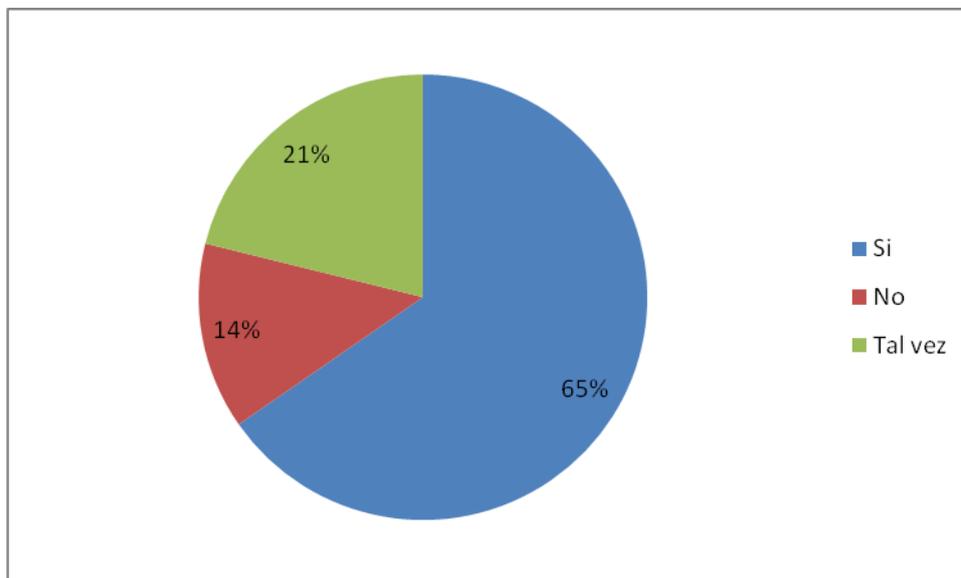
El 80% si quieren conocer la casa de Juan León Mera, 10% tal vez lo quisieran conocer y sólo un 10% no están interesados en conocer el lugar del Ilustre escritor ambateño.

7.- ¿Le gustaría escapar un fin de semana a la ciudad de Ambato para conocer sus lugares turísticos? En el caso de que su respuesta sea “No” ha concluido con esta encuesta.

| 7.- ¿Le gustaría escapar un fin de semana a la ciudad de Ambato para conocer sus lugares turísticos? | | |
|--|-----|------|
| Sí | 164 | 65% |
| No | 34 | 14% |
| Tal vez | 53 | 21% |
| Total | 251 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.9: Pregunta#7



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

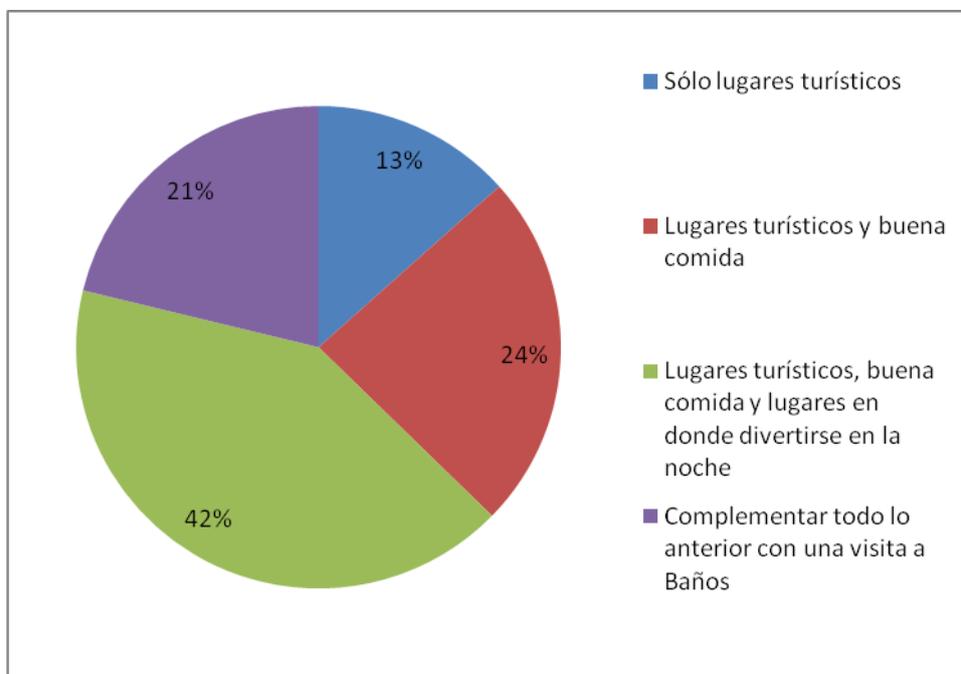
En esta pregunta la muestra es 251 pues aquí las personas que en la anterior pregunta contestaron “no” concluyeron su encuesta, del total de la población el 65% está interesado en viajar a la ciudad de Ambato con el fin de conocer lugares turísticos, el 21% tal vez se irían a pasear por Ambato mientras que el 14% no les interesa, este último ya no participa con las siguientes preguntas.

8.- ¿Que le gustaría encontrar en un paseo a la ciudad de Ambato?

| 8.- ¿Que le gustaría encontrar en un paseo a la ciudad de Ambato? | | |
|--|-----|------|
| Sólo lugares turísticos | 29 | 14% |
| Lugares turísticos y buena comida | 52 | 23% |
| Lugares turísticos, buena comida y lugares en donde divertirse en la noche | 90 | 41% |
| Complementar todo lo anterior con una visita a Baños | 46 | 22% |
| Total | 217 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.10: Pregunta#8



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

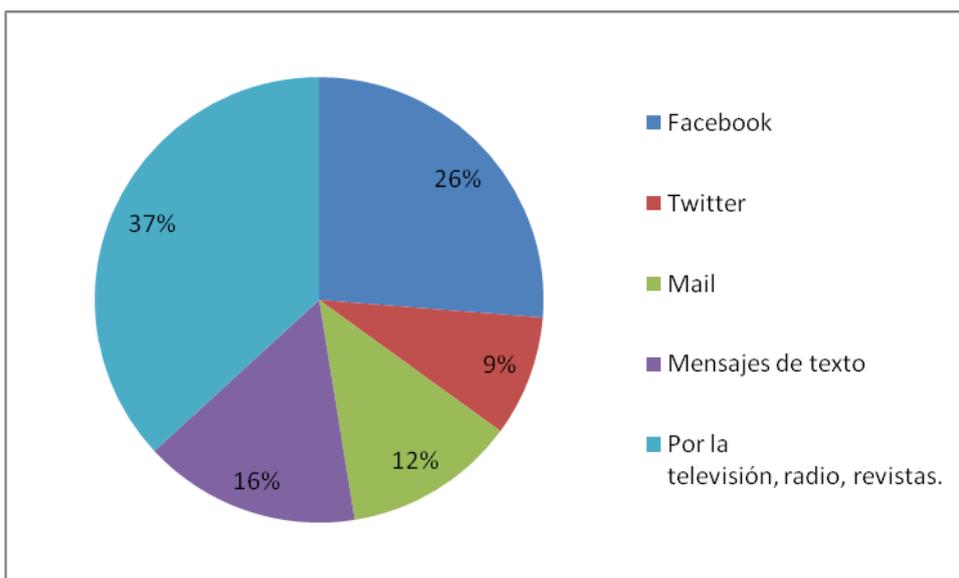
Las personas encuestadas al trasladarse a la ciudad de Ambato el 13% sólo buscan lugares turísticos, están interesados en lugares turísticos y buena comida un 24%, el 42% quisieran complementar lo anterior con diversión por la noche y un 21% quisieran también ir a Baños.

