Identidad y desarrollo rural

Construyendo la marca Descubre Nayón



Verónica Condor Bermeo
Diego Guerrón Moya

TECNOLÓGICO SAN ANTONIO Tesa
Casa Editorial

Identidad y desarrollo rural

Construyendo la marca Descubre Nayón



Verónica Condor Bermeo
Diego Guerrón Moya

TECNOLÓGICO SAN ANTONIO
Casa Editorial

© Editorial Instituto Tecnológico San Antonio, 2024.

e-ISBN: 9789942724120

Verónica Condor Bermeo
Diego Guerrón Moya
Autores

Tatiana Alobuela Sanguña
Revisión texto

Libro arbitrado por pares revisores

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier medio, sin la autorización del titular de los derechos.

CONSEJO EDITORIAL / Instituto Tecnológico San Antonio – TESA

Guillermo Albán Maldonado
Rector

Cynthia Vázquez Jara
Canciller

Katiuska Espinoza Pérez
Vicerrectora Académica

Verónica Condor Bermeo
Vicerrectora de Investigación y Vinculación

Cristian Tasiguano Pozo
Director de Investigación y Editorial

Diseño & Diagramación: Karen Vivanco/Elementary

Índice de Contenidos

Prólogo 1

Parte 1. Identidad y ruralidad 4

Parte 2. Elementos clave de la identidad de los pueblos rurales 12

Parte 3. Educación superior y desarrollo rural 20

Parte 4. La experiencia Nayón 26

Bibliografía 51

Prólogo

La identidad y la ruralidad constituyen conceptos que han evolucionado en un contexto de transformaciones sociales, económicas, políticas, culturales y ambientales. La identidad como construcción simbólica y social individual y colectiva, en el sector rural se manifiesta de forma única y dinámica. El sector rural es un concepto dinámico que abarca la diversidad, el contexto geográfico, económico y social que influyen en la vida de su gente.

Ecuador, es un país con una riqueza cultural y geográfica enorme, ha desarrollado a lo largo de su historia múltiples expresiones de identidad rural que se han moldeado en función de factores como la etnicidad, la organización social y las dinámicas económicas.

Este libro surge a partir de las actividades de vinculación con la sociedad desarrolladas por la Escuela de Negocios del Instituto Superior Tecnológico San Antonio, en la parroquia rural de Nayón, perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito, en la provincia de Pichincha. Se basa en una reflexión sobre la Identidad y el desarrollo rural, que fueron las reflexiones consideradas para el planteamiento del proyecto “Construyendo la marca Nayón”.

La primera parte hace referencia a la relación Identidad y ruralidad en donde se considera que la identidad no solo hace referencia a tradiciones, música, colores, vestimenta, sino también a cómo esta influye en la vida social, económica, política de una región, de un país. Esta dinámica es fundamental analizarla para comprender como la identidad aporta al desarrollo rural de los pueblos.

En la segunda parte se hace referencia a los elementos de la identidad que refiere a la lengua común, vestimenta, música, bailes, alrededor de un pasado histórico, un origen común y un proyecto social.

En la tercera parte se reflexiona sobre la educación superior y el desarrollo rural, el compromiso que tiene la primera frente a los problemas sociales y como desde sus instancias instituciones puede aportar notablemente al desarrollo de las comunidades rurales.

En la cuarta parte se muestra a detalle el trabajo desarrollado en el proyecto de vinculación con la sociedad Construyendo la marca “Descubre Nayón”. Cuyo objetivo es promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos.

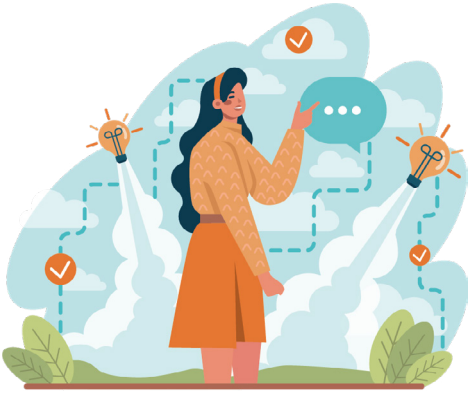
Parte

1



Parte 1.
Identidad y ruralidad

Figura 1
Identidad



Nota. Tomado de Exotic Designer BD|shutterstock.com

El tema de la identidad en un contexto rural es per se un análisis que involucra a académicos y sociedad en general. La identidad no solo hace referencia a tradiciones, música, colores, vestimenta, sino también a cómo esta influye en la vida social, económica, política de una región, de un país. Esta dinámica es fundamental analizarla para comprender como la identidad aporta al desarrollo rural de los pueblos.

