



ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y TURISMO

ESTUDIO SOBRE LA RELEVANCIA DE LA FESTIVIDAD DEL INTI RAYMI PARA EL TURISMO  
EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Ingeniera en Administración de empresas Hoteleras y  
Turísticas

Profesora Guía  
MSc. Carolina Matheus Durán Ballén

Autora  
Francheska Alexandra Borja Suárez

Año  
2017

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Carolina Matheus Durán Ballén  
Magíster en Ciencias de la Educación  
C.C. 1704563434

## **DECLARACIÓN DE LOS PROFESORES CORRECTORES**

“Declaramos haber dirigido este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Victor Elías Llugsha Guijarro

Magíster

C.C. 1716264419

---

María Soledad Oviedo Costales

Magíster

C.C. 1707173942

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

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

---

Francheska Alexandra Borja Suárez

C.C.1722213053

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por ser la luz que me ilumina en cada paso que doy, a mis padres por brindarme el apoyo necesario y estar en cada etapa de mi vida, a mi tutora Carolina y mis profesores correctores que estuvieron en el trayecto de este trabajo, por comprometerse al igual que yo durante cada paso del mismo. Por guiarme y transmitirme sus conocimientos y a mis amigos que formaron parte de este trayecto tan divertido y estresante que es la universidad. GRACIAS.

## **DEDICATORIA**

Por ser esa columna tan sólida y fuerte que me mantiene siempre de pie. Por cada palabra de motivación, por ser mi norte, por ser incondicional, por todo y mucho más. Lo dedico especialmente a mis padres, Fabiola y Franklin. LES AMO SIEMPRE.

## RESUMEN

El presente trabajo busca conocer y demostrar si la festividad del *Inti Raymi* tiene o no relevancia para el cantón de Otavalo desde el punto de vista turístico.

El *Inti Raymi* (fiesta del Sol) se realiza en homenaje y agradecimiento a la *pachamama* (madre tierra) por las cosechas recibidas. De todas las celebraciones kichwas, el *Inti Raymi* constituye uno de las manifestaciones culturales vigentes que ha logrado superar sistemas como la invasión, la colonia, y la república, que en su momento intentaron eliminar la vigencia de esta tradición (Kowi, 2009).

A través de la investigación realizada se logra determinar que la fiesta del *Inti Raymi* si tiene una relevancia para el turismo del cantón Otavalo, pero no una importancia de carácter cuantitativo sino más bien cualitativo, ya que todavía no se ha logrado convertirla en una fiesta lo suficientemente atractiva para ser tomada en cuenta en los paquetes turísticos ofertados por las diferentes operadoras. El *Inti Raymi*, pese a su gran riqueza conceptual preservada a través de los siglos, no es una fiesta que reciba una gran promoción en medios de comunicación o redes sociales. De acuerdo a la investigación realizada se considera el tema de estudio como un problema del incorrecto manejo de las festividades, por la falta de gestión.

Las personas que acuden a esta fiesta en su mayoría son gente de los alrededores del cantón Otavalo y en menor cantidad turistas nacionales y extranjeros, por lo que parte de las recomendaciones que se plantean, son que el Ministerio de Turismo, los gobiernos seccionales y las comunidades deben organizarse y trabajar en conjunto para promover estas fiestas y lograr más visitas con el fin de mover el aparato productivo local y que sea una fuente de ingresos para las poblaciones locales, sin sacrificar la esencia de las celebraciones.

## **ABSTRACT**

The present work aims to demonstrate if the festival of the Inti Raymi has relevance for the canton of Otavalo from the tourist point of view.

The Inti Raymi (Festival of the sun) is made in homage and thanks to the Pachamama (mother earth) for the harvest received of all the Kichwa celebrations, Inti Raymi is one of the prevailing cultural manifestations that has managed to overcome systems such as the invasion, the colony, and the republic, which at the time tried to eliminate the validity of this tradition (Kowi, 2009).

Through the research carried out, it is possible to determine that Inti Raymi festival has relevance for tourism in Otavalo, but not quantitative importance but rather qualitative character. The celebration is not attractive enough to be taken into account in tourist packages offered by different operators. Inti Raymi, despite its great conceptual wealth preserved through the centuries, is not a celebration that receives great promotion by communication channels, social networks, municipality and Ministry of Tourism. According to the research carried out, the topic of study is considered as a problem of incorrect management of festivities, due to the lack of management.

The people who came to this celebration are mostly local indigenous and in less quantity Ecuadorians and foreign tourists. Part of the recommendations are that the Ministry of Tourism, sectional government and communities must organize and work together to promote these celebrations, in order to generate more tourism and increase the local economy without sacrificing the essence of the festivity.



## ÍNDICE

|   |    |
|---|----|
| CAPÍTULO I.....   | 1  |
| 1.1 INTRODUCCIÓN.....   | 1  |
| 1.2 ANTECEDENTES .....  | 1  |
| 1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....                                       | 3  |
| 1.4 OBJETIVOS.....  | 4  |
| 1.4.1 GENERAL .....   | 4  |
| 1.4.2 ESPECÍFICOS.....  | 4  |
| 1.5 JUSTIFICACIÓN.....  | 4  |
| CAPÍTULO II .....   | 6  |
| 2.1 MARCO TEÓRICO .....   | 6  |
| CAPÍTULO III.....   | 15 |
| 3.1 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....                                | 15 |
| CAPÍTULO IV.....  | 17 |
| 4.1 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS Y<br>RESULTADOS RECOPIADOS ..... | 17 |
| CAPÍTULO V .....  | 27 |
| 5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....                              | 27 |
| 5.1.1. CONCLUSIONES .....   | 27 |
| 5.1.2. RECOMENDACIONES .....  | 28 |
| REFERENCIAS .....   | 30 |
| ANEXOS .....  | 34 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Cronograma de actividades del Inti Raymi a nivel nacional. ....        | 11 |
| Tabla 2. Oferta turística de las agencias de viajes durante el Inti Raymi. .... | 21 |

## CAPÍTULO I

### 1.1 INTRODUCCIÓN

Muchas ciudades del mundo, varias ubicadas en Latinoamérica han logrado hacer de sus fiestas tradicionales una importante fuente de ingresos para la población local, que ve en la afluencia de turistas la oportunidad para comercializar productos, llenar sus plazas hoteleras y lograr un pico en sus restaurantes (Organización de Estados Iberoamericanos, 2006).

En el caso de Ecuador las manifestaciones culturales también son una importante fuente de ingresos para las poblaciones locales, pero de cierto modo se han limitado a las festividades que son conocidas y destacadas. En el caso de la provincia de Imbabura aún se percibe la falta en la planeación y promoción turística de dichas manifestaciones, como es el caso de la celebración del *Inti Raymi*, perteneciente al cantón Otavalo (Velásquez, 2016).

Es necesario conocer y entender el concepto de turismo y las derivaciones que se han ido desarrollando de acuerdo a las necesidades y motivaciones de los turistas. Entre ellas se encuentra el turismo cultural y turismo etnográfico, los cuales comprenden las expresiones culturales de cada pueblo (De la Calle, 2013). La celebración del *Inti Raymi* se presenta como una gran oportunidad para el turismo cultural y etnográfico en Otavalo.

Mediante este ensayo se conocerá más sobre la celebración, llegando a concluir si existe o no una relevancia de la misma para el turismo del cantón Otavalo, además el resultado del análisis y de los conocimientos adquiridos con esta investigación permitirán llegar a conclusiones y recomendaciones útiles acerca del tema y cómo lograr una mayor atracción en el ámbito turístico sobre la fiesta del *Inti Raymi* en el cantón Otavalo.

### 1.2 ANTECEDENTES

El turismo nacional está conformado por turismo interno y turismo receptivo. El primero, se refiere al desplazamiento de habitantes locales dentro del territorio nacional con fines turísticos. El receptivo, en cambio, está conformado por

visitantes extranjeros que llegan al Ecuador con fines turísticos, a ellos se los considera una parte importante del mercado turístico ecuatoriano, por la fuente de divisas que generan (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Otavalo, 2015).

En el caso de la provincia de Imbabura, para el año 2013 recibió la visita del 18% de los extranjeros que ingresaron al país y a su vez, en el turismo interno recibió al 9.3% de turistas nacionales (GAD Municipal Otavalo, 2015).

Imbabura se encuentra entre los destinos que son mayormente visitados de la región sierra norte. Está ubicado a 2565 metros sobre el nivel del mar y limita al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur con el cantón Quito; al este con los cantones Ibarra y Cayambe y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi (GAD Municipal Otavalo, 2014).

Esta provincia está conformada por aproximadamente 398.244 habitantes, de los cuales el 65.7% se considera mestizo y 25.8% indígena (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). La población en el cantón Otavalo representa al 26.2% de la provincia. En la zona urbana la población asciende al 37% y en la zona rural el 62.44% (INEC, 2010).

Gran parte del turismo interno de Otavalo es de Ibarra, Cuenca y Quito, y la mayoría del turismo receptivo es de procedencia estadounidense, alemanes, argentinos, bolivianos, colombianos y españoles (Salazar, 2016).

Este cantón considera al sector turístico como una de las principales actividades económico-productivas (GAD Otavalo, 2012).

De hecho durante los meses de agosto a noviembre del año 2015 se realizó una consultoría para el manejo sustentable del desarrollo turístico y creación de la marca turística del cantón Otavalo, con la finalidad de fortalecer el desarrollo socioeconómico del sector, satisfacer la demanda y oferta y potenciar la imagen del cantón para crear una marca turística (GAD Municipal Otavalo, 2015).