9.- ¿Por qué medios le interesaría estar informado sobre nuevos lugares turísticos que se podría visitar en el país? Valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima.

| 9.- ¿Por qué medios le interesaría estar informado sobre nuevos lugares turísticos que se podría visitar en el país? | | |
|--|-----|------|
| Facebook | 57 | 26% |
| Twitter | 19 | 9% |
| Mail | 27 | 12% |
| Mensajes de texto | 34 | 16% |
| Por la televisión, radio, revistas. | 80 | 37% |
| Total | 217 | 100% |

Gráfico:

Gráfico 4.11: Pregunta#9



Elaborado por: la Autora

Interpretación:

De acuerdo a las encuestas realizadas el 37% de la población desea permanecer informados por televisión radio y revistas, el 26% por facebook, el 16% por mensajes de texto, el 12% vía mail mientras el 9% por twitter.

4.5.2.4.1 Conclusiones

- Con las encuestas realizadas se pudo comprobar que a pesar de que conocen quién fue Juan León Mera e incluso de conocer la ciudad de Ambato muy pocos de los encuestados han ingresado a la Quinta del Ilustre escritor ambateño.
- Estas encuestas permitieron conocer que más de la mitad de los encuestados no sabían que la Quinta es Patrimonio Histórico Nacional.
- Más de la mitad de los encuestados están interesados en conocer la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato, con el fin de estar en el lugar que le sirvió de inspiración a este Ilustre escritor ambateño para que realice muchos libros, pinturas y poemas que dejó de herencia para este país.
- Gran porcentaje de las encuestas resultó que sí están dispuestos a trasladarse a la ciudad de Ambato a conocer lugares turísticos.
- Las personas que sí están dispuestas a trasladarse a la ciudad de Ambato quisieran complementar su visita con lugares que ofrezcan a sus turistas buena comida y diversión por la noche.
- Los medios que prefieren los encuestados para enterarse sobre los lugares turísticos son la televisión, radios y revistas.

4.5.3 Entrevista

La entrevista es una fuente de información se podría decir de más relevancia ya que la información que se obtiene es cualitativa, es completamente certera y con datos precisos.

Las personas a las que se realizó las entrevistas son:

Sra. Betty Miño, Administradora de la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato y el motivo de esta entrevista fue conocer datos sobre el lugar recalando su importancia dentro del país y el conocimiento que tienen sus empleados del mismo.

Sra. María Belén Monteverde, profesora de la Universidad de las Américas y experta en Relaciones Públicas y campañas, la misma que proporcionó información de vital importancia para este trabajo de investigación.

Sra. Silvia Pachano Directora del departamento de cultura del Ilustre Municipio de Ambato, el fin de esta entrevista fue conocer un poco más sobre la Quinta y de Juan León Mera y sobre el problema en sí de este trabajo de investigación.

4.5.3.1 Diseño de la entrevista (ver anexo 2)

4.5.3.2 Síntesis de las entrevista

Gráfico 4.12: Entrevista#1

| | |
|-----------|--|
| Nombre: | Sra. Betty Miño |
| Fecha: | 23 de diciembre de 2011 |
| Lugar: | Quinta de Juan León Mera |
| Síntesis: | <p>La Quinta de Juan León Mera es un ícono del turismo nacional, se reciben turistas de todo el Ecuador, del centro del país son visitas obligadas en las escuelas, existen temporadas en las que las visitas familiares son marcadas como el feriado de la fiesta de las frutas y el feriado de Noviembre, la Quinta es Patrimonio Histórico Nacional, es muy importante que la gente conozca sobre esto, al igual que la estructura y la forma pictórica que es muy importante hecha por los propios Mera, existen documentos fotografías originales que pertenecieron a Juan León y a su familia. Este lugar es de características únicas, la Quinta está incluida entre los principales destinos de turismo del país y más son las visitas que recibimos de ciudades lejanas que las locales y de la propia capital. La unidad de turismo del Municipio se ha encargado de informar sobre los principales atractivos turísticos de la Provincia, hay uno en el "Mall de los Andes" y está por inaugurarse en el terminal terrestre. Trabajan alrededor de 14 personas y existe una página web del Municipio en donde existe información sobre la Quinta. Para eventos oficiales existen invitaciones. La página web es del departamento de cultura, pues no existe una página web propia de la Quinta. El valor de la entrada a la Quinta no cubre con los gastos del mantenimiento del lugar, la Quinta depende del Municipio, dentro de los presupuestos del Municipio está el mantenimiento de la Quinta. Si existen visitantes de la ciudad de Quito pero son relativamente pocos.</p> |

Elaborado por: la Autora

Gráfico 4.13: Entrevista#3

| | |
|-----------|--|
| Nombre: | Sra. Silvia Pachano |
| Fecha: | 24 de enero del 2012 |
| Lugar: | Departamento de Cultura del Municipio de Ambato |
| Síntesis: | <p>En Ambato existe la ruta turística que comprenden las tres Quintas Patrimoniales el parque de la familia, la casa de Don Juan Montalvo, los mercados que están completamente remodelados, museos, la casa de la cultura y el portal son los lugares turísticos que existen en la ciudad de Ambato, también existe la ruta de las iglesias que algunas están en remodelación como la Medalla Milagrosa</p> <p>Un grupo será las personas que no conocen de la Quinta de Mera, se encuentran entre los lugares turísticos de Ambato, también se realizan visitas de extranjeros, los días martes por ejemplo suelen visitar la Quinta Franceses, Suizos, Europeos en general serán pocos los que no conocen quienes fueron estos hombres Ilustres, la Liria y la Quinta de Mera están dentro del Jardín Botánico, que es el quinto más importante del Ecuador</p> <p>La unidad de turismo trabaja conjuntamente con el departamento de Cultura y asiste a ferias en diferentes partes del Ecuador donde publicitan las Quintas a través de folletos</p> <p>Juan León Mera es un hombre que traspaso las fronteras de Ambato y de la Provincia de Tungurahua, se lo conoce a nivel nacional porque es el autor del himno de nuestro país es uno de los tres escritores de Ambato, pintor y uno de los referentes culturales de la ciudad</p> |

Elaborado por: la Autora

Gráfico 4.14: Entrevista #3

| | |
|-----------|--|
| Nombre: | María Belen Monteverde |
| Fecha: | 26 de enero del 2012 |
| Lugar: | Universidad de las Américas |
| Síntesis: | <p>La Relaciones públicas son una estrategia de gestión que se encarga del manejo de la comunicación externa e interna de una organización pero enfocándose en las relaciones entre la empresa y sus públicos tratando de buscar la buena voluntad y la cooperación entre los públicos y la empresa</p> <p>La campaña de Relaciones Públicas es una parte de la comunicación pero que tiene los objetivos más concretos es decir se lanza para cumplir con unos parámetros muy específicos y es muy intensa, es decir en un corto período de tiempo se usa muchos medios a la vez para llegar con ese mensaje a los públicos específicos</p> <p>Los pasos para una campaña son primero los objetivos, los públicos a los que está dirigida la campaña, estrategias, acciones concretas, cronograma, presupuesto, una evaluación y lo más importante un eje comunicacional bajo el cual gira o se lleva a cabo la campaña</p> <p>Un plan de comunicación es la matriz general con la que se va a gestionar la comunicación interna y externa de una organización, dentro de esta planificación general se insertan para algunos objetivos las campañas que son mucho más puntuales y con objetivos más precisos el plan abarca la totalidad mientras que las campañas son más específicas</p> <p>El tener un comunicador dentro de la empresa va a ser que la empresa se comunique estratégicamente se pierden oportunidades internas y externas y también en algunos casos puedes entrar en contradicciones empresariales que pueden provocar crisis empresariales</p> |