Es importante partir de un concepto de identidad de los pueblos rurales, esta se define como el conjunto de valores, tradiciones, creencias, formas de vida que caracterizan y crean sentido de pertenencia a los pueblos, comunidades que habitan un determinado sector geográfico. La identidad se construye permanentemente en el tiempo a partir de la relación de las personas con su entorno y se pone de manifiesto en el idioma, fiestas, costumbres, expresiones artísticas etc.

Como señala Pineda (2018) las comunidades desarrollan formas particulares de relacionarse con el entorno. Por otro lado, la identidad también está fuertemente relacionada al sentido de solidaridad, trabajo, comunidad, arraigo al territorio.

Pero hay que considerar que los procesos de modernización, migración, urbanización hacen que la identidad no sea un concepto estático, sino que se mantiene en permanente evolución.

Según el Informe Mundial sobre la Cultura y Desarrollo Sostenible 2013 de la UNESCO la identidad es un pilar fundamental para el desarrollo sostenible de las comunidades ya que aquellas que la valoran y preservan a lo largo de los años tienen mayor opción de implementar prácticas sostenibles en su entorno.

La construcción y fortalecimiento de redes de cooperación relacionado con la identidad de los sectores rurales aporta al desarrollo sostenible de los mismos. En el periodo prehispánico tuvieron origen formas de trabajo típicas como la minga, la chagra, el ayllu, que aún son parte de las comunidades en especial de los Andes. Por ello la participación de la comunidad en la toma de decisiones, en la manifestación de sus necesidades es fundamental para su desarrollo, permitiendo mayor pertinencia en la implementación de propuestas, proyectos y política pública en esas comunidades.

Es importante considerar el aporte que la identidad otorga como motor para la innovación en el sector rural, ya que al combinar las prácticas tradicionales con los enfoques y técnicas modernas se plantean alternativas y soluciones totalmente pertinentes para la comunidad, tal como lo señala el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola en el 2016, las comunidades que valoran su identidad cultural son más innovadoras y se adaptan de mejor manera frente a los cambios.

Pero existen algunos desafíos que se deben considerar, entre ellos la homogenización cultural en parte dada por las redes sociales, que amenaza las identidades locales y a una pérdida de tradiciones, ritos y costumbres locales. Este es un desafío que plantea la necesidad de valorar, proteger y promover la identidad cultural en un contexto de desarrollo rural. Este desafío

se da en medio de un contexto que debe considerar la diversidad y el respeto a las diferentes voces dentro de las comunidades.

Importancia del estudio de la identidad en el contexto del desarrollo rural.

En el contexto rural ecuatoriano algunas comunidades han logrado mantener sus conocimientos ancestrales, ejemplo de ello son las técnicas agrícolas, la medicina ancestral, la vestimenta, música, colores. Considerar todo este conjunto de rasgos, creencias, tradiciones dan sentido a las comunidades y dan sentido al bienestar y desarrollo de estas.

La importancia del estudio de la identidad como elemento fundamental del desarrollo rural, radica por un lado en ser un factor clave de preservación de tradiciones frente a procesos de aculturación propios de la globalización. El empoderamiento que tengan las comunidades permitirá salvaguardar su patrimonio cultural y dar continuidad a modos de vida.

Por otro lado, la identidad tiene relación con el desarrollo económico y social de los sectores rurales. Preservar y fortalecer su identidad permite a los pueblos aprovechar de mejor manera este potencial, generando mayores oportunidades de empleo, favoreciendo una integración socioeconómica que permite bajar los

niveles de marginación y migración. Esto ayuda a comprender las aspiraciones, de las comunidades, lo cual es fundamental para el diagnóstico de necesidades, diseño y ejecución de políticas públicas pertinentes, orientadas a un desarrollo rural integral y respete la diversidad cultural.