Por otro lado, como muestra el objetivo del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador PLANDETUR 2020, es desarrollar un turismo sostenible en diferentes aspectos para el beneficio y mejoramiento de los recursos de los pueblos ecuatorianos, a pesar de que el PLANDETUR2020 considera a Otavalo como la capital de la interculturalidad; únicamente destaca en el documento a su principal producto turístico, el mercado indígena o plaza de ponchos (Ministerio de Turismo, 2007, p.20). Esto, desfavorece a otros atractivos turísticos, como las manifestaciones culturales, en el caso de Otavalo las que son propias de la nacionalidad kichwa, como el propio *Inti Raymi*; así como menciona la Organización de las Naciones Unidas para la ciencia y la cultura, el patrimonio cultural no se limita a valorar bienes muebles, inmuebles y arqueológicos; sino también a las expresiones vivas que han sido heredadas y transmitidas por generaciones, como son las tradiciones y expresiones orales, rituales y actos festivos (UNESCO, 2012). Por consiguiente, a pesar de que el PLANDETUR2020 señala el bienestar del fortalecimiento del patrimonio y el mejoramiento de los recursos, es necesario tomar en cuenta que no solo se debe sacar provecho de los atractivos turísticos tradicionales, sino también beneficiarse de las manifestaciones culturales, típicas y ancestrales.

### **1.3 ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

Imbabura es reconocida por poseer grandes paisajes, lagunas y volcanes, no obstante esta ha sido la oferta turística habitual de la provincia, a pesar de poseer 33 atractivos turísticos, de los cuales 23 son manifestaciones culturales, existe un mínimo desarrollo en la oferta y demanda de ellas, entre las que se encuentra el *Inti Raymi* (GAD Municipal Otavalo, 2015).

Lo que se pretende saber mediante esta investigación es si la celebración del *Inti Raymi* tiene acogida para los turistas que visitan Otavalo, si existe una promoción y difusión de la fiesta a nivel local y nacional, y si es una manifestación cultural que aporta al ámbito turístico local.

El *Inti Raymi* (celebración al Sol) es una ceremonia espiritual que conecta al hombre con el universo. Los pueblos aborígenes de Ecuador, Perú y Bolivia se

basaron en las salidas y puestas de los astros como el Sol y la Luna para desarrollar un conocimiento astronómico, el cual dio paso para que notaran los solsticios y equinoccios que se producían, los mismos que relacionaron al calendario agrícola indígena de siembras y cosechas. El 21 de junio de cada año se produce un solsticio, en Ecuador se refieren al solsticio de verano, más conocido como *Inti Raymi*. Es en los años noventa del siglo XX cuando el pueblo indígena se reivindicó y exigió sus derechos en diferentes aspectos, entre ellos se encontraba las expresiones culturales, la cual propone la convivencia y armonía con respeto mutuo entre todos (El Sumak Kawsay, 2014). Los pueblos indígenas, como los kichwas Otavalo celebran el tiempo de cosecha, en el cual se agradece por los buenos alimentos recibidos por la *pachamama* (madre tierra) al hacerla fértil y al *Inti* (Sol) por su luz y la vida que crea (Larrea, 2015).

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 GENERAL**

- Analizar la relevancia que tiene la festividad del *Inti Raymi* para el turismo en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

### **1.4.2 ESPECÍFICOS**

- Identificar los principales actores del desarrollo turístico en Otavalo.
- Determinar la demanda y oferta de actividades turísticas asociadas a la celebración del *Inti Raymi*, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.
- Establecer el aspecto económico, social y cultural de la festividad del *Inti Raymi* para el turismo en el cantón Otavalo.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN**

El Plan Nacional del Buen Vivir establece como objetivo 5.2 “Preservar, valorar, fomentar y re significar las diversas memorias colectivas e individuales y democratizar su acceso y difusión” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013).

La Universidad de las Américas establece dentro de sus líneas de investigación al hábitat, biodiversidad y patrimonio, de la misma manera la Escuela de

Turismo y Hospitalidad menciona dentro de sus líneas de investigación al patrimonio cultural y natural (Universidad de las Américas, 2015).

Otavaló se ha posicionado por la cultura y la artesanía indígena, sin embargo existen otros productos turísticos que pueden ser visitados, tales como el mirador El Lechero, Parque Cóndor, Taller de sombreros en Ilumán, Cascadas y los talleres artesanales de Peguche, además de las celebraciones como el *Inti Raymi*, Fiestas del Yamor, *Pawkar Raymi*, entre otras.

Existen documentos de investigación que se han realizado en diferentes ámbitos políticos, económicos, sociales, culturales sobre la ciudad de Otavaló, a pesar de ello aún no se ha investigado el impacto que las manifestaciones culturales tienen, puesto que carece de fundamentación teórica que le permita convertirse en algo relevante para el turismo de la ciudad. Es así que el fin de la investigación es conocer un poco más sobre la celebración del *Inti Raymi* y que tan notable es dentro del sector turístico de Otavaló.

## CAPÍTULO II

### 2.1 MARCO TEÓRICO

En la búsqueda y la necesidad de descubrir nuevos lugares, de interactuar con otras personas se percibe que el turismo se ha dado desde siempre, de una u otra manera (Moragues, 2006). Según Fuster (1967) “El concepto de turismo surge del sajón antiguo Torn, teniendo vocablos como Tornus o Turnare (dar vueltas)”, el término se empezó a utilizar por el desplazamiento de turistas ingleses a Europa continental durante el siglo XVII, entonces se delimitó como una partida con regreso (Fuster, 1967, p.521).

Otro concepto hace mención que el vocablo turismo provino por la expresión inglesa *the tour*, en Francia fue *le tour*. A finales del siglo XIX los jóvenes aristócratas británicos hacían viajes hacia Francia, Italia y Grecia con el fin de finalizar sus estudios académicos (Barceló, 2007, p.209).

Existen diferentes definiciones sobre el origen de la palabra, todos enfocados en diferentes ámbitos. Es a partir de la década de los cincuenta en el siglo XX cuando el denominado Estado de Bienestar hizo posible que gran parte de los ciudadanos dispongan de tiempo libre para dedicarlo al ocio, donde las vacaciones eran remuneradas, además coincidió con los avances tecnológicos que transformaron los medios de transporte y la extensión de medios de comunicación de masas (De la Calle, 2013).

La Organización Mundial de Turismo en su glosario oficial se define al término turismo de la siguiente manera:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en



el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos (OMT, 2016).

Esta definición menciona al turismo como uno de los sectores más importantes a nivel mundial y en países de desarrollo, puesto que genera fuentes de empleo e ingresos económicos.

Por otro lado, el Ministerio de Turismo del Ecuador define al turismo como:

El desplazamiento de personas hacia diferentes lugares de su residencia habitual, que comprende un conjunto de actividades de producción y consumo a las que dan lugar estos desplazamientos siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud, la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa, entre otras (MINTUR, 2012).

Luego de referir dichos conceptos se puede decir que los actores principales involucrados en esta actividad son los turistas, los mismos que se desplazan a otros lugares por diferentes causas, las cuales están en constante cambio de acuerdo a las motivaciones y necesidades que se generen, convirtiendo al turismo en un fenómeno social que poco a poco ha dado paso para incrementar diferentes tipos de turismo.

En la década de los ochenta en el siglo XX las personas consumían acumulando bienes, es entonces cuando la sociedad empezó a consumir bienes o servicios para distinguirse, para verse más cultas. Entonces cada vez más se centraron en las experiencias, de ese modo el ir a teatros, museos, conciertos se volvió un objeto de consumo con mayor acogida por la gente, por lo que las manifestaciones culturales son mayormente conocidas, se analiza la motivación y los tipos de turismo (De la Calle, 2013).

Como se menciona antes, el ser humano evoluciona y con ello su comportamiento, las motivaciones de la gente cambian constantemente, haciendo que el turismo se vuelva un consumo cotidiano (Moragues, 2006). Existen diferentes tipos de turismo de acuerdo al lugar de destino y a las actividades que se realicen, las cuales se enfocan especialmente en un área

determinada como: turismo cultural, turismo de aventura, turismo religioso, turismo de negocios, turismo ecológico, entre otros.

En el caso del turismo cultural se define por la unión de los términos, turismo y cultura. Al ser una actividad relativamente joven, la cual sigue en construcción, existen varios conceptos abordados desde diferentes puntos de vista. La que se expresa a continuación es una definición general. “La cultura es el conocimiento acumulado, más todas las prácticas y expresiones sociales de una comunidad concreta, así como los significados y valores que se dan a dichas prácticas” (De la Calle, 2013). Entonces, el turismo cultural comprende las manifestaciones y los distintivos espirituales, intelectuales y afectivos de una sociedad, en la que la gente que se encuentra motivada por dicho tipo de turismo, realizan viajes con el fin de conocer, aprender y disfrutar de la cultura (SECTUR mx, 2015).

Paralelamente se extiende otro tipo de turismo, el turismo etnográfico, el cual se encuentra estrechamente relacionado con el turismo cultural. Éste propone conocer las diferentes costumbres, culturas y tradiciones de los pueblos, con el fin de ayudar a conservar y conocer la identidad de los mismos (Glez, 2015).

Como se puede notar, el turismo es una actividad que lejos de ser sólo de esparcimiento, engloba un cúmulo de actividades de aprendizaje, sociales, productivas y comerciales que se atribuyen a un determinado lugar.

Estos dos tipos de turismo se encuentran dentro del patrimonio cultural inmaterial, el mismo que se refiere a:

Los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Transmitido de generación en generación, y constantemente recreado, infunde en la humanidad un sentimiento de identidad y continuidad (OMT, 2013).

De la misma manera, el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador dice que, “El patrimonio cultural inmaterial comprende los usos, representaciones,

conocimientos, técnicas, tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestras futuras generaciones” (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015). Como se manifiesta en páginas anteriores, existen diferentes ámbitos de patrimonio cultural inmaterial, como ser: las tradiciones y expresiones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y técnicas artesanales tradicionales (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2015). En lo que se refiere a usos sociales, rituales y actos festivos, son las costumbres que forman parte de la vida cotidiana de las comunidades, son elementos que refuerzan el sentimiento de identidad y continuidad con el pasado (Hernández, s,f).

En definitiva, el turismo es un hecho de la cultura, mediante la cual se intercambian las expresiones y conocimientos, lo que implica una interacción social. Por tanto, el turismo se practica a través del patrimonio cultural inmaterial que obtiene el visitante, como del que recibe (Consejo Nacional para la Cultura y las artes, 2014).