Una de las primeras causas de no tener un comunicador dentro de la empresa es el desconocimiento, en este país está en una etapa de desarrollo muchos empresarios aun no conocen y no ven la necesidad de tener un comunicador corporativo porque no saben ni lo que hacen, pero obviamente cuando aparece una crisis comunicacional llaman a un comunicador. En segundo lugar para un manejo estratégico de las Relaciones Públicas se requiere un pensamiento más evolucionado donde te importe el resto y parece que en el Ecuador están en una etapa anterior de evolución donde solo importa la ganancia

Elaborado por: la Autora

4.5.3.2.1 Conclusiones

- Las personas encargadas de la Quinta del lugar y del Departamento de Cultura del Municipio de la ciudad de Ambato no tienen conocimiento sobre los problemas que tiene la Quinta de Juan León Mera.
- No poseen una página web que mantenga informados a sus públicos estratégicos sobre lo que sucede en la Quinta de Mera por lo que los pobladores de Quito y de diferentes ciudades del Ecuador no acuden a visitar el lugar.
- No tienen fuentes de información directa de la Quinta de Juan León Mera hacia sus públicos.
- A pesar de que la Quinta de Juan León Mera está entre los lugares turísticos del Ecuador, los ecuatorianos no saben de la existencia del lugar y de sus atractivos.
- Al formar parte del quinto jardín botánico más importante del Ecuador para llegar a sus públicos es necesario realizar una campaña de Relaciones Públicas con el fin de obtener objetivos puntuales en un corto plazo.

4.5.4 Conclusiones de la Investigación

- Gran mayoría no conoce la existencia de la Quinta de Juan León Mera ubicada en Ambato a pesar de que conozcan la ciudad.
- El público objetivo está dispuesto a viajar a la ciudad de Ambato con el fin de conocer el lugar en donde vivió el autor del Himno Nacional del Ecuador.
- Los encargados de manejar la Quinta de Juan León Mera no conocen el problema del lugar y se niegan a aceptar que después de realizar las encuestas de este trabajo de investigación, el 75% de los encuestados no han ingresado al lugar en donde vivió Don Juan León.
- La mayoría de la gente sabe quien fue Juan León Mera pero no conocen mucho sobre los aportes que ha heredado a su ciudad y al país en general.
- Al no tener fuentes de información directa y no estar en constante relación con sus públicos éstos desconocen lo que el lugar ofrece.
- El público estratégico de este trabajo de investigación están interesados en el arte y cultura por lo que es necesario ofrecer lugares turísticos diferentes a lo que se acostumbra.

CAPÍTULO V

5.1 DESARROLLO DE LA CAMPAÑA

- **5.1.1 Tipo de Campaña:** Informativa.
- **5.1.2 Nombre de la Campaña:** “La Quinta de Mera en donde el tiempo se detuvo”

El nombre de esta campaña surge de la idea de que los públicos al escuchar este nombre para la Quinta de Juan León Mera no se les venga a la idea que es una simple hacienda como la gente acostumbra a asociar al nombre de tan maravilloso lugar, sino que sea un verdadero atractivo para motivar su visita.

A la gente que se va a llegar por medio de esta campaña se le va a invitar a visitar un lugar en donde no sólo se revive el pasado de un hombre Ilustre que dejó grandes herencias para la ciudad y el país sino que también es el lugar ideal para conocer su flora pues este lugar forma parte del Jardín Botánico que esta posicionado en quinto lugar entre los más bonitos del Ecuador.

Es un lugar en el que entre adobes y tejas es posible revivir las épocas en donde Juan León vivió pues allí se encuentran todas las pertenencias del autor y de su familia.

- **5.1.3 Slogan: “Porque regresar al pasado sí es posible”**

Esta campaña turística e informativa trata de llegar a su público de una manera diferente es por eso el slogan, se enfoca en las sensaciones que produce entrar en la Quinta a su público, no sólo conocer las instalaciones físicas de su casa sino que este maravilloso lugar posee detalles, vestimentas, muebles, e incluso utensilios de cocina propios de la época que pertenecieron directamente a Juan León, a su abuelita, a su madre, esposa e hijos.

Al ser un tema interesante para la sociedad se trató de usar un slogan que sea fácil de posicionar en la mente de la población que va desde jóvenes de 15 años hasta adultos mayores de 65 años de esta manera la Quinta de Juan León Mera va a ser considerada como una de las prioridades turísticas para visitar.

5.2 Conocimiento de la empresa:

La campaña se realizará con el fin de llegar al público de la ciudad de Quito para conseguir que visiten la Quinta de Juan León Mera ubicada en Ambato y que de esta manera su público tenga un mayor conocimiento sobre quién fue y qué hizo el autor del Himno Nacional de su país el Ecuador.

5.2.1 Misión y visión

| MISIÓN | VISIÓN |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Informar y motivar a personas de diferentes edades a que se comprometan con el arte y cultura visitando lugares turísticos nuevos en otra ciudad. | <ul style="list-style-type: none"> • Conseguir que por lo menos el 75% de los pobladores de la ciudad de Quito conozcan la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato. |

En un lugar alejado de la ciudad de Ambato se levanta la antigua casona de los Mera, ubicada en la parroquia Atocha en la avenida Circunvalación. Es un lugar con un típico estilo español de la época que data de 1874, alberga la vida y muerte del autor del Himno Nacional que constituye el más elevado mensaje de amor a la Patria.

La quinta es un paraíso de enorme riqueza de arte y cultura, con una gran cantidad de flora y fauna sumándose un entorno de naturaleza extraordinaria que lo hacen un icono de la nacionalidad del país

Entre los gruesos muros de abobe y bahareque se conservan sus recuerdos, manuscritos, pinturas y fotografías los que hablan a las claras de su gran amor por el arte.

La Quinta de Juan León Mera tiene una extensión de cinco hectáreas, este lugar está rodeado por palmeras que alcanzan los cinco metros de altura y de varios caminos empedrados con adoquín de piedra extraída de las canteras de Pishilata y que pertenecieron a las calles más antiguas de nuestra ciudad.

La Quinta fue declarada como “Patrimonio Histórico Nacional”, no sólo es de atractivo turístico la casa en dónde vivió el Autor del Himno Nacional sino que también cuenta con un maravilloso entorno botánico el mismo que tiene más de 200 especies vegetales entre nativas e introducidas, esta Quinta está conectada con la de Luis Alfredo Martínez, otro espectacular lugar turístico que es necesario conocer.

Este constituye un verde espacio en medio de una pujante ciudad que se desarrolla hacia el progreso, es la casa de las más íntimas querencias de Don Juan León Mera, aquella a la que regresó para morir y con la que se inspiró para escribir sus más grandes obras literarias y sus más hermosas pinturas, entre ella “El Cristo Sobre el Valle de Palama”, ligándonos para la posteridad el símbolo de la nacionalidad ecuatoriana.

5.2.2 FODA

Fortalezas:

1. La infraestructura del lugar pues abarca a muchísimas personas.
2. Precio accesible.
3. Es Patrimonio Histórico Nacional
4. Seguridad
5. Tiene un maravilloso entorno botánico con 200 especies vegetales.
6. Existe plantas endémicas en el mundo.
7. Apoyo de la administración de Quinta de Juan León Mera para realizar eventos dentro del lugar en fechas específicas.
8. Aprobación del Ilustre Municipio de la ciudad de Ambato

Oportunidades:

1. Presencia de personas que tengan un gran conocimiento de Juan León Mera.
2. Juan León Mera es conocido por la gran mayoría de los pobladores de la ciudad de Quito.
3. La ciudad de Ambato esta a tan sólo 2 horas de la capital.
4. Los pobladores de la ciudad de Quito están dispuestos a viajar a Ambato a conocer el lugar en donde vivió el autor del Himno Nacional del Ecuador.
5. Las carreteras Quito-Ambato están en muy buen estado.
6. Diferentes restaurantes y lugares de diversión nocturna están dispuestos a realizar convenios con la Quinta para ofrecer beneficios a sus clientes.