Los aspectos geográficos han sido determinantes al momento de hacer referencia a la identidad de los pueblos rurales de Ecuador, las comunidades de la sierra, costa y oriente tienen características que las hacen particulares en su vestimenta, festividades, lengua, rituales, este legado constituye rasgos identitarios que permanecen a través de los años y que han convertido a Ecuador en un país con una gran riqueza étnica y cultural.

La Identidad como motor de Innovación

Tal como se ha señalado sobre la importancia de la identidad en el desarrollo del sector rural, también es un elemento que impulsa la innovación. Las prácticas tradicionales consideradas a las realidades contemporáneas ofrecen soluciones sostenibles a necesidades y problemas actuales. El uso de técnicas ancestrales en agricultura unidas a tecnologías modernas aumenta la productividad y sostenibilidad en los campos. La diversidad geográfica y climática de Ecuador permite una amplia producción de productos agrícolas, en estos procesos de producción se han

fortalecido al unir las técnicas tradicionales a modernas tecnologías que han mejorado dicho proceso.

Según datos del censo del 2021 en el Ecuador el 25% de la población vive en las áreas rurales, las condiciones de vida en el sector rural ecuatoriano en muchos casos no cubren las necesidades básicas de agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, cobertura de internet, situación evidenciada y agravada en la pandemia del 2020. En muchos casos vivir en el campo ecuatoriano es sinónimo de abandono.

Tomar como base los elementos de la identidad como punto de partida para generar innovación en el sector rural, permite contar con un motor que impulsa la mejora en aspectos como el desarrollo de productos alimenticios que incorporen ingredientes locales. Además la innovación está presente en el diseño de artesanías que resultan atractivas en el mercado.

Por otro lado, la innovación fortalece el turismo sostenible, fortaleciendo el desarrollo de ecoturismo en zonas rurales que respeten los ecosistemas locales. Las rutas turísticas se vuelven atractivas y conocidas atrayendo a turistas nacionales e internacionales. Esta realidad plantea desafíos para ser superados entre ellos, la falta de acceso a recursos y financiamiento, la situación de la mujer en el sector rural que en muchos casos enfrentan barreras que no le permiten acceder a

nuevas oportunidades, son aún desafíos que deben ser superados.

La identidad entonces se convierte no solo en un patrimonio a conservar y difundir, sino en un motor para la innovación que permite desarrollar soluciones pertinentes en pos del bienestar del sector rural y nacional.

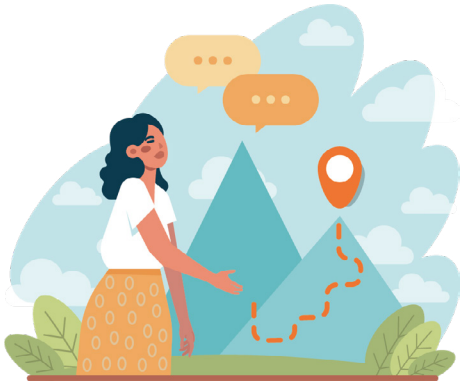
Parte

2



Parte 2.
Elementos clave de la identidad de los pueblos rurales

Figura 2
Pueblos rurales



Nota. Tomado de Exotic Designer BD|shutterstock.com

La identidad de una comunidad está vinculada a su historia y a algunos elementos que dan sentido a esa relación del individuo con el entorno. Como señala Guamán, la identidad nacional es una entidad viva que se configura y enriquece mediante una cierta afiliación a las instituciones y es sentida por los ciudadanos

que atribuyen la solidaridad que ahora expresan a los componentes sociales, políticos, económicos y culturales del sistema nacional y al pasado nacional. (2020).

Los elementos de la identidad se refieren a la lengua común, vestimenta, música, bailes, alrededor de un pasado histórico, un origen común y un proyecto social.

Idioma y dialectos

Dentro de los elementos que forman parte de la identidad de las comunidades rurales en Ecuador, está el idioma y dialectos que refleja la herencia cultural, la preservación de tradiciones y la transmisión de generación en generación. En Ecuador la diversidad de dialectos es amplia y arraigada, distribuidas en la costa, en la montaña y en la selva se puede encontrar el quichua, el achuar, el shuar, el waorani, con sus diferentes dialectos, a través de las cuales se comunican, expresan su relación con la naturaleza, su sentido de pertenencia en relación con otras comunidades.