El *Inti Raymi* se encuentra dentro de las manifestaciones culturales inmateriales, en la que se expresa la vigencia de las creencias religiosas andinas. Es una festividad muy visitada y conocida por los turistas. Se celebra principalmente en el callejón andino, en países como Ecuador, Perú y Bolivia (Larrea, 2015).

Esta celebración tomó fuerza en la época incásica bajo el mandato de Pachacutec, cuando transformó al mundo andino ya que expandió al imperio inca, fortaleció su administración y estableció cuatro grandes festividades: Capac Raymi, Situay Raymi, Aymoray e Inti Raymi (Vega, 2005). Luego de algunos años de invadir a los pueblos indígenas, entre ellos se encontraba el territorio ecuatoriano, llegaron los españoles. Los incas asumieron la colonización de los españoles como parte de un nuevo pachacutec (nuevo ciclo de 500 años), entonces la estructura política, social, económica y religiosa fueron revocados. El *Inti Raymi* fue eliminado por considerarla una ceremonia pagana que era rechazada por la iglesia católica, a pesar de la abolición, la

ceremonia se siguió realizando clandestinamente bajo nombres de santos católicos como San Juan, San Pedro y San Pablo, puesto que coincidían con las celebraciones católicas, el Corpus Christi (Benítez & Garcés, 1998).

De igual forma varios investigadores, cronistas e historiadores como Guamán Poma de Ayala, Cristóbal de Molina, Tom Zuidema, indican que la manifestación del *Inti Raymi* es una expresión de gratitud hacia el sol y la tierra, que data desde tiempos antiguos. Todos coincidieron que la celebración se apegaba a la festividad del corpus christi, haciendo referencia a la dominación española, además de que era el tiempo para agradecer por las cosechas, puesto que todos sus conocimientos, valores y expresiones estaban relacionados a la naturaleza, era la conexión entre el universo y el hombre (Vega y Guzmán, 2005).

A nivel nacional, en el Ecuador, la celebración del *Inti Raymi* está posicionada como una de las manifestaciones de mayor connotación simbólica del pueblo kichwa. Las provincias en las que más se puede presenciar dicha manifestación son Imbabura, Azuay, Cotopaxi, Loja y Cañar. Es una festividad que se caracteriza por tener danzantes, música y alegres coloridos (Carrozzini, 2014).

En el caso de las provincias de Azuay y Cañar se realiza la celebración entre mediados del mes de junio. Tradicionalmente se lleva a cabo en el complejo arqueológico de Ingapirca y las actividades que se presentan son iguales a nivel nacional, entre ellas se encuentran los bailes, baños rituales, feria gastronómica, música tradicional del *Inti Raymi*, exposición de la cultura Cañari y ceremonias de gratitud en zonas aledañas (MINTUR, 2015). En el año 2015 como forma de incentivar para que los turistas visiten estas provincias, entregaron 2.500 agendas con la programación del *Inti Raymi*. Además, se realizaron actividades en el ámbito académico, para que la juventud conozca, aprenda y sienta la expresión de gratitud al sol; también se impulsó a utilizar el hashtag #VamosAlIntiRaymi2015, con el fin de que compartan sus vivencias a través de fotografías en las redes sociales (MINTUR, 2015).

Asimismo, en la provincia de Cotopaxi se realiza varias actividades, en el cantón Salcedo asisten danzantes de 25 poblados aledaños, donde bailan y disfrutan con familia y amigos de la celebración de gratitud hacia el Taita Inti y la *pachamama* (El comercio, 2016).

De igual forma en la provincia de Loja, el pueblo indígena Saraguro realiza por 21 días consecutivos diferentes actividades, tal como ferias artesanales y gastronómicas, ceremonias, talleres, elección de la ñusta y baño ritual (El Comercio, 2016).

A continuación se presenta una tabla en la que se aprecia las actividades que se llevan a cabo durante los días del *Inti Raymi* en las diferentes provincias; cabe mencionar que cada año varía el número de días de las actividades que se realizan en las provincias, razón por la cual, y en búsqueda de practicidad, se condensará la información en tres días en los que generalmente se da la festividad. De igual forma varían los días que se celebra el Inti Raymi entre cada provincia, por lo cual no se especifica las fechas en las cuales se ejecutan las actividades.

*Tabla 1. Cronograma de actividades del Inti Raymi a nivel nacional.*

| <b>PROVINCIAS</b>  | <b>DIA 1</b>   | <b>DIA 2</b>  | <b>DIA 3</b>   |
|--------------------|--|---|--|
| <b>Azuay/Cañar</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elección de la ñusta.</li> <li>• Música autóctona andina.</li> <li>• Desfile de vestimenta Cañari.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ritual de agradecimiento “pamba mesa”.</li> <li>• Presentación de artesanías.</li> <li>• Exposición de la cultura Cañari.</li> <li>• En zonas aledañas se realiza los baños rituales de purificación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Feria gastronómica.</li> <li>• Show de música popular.</li> <li>• Exposición de la cultura Cañari.</li> </ul> |

|                 |   |   |  |
|-----------------|---|---|--|
| <b>Cotopaxi</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desfile de las comunidades.</li> <li>• Bailes tradicionales.</li> <li>• Música popular.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rituales de purificación.</li> <li>• Ritual hacia la pachamama.</li> <li>• Baño ritual.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bailes de los danzantes de Pujilí.</li> <li>• Música y bailes tradicionales del Inti Raymi.</li> </ul>          |
| <b>Loja</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Feria gastronómica.</li> <li>• Música y danzas populares.</li> </ul>                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toque de Kipas.</li> <li>• Carrera de Chasquis.</li> <li>• Deporte intercomunitario.</li> <li>• Juegos populares.</li> <li>• Juegos artificiales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ritual de Sol.</li> <li>• Ritual de fuego.</li> <li>• Bailes y comidas tradicionales del Inti Raymi.</li> </ul> |

|                 |  |   |   |
|-----------------|--|---|---|
| <b>Imbabura</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conversatorio sobre el Inti Raymi, la simbología.</li> <li>• Ceremonia a solsticio.</li> <li>• Entrega de castillos.</li> <li>• Baño ritual.</li> <li>• Juegos artificiales.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferencias sobre el Inti Raymi.</li> <li>• Gastronomía tradicional.</li> <li>• Pamba mesa.</li> <li>• Misa de acción de gracia.</li> <li>• Elección de la ñusta.</li> <li>• Toma de la plaza.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bailes tradicionales.</li> <li>• Exposición de música indígena.</li> <li>• Gastronomía típica a base de maíz.</li> <li>• Entrega de castillos.</li> <li>• Rama de gallos.</li> </ul> |
|-----------------|--|---|---|

Como se puede notar las diferencias son mínimas, varían las actividades de la celebración, del mismo modo se diferencia en el énfasis que se da a las diferentes actividades en las diferentes provincias, a pesar de las pequeñas variaciones, todos tienen un mismo propósito, el cual es reafirmar la identidad y las costumbres y tradiciones ancestrales de los pueblos.

Por otra parte, por ejemplo en Perú, la ceremonia se realizaba en la capital del Tahuantinsuyo, en el Cusco, era un derroche de coloridos atuendos y ofrendas en gratitud hacia el Sol. Durante la conquista española, ésta sufrió una abolición por considerarla una ceremonia pagana, sin embargo en la actualidad, el *Inti Raymi* ha vuelto y es considerado un atractivo turístico religioso muy importante dentro de las manifestaciones culturales de Perú. Se ha convertido en una representación puesta en escena en tres sitios históricos (Templo de Qoricancha, Plaza de Armas, y Sacsayhuman) (inti raymi, 2014).

De hecho tal es la acogida de esta ceremonia por turistas nacionales y extranjeros, que actualmente se cobra por ver este espectáculo. Las agencias de viajes han visto la oportunidad y la necesidad de crear paquetes turísticos específicos durante esta fecha, el valor de la entrada para adultos es aproximadamente de 145.00 USD y el valor de los paquetes turísticos dependerá del número de días y los lugares a visitar, en la cual también incluyen a dicho espectáculo (Empresa Municipal de Festejos del Cusco, 2016).

“Para mantenerse vivo, el patrimonio cultural debe seguir siendo pertinente para una cultura y ser practicado y aprendido regularmente en las comunidades y por las generaciones sucesivas” (UNESCO, 2015, p. 201).



## CAPÍTULO III

### 3.1 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para determinar si éste estudio de caso sobre la manifestación del *Inti Raymi* tiene relevancia para el turismo en la ciudad de Otavalo o no, se utilizó el método cualitativo.

Primero, se define estudio de caso como un análisis específico de un tema en particular, donde se muestra la descripción del problema o situacional real, el análisis de la investigación y concluye con la presentación de las conclusiones y recomendaciones (Bernal, 2006). El objetivo es presentar la importancia que posee la fiesta del *Inti Raymi* en el ámbito turístico de la ciudad de Otavalo.

El método cualitativo se refiere a la medición de características de los fenómenos sociales, profundizando casos específicos con el fin de cualificar y describir dicho fenómeno (Malhotra, 2008, p. 145). De modo que para la realización de este trabajo se consultaron algunas fuentes.

La fuente primaria, es aquella que se obtiene mediante documentos históricos que se utilizan para comprender de mejor manera los hechos acontecidos en el pasado. Las fuentes secundarias, se aplican para contrastar y analizar la fuente primaria (Matheus, 2016) .

Una característica importante para desarrollar la investigación, es que la información puede ser obtenida de varias fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas (Martínez, 2006). Con el fin de presentar datos reales que avalen el objetivo de la investigación.

Las herramientas que se utilizaron para recopilar la información cualitativa fueron las entrevistas, observación participante y revisión bibliográfica.

Las entrevistas que se realizaron fueron a profesionales de instituciones públicas y privadas que tienen relación y conocimiento sobre el tema estudiado, el cual ayudó en la investigación para responder los objetivos específicos planteados durante el proyecto.