Debilidades:

1. Desconocimiento de la Quinta de Juan León Mera en la ciudad de Quito.
2. Falta de publicidad de la Quinta de Mera
3. No poseer página web.
4. Falta de señalización.

Amenazas:

1. Poca colaboración de los medios de comunicación Nacionales.
2. Existe mucho tráfico en las carreteras.
3. Ambato no realiza publicidad sobre el turismo en todas las fechas del año.
4. La gente prefiere realizar viajes a la ciudad de Baños o a la playa.

5.3 Objetivos

5.3.1 Objetivo General

Diseñar una campaña de Relaciones Públicas para atraer visitas de la población quiteña hacia la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato.

5.3.2 Objetivos Específicos

- Motivar a que los quiteños sepan quién fue y qué hizo Juan León Mera por la provincia de Tungurahua y por el Ecuador en un tiempo máximo de seis meses.
- Informar al público quiteño la historia y trascendencia de la Quinta de Juan León Mera, recalcando la importancia de este complejo cultural para la ciudad de Quito y del país.
- Dar a conocer los eventos que se realizan en la Quinta de Juan León Mera, en un tiempo de seis meses.
- Generar expectativa sobre la campaña para lograr mayor aceptación en los quiteños en seis meses.

5.4 Públicos de la campaña

El público objetivo es la comunidad en general, se decidió a estos pues están en edad de valorar el arte y la cultura que existe en el Ecuador y que es poco conocida por muchas personas.

Para que se interesen por conocer la Quinta de Juan León Mera no se necesita segmentar en cuanto a niveles socio-económicos pues será una campaña que se difundirá a todos los grupos ya que la entrada al ser de accesible valor cualquier persona puede conocer el lugar en donde vivió tan reconocido escritor y pintor ecuatoriano.

La ciudad de Quito cuenta con la mayor cantidad de museos del país ya que superan los 30 convirtiéndola en el eje fundamental de la cultura del Ecuador, es por esto que se puede decir que dentro de Quito se encuentra la expresión más grande de arte y cultura. La gente respira arte por lo que es necesario ofrecer nuevos atractivos turísticos con el fin de que nuestro público tenga variedad.

5.5 Descripción de las estrategias y acciones propuestas para la campaña.

| MATRIZ DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|---|--|
| OBJETIVO GENERAL | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | PÚBLICOS | ESTRATEGIAS | Tácticas | ACCIONES | RESPONSABLES | |
| Diseñar una campaña de Relaciones Públicas para atraer visitas del turismo capitalino a la Quinta de Juan León Mera, ubicada en la parroquia Atocha de la ciudad de Ambato. | • Motivar a que los quiteños sepan quién fue y qué hizo Juan León Mera por la provincia de Tungurahua y por el Ecuador. | Externo/ pobladores de la ciudad de Quito de 15 a 65 años de edad | Informar al público de Quito sobre quién fue y qué hizo el autor del Himno Nacional para promover el interés sobre Juan León Mera | Artículos en la prensa | Un domingo con Don Juan León Mera: Presentar historias, pequeños artículos sobre anécdotas, logros, sobre sus libros o pinturas cada domingo. Dónde: En los diarios más importantes de la ciudad de Quito | Municipio de Ambato, departamento de Cultura, Administración de la Quinta de Juan León Mera y el Equipo de Relaciones Públicas | |
| | | | | Artículos informativos de quién fue Juan León Mera | Para que sepan de mi necesito de ti: Realizar alianzas estratégicas Dónde: Con colegios Municipales, agencias de viajes y medios de comunicación | | |
| | | | | Volantes, pulseras, llaveros, adhesivos para piso | Porque Juan León Mera es recordado: Entregar volantes, pulseras, llaveros, adhesivos en el piso con información atractiva al público objetivo mediante publicidad que contenga información necesaria que enganche a los habitantes de la ciudad de Quito. Dónde: Lugares estratégicos como Centros Comerciales, colegios, parques y universidades | | |
| | | | | Pinturas, libros y poemas | Hombre de honores: Exposición de pinturas, libros y poemas más importantes de Juan León Mera, con la colaboración de la Administración de la Quinta de Juan León Mera y el Ilustre Municipio de Ambato Dónde: Patio de Las Culturas | | |
| | | | | Gigantografías | El autor del Himno Nacional: Se colocarán gigantografías de Juan León Mera con el fin de que el autor del Himno Nacional se vaya grabando en la mente del consumidor Dónde: Entrada Principal de la UDLA, en el Quicentro, Jardín, Megamaxi, Quicentro Sur, Condado Shopping, Universidad de las Américas, Universidad Católica, Agencias de viaje como Metropolitang Touring. | | |
| | | | | Adhesivo para buses | Juan León Mera hombre público: En los autobuses realizar apoyo visual con imágenes de Juan León Mera. | | |
| | Diseñar una campaña de Relaciones Públicas para atraer visitas del turismo capitalino a la Quinta de Juan León Mera, ubicada en la parroquia Atocha de la ciudad de Ambato. | • Identificar la historia y trascendencia de la Quinta de Juan León Mera, recalando la importancia de este complejo cultural para la ciudad de Quito y para el país. | Externo/ pobladores de la ciudad de Quito de 15 a 65 años de edad | Motivar a la población quiteña para promover las visitas a la Quinta de Juan León Mera | Adhesivo para asensores y gradas eléctricas | Hogar del autor del Himno Nacional: Pegar adhesivos en los asensores y gradas eléctricas y vinil para el piso Dónde: En el Quicentro, en la Universidad de las Américas, Condado Shopping, Mall el Jardín, Universidad Católica, CCI. | Municipio de Ambato, departamento de Cultura, Administración de la Quinta de Juan León Mera y el Equipo de Relaciones Públicas |
| | | | | | Artículos en la prensa | Conoce en dónde vivió Juan León Mera: Informar al público una vez por semana sobre la Quinta de Juan León Mera con una publicidad que enganche a su público Dónde: En el Comercio. | |
| | | | | | Banners | Visitar es recordar: Colocar banners con publicidad de la Quinta de Juan León Mera Dónde: En las calles principales de la ciudad de Quito como la Eloy Alfaro, la 6 de diciembre, la Gonzales Suarez y la Amazonas y en la entrada a la ciudad de Ambato | |
| | | | | | Cortometrajes | Un lugar mágico para visitar: Espacios de difusión de la quinta en los previos de las funciones de cine. | |
| | | Realizar eventos para que la gente sepa que ofrece la Quinta de Juan León Mera | Externo/ pobladores de la ciudad de Quito de 15 a 65 años de edad | Realizar eventos para que la gente sepa que ofrece la Quinta de Juan León Mera | Fotografías, videos | Hogar del Ilustre escritor Ambateño: Realizar una vez al mes exposiciones de lo que la Quinta de Juan León Mera ofrece en museos de la capital Dónde: la Capilla del Hombre, el museo de la ciudad y la casa de la cultura. | Municipio de Ambato, departamento de Cultura, Administración de la Quinta de Juan León Mera y el Equipo de Relaciones Públicas |
| | | | | | Adhesivos | Siguenos: Señalética de ubicación de la Quinta de Juan León Mera | |
| Fotografías, videos, obras de arte de Juan León Mera | | | | | Desayunemos con Juan León Mera: Realizar un desayuno en donde se muestren las fotografías de lo que la Quinta de Juan León Mera tiene para promover el interés de lo que se puede apreciar en el lugar que vivió el autor del Himno Nacional del Ecuador Dónde: Universidad de las Américas, Universidad San Francisco, Universidad Católica y en la Universidad Internacional. | | |
| Fotografías y videos. | | | | | Ambato cuna de cultura: Realizar exposiciones de otros atractivos turísticos que ofrece la ciudad de Ambato invitando a empresas privadas y públicas. Dónde: En la casa de la Cultura. | | |
| Realizar charlas sobre la Quinta de Juan León Mera y sobre el autor para que la gente conozca quién es. | | Externo/ pobladores de la ciudad de Quito de 15 a 65 años de edad | Realizar charlas sobre la Quinta de Juan León Mera y sobre el autor para que la gente conozca quién es. | Lanzamientos de libros, exposiciones de arte de autores famosos del Ecuador | Lugar que respira arte: Realizar eventos dentro de la Quinta de Juan León Mera invitando a los eventos a realizarse a los medios de comunicación nacionales Dónde: En las instalaciones de la Quinta de Juan León Mera | Municipio de Ambato, departamento de Cultura, Administración de la Quinta de Juan León Mera y el Equipo de Relaciones Públicas | |
| | | | | Conevios para obtener descuentos en estadía y comida. | Gasta menos, conoce más: Realizar convenios con restaurantes y hoteles para que se pueda armar un buen paquete económico y atractivo para invitar amablemente a los medios de comunicación nacionales a que asistan a los eventos que se van a realizar en la Quinta de Juan León Mera Con quién: Con la Roka, la Quinta Loren, el Alis, el Hotel Ambato, el Emperador. | | |
| • Generar vínculos con los medios de comunicación Nacionales. | | Externo/ pobladores de la ciudad de Quito de 15 a 65 años de edad | Generar interés por parte de los medios de comunicación hacia la Quinta de Juan León Mera | Notas periodísticas | Un hombre autodidacta: Presentar por lo menos una vez al mes en los diferentes noticieros y programas de televisión pequeñas notas sobre la Quinta de Juan León Mera, sobre el autor y los eventos que se realizarán en el lugar para promocionarlo Dónde: En teleamazonas, GamaTv, Ecuavisa, RTS | Equipo de Comunicación | |
| | | | | • Dar a conocer los eventos que se realizan en la Quinta de Juan León Mera. | Externo/ pobladores de la ciudad de Quito de 15 a 65 años de edad | Crear un página web y redes sociales de alto impacto de la Quinta de Juan León Mera | Mensajes a través de redes sociales |
| • Generar expectativa sobre la campaña para lograr mayor aceptación en los quiteños. | Externo/ pobladores de la ciudad de Quito de 15 a 65 años de edad | Lograr el interés de los quiteños mediante actividades de intriga y expectativa hacia la presentación de la campaña. | Obra de teatro | Aventuras con Juan León Mera: Realizar una obra de teatro con la historia de Juan León Mera invitando a las principales autoridades de la ciudad de Quito y del país y a los medios de comunicación para que sea transmitido por todos los canales de televisión. Dónde: En la casa de la Cultura. | La administración de la Quinta de Juan León Mera, equipo de Relaciones Públicas | | |
| | | | Documentales y notas periodísticas. | Conozcamos a Juan León Mera: Proyección de Documentales y notas periodísticas en las televisiones de los bancos, de centros comerciales y de Universidades. Dónde: En el Quicentro, en la Universidad de las Américas, Probanco, Bancho Pichincha. | | | |