Además, la conservación del idioma y los dialectos representa un reto para la preservación de la transmisión intergeneracional de las mismas. Aspectos como la urbanización, la migración, influencia de redes sociales han amenazado la permanencia de estas a largo plazo.

Es entonces necesario la protección de estos elementos para salvaguardar la identidad, a través de programas que fomenten el reconocimiento y valoración de estas expresiones, así como la implementación de políticas públicas que fortalezcan a largo plazo la conservación del idioma.

Vestimenta y artesanías

La configuración de la identidad está dada además por elementos como la vestimenta y artesanías, que desempeñan un papel fundamental en el fortalecimiento y transmisión de la misma. Los colores, materiales, símbolos, etc., constituyen expresiones sentidas de la herencia, de la tradición de las comunidades, así como del contexto geográfico y creencias. El poncho, la pollera, el anaco, el sombrero son ejemplos de estas vestimentas que se convierten en un símbolo de pertenencia dentro de las comunidades.

Por su lado las artesanías se erigen como expresiones tangibles de la identidad, con una gama de técnicas, colores, materiales que mas allá del valor utilitario, llevan un significado ancestral y espiritual que los convierte en herederos de tradición y testigos del patrimonio y de la identidad. Tejidos, orfebrería, cerámica, así como diseños, patrones y técnicas forman parte de este patrimonio que fomentan un sentido de pertenencia, de arraigo y sentido de identidad a las comunidades.

Tanto la vestimenta como las artesanías han dado lugar al establecimiento de una actividad de producción y comercialización que se ha convertido en fuentes de ingreso a las comunidades, generando fuentes de empleo sobre todo para las mujeres dando lugar a espacios de empoderamiento y autonomía.

Sin embargo, estos elementos también han sido afectados por la globalización, la aculturación. En especial los jóvenes abandonan el uso de la vestimenta tradicional, adoptando prendas y estilos de vida diferentes.

Música, danza y festividades

En los pueblos rurales del Ecuador, la música, danza y festividades no son solo formas de expresión artística, sino también aspectos fundamentales de la identidad cultural. Estas expresiones viven en la historia, la cosmovisión y la propia resistencia, por lo tanto, el legado pasa de generación en generación

El Ecuador, por ser un país multiétnico y con gran variedad geográfica, posee una riqueza de culturas en sus celebraciones populares andinas, costeras y amazónicas que les caracteriza. Desde las fiestas indígenas en honor al sol y la madre tierra hasta las festividades religiosas sincréticas que forman lazos entre los miembros de las comunidades.

La música en los pueblos rurales ecuatorianos a partir de su herencia indígena, africana y mestiza en grandes rasgos se puede caracterizar de la siguiente manera:

- En los Andes, sanjuanitos, yaravíes, albazos; con instrumentos personales que expresan el sentir del pueblo indígena y mestizo, con letras de amor, trabajo, y lucha.

- En la Costa, el amorfino y marimba con la expresión musical afrodescendiente y montuvia, palabras autóctonas y pureza de fuente, cantos improvisados acompañan su labor diaria y sus festividades.

- En la Amazonía, los bombos y maracas, cantos rituales invocando la naturaleza y el espíritu sincero.

Las festividades por su lado se constituyen en espacios de cohesión social y reafirmación cultural. Estas son expresiones colectivas donde se une la música, danza y creencias populares. Provienen de la influencia ya sea prehispánica y práctica religiosa, española. Algunas de las más significativas son el Inti Raymi Fiesta del Sol, las fiestas de San Pedro y San Pablo, la Marimba Esmeraldeña.

La música, la danza y las festividades populares en los pueblos rurales de Ecuador son expresiones artísticas que forman parte de las manifestaciones de la memoria histórica, identidad y lucha de las comunidades. Todos estos lazos fortalecen, transmiten valores y saberes que dan sentido a un territorio y una cultura.

En un mundo en rápida transformación, es de vital importancia preservar estas manifestaciones culturales para que su riqueza y el alma del Ecuador siempre se mantenga viva en la medida en que nuevas generaciones perciban su valor y sigan asegurando estas herencias ancestrales.

Relación con la Tierra

En las comunidades rurales, la relación con la tierra tiene que ver con un vínculo profundo que va más allá de la producción agrícola o la supervivencia de las comunidades. La tierra no es solo un recurso económico, sino un ser vivo con quien se establece una conexión sagrada, ancestral y trascendental.