Se realizó observación participativa durante los días 23 y 24 de junio de las fiestas del Inti Raymi 2016, la cual ayudó en la investigación a notar si realmente se percibe o no una relevancia en el aporte turístico para la ciudad de Otavalo. Personas de varias edades, indígenas y mestizos daban su punto de vista sobre dicho festejo, cómo ha ido evolucionado, cómo ha sido el sincretismo, si hay acogida por los visitantes y extranjeros y la falta de identidad sobre sus costumbres y tradiciones.

Mediante la web se consultaron libros en digital y también páginas de instituciones y lugares relacionados, al igual que las fuentes bibliográficas que fueron de gran aporte al añadir información fidedigna al tema de investigación.

Los pasos que se dieron para empezar con el proceso de investigación, sobre la manifestación del *Inti Raymi* es o no es relevante en el ámbito turístico de la ciudad de Otavalo, fue en base al método de Cesar Bernal, el mismo que se describe a continuación:

- 1) Se plantea el problema, ¿Qué es lo que no se ha investigado y queremos aprender?,
- 2) Planeación del estudio y se presentan los antecedentes históricos,
- 3) Recopilación de información, en la cual se investiga diferentes puntos de vista de varios autores,
- 4) Se procesan los datos recolectados,
- 5) Se expone y se analizan los datos,
- 6) Finalmente se muestran los resultados y posibles soluciones.

(Bernal, 2006)

## CAPÍTULO IV

### 4.1 ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS RECOPIADOS

El *Inti Raymi* es una manifestación cultural que históricamente ha logrado resistir y perdurar en el tiempo a pesar de haber sido invadida y colonizada. Hoy en día más de 12 millones de indígenas en todo el callejón andino celebran el tiempo de cosechas, tiempo de gratitud hacia la madre tierra y el Sol. Es apreciada como una ceremonia religiosa de interés turístico (Inti Raymi, 2014).

Cristóbal Cobo, investigador en arqueología y astronomía de las culturas andinas ecuatoriales, afirma que “Al llamar por los nombres cristianos a la celebración, esta rompe el vínculo con la naturaleza. Se debería llamar con el nombre propio, o sea *Inti Raymi*, ya que conlleva más connotación, tanto para el fomento cultural y turístico local, así la gente tiene una relación de identidad andina, donde la relación con las montañas, astros, lagunas, ríos están apegados a la naturaleza” (Cobo, 2016).

Actualmente la celebración del *Inti Raymi* se puede notar con mayor magnitud a nivel nacional en las provincias de Imbabura, Azuay, Cotopaxi, Loja y Cañar.

En la provincia de Imbabura, en el cantón Otavalo desde el 21 de junio hasta aproximadamente finales del mes aunque en algunos lugares se extiende hasta principios del mes de julio, se puede disfrutar de la fiesta. El objetivo es reafirmar su identidad a través de diferentes expresiones como ser las culturales, en donde podemos encontrar a la celebración del *Inti Raymi*.

En la zona rural y desde hace varios años atrás en la zona urbana de Otavalo las familias se auto convocan entre ellas para disfrutar de la fiesta, desarrollan algunas actividades que conllevan un significado espiritual y simbólico, en gratitud por las buenas cosechas.

Los actores del desarrollo turístico de Otavalo son instituciones públicas y privadas, los mismos que se encargan de realizar actividades turísticas para la acogida de visitantes hacia el cantón.

Durante el *Inti Raymi* dichas instituciones se alían y organizan actividades durante los días de fiesta. La casa de turismo, institución pública que es el principal actor en el desarrollo turístico de Otavalo, se encarga de apoyar, promocionar y difundir las actividades que las comunidades realizan, las mismas se pueden ver en la página web [www.otavalo.travel](http://www.otavalo.travel) únicamente durante el *Inti Raymi*.

Efraín Velásquez, encargado del departamento de Marketing Turístico del municipio de Otavalo menciona que “Hoy en día la casa de turismo también organiza un evento en San Juan capilla, allí elaboran un programa para los siete días con varias actividades como la elección de la ñusta, feria gastronómica andina, baile tradicional de disfraces, la toma de la plaza, entre otros, para que los que visitan Otavalo durante estos días conozcan, aprendan y disfruten de la cultura, sus tradiciones y costumbres ancestrales” (Velásquez, 2016).

Adicionalmente, unos meses antes de dar inicio a la fiesta del *Inti Raymi*, la UNAIMCO -Unión de artesanos indígenas del mercado centenario de Otavalo- institución privada, también establece reuniones con personas afines al tema, para que durante la celebración se cree un conversatorio en donde se expongan temas como la cosmovisión indígena, las tradiciones, costumbres y sus valores. Dicho organismo ha venido realizando estos conversatorios aproximadamente durante los últimos veinte años. José Lema, presidente de la UNAIMCO señala que, “El propósito principal es que los turistas y nosotros mismos conozcamos a mayor profundidad sobre el *Inti Raymi*, de cómo y porqué se celebra, y así podamos aprender y disfrutar verdaderamente de la celebración”. El conversatorio se realiza en la plaza de los ponchos y recibe alrededor de tres mil personas, lo que significa que la gente se interesa en conocer sobre su identidad, ya que gran parte de los que asisten son locales.

Igualmente José Lema indica que la noche del 23 de junio acuden cerca de diez mil visitantes, entre ellos los grupos de danzantes, gente de las diferentes comunidades, empresarios y civiles, gente de las provincias más cercanas como de las ciudades de Quito, Ibarra y Cuenca. Allí se invita al líder de una comunidad cercana para que realice una ceremonia de gratitud (ver anexo 1). Posteriormente se presenta la entrega de castillos (estructura hecha de carrizo con ofrendas) por parte de diferentes grupos de danzantes, que llegan a la plaza de los ponchos bailando desde sus comunidades para formar parte de esta celebración, entonan música tradicional indígena y en un movimiento circular monótono se conectan espiritualmente con la *pachamama*.

Durante este tiempo de celebración se realizan varias actividades como ya se ha hecho mención. Una de las más importantes, es el baño ritual, se realiza una noche antes del 22 de junio en las vertientes, la más conocida es en la Cascada de Peguche. El propósito es renovar las energías a través de un baño de purificación. Más tarde empieza la festividad al son de la música autóctona indígena. Toda la gente ríe, baila y comparte momentos con la familia y amigos, muchos turistas son partícipes de las actividades, disfrutan y comparten un grato momento.

Por otro lado, las fuentes de difusión que tiene Otavalo para promocionar las manifestaciones culturales, en este caso la celebración del *Inti Raymi*, son escasas. Edwin Tituaña, encargado de la coordinación para la nacionalidad kichwa en el departamento de Gestión Social Municipal menciona que “Existen dos tipos de representantes, los actores y gestores culturales que pertenecen a la comunidad, entre ellos están los grupos colectivos, personas que representan a las zonas rurales y urbanas y los presidentes de las juntas de los GAD’s”, conjuntamente con el GAD municipal de Otavalo se encargan de planificar y organizar actividades para los siete días de celebración del *Inti Raymi*, estas actividades generalmente son las mismas que se realizan todos los años, no obstante existe bastante déficit para gestionarlas puesto que no cuentan con el suficiente apoyo (Tituaña, 2016).

De la misma manera, alrededor de tres meses antes de la fiesta, se gestiona la publicidad en base a las propuestas de los grupos que participarán. El GAD municipal de Otavalo junto con la contratación de otros espacios publicitarios se encargan de hacer llegar la invitación, principalmente a la gente de la provincia de Imbabura, para que visite Otavalo. Aunque de forma breve, puesto que no existen los recursos suficientes, también tratan de difundir a nivel nacional, piden apoyo a prensas nacionales como: El Comercio, El Hoy y TeleSur para que cubran ciertos de los eventos principales que se dan durante esta fecha (Tituaña, 2016). Igualmente la UNAIMCO utiliza sus contactos, entre ellos se encuentran los medios de comunicación local como el radio y la televisión para extender una invitación de la celebración a nivel local.

Ahora bien, en cuanto a la demanda y oferta de actividades relacionadas al *Inti Raymi*. Existen ocho agencias de viajes en la ciudad de Otavalo, de las cuales Fast Kuntor y Yura Tour no disponen de paquetes turísticos específicos de la festividad del *Inti Raymi* durante esta fecha, Ecomontes Tour, Runa Yachana y Runa Tupari manejan paquetes turísticos durante todo el año que incluye una noche cultural y actividades complementarias como trekking, kayak, cabalgatas, etc, sin embargo durante el *Inti Raymi* adaptan estos paquetes e incluyen a la cascada de Peguche para participar del baño ritual, la pamba mesa en la que comparten los alimentos con familias indígenas y participan de bailes en grupos con las comunidades a las que visitan.

En el caso específico de Ecomontes tour, quienes nos proporcionaron información sobre su paquete turístico durante el *Inti Raymi*, se puede destacar que el precio por persona dependerá del tamaño del grupo, por ejemplo si son 2 a 4 personas el valor por persona para el paquete de tres noches y dos días asciende a 620.00 dólares, que incluye tickets de tren, transporte turístico terrestre, guía especializado en actividades culturales, guía naturalista, alojamiento en hostería tipo turista superior o hacienda, alimentación completa, participación de actividades culturales, uso de las instalaciones, CD fotográfico y recuerdo tradicional (Fueres, 2016).

En cuanto a las tres agencias de viajes restantes Intipungo, All about EQ y Leyton's tour se intentaron acercamientos por varios medios con las agencias, pero no hubo respuesta alguna, que permitiera conocer su oferta alrededor del *Inti Raymi*.

Posterior a la información presentada sobre la oferta de las agencias de viajes durante el Inti Raymi, se presenta una tabla que facilite el entendimiento al lector.