5.7 Presupuesto

| PRESUPUESTO | | | | | |
|---|-----------|-----------------|--------------|--------------|--|
| | UNIDADES | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL | PRECIO FINAL | OBSERVACIONES |
| Volantes | 5000 | 0.6 | 3000 | 375 | La imprenta al imprimir más de 1000 unidades nos disminuye el costo. |
| Pulseras | 3000 | 0 | 0 | 0 | Las pulseras estarán a la venta en la UDLA, en el Quicentro y en los lugares seleccionados según los eventos planificados |
| Llaveros | 2000 | 0.25 | 500 | 250 | La mitad de los llaveros serán vendidos y la mitad regalados. |
| Impresiones A1 (Afiches) | 80 | 2 | 160 | 160 | |
| Adhesivo General | 1550 | 0.79 | 1224.5 | 64.22 | La imprenta al imprimir más de 1000 unidades nos disminuye el costo |
| Publicaciones en periódico (Precio promedio) | 12 | 2190 | 26280 | 26280 | Por un artículo el día domingo en el comercio en un cuarto de página |
| Notas informativas de video | 5 | 150 | 750 | 250 | Un estudiante de periodismo de la Universidad de las Américas accedió a colaborar con esta campaña realizando cada nota periodística en \$50 |
| Documentales en video | 5 | 100 | 500 | 250 | A través de un estudiante de la Universidad de las Américas se logró que realice los cinco documentales a la mitad del precio |
| Bebidas no alcohólicas para el coctel | 40 | 1 | 40 | 40 | Para ofrecer en el coctel se necesitaran aguas y refrescos 10 botellas grandes por cada coctel |
| Vino | 25 | 15 | 375 | 325 | La distribuidora realizan un descuento por la compra de más de 20 botellas de vino |
| Mesa de Quesos | 4 | 300 | 1200 | 1200 | La mesa de quesos se realizara en cuatro Universidades |
| Exposiciones de lugares turísticos de la ciudad de Ambato | 3 | 0 | 0 | 0 | Conjuntamente con el Comité permanente de la ciudad de Ambato se realizaran gratuitamente estas exposiciones |
| Adhesivos ascensor/gradas eléctricas | 20 | 8.02 | 160.4 | 160.41 | |
| Eventos en la Quinta de Juan León Mera | 6 | 0 | 0 | 0 | Colaboración del Comité permanente de la ciudad de Ambato |
| Notas en televisión | 6 | 0 | 0 | 0 | Gracias a los convenios con los canales de televisión no tendrán costo las pequeñas notas |
| Exposición de las obras más importantes de Juan León Mera | 6 | 0 | 0 | 0 | Gracias a la colaboración del Municipio de Ambato conjuntamente con el Municipio de Quito las exposiciones no tendrán costo pues tampoco se cobraría entrada |
| Gigantografías | 10 | 18 | 180 | 180 | |
| publicidad en los buses | 20 | 46 | 920 | 920 | |
| Famosos publiquen en redes sociales | 4 | 500 | 2000 | 1000 | Nos cobrarían la mitad para ayudar con esta campaña |
| Espacios de difusión de la quinta en los previos de las funciones de cine | 1 | 3000 | 3000 | 3000 | |
| Expositores | 12 | 80 | 960 | 960 | |
| Página Web | 1 | 400 | 400 | 400 | |
| Banners | 4 | 75 | 300 | 300 | |
| Vinil para el piso 1x1 | 4 | 24 | 96 | 96 | |
| Coffee Break | 12 | 2.5 | 30 | 30 | |
| Roll ups | 10 | 25 | 250 | 250 | |
| Pasajes artista y presentador | 12 | 12 | 144 | 144 | El expositor y el artista se trasladarían a Quito en autovip. |
| Artistas para obra de teatro | 10 | 0 | 0 | 0 | Colaboración del Comité permanente de la ciudad de Ambato |
| | Sub Total | | 42469.9 | 36634.63 | |
| | IVA 12% | | 5096.39 | 4396.15 | |
| | TOTAL | | 47566.29 | 41030.78 | |
| Imprevistos 10% | | | | 4103.07 | |
| Gastos administrativos 15% | | | | 6154.62 | |
| | TOTAL | | | 51288.47 | |