Desde hace muchos años, los indígenas consideran a la Tierra como la Pachamama – Madre Tierra – la cual provee de alimentos, vida y abundancia. Esta consideración se mantiene en algunas comunidades hasta la actualidad, en donde la agricultura, ganadería la realizan con respeto y gratitud. Los periodos de siembra

y cosecha son acompañados con rituales, festividades que celebran los ciclos de la vida.

Es la agricultura la que proporciona los principales productos como el maíz, papa, plátano, cacao, etc., esta producción asegura el sustento de las comunidades y garantiza la seguridad alimentaria del país. Sin embargo, la distribución y tenencia de la tierra ha sido desigual, generando grandes sesgos y concentraciones en pocas manos, provocando una serie de problemas sociales en las comunidades como la migración a las ciudades. Pero se debe destacar que a pesar de ello, las comunidades rurales han desarrollado sistemas de producción comunitarios eficientes como la minga, la chakra amazónica que fortalecen el desarrollo local.

Actualmente, las comunidades rurales enfrentan desafíos como el incremento de la minería en sus territorios, así como la degradación y contaminación del agua que ponen en riesgo el mantenimiento de las prácticas tradicionales, su calidad de vida y la biodiversidad del sector. Ante esta realidad, muchas comunidades han planteado programas de mitigación de estas afectaciones, con actividades de reforestación y defensa del territorio. El vínculo entre los pueblos rurales y la tierra es fundamental en el desarrollo y construcción de la identidad. Es importante garantizar la preservación del conocimiento ancestral, el respeto a territorios, la soberanía alimentaria para asegurar un mejor futuro a las nuevas generaciones.

Parte

3



Parte 3.
Educación superior y desarrollo rural

Figura 3
Educación y desarrollo



Nota. Tomado de inspiring.team|shutterstock.com

La educación superior en Ecuador tiene un papel fundamental en el desarrollo, en especial del sector rural. Está en sus funciones sustantiva, a más de la docencia, desarrollar actividades de investigación y vinculación con la sociedad. Estas tres funciones deben actuar sistemáticamente y en equilibrio para que su labor sea pertinente a las exigencias de la sociedad.

Las nuevas modalidades de estudio – a distancia, *on line*- fortalecidas a partir de la pandemia, han dado lugar a que las actividades de las universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos y tecnológicos, ofrezcan sus carreras y desarrollen sus proyectos tomando en cuenta este nuevo contexto.

El acceso a educación superior por parte de sectores excluidos es fundamental para el desarrollo del país, en especial del sector rural. Los proyectos de investigación y vinculación con la sociedad han dado un impulso a través de trabajos sobre problemas específicos de los sectores rurales, investigaciones, educación continua, alianzas estratégicas etc.. Para lograr este objetivo es fundamental que las instituciones de educación superior IES desarrollen proyectos con enfoques interdisciplinarios en donde confluye la cooperación de disciplinas como las ciencias sociales, ambientales, económicas, de la salud, con lo cual se logra diagnosticar de manera óptima las necesidades y establecer las mejores alternativas de solución, todo ello con la participación de la sociedad como actor fundamental de la cooperación.

En el desarrollo rural, esta dinámica cobra especial vigencia, hay que tomar en cuenta que las IES son instituciones que cuentan con infraestructura, profesionales técnicos que en algunas ocasiones desarrollan su actividad dentro de una urna de cristal, alejados de la realidad y necesidades de la gente.

Es por ello que la educación superior es de vital importancia para lograr el desarrollo de los países y de las regiones. Ella está llamada a brindar igualdad de oportunidades, afrontando los desafíos propios de los países. La necesidad de plantear cambios debe estar en relación con el contexto social, económico y político, evidenciado en el tipo de la oferta de sus programas, en sus planes de estudios y las carreras; en la forma de realizar investigación; y en la pertinencia de la educación, que debe estar dirigida a brindar las bases para un desarrollo sostenible.