*Tabla 2. Oferta turística de las agencias de viajes durante el Inti Raymi.*

| <b>AGENCIAS DE VIAJES</b> | <b>PAQUETE TURÍSTICO DEL INTI RAYMI</b> | <b>DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE</b>   |
|---------------------------|---|--|
| Fast Kuntor               | NO                                      | N/A  |
| Yura Tour                 |   |  |
| Ecomontes Tour            | SI                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejan paquetes turísticos durante todo el año que incluye una noche cultural y actividades complementarias.</li> <li>• Durante el <i>Inti Raymi</i> adaptan estos paquetes e incluyen a la cascada de Peguche, la pamba y participación de bailes con las comunidades.</li> </ul> |
| Runa Yachana              |   |  |
| Runa Tupari               |   |  |
| Intipungo,                | NO                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No hubo respuesta por parte de las agencias.</li> </ul>   |
| All about EQ              |   |  |
| Leyton's tour             |   |  |

Entonces, se puede decir que el *Inti Raymi* desde el punto de vista comercial no es considerado significativo, no es necesario crear un paquete turístico especial durante esta fecha, así mismo de la promoción y difusión, puesto que su importancia sólo es local, las personas que participan son mayoritariamente pobladores de la zona, por lo que no se ve imprescindible la invitación a nivel nacional.

Entre otros datos que se pueden destacar de Otavalo, es que el 67% de los visitantes son extranjeros y el 33% son ecuatorianos. Las principales motivaciones del viaje hacia esta ciudad son por la compra de artesanías (35%), paisajismo (30%) y aspectos culturales (24%). El gasto promedio por día de los turistas nacionales en Otavalo oscila entre 20 a 30 USD, mientras que el de turistas extranjeros va entre 80 a 90 USD (GAD Municipal Otavalo, 2014).

De acuerdo a lo que Santiago Salazar, director de destinos turísticos del MINTUR hace referencia, es que durante el *Inti Raymi* se reciben a aproximadamente 50.000 turistas, de los cuales 30.000 turistas son nacionales y 20.000 son extranjeros. Además, las nacionalidades que más visitan a Otavalo durante este tiempo son estadounidenses, alemanes, argentinos, bolivianos, colombianos y españoles. Referente al turismo interno los principales visitantes son de las diferentes ciudades tales como: Quito, Ibarra, Tulcán, Latacunga, Ambato, Cuenca; que presentan de cierta manera agrupaciones indígenas y que tienen interés en el evento.

Adicionalmente manifiesta los sitios de mayor interés turísticos durante el *Inti Raymi*, muchos se centran en lugares ceremoniales como la cascada de Peguche, lago San Pablo, árbol El Lechero, y atractivos complementarios como la tradicional Plaza de Ponchos, Mojanda, Cajas, Ilumán, Cascadas de Taxopamba y varias parroquias circundantes como son Pijal, Agato, San Rafael, Cotama y Araque. Todos los destinos se encuentran relativamente cerca, por ello también el promedio de pernoctación de los turistas es de una o dos noches, mientras que a partir del 21 de junio durante la celebración del *Inti Raymi* la gente suele hospedarse por 3 o 4 noches, dependiendo de las



actividades que realicen los establecimientos en las cuales pernoten los viajeros (Salazar, 2016).

De cierta manera, el interés de preservar la pureza de la manifestación ha sido un factor determinante para que no se popularice la fiesta del *Inti Raymi* en Otavalo a escala masiva, por ejemplo hace pocos años la prefectura provincial de Imbabura trató de institucionalizar la fiesta con el propósito de conseguir réditos económicos, pero las comunidades se opusieron drásticamente ya que ellos prefieren mantener entre su pueblo un vínculo ancestral y no tergiversar su culto (Velásquez, 2016).

Durante la observación de campo realizada en los días 23 y 24 de junio, se pudo percibir que a pesar de que mucha gente no tiene todo el conocimiento sobre el origen de esta celebración, todos son muy orgullosos y apasionados por defender la fiesta sin que esta se tergiverse, por mas de que prevalezca el sincretismo, muchos hacen mención que "...nosotros no orgnizamos actividades para estas fechas, ya sabemos que estamos en tiempo del San Juan y que es hora de dar gracias por los alimentos. No tenemos alianzas con partidos políticos, ni empresas privadas, ni nada, nosotros salimos a bailar, a pasar en familia y amigos este tiempo, y por supuesto los que quieran unirse estan invitados, nosotros no nos cerramos..."

Se puede señalar que es una fiesta espiritual, nutrida de una riqueza simbólica, una de ellas es la renovación de energías, en las personas y los instrumentos que se interpretan. Aquí entra en vigencia la gastronomía kichwa, basada en el maíz, ocasión para recordar las recetas ancestrales, los complejos procedimientos que requieren su preparación, afirmando la identidad cultural y fortaleciendo sobre todo su cosmovisión, los principios de solidaridad y reciprocidad.

La demanda y oferta turística concurren en la venta del producto turístico. De acuerdo a la información proporcioanda por Santiago Salazar, dice que "Dependiendo de la actividad o el evento específico, la oferta del cantón Otavalo es variada, podemos encontrar a un lugar tradicional como es la Plaza

de Ponchos, la cual presenta la mayor concentración de turistas nacionales y extranjeros, por la riqueza cultural existente. Además de ofrecer una variedad de opciones en turismo comunitario, manifestaciones culturales y rutas de aventura. La demanda en su gran totalidad corresponde a turistas nacionales y extranjeros” (Salazar, 2016).

Por otra parte, de acuerdo a la observación de campo hecha en el Inti Raymi 2016, la gran mayoría de los sitios de alojamiento se encontraban llenos, muchos ocupados por gente de diferentes provincias del Ecuador y un mínimo porcentaje de extranjeros; los sitios de alimentos y bebidas permanecían ocupados, sin embargo los que tenían mayor rotación eran sitios ambulantes de comida, que se encontraban distribuidas en el sector de la plaza de ponchos.

El turismo presenta algunas características y beneficios importantes del área económica y social, sin embargo con la información presentada anteriormente el *Inti Raymi* tampoco representa un aporte económico significativo para el turismo de Otavalo, puesto que la festividad mueve mayoritariamente a residentes de Otavalo y en menor a escala al turismo interno, eso quiere decir que el aporte que se genera durante la festividad, se ve marcada por el uso de la planta turística (hospedaje, a&b, transporte, etc) mas no por actividades turísticas planificadas (paquetes turísticos). Puesto que la oferta turística de Otavalo, no se ve alterada por la festividad. Su economía no se desarrolla, manteniéndola inalterable.

En cuanto al aspecto socio cultural, según lo que menciona José Lema, existe un porcentaje leve en ascendencia en cuanto a la apropiación de la identidad kichwa. La fiesta del *Inti Raymi*, en términos de riqueza cultural, tiene una gran relevancia para el cantón Otavalo, ya que es considerada como patrimonio de la cultura y tradición no sólo de Ecuador, sino de la Región Andina, pero aún no alcanza un atractivo que le ponga en la oferta turística global, puede ser por la escasa infraestructura, pocas facilidades para el turista y la connotación íntima y localista de la celebración. Los mismos organizadores de la celebración tratan

de que ésta no se vea como un evento masivo sino más bien algo íntimo que comparten con los visitantes que se encuentran a su alrededor (Lema, 2016).

A pesar de ser una manifestación muy propia de los pueblos kichwas. La celebración más conocida y promocionada a nivel nacional, es en la provincia de Azuay, en el cantón Cañar, específicamente en Ingapirca. La celebración es muy similar a la de las otras provincias, se realiza la elección de la Ñusta, feria gastronómica, exposición de la cultura Cañari, shows de música popular, bailes, entre otros (MINTUR, 2016), no obstante es más visitada y promocionada; con esto se percata de que no se trata de lo que las instituciones rigen como políticas turísticas, sino de la importancia y jerarquía por el cual los distintos estamentos de un gobierno otorguen lo valioso y destacado del turismo de un lugar o de una manifestación (Moragues, 2006).

De la misma forma sucede en la provincia de Imbabura, el cantón Cotacachi, es el cantón del que más se sabe y conoce con relación a la provincia durante el tiempo del *Inti Raymi*. La toma de la plaza; donde comunidades del norte y sur se unen en la plaza central y se enfrentan simbólicamente con el fin de dejar saber a la otra comunidad quien tiene el control y poder, además de que al recorrer la plaza bailan en círculos, es un llamado a la madre tierra para que participe y se una a la victoria y alegría en la que se encuentran. Los medios de comunicación cubren esta actividad, ya que durante varios años este enfrentamiento se ha vuelto muy violento, terminando en tragedias y vidas perdidas, lo que llama la atención a los medios para cubrir este tipo de noticias.

Otavalo no es tan publicitado y promocionado como Cotacachi e Ingapirca. El *Inti Raymi* se encuentra dentro de la jerarquía III de acuerdo al Manejo Sustentable Del Desarrollo Turístico y Creación de la Marca Turística del cantón Otavalo (GAD Municipal Otavalo, 2015), por tanto para elevar el potencial, la promoción y difusión de Otavalo durante el *Inti Raymi* lo idóneo es crear una ventaja competitiva, la cual se base en un valor superior con la relación a las demás celebraciones del *Inti Raymi* a nivel nacional, con el fin de atraer a estamentos gubernamentales quienes son los que determinan la importancia y jerarquía sobre un lugar o manifestación turística.

De acuerdo a lo visto anteriormente en el texto, se puede afirmar que no existe relevancia de la manifestación para el turismo de Otavalo. A pesar de tener la capacidad instalada para recibir a turistas durante estos días, la gente que visita no conoce a profundidad sobre el tema y además de que coinciden las visitas a Otavalo en la época de verano, lo que conlleva que exista asistencia del turismo interno durante esta celebración mas no por realizar turismo cultural, o etnográfico, sino más bien recreación. La mayoría de la gente que se encuentra en el *Inti Raymi*, es local y de los alrededores del cantón, como se menciona páginas atrás, la esencia de la manifestación cultural del *Inti Raymi* es la gratitud hacia el Sol y la *pachamma* por recibir cosechas. La tierra fértil, la luz y la energía, todo esto involucra un significado espiritual, el conectarse directamente con lo que produce la tierra por la luz del Sol, lo que levanta a los indígenas y mestizos para auto convocarse y exteriorizar su sentir.