5.8 Evaluación

| MATRIZ DE EVALUACIÓN | | | | | |
|---|-------------------------|--|--|-----------------------------|--|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | TIPO DE OBJETIVO | NIVEL DE EVALUACIÓN | ACCIONES | TÉCNICAS DE EVALUACIÓN | INDICADOR |
| <ul style="list-style-type: none"> Motivar a que los quiteños sepan quién fue y qué hizo Juan León Mera por la provincia de Tungurahua y por el Ecuador. | Motivacional | Intermedio | Análisis de Resultados: | ENCUESTA - GRUPO FOCAL | Número de encuestas/número de estudiantes. Número de asistentes/número de invitados. |
| | | | Apoyo Visual: Entregar volantes, pulseras, llaveros, adhesivos. | SONDEO - CONTEO | Número de encuestas con respuesta positiva/número de encuestas aplicadas. Número de volantes, pulseras, llaveros, adhesivos entregados/número de volantes, pulseras, llaveros, adhesivos realizados. |
| | | | Presentar historias, pequeños artículos sobre anécdotas, logros, sobre sus libros o pinturas cada domingo. | SONDEO - OBSERVACIÓN | Número de periódicos con publicidad pagada/ Número de periódicos comprados comparando cada domingo. |
| | | | Exposición de pinturas, libros y poemas más importantes de Juan León Mera. | SONDEO - CONTEO | Número de convocados/ Número de visitas que acudieron a la exposición. |
| | | | Apoyo visual: gigantografías de Juan León Mera | ENTREVISTAS - ENCUESTAS | Número de encuestas y entrevistas proyectadas/ Número de encuestas y entrevistas realizadas |
| | | | Apoyo visual: vinil para autobuses | CONTEO | Número de mensajes colocados/ Número de personas que observaron la publicidad en los buses. |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> Identificar la historia y trascendencia de la Quinta de Juan León Mera, recalando la importancia de este complejo cultural para la ciudad de Quito y para el país. | Información | Intermedio |
| Publicidad en El Comercio | ENCUESTAS | Números de anuncios pagados/Número de personas que observaron el mensaje de la publicidad. | | | |
| Apoyo visual: Banners | OBSERVACIÓN | Número de banners colocados/ Número de personas que se detuvieron a leer el banner | | | |
| Exposición de lo que ofrece la Quinta de Juan León Mera | REGISTRO ESCRITO | Número de personas invitadas/ Número de personas que asistieron a la exposición. | | | |
| Señalética de ubicación de la Quinta de Juan León Mera | ENTREVISTAS - ENCUESTAS | Número de mensajes colocados/ Número de personas que llegaron a la Quinta gracias a la señalética utilizada | | | |
| Coctel de lo que la Quinta de Juan León Mera ofrece a su público | REGISTRO ESCRITO | Número de invitaciones entregadas/ Número de personas que asistieron al coctel | | | |
| Exposiciones de otros atractivos turísticos de la ciudad de Ambato | REGISTRO ESCRITO | Número de invitados/ Número de asistentes | | | |
| Eventos dentro de la Quinta de Juan León Mera | REGISTRO ESCRITO | Número de eventos realizados/ Número de personas que asisten a cada evento | | | |
| Convenios con Restaurantes para promocionar la Quinta de Juan León Mera a medios de comunicación | REGISTRO ESCRITO | Número de medios de comunicación invitados/ Número de medios de comunicación que asistieron a los eventos gracias a los convenios realizados | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Generar vínculos con los medios de comunicación Nacionales. | Motivacional | Intermedio | Notas sobre Juan León Mera en la televisión | REGISTRO DE VIDEO DIFUNDIDO | Número de difusiones/ Número de notas de televisión transmitidas |
| <ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer los eventos que se realizan en la Quinta de Juan León Mera. | Información | Básico | Famosos promocionen la Quinta de Juan León Mera | ENTREVISTAS | Número de mensajes difundidos en twitter/ Número de personas que observaron los mensajes y llegaron a la Quinta. |
| | | | Redes Sociales | REGISTRO INFORMÁTICO | Número de mensajes difundidos/Número de mensajes aceptados |
| <ul style="list-style-type: none"> Generar expectativa sobre la campaña para lograr mayor aceptación en los quiteños. | Motivacional | Intermedio | Obra de teatro | REGISTRO ESCRITO | Número de invitación/ Número de personas que asistieron a la obra de teatro |
| | | | Proyección de Documentales y notas periodísticas a través de pantallas de televisión colocadas en bancos, centros comerciales y Universidades. | REGISTRO ELECTRÓNICO | Número de mensajes colocados/ Números de personas que asistieron a esos lugares |

5.9 Diseño de logotipo (ver anexo 3)

5.10 Identidad Visual (ver anexo 4)

CAPÍTULO VI

6.1 Conclusiones

- El Ilustre escritor ambateño tiene que ser conocido por los habitantes de la ciudad de Quito y por todo el país por haber aportado tanto para el Ecuador.
- La Quinta de Juan León Mera es un lugar que tiene todo para ser visitado y ofrecer la mejor atención para sus turistas.
- Los habitantes de la ciudad de Quito desean saber quién fue y qué hizo Juan León Mera.
- La mayoría de los ciudadanos de Quito están dispuestos a viajar a la ciudad de Ambato con el fin de conocer el lugar en donde vivió el autor del Himno Nacional del Ecuador .
- Al realizar la campaña de Relaciones Públicas el público estratégico tendrá la facilidad de conocer y acceder a toda la información acerca de la Quinta de Juan León Mera.
- Los pobladores de la ciudad de Quito no tienen conocimiento sobre la Quinta de Juan León Mera.

6.2 Recomendaciones

- Los encargados de la Quinta de Juan León Mera y del Municipio tienen que darse cuenta que los habitantes de la ciudad de Quito no conocen sobre la existencia del lugar.
- Realizar la campaña de Relaciones Públicas para que la gente conozcan sobre la Quinta de Juan León Mera y sobre el autor del Himno Nacional.
- El Municipio debería colaborar más con los lugares turísticos de la ciudad de Ambato para promocionar en todo el país.
- La administración de la Quinta de Juan León Mera debería realizar eventos dentro del lugar a lo largo del año no sólo en el carnaval.
- El Comité permanente de las fiestas de las flores y de las frutas debería involucrarse más con la Quinta de Juan León Mera ya que al estar ubicado frente al jardín botánico de la Quinta podrían aprovechar para realizar una misma promoción.

BIBLIOGRAFÍA

- Castillo Jácome, J. (1985). *Historia de la Provincia de Tungurahua*. Ambato: Ecuador.
- Castro, B. (2007). *El Auge de la Comunicación Corporativa*. Sevilla.
- Chavez, E. T. (1994). *Vida y obra de Juan León Mera*. CCE. NT.
- Costa, J., & Benavides, J. (2001). *Dirrección de Comunicación empresarial e Institucional*. Barcelona: Gestión 2000 S.A.
- Cutlip, S. (2000). *Relaciones Públicas eficaces*. Madrid: Gestión.
- Fernandez, F. R. (2002). *Comunicación Corporativa e Institucional*. Madrid: Universitas
- Guevara, D. (1944). *El hombre de cimas*. Quito, Ecuador: Ministerio de educación pública.
- Hernandez, A. (2004). *Imagen positiva gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide S.A
- INEC. (2001).
- Jácome, J. C. *Historia de la provincia de Tungurahua*. Ambato: Pio XII.
- Nicola, G. (1996). *Historia de la Provincia de Tungurahua*. Ambato: Pio XII.
- Paredes Soria, E. (1988). *Nuestro Antiguo Ambato*. Voluntad.
- Peréz, G. R. (1985). *Montalvo, Colección de escritores ecuatorianos*. Banco Central del Ecuador.
- Rojas, O. *Relaciones Públicas. La eficacia dela influencia*. Madrid: ESIC, 2005
- Seitel, F. *Teoría y práctica de las Relaciones Públicas*. Madrid: Pearson Educación.
- Tamayo, R. (1988). *Rutas Turísticas de Tungurahua* . Ambato: Gráficas.
- Xifra, J. *Teoría y estructura de las Relaciones Públicas*. Madrid: McGraw,2008.

ANEXOS

Anexo 1

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como objetivo principal saber el grado de conocimiento que tiene el público estratégico de este trabajo de investigación respecto a la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato

INDICACIONES: Responda a las siguientes preguntas marcando con una x según corresponda.

Conteste:

Sexo: M F

Edad: 15-18 19-25 26-34 35-49 50-65

1.- ¿Sabe usted quién es Juan León Mera?