En este contexto la vinculación con la sociedad desde las IES cobra especial vigencia, entendida esta como la respuesta concreta de la institución de educación superior a las necesidades del entorno con el fin de contribuir con sus capacidades académicas y profesionales a la transformación del entorno. Para ello desarrolla proyectos y actividades en su área de influencia geográfica, establece vínculos con contrapartes ya sea instituciones públicas o privadas, realiza diagnósticos y establece las mejores estrategias para realizar una vinculación pertinente que genere un impacto en pos del desarrollo del sector.

Son varias las formas de vinculación con la sociedad, ella dependerá del diagnóstico que se realiza a la zona a intervenir y de la capacidad y recursos con que cuenta la IES. Esta vinculación se puede desarrollar

a través de proyectos que involucre asesoría técnica, talleres, capacitaciones.

Además, los proyectos se conforman con equipos multidisciplinarios que integran a expertos, docentes y estudiantes de diferentes campos del conocimiento, para impulsar en muchos casos proyectos conjuntos que involucran a la academia, comunidad y gobiernos locales.

El desarrollo de la vinculación con la sociedad por parte de las IES en las comunidades rurales cobra cada vez mayor importancia, ya que son pilares fundamentales para la construcción de soluciones, innovaciones, emprendimientos en las mismas. Para ello es esencial el compromiso de la comunidad pues es con ella que se logra identificar los problemas y las mejores propuestas de vinculación, en las cuales se consideran y valora el conocimiento tradicional de las comunidades.

Los procesos de vinculación con la sociedad en los sectores rurales tienen desafíos que deben ser considerados, uno de ellos es la difusión de los resultados de los proyectos de vinculación y/o de investigación generados. En este sentido se debe plantear la realidad de algunas IES ecuatorianas, que con el fin de mejorar los puntajes en rankings o evaluaciones, impulsan la presentación de los resultados de sus proyectos en los mejores eventos y revistas internacionales, en otros

países y en otros idiomas, ya que el puntaje será mayor, hasta aquí son absolutamente válidas las acciones que se realizan, el problema surge cuando se olvida en estos proceso de difusión de resultados a la comunidad de donde surgió dichos trabajos, ejemplo de ello son proyectos de vinculación que se generan en comunidades que mantienen la producción tradicional de productos como la quinua, los resultados de sus beneficios, nuevas técnicas de producción, estrategias de comercialización a nuevos mercados son difundidos a la comunidad científica en otros idiomas y la comunidad rural se queda sin poder conocer los resultados y beneficiarse de ellos.

La vinculación con la sociedad entonces debe ser planificada y ejecutada para que sea efectiva entre las instituciones de educación superior y las comunidades rurales para lograr un desarrollo sostenible adaptado a la realidad local.

Parte

4



Parte 4.
La experiencia Nayón

La parroquia de Nayón, ubicada en las afueras de Quito, Ecuador, es un lugar conocido por su belleza natural, clima agradable y rica tradición cultural y gastronómica. A pesar de sus potencialidades y atractivos turísticos, Nayón no ha desarrollado plenamente una identidad turística consolidada que pueda atraer a visitantes nacionales e internaciones de manera sostenida.

En un contexto globalizado, las regiones compiten entre si para atraer recursos y talentos. Una marca región fuerte y positiva puede diferenciar a una región de otras, destacando sus ventajas competitivas y oportunidades únicas, lo que puede resultar en un mayor desarrollo económico y social.

La importancia de contar con una marca región en su capacidad para mejorar la percepción y el reconocimiento de la región, atraer inversiones y turistas, fomentar la productividad local, fortalecer la identidad y mejorar la competitividad y sostenibilidad. Una marca región bien gestionada puede ser un motor significativo para el desarrollo y la prosperidad de la región.

La identidad de pueblos y territorios ha sido una necesidad fundamental durante la historia y ha sido importante descubrir símbolos y signos que muestren un carácter único para poder distinguirse y desarrollarse. Para lograrlo, las comunidades buscan su representación por medio elementos distintivos, como nombres, banderas, colores y escudos. Estos diferenciadores fortalecen su identidad, pertenencia y unidad; que con el pasar del tiempo, permiten la construcción de conceptos profundos que marcan los rasgos y esencia de una comunidad.

El concepto de marca territorial representa un enfoque que no queda solamente en el distinguirse, sino que va íntimamente ligado al desarrollo regional que combina elementos de imagen, marketing, sociología, administración y planificación urbana para promover las productos, servicios y ventajas competitivas de un territorio (Kotler, Haider, & Rein, 2012).