## CAPÍTULO V

### 5.1 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1.1. Conclusiones

Durante el proceso de investigación sobre la relevancia del *Inti Raymi* para el turismo de Otavalo, se estableció contactos con personas conocedoras del tema, las mismas que se realizaron a través de entrevistas por medio telefónico, electrónico y personal, a pesar de la insistencia para establecer una conversación relacionada al tema, con algunos no fue posible por la falta de respuesta a la petición; sin embargo se contrarrestó con información de fuentes como libros y sitios de internet.

El *Inti Raymi* es una manifestación cultural muy propia de la nacionalidad kichwa de los pueblos indígenas, que conlleva un significado espiritual de gran importancia, sin embargo es una celebración local que no involucra un movimiento de masas grande y que además no se encuentra profundizada de mayor manera para hacer de esta celebración una fiesta promocionada a nivel nacional.

Por otro lado, la falta de conocimiento sobre las culturas de nuestros pueblos ha generado que paulatinamente se pierda la autenticidad, costumbres, mitos y leyendas, los cuales son componentes para que se transmitan las expresiones culturales a través de las generaciones. El patrimonio inmaterial no es algo estático, éste va variando de acuerdo a las épocas, lo que hace que se deba acoplar a las necesidades y preferencias de la gente local y de los que visitan la zona.

Desde el punto de vista comercial, la celebración del *Inti Raymi* no se puede considerar relevante para el turismo en Otavalo, puesto que mayoría de la gente que presencia la fiesta, es local; seguido por el turismo interno, lo que representa un gasto en la planta turística, mas no en alguna actividad turística en especial sobre el *Inti Raymi*.

En cuanto al aspecto socio cultural la mayoría de la gente es consciente de que existe un sincretismo y que poco a poco se perderá la esencia, si es que

no se invierte en reafirmar la identidad cultural del pueblo indígena kichwa, sobre todo en la juventud, puesto que ellos son el futuro, los que estarán en diferentes posiciones profesionales que lideren espacios de interés patrimonial.

El impacto de la planta turística es difícil de medir porque coincide con la temporada de verano, la gente se desplaza a diferentes lugares por vacaciones. Para saber la motivación específica del viaje, se requeriría de una investigación más profundizada.

### **5.1.2. Recomendaciones**

El *Inti Raymi* debe ser recuperado desde su visión cosmogónica, ritual y espiritual para el fortalecimiento de la identidad andina. El gobierno central y el gobierno local deberían rescatar la fiesta del *Inti Raymi* y preservarla para mantener su pureza y también invertir fondos para que exista mayor promoción, así como para una mejor infraestructura y una mejor operatividad para esta celebración, de esta manera habría mejores condiciones para que los turistas acudan, aprendan, conozcan y disfruten de esta fiesta.

Generar un sistema de información en la cual se trate el tema de manifestaciones culturales entre ellos, el *Inti Raymi* de Otavalo, para que y así se pueda considerar un sitio con un potencial turístico nacional y porque no internacional. Se debería tener canales informativos disponibles para investigar más a fondo sobre las manifestaciones culturales, en especial la del *Inti Raymi*. Saber todo acerca de esta celebración y educar a los niños y jóvenes sobre esta importante tradición, ayudará a transmitir la cultura por medio de las futuras generaciones que serán las que lideren y se encarguen de sacar provecho y difundir de buena manera esta manifestación cultural propia de la nacionalidad kichwa de los pueblos como Otavalo.

Las instituciones públicas y privadas no han focalizado lo suficiente la festividad del *Inti Raymi* como un potencial turístico en el cantón Otavalo. Aparte de ser un evento cultural de trascendencia de los pueblos kichwas, no enfocan que puede convertirse en un tipo de turismo cultural masivo, sin atender contra el patrimonio vivo. Donde pueden prosperar aspectos beneficiosos para el cantón e inclusive al país, principalmente en el ámbito económico y turístico.

Podría considerarse una opción viable el mejorar el posicionamiento de la festividad del *Inti Raymi* del país, para que el Ecuador pueda llegar a promocionar esta fiesta religiosa a nivel internacional como lo ha venido haciendo Perú.

Para empezar, una opción es crear una página web oficial de la festividad del *Inti Raymi*, con el propósito de despertar interés a todas aquellas personas que quieran profundizar y conocer los saberes de la celebración. En la cual se pueda interactuar con las personas interesadas por medio de chats en tiempo real, que la persona encargada responda las dudas e inquietudes que posea el usuario. También que puedan observar el cronograma de actividades que realizan todos los años. De igual forma que las puedan apreciar en una galería de fotos y videos. Incluir pestañas donde se hable del clima, transporte, facilidades al viajero, testimonios y comentarios acerca de lo presenciado durante la fiesta, etc. Una página de guía y asesoramiento al turista que visite el cantón durante la fiesta.

## REFERENCIAS

- Barceló, R. (2007). *Antropología y turismo: claves culturales y disciplinarias*. Madrid: Plaza y valds.
- Benitez, & Garcés. (1998). *Culturas ecuatorianas, ayer y hoy*. Quito: Abya yala.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: Pearson.
- Carrozzini, S. (2014, junio 19). Las 10 fiestas populares que buscabas en Ecuador. Recuperado a partir de <https://ecuador.travel/es/10-fiestas-populares-del-ecuador/>
- Cobo, C. (2016, noviembre 7). Impacto social de la festividad del Inti Raymi [Telefónico].
- De la Calle, M. (2013). *Turismo cultural*. Madrid: Síntesis S.A.
- El comercio. (2016, junio 1). Saraguro vive la fiesta del Inti Raymi. Recuperado 3 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.elcomercio.com/tendencias/saraguro-fieta-intiraymi-loja-intercultural.html>
- El comercio. (2016, junio 25). 25 comunidades indígenas de Salcedo festejaron el Inti Raymi | El Comercio. Recuperado 2 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.elcomercio.com/tendencias/comunidades-indiganas-salcedo-celebracion-intiraymi.html>
- Fueres, D. (2016). Paquetes turísticos del Inti Raymi. Recuperado a partir de <https://mail.google.com/mail/u/0/#search/ecomontes+tour/15531e9b60242dff?projector=1>
- Fuster, F. (1967). *Teoría y técnica del turismo*. Madrid: Nacional de Madrid.
- GAD Municipal Otavalo. (2014). Situación geográfica | GOBIERNO MUNICIPAL DE OTAVALO. Recuperado 1 de diciembre de 2016, a partir de [http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/?page\\_id=38](http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/?page_id=38)
- GAD Municipal Otavalo. (2014, septiembre 10). Informe de investigación de mercado- perfil del turista Otavalo. Recuperado a partir de <http://www.otavalo.travel/images/pdf-archivos/INFORME%20DE%20INVESTIGACION%20DE%20MERCADO%20-%20PERFIL%20DEL%20TURISTA%20OTAVALO.pdf>



- GAD Municipal Otavalo. (2015). MANEJO SUSTENTABLE D EL DESARROLLO TURÍSTICO Y CREACIÓN DE LA MARCA TURÍSTICA DEL CANTÓN OTAVALO. Recuperado a partir de <http://www.otavalo.travel/images/pdf-archivos/plan-turismo-2015-otavalo.pdf>
- GAD Otavalo. (2012). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Otavalo. Recuperado a partir de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL\\_DEL\\_PDOT\\_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION\\_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO\\_PDOT/PDOT-Oavalo.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO_PDOT/PDOT-Oavalo.pdf)
- Hernández, L. (s,f). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? Recuperado a partir de <http://www.cervantes.es/imagenes/File/cidic/1.%20Qu%20es%20el%20patrimonio%20inmaterial%20cultural.pdf>
- INEC. (2010). Resultados del censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador. Recuperado a partir de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec//wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- Inti Raymi. (2014). Inti Raymi «fiesta de Sol». Recuperado a partir de <http://www.intiraymi.org/historia-del-inti-raymi-fiesta-tradicional-del-cusco>
- Inti Raymi. (2014, febrero 14). Inti Raymi Cusco, fiesta tradicional de Cusco Inti Raymi Perú. Recuperado 3 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.intiraymi.org/>
- Kowi. (2009). EL INTI RAYMI DE OTAVALO. Recuperado 4 de febrero de 2017, a partir de <http://www.otavalosonline.com/contenido/el-inti-raymi-de-otavalo>
- Larrea, V. (2015). *Inti Raymi-Fiesta ancestral andina*. Quito: Studio 21.
- Lema, J. (2015). Inti raymi. Impacto social de la festividad del Inti Raymi.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. Mexico: Pearson.

- Martinez, P. (2006). El método de estudio de caso. Recuperado a partir de [http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento\\_gestion/20/5\\_El\\_metodo\\_de\\_estudio\\_de\\_caso.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/20/5_El_metodo_de_estudio_de_caso.pdf)
- Matheus, C. (2016). Metodología de investigación.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2015). Patrimonio Cultural. Recuperado 2 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
- MINTUR. (2007). PLANDETUR 2020. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- MINTUR. (2012). *Identificación priorización y planificación de circuitos turísticos*. Quito: MINTUR.
- MINTUR. (2015). Lista agenda para la Fiesta del Inti Raymi 2015 del Azuay y Cañar | Ministerio de Turismo. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/lista-agenda-para-la-fiesta-del-inti-raymi-2015-del-azuay-y-canar/>
- MINTUR. (2016, junio 6). Inti Raymi, la gran fiesta del sol y la cosecha | Ministerio de Turismo. Recuperado 2 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.turismo.gob.ec/inti-raymi-la-gran-fiesta-del-sol-y-la-cosecha/>
- Moragues, D. (2006). TURISMO , CULTURA Y DESARROLLO. Recuperado 1 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>
- OEI. (2006a). Economía y Cultura: Los Países Latinos en la Esfera Pública Transnacional. Recuperado a partir de [http://campus-oei.org/tres\\_espacios/icoloquio11.htm](http://campus-oei.org/tres_espacios/icoloquio11.htm)
- OEI. (2006b). LA CULTURA Y EL TURISMO COMO MEDIOS DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO. Recuperado a partir de <http://www.oei.es/historico/cultura/culturamhmejia.htm>
- OMT. (2013). Estudio sobre el turismo y el patrimonio cultural inmaterial. Recuperado a partir de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/summarytourismandichstudy120512esprint.pdf>