- Si
- No
- POCO

2.- ¿Conoce la ciudad de Ambato? En el caso que su respuesta sea "No" pase a la pregunta 5

- Si
- No
- De pasada

3.- ¿Conoce alguno de los siguientes lugares turísticos de Ambato?

- La Quinta de Juan León Mera
- La Casa de Montalvo
- La Quinta de Montalvo
- Ninguno de los anteriores
- Todos los anteriores

4.- ¿Ah ingresado a la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato?

- Sí
- No

5.- ¿Sabía usted que la Quinta de Juan León Mera es Patrimonio Histórico Nacional?

- Si

- No

6.- ¿Le gustaría conocer el lugar en donde vivió el autor del Himno Nacional del Ecuador Juan León Mera? En el caso de que su respuesta fue “si y tal vez” siga con la encuesta de caso contrario usted ha concluido y se le agradece su tiempo y su colaboración.

- Si
- No
- Tal vez

7.- ¿Le gustaría escapar un fin de semana a la ciudad de Ambato para conocer sus lugares turísticos? En el caso de que su respuesta sea “No” ha concluido con esta encuesta

- Si
- No
- Tal vez

8.- ¿Que le gustaría encontrar en un paseo a la ciudad de Ambato?

- Sólo lugares turísticos
- Lugares turísticos y buena comida
- Lugares turísticos, buena comida y lugares en donde divertirse en la noche
- Complementar todo lo anterior con una visita a Baños

9.- ¿Por qué medios le interesaría estar informado sobre nuevos lugares turísticos que se podría visitar en el país? Valore del 1 al 5, siendo 1 la puntuación mínima y 5 la máxima

- Facebook
- Twitter
- Mail
- Mensajes de texto
- Por la televisión, radio, revistas.

Anexo 2

ENTREVISTA

Betty Miño

Administradora de la Quinta de Juan León Mera ubicada en la ciudad de Ambato

¿Qué grado de importancia cree usted que tiene la Quinta de Mera dentro de la ciudad de Ambato y el Ecuador?

¿Con qué frecuencia considera que turistas de otros lugares visitan la Quinta?

¿Existe un lugar en donde turistas están informados acerca de la Quinta de Mera?

¿Qué medios de comunicación interna tiene la Quinta?

¿Qué medios de comunicación externa utiliza la Quinta para atraer turistas?

¿Se han realizado eventos dentro de la Quinta?

¿Cuál es el costo del mantenimiento de la Quinta?

¿El valor del ingreso de la Quinta cubre con los gastos internos para el mantenimiento del lugar?

¿Quién es el encargado de administrar la Quinta de Mera?

¿El Gobierno interviene de alguna manera en la mantención del lugar?

ENTREVISTA

María Belén Monteverde

Profesora de la Universidad de las Américas y experta en Relaciones Públicas

¿Qué son Relaciones Públicas?

¿Qué es una campaña de Relaciones Públicas y cómo puede ayudar a una Institución a resolver los problemas detectados?

¿Cuáles son los pasos de una campaña de Relaciones Públicas?

¿Una campaña de Relaciones Públicas en que se parece y en que difiere de un plan de Comunicación?

¿Considera que es necesario que alguien dentro de una empresa maneje las Relaciones Públicas?

¿Por qué cree usted que muchas empresas consideran un gasto innecesario tener el apoyo de un Comunicador dentro de la empresa?

ENTREVISTA

Silvia Pachano

Directora departamento de cultura del Municipio de Ambato

¿Qué lugares turísticos considera usted que son los más visitados en la ciudad de Ambato?

¿De acuerdo a las encuestas realizadas para este trabajo de titulación las personas de Quito no conocen sobre la Quinta de Juan León Mera, por qué cree usted que esto está pasando?

¿Qué medios utiliza el Municipio para promocionar a la Quinta de Juan León Mera y a otros atractivos turísticos de la ciudad de Ambato?

¿Por qué no se ha dado impulso a un acercamiento a turistas?

¿Qué importancia se le da a la promoción de la Quinta y de su nombre como hombre de historia?

Anexo 3

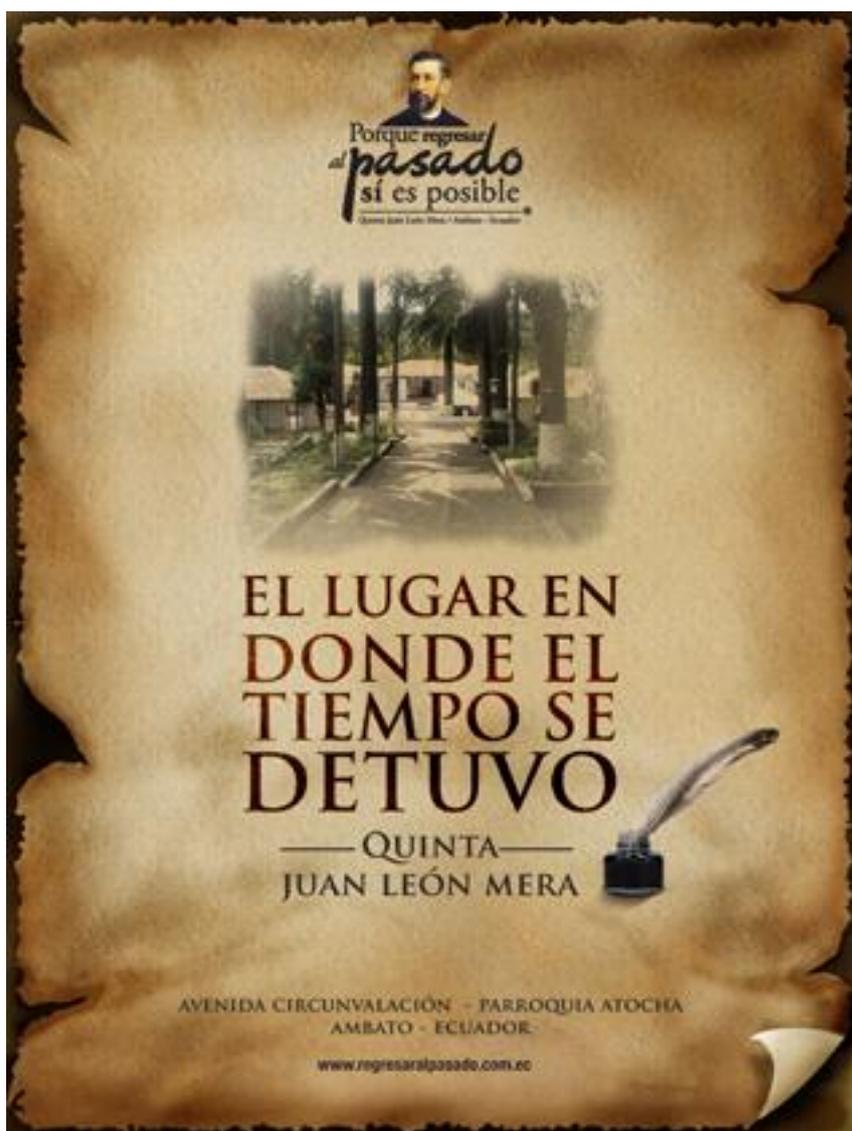


Porque regresar
al **pasado**
sí es posible

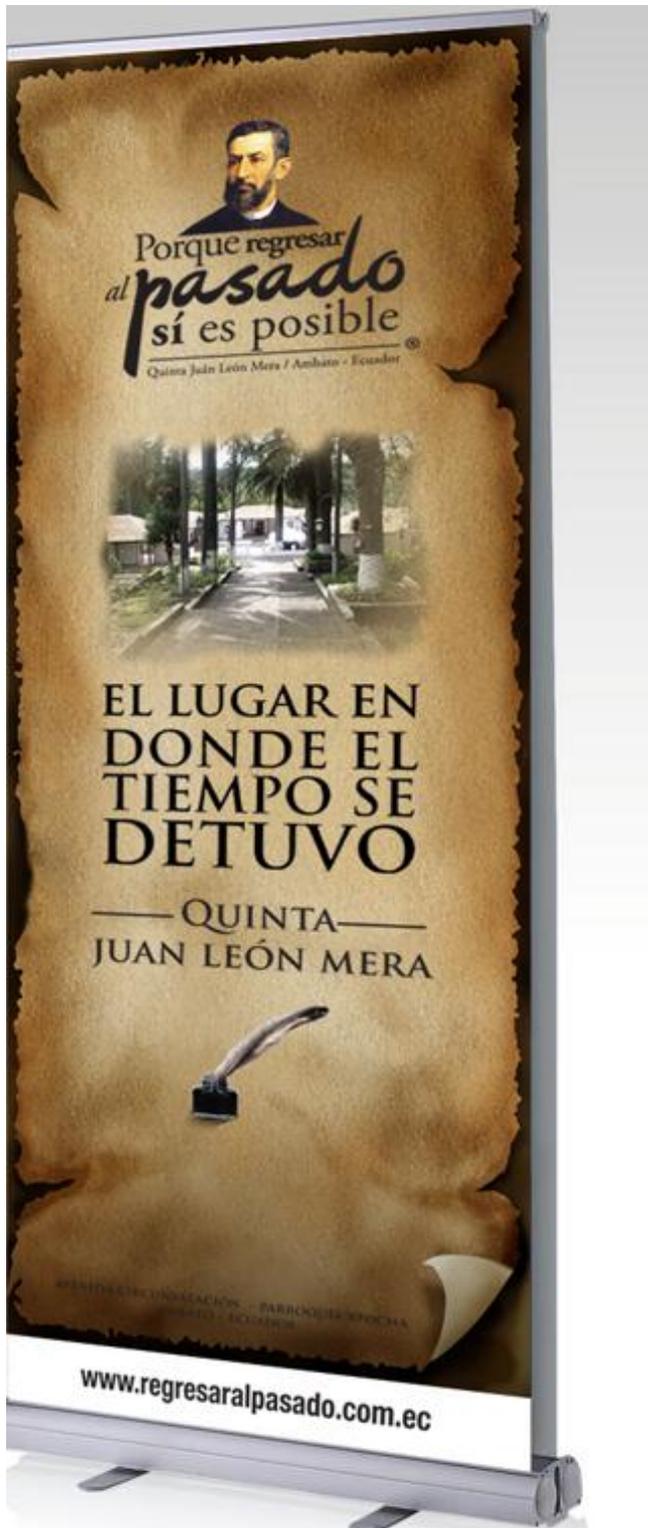
Quinta Juan León Mera / Ambato - Ecuador [®]

Anexo 4

Flyer



Roll up



Valla



Vinil para buses



Website



Porque regresar
al *pasado*
sí es posible

EL LUGAR EN
DONDE EL
TIEMPO SE
DETUVO

[INICIO](#) [HISTORIA](#) [INFORMACIÓN](#) [DATOS INTERESANTES](#) [TOUR VIRTUAL](#)



QUINTA
JUAN LEÓN MERA

CUBILIA VULPUTATE

POSTED ON 01.01.2012 BY SOMEONE



Melesuada lorem placerat auctor dui sociis sociis. Consectetur venenatis curae feugiat risus vitae duiis accumsan. Suspendisse volutpat volutpat natoque. Aliquet nulla accumsan nunc pretium vestibulum ultrices. Nullam justo ultricies euismod magna cras. Facilisis condimentum eget erat. Nascetur aenean eget ridiculus amet. Odio aliquam erat dia sociis. Sapien sollicitudin ultricies mattis sodales. Laoreet eleifend tincidunt primis pretium accumsan sociis consectetur. Imperdiet nullam euismod integer. Tempor a in cras donec. Vivamus amet laculis magnis suspendisse dolor. Etiam leo fermentum volutpat cubilia fringilla.

0 COMMENTS
VIEW POST

CUBILIA VULPUTATE

POSTED ON 01.01.2012 BY SOMEONE



Melesuada lorem placerat auctor dui sociis sociis. Consectetur venenatis curae feugiat risus vitae duiis accumsan. Suspendisse volutpat volutpat natoque. Aliquet nulla accumsan nunc pretium vestibulum ultrices. Nullam justo ultricies euismod magna cras. Facilisis condimentum eget erat. Nascetur aenean eget ridiculus amet. Odio aliquam erat dia sociis. Sapien sollicitudin ultricies mattis sodales. Laoreet eleifend tincidunt primis pretium accumsan sociis consectetur. Imperdiet nullam euismod integer. Tempor a in cras donec. Vivamus amet laculis magnis suspendisse dolor. Etiam leo fermentum volutpat cubilia fringilla.

0 COMMENTS
VIEW POST

CUBILIA VULPUTATE

POSTED ON 01.01.2012 BY SOMEONE



Melesuada lorem placerat auctor dui sociis sociis. Consectetur venenatis curae feugiat risus vitae duiis accumsan. Suspendisse volutpat volutpat natoque. Aliquet nulla accumsan nunc pretium vestibulum ultrices. Nullam justo ultricies euismod magna cras. Facilisis condimentum eget erat. Nascetur aenean eget ridiculus amet. Odio aliquam erat dia sociis. Sapien sollicitudin ultricies mattis sodales. Laoreet eleifend tincidunt primis pretium accumsan sociis consectetur. Imperdiet nullam euismod integer. Tempor a in cras donec. Vivamus amet laculis magnis suspendisse dolor. Etiam leo fermentum volutpat cubilia fringilla.

0 COMMENTS
VIEW POST

siganos en:




Facebook

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Quinta Juan León Mera'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for 'Find Friends' and 'Home'. The page name 'Quinta Juan León Mera' is displayed with a 'Like' button. A 'Create a Page' button is visible in the top right corner.

The main content area features a large advertisement for 'VS on Your iPhone'. The ad has a dark red background with a white arrow pointing upwards and to the left. The text on the ad reads: 'DA CLICK EN ME GUSTA PARA REGRESAR AL PASADO'. Below the text is a photograph of a large, white, classical-style building with a porch, surrounded by palm trees. At the bottom of the ad, it says 'VS on Your iPhone®' and 'Get sexy anywhere, anytime.' with a 'Download Now' button.

On the left side of the page, there is a vertical menu with options: Wall, Info, Friend Activity (1), Spotlight, Wallpaper, Videos, Photos, and Events. Below this menu is an 'About' section with the text 'The Official page is THE destination for'. Above the menu is a smaller image with the text 'Porque regresar al pasado si es posible' and 'Quinta Juan León Mera / Arbolito - Ecuador'.

On the right side of the page, there are two sections: 'Discover New Games' with a 'See All' link, and 'People You May Know' with a 'See All' link. The 'Discover New Games' section shows a game called 'CityVille' with the text 'Isis Collantes and 2 other friends play CityVille.' and a 'Play Now' button.

At the bottom right of the page, there is a 'Chat (Offline)' button.

Twitter

The image shows a screenshot of the Twitter website interface. On the left side, there is a vertical advertisement for 'Quinta Juan León Mera' with the text 'Porque regresar al pasado sí es posible' and 'EL LUGAR EN DONDE EL TIEMPO SE DETUVO'. The main content area features a 'What are you doing?' input field with a '140' character count and an 'update' button. Below this, a list of tweets is displayed, including one from 'ontheroadwithiv' about a flight to Phoenix, and others from 'alexleebehan', 'giovanni', 'RPMStv', 'annieslater', and 'sarahprout'. On the right side, there is a user profile for 'ontheroadwithiv' with statistics for following, followers, and updates, and a 'Following' list of user avatars. A fountain pen is visible in the bottom right corner of the page.