- OMT. (2016). Entender el turismo: Glosario Básico | Organización Mundial del Turismo OMT. Recuperado 1 de diciembre de 2016, a partir de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Recuperado a partir de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- Salazar, S. (2016, noviembre). Descripción de la planta turística y la oferta y demanda de Otavalo.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid.
- SECTUR mx, S. de. (2015). Turismo Cultural. Recuperado 1 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- Tituaña, E. (2016, noviembre). Impacto económico y social de la festividad del Inti Raymi Otavalo.
- UNESCO. (2012). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? - patrimonio inmaterial - Sector de Cultura - UNESCO. Recuperado 1 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.unesco.org/culture/ich/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- UNESCO. (2015). Patrimonio cultural unesco. Recuperado a partir de <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/01851-ES.pdf>
- Universidad de las Américas. (2015). Líneas de investigación. Recuperado 1 de diciembre de 2016, a partir de <http://www.udla.edu.ec/>
- Vega, J., & Guzmán, L. (2005). El Inti Raymi Inkaico, la verdadera historia de la gran fiesta del Sol. Recuperado 1 de diciembre de 2016, a partir de [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/antropologia/2003\\_N01/a05.htm](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/antropologia/2003_N01/a05.htm)
- Velásquez, E. (2016, mayo 14). Actores del desarrollo turístico de Otavalo.

## **ANEXOS**

## Anexo 1



*Figura 1. Ceremonia de gratitud hacia la pachamama y el Sol.*

## Entrevistas

### Anexo 2

**Edwin Tituaña**

**Coordinador de los pueblos kichwas en el departamento de gestión social municipal Otavalo.**

*Que instituciones públicas privadas se han relacionado con el desarrollo turístico de Otavalo?*

Desde el GAD municipal tenemos la dirección de desarrollo y turismo, es la dirección encargada en ejecutar todo tipo de propuestas en beneficio de ir fortaleciendo el programada visibilidad de todos los lugares y espacios turísticos que tiene Otavalo.

*¿Cuáles son los eventos culturales programados durante el año que atrae a un flujo importante de visitantes a Otavalo?*

Desde el sector kichwa tenemos el Pawkar Raymi y el Inti Raymi que son los eventos más posicionados y dentro del sector mestizo están las fiestas del Yamor.

*¿Existe un plan para el desarrollo turístico de manifestaciones culturales como el Inti Raymi?*

Desde la dirección de gestión social, la coordinación de todos los kichwas se encargan de trabajar el tema del Inti Raymi, el cual se va desarrollando con un año de anticipación para trabajar conjuntamente con los diferentes actores y gestores de la parte rural y urbana.

*¿Cuáles son los actores que están relacionados para la planificación del Inti Raymi?*

Hay dos clases de personajes, los actores y gestores culturales, que pertenecen a la misma comunidad, son personas que lideran, grupos colectivos, presidentes de las juntas de los GAD's, que encabezan las actividades y gestionan directamente con el GAD municipal.

*¿Cómo se realiza el desarrollo y promoción para dar a conocer las actividades que se realizan durante el Inti Raymi?*

Nosotros ya conoces las principales actividades que se hacen en el cantón, para lo cual con unos tres meses de anticipación empezamos a realizar las gestiones de publicidad en base a las propuestas vigentes de la programación de ese año. Desarrollamos la publicidad con el apoyo del GAD municipal y contratación de otros espacios publicitarios. Lo hacemos fuertemente a nivel provincial y luego ya de forma breve a nivel nacional, ya que se requiere muchos recursos, aunque pedimos apoyo a prensas nacionales.

*¿Cómo se puede cuantificar el número de visitantes que llega durante la celebración del Inti Raymi?*

En base al responsable de cada actividad en cada punto, por ejemplo en la parte urbana la celebración del Inti Raymi en la plaza de ponchos, solamente esa noche acarrearán diez mil visitantes, llega gente de todas las comunidades y

de todo el Ecuador. En la parte rural tenemos la máxima concentración en San Juan Capilla, son ocho días de celebración, en donde asistente niños, jóvenes, adultos de las instituciones educativas, de las diferentes comunidades, por lo menos unas 50.000 visitantes durante esos días.

*¿Las instituciones educativas o centros de capacitaciones realizan conferencias o conversatorios con temas relacionados con la cosmovisión andina y de las manifestaciones culturales?*

Nosotros si tenemos una institución municipal en Otavalo, en donde si manejamos este tipo de conferencias, pero también estamos enfocados en llevarlo a la práctica. Llevamos a todos los chicos, ya que la celebración del Inti Raymi es un proceso completo, donde se debe estar muy consciente de que es una ceremonia de muchos respeto para el sector kichwa. Que no sea visibilizado como una fiesta común, sino que tiene mucho contenido espiritual.

*¿Qué estrategias se podrían realizar, en cuanto a la promoción y difusión para que no se tergiverse y que tenga una connotación espiritual fuerte?*

Hemos tomado en cuenta los detalles que hemos trabajado con los actores y gestores de la celebración, así que planificamos hacerlo con anticipación, dar capacitaciones por medios de los Yachaks, a través de ellos sabremos canalizar de qué manera debemos celebrar y que debemos enfocar de forma principal para que llegue a la conciencia de la comunidad el verdadero significado de la fiesta.

*¿Cuál es la oferta y demanda turística que tiene el Inti Raymi?*  
La participación desde el sector kichwa es justamente el 60% de la población y el 40 % de la comunidad se auto convoca, no necesariamente existe un oferta y demanda, simplemente es una auto convocatoria, la gente tiene conocimiento que te es tiempo de celebración.

*¿De qué manera la fiesta del Inti Raymi aporta al desarrollo turístico de Otavalo?*

El aporte es mínimo, nosotros no estamos enfocados en hacerlo comercial, estamos tratando de mantener una celebración ancestral, que es propia de los kichwas otavalos, en ese sentido el flujo de turistas que viene durante la festividad, considero que es muy bajo, claro que también hay gente extranjera y de otras provincias, que les gusta y están interesados en conocer, en ese sentido el Inti Raymi no aporta al turismo y tampoco beneficia a toda la comunidad. Sin embargo en la parte social, más gente está consciente, gente identificada en el fortalecimiento de sus propias costumbres que retoman los diferentes espacios sagrados, en sentirse identificados con la etnia kichwa, porque también existen índices bastante altos donde se menciona que se está perdiendo drásticamente el conocimiento de la lengua, conocimientos ancestrales, vestimenta, etc. Manteniendo esta celebración, que es la más fuerte aquí en Otavalo, estamos haciendo un gran aporte para reivindicar nuestra identidad.

### **Anexo 3**

**Efraín Velásquez**

**Dirección de Turismo y Desarrollo Local – Otavalo**

*¿Qué instituciones públicas o privadas se han relacionado con el desarrollo del sector turístico de Otavalo?*

Por medio de una asociación organizan en la plaza de los ponchos la denominada “Toma de la Plaza”. Realizan un encuentro entre varias comunidades. Actualmente el municipio también participa difundiendo y promocionando. Ahí participan de la actividad los trabajadores públicos. La mayoría de familias indígenas esperan a los danzantes con comida y bebida. “La gallada” amigos y vecinos se juntan y bailan de casa en casa.

*¿Cuáles son las principales fuentes de difusión que tiene Otavalo para promocionarse?*

El municipio tiene la idea de difundir la cultura otavaleña a través de esta festividad, tal como lo hacen con las otros Raymis. El beneficio no es para el



municipio, es para la comunidad porque durante esas fechas se reactiva el comercio, se involucran establecimientos turísticos de alimentos y bebidas, de alojamiento y transporte. La connotación que tiene el Inti Raymi es más cultural, no como el Pawkar Raymi que se ha vuelto más comercial.

*¿Existe alguna ruta o paquete que promueva y relacione al Inti Raymi?*

Al formar parte de un estamento gubernamental no podemos armar paquetes pero sí promovemos la festividad. Hablamos con las agencias de viajes y operadoras turísticas para que ofrezcan a la festividad. El municipio local habla con las comunidades para presentar el cronograma que se realiza durante en Inti Raymi. Lo publicamos en las redes sociales y en la página web [www.otavalo.travel](http://www.otavalo.travel). También incluimos lo que se hará en cada comunidad con los horarios y un poco de información sobre lo que consiste cada actividad.

*¿Con cuánto tiempo de anticipación se realiza la preparación del Inti Raymi?*

Dos semanas de anticipación las comunidades se organizan para recibir al Inti Raymi. Los indígenas otavaleños que residen en diferentes partes del mundo también celebran sus festividades. Se convierten en embajadores de sus costumbres y tradiciones. Los espectadores que miran el desarrollo de la celebración se emocionan y se integran para formar parte de las actividades que realizan por la celebración.

*¿Hace cuánto tiempo se han incluido a los turistas en los eventos del Inti Raymi?*

Es un mito, más bien parte de la cosmovisión indígena dice “reúne y comparte con todos los que están presentes”. Es decir, lo que ha pasado varias veces es que los turistas se contactan con nosotros y es ahí donde les proporcionamos toda la información posible.

*¿La seguridad es un factor determinante para las personas que visitan Otavalo en el Inti Raymi?*

Partamos de esta situación. En ninguna parte del mundo te vas a sentir 100% seguro, más aun si se visita solo. Recomendamos visitarnos en parejas y que no se aventuren en alejarse a lugares que se encuentran fuera de la zona turística.

Durante los años que he participado y he ido a ver el Inti Raymi, nunca ha sucedido algo muy grave. De hecho, la gente de las comunidades te van a cuidar, porque ellos saben que en un futuro tú vas a traer más turistas para la celebración del Inti Raymi.

*¿Qué opinan las comunidades sobre la difusión y promoción de la celebración del Inti Raymi?*

Hace algunos años la prefectura quiso institucionalizar la festividad del Inti Raymi, con el propósito principal de conseguir réditos económicos pero la gente se opuso completamente, ya que es algo propio. No busca ingresos económicos pero sí que sea abierto para todos lo que quieran integrarse.

Los indígenas realizan esta celebración por descendencia, no apuntan al turismo. Por otro lado, lo que organiza el municipio y UNAIMCO es la parte turística –social. Es posible que en un futuro se pierda pero es por eso que existen asociaciones con el objetivo de mantener viva la esencia.

En la zona urbana se ven a los jóvenes que no valoran el significado principal de la festividad del Inti Raymi, puesto que no realizan actividades agrícolas. Para ellos poco a poco se pierde la esencia y solo se unen con el motivo de gozar y festejar. Por el contrario en la parte rural al estar más organizadas las actividades, es menos probable que se pierda en corto plazo pero no va con la idea principal que es la gratitud con la pachamama.

En el año 2015 pasamos un spot publicitario en el canal 8, el enfoque era atraer a los turistas especialmente a los quiteños por la cercanía geográfica que tienen con nosotros.

## **Anexo 4**

**José Lema**

**Presidente de UNAIMCO (Unión de artesanos indígenas del mercado centenario de Otavalo)**

El Ministerio de Turismo y el departamento de turismo creado desde la municipalidad de Otavalo son los que se puede decir que más se relacionan, pero su aporte es mínimo. No existe un proyecto, ni presupuesto destinado para el evento específico del Inti Raymi.

Existe deficiencia de parte de las instituciones a nivel nacional, provincial y cantonal. Si no tuviéramos reconocimiento de la institución UNAIMCO y colaboración de empresas privadas no se podría realizar ninguna actividad con relación a las festividades. UNAIMCO fue fundada en 1988. Veinte años venimos siendo participes del Inti Raymi. Hemos realizado conferencias que hasta la actualidad se mantienen. Se invitan a personas conocedoras sobre temas relacionados a la fiesta. El propósito principal es que los jóvenes comprendan sus orígenes y el porqué de las actividades que se realizan. Para saber quiénes somos y a donde nos estamos enfocando.

*¿Cuáles son las principales fuentes de difusión que tiene Otavalo para promocionarse?*

A través de amigos que tienen canales de televisión local y radios nos han invitado para anunciar el evento. De igual manera a nivel provincial, el canal 9 nos ha ayudado a invitar y que se unan a la celebración.

El año pasado canal 7 que se transmite a nivel nacional nos dio la oportunidad para hacer formalmente la invitación del evento. El spot publicitario que se realizó el año pasado por medio del municipio de Otavalo tuvo gran acogida pero no fue el enfoque que queríamos transmitir. Es necesario compartir con el municipio para organizar una buena promoción del evento. Lo que deseamos es que se realice masivamente, que la publicación sea continua para que a la gente le llame la atención.

*¿En alguna de ellas hacen mención y priorizan a la festividad del Inti Raymi?*

El Inti Raymi en la parte urbana lo realizan porque hace unos 15 años se estaba perdiendo la esencia. Muchos iban únicamente la noche del 23 de junio a Ibarra o Atuntaqui para el baño ritual. En Cayambe celebran uniendo con la fiesta de San Pedro y San Pablo a fines de junio hasta agosto. Los otavaleños celebramos algunos días y generalmente se acaba el 29 de Junio. UNAIMCO organiza el 23 de junio una conferencia con alrededor de 10 mil personas, se reciben a todas las comunidades en la plaza de ponchos, se extiende hasta las tres de la madrugada. San Juan capilla, organiza desde el 21 al 28 de Junio varias actividades. Entre ellas un foro del Inti Raymi, feria gastronómica andina, armay chishi, noche cultural con artistas locales, la toma de la plaza y concurso de los danzantes. En las danzas, todo lo que es el ritmo alrededor de la festividad que es reforzado con los pies, es una energía que se transmite a la pachamama y que se retribuye a través de las cosechas. Grupos folklóricos y la gente que baila tienen un fin común, exteriorizar el sentir de gratitud a través de la danza.

*De acuerdo a la cosmovisión andina, ¿Cómo se ha recibido al Inti Raymi desde la época aborigen hasta la actualidad?*

Los otavaleños tienen un concepto errado y es por falta de conocimiento. Antes de los incas ya existían los allyus, ya había una cultura. Los incas quisieron imponerse pero no se dejaron. Por eso han existido batallas como la de Yahuarcocha, había mucha resistencia. Los incas de una manera más inteligente quisieron pactar la unidad a través del matrimonio. No es cierto que hayamos asimilado la cultura, ni lo que propusieron los incas. Ya existían pueblos asentados en religión, estructura social y política. Cuando llegaron los españoles quisieron borrar lo que existía.

*¿Cuáles son las actividades que se realizan en Junio en la fiesta del Inti Raymi?*

Las tradiciones en el Inti Raymi tienen varias actividades, sin embargo los jóvenes otavaleños han cambiado su manera de pensar. Las actividades que hacemos durante la celebración al Inti son más que todo para perseverar los

valores y que se fortalezca más la festividad. Gracias a lo que se ha hecho desde los años 90's las comunidades entendieron que había que revalorizar y mantener viva la celebración al Dios Sol.

*¿Cuáles son las causas existentes para que haya evolucionado la fiesta?*

Sigue lo mismo. De pronto la gente kichwa en la parte urbana no vive igual que los rurales. Diferente vida pero esencia igual, las circunstancias de vivir en una parte urbana da facilidad de vivir. Otavalo sigue siendo el segundo punto de visita en Ecuador, por su música y artesanía. No obstante en la actualidad se ha perdido parcialmente la esencia, porque nuestros compañeros se han dedicado a otras actividades, como ser el comercio textil.

*¿Conoce agencias que promocionen la fiesta del Inti Raymi?*

No existe alguna agencia que promocioe específicamente la festividad. La alcaldía tiene una página web pero no es mucha la promoción. Se deberían realizar spots publicitarios en cadenas internacionales, sé que es una inversión cara aunque daría resultados positivos para la promoción del país y sobretodo de las manifestaciones culturales. No solo que sacar la campaña "All you need is Ecuador", sino promocionar constantemente la riqueza pluricultural que posee el país, las diversas costumbres y tradiciones que existen en cada región. Además de dar facilidades a los turistas y atraer a empresarios para que inviertan en el país, claro está dando convenios provechosos para los dos (emisor y receptor).

## **Anexo 5**

### **Cristóbal Cobo**

**Investigador en arque astronomía de las culturas andinas ecuatoriales.**

Se debería llamar con el nombre propio, o sea Inti Raymi, conlleva más connotación para el fomento cultural y turístico local, así la gente tiene una

relación de identidad andina, donde la relación con las montañas, astros, ríos estaba apegada a la naturaleza

*¿De qué manera son los aportes que deja el Inti Raymi en el ámbito social y cultural en Otavalo?*

El principal aporte es reivindicar la condición de la naturaleza porque lo que realmente hace el cristianismo es crear personajes que suplantaron la presencia de lo natural. Se rompe el vínculo natural, nos totalmente aleja de nuestra identidad geográfica, ecológica, de la historia con las estrellas.

*¿De qué manera se podría vincular las actividades que se realiza durante el Inti Raymi en el aspecto cultural en las actividades turísticas de Otavalo?*

La relación del sol con las montañas es ineludible, el momento en la que el visitante se percate de esta relación va a tener una relación personal con su entorno geográfico lo va a respetar, lo va a apreciar, porque esto es la base de la subsistencia, de la vida, de los recursos naturales, La conciencia social maduraría en relación a la protección y al conocimiento de la cosmovisión andina como una base de conocimiento y de filosofía de vida permanente, ancestral y de futuro.

*¿Cómo se lograría un mayor impacto turístico del Inti Raymi con actividades que se enfoquen en un aporte económico para la población local?*

Tomar en serio la relación natural, o sea la celebración del solsticio es un evento astronómico, hablamos del universo, hablamos del sol, que es la luz, la vida. Deberíamos apropiarnos de la celebración de una manera consciente, con conocimiento, de lo que significa la fiesta en el calendario agrícola andino. Cuando se logre que la gente tenga más consciencia, van a tener una compenetración más profunda de la fiesta. Para las generaciones futuras esto significaría una reivindicación de su propia cosmovisión, entonces más se debería reconocer el hecho natural de lo que es el Inti Raymi, que es el solsticio. Conocimiento de causa, la gente

*¿Cómo las generaciones futuras se pueden involucran de manera activa en tratar de incentivar y promocionar el Inti Raymi?*

El peligro de que se pierda la fiesta si es claro porque la gente vive una confusión, no sabe lo que es el Inti Raymi, la celebración es al sol, la representación de lo que significa la luz que es la vida, la gente se deja llevar por una celebración estereotipada, una celebración impuesta, la celebración de San Juan que no tiene nada que ver con la representación ancestral, la original. Si las generaciones futuras lo entendieran, lo valorarían porque no solamente los estuvieran viendo o sintiendo, más que nada es una cuestión de entendiendo y madurez social.

*¿Se podría considerar al Inti Raymi como una fuente de ingresos económicos para la población local?*

Claro que sí, esa es la otra dinámica, se mueven mercados de artesanías, alimentos, restaurantes, alojamiento, etc. Reivindicar eso con mucha fuerza es darle un valor y darle una dinámica mercantil, comercial a la ciudad.

*¿Considera que Otavalo es una ciudad en el que la fiesta el Inti Raymi tiene acogida?*

No está bien diseñado porque hay mucho folklore, mucha novelería, muchos elementos que no tienen nada que ver con el Ecuador, ni los Andes. Yo pienso que el principal problema debería ser el debate comunitario con apertura a exposiciones, charlas para que la gente pueda discutirlo. El sector académico debe ser el que más apoye por medio de las recomendaciones y la presión que se pueda hacer a las autoridades. Esto se debe llevar a un proceso bien planificado, más no complejo. Que este claro en lo que se quiera expresar, es la única manera en lo que se apropie en la que confirme y reafirme su calidad cultural, su identidad andina.