A nivel global, las marcas territoriales han demostrado ser ejes principales, que con una buena planificación estratégica se han vuelto métodos muy eficaces para atraer turismo, fomentar inversiones y fomentar el sentido de pertenencia entre los habitantes locales (Dinnie, 2015), quienes abrazan un concepto de identidad junto con la marca.

Por lo tanto, se vuelve muy importante la búsqueda y el levantamiento de información clara, convirtiéndose en el primer paso indispensable para el diseño de una marca territorial. Dicho proceso busca identificar los distintos atributos de identidad, basados en lo cultural, social y económico de un lugar específico; pero también considerar las percepciones de los lugareños y visitantes.

El branding de un territorio no está relacionado solamente con su promoción, sino que implica el contar historias desde una narrativa que haga eco de los valores y visión específicos de la localidad. De acuerdo con el criterio de Anholt (2020), las marcas territoriales deben estar basadas en una narrativa auténtica que refleje las aspiraciones de la comunidad.

La identidad regional es un concepto dinámico que engloba los valores, la historia y las características culturales de un territorio. Estudios previos (Pike, 2015; Kavaratzis, 2018) señalan que una marca territorial exitosa debe capturar y comunicar esta identidad de manera auténtica.

En Nayón, la identidad regional se refleja en su biodiversidad al albergar una amplia variedad de flora y fauna, que constituye su principal atractivo. Sus tradiciones culturales como Las festividades locales y la producción artesanal son elementos diferenciadores. Y en la actualidad, un turismo sostenible con el potencial

de posicionarse como un destino verde, alineado con tendencias globales de sostenibilidad.

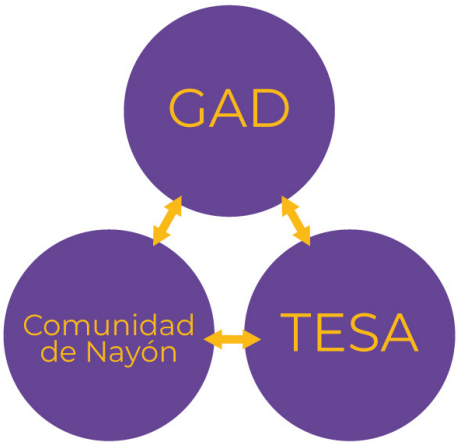
En este caso específico, la parroquia Nayón, desde hace algunos años ha sido conocida popular y comercialmente, como un lugar en donde se puede conseguir variedades de plantas de muy buena calidad, lo cual, es valioso por destacarse como un referente, pero por otro lado puede ser la única razón que las comunidades de los alrededores visitarían el lugar, siendo un limitante para el crecimiento económico del resto de sectores.

A pesar de todas las maravillas y atractivos turísticos potenciales, Nayón no ha logrado desarrollar una identidad turística consolidada que atraiga a visitantes nacionales e internacionales de manera sostenida.

Es por eso que, a partir del convenio establecido por tres sectores importantes de la sociedad que rodea a Nayón, como son sus habitantes, su Gobierno Autónomo y el Sector privado, esta vez representado por el Tecnológico San Antonio, lograron establecer una visión que parte de definir una identidad de abrace los ideales de todos los sectores involucrados y que proyecte sus ideas en beneficio de la comunidad.

Figura 4

Sectores involucrados en la creación de marca territorial



Nota. Elaboración propia.

El Instituto Tecnológico San Antonio TESA con su alto compromiso de aporte a la comunidad, logró este compromiso que ha permitido establecer una marca que representa lo más valioso de una parroquia tan rica en historia, valores y cultura.

La ruta de trabajo creativo inicia con acuerdos establecidos primero entre las autoridades GAD de Nayón y los representantes de la Escuela de Negocios del Tecnológico San Antonio, quienes después de varias reuniones planteando posibilidades, se realiza la propuesta de la creación de una marca que represente los

valores más importantes de la parroquia y que permitan crear una serie de actividades y eventos promocionales y de capacitación promoviendo no solo una identidad, si no también proyectando un cambio de mentalidad para fomentar el desarrollo económico y productivo.

Figura 5

Participantes por etapas



Nota. Elaboración propia.

Pero, cómo es posible que una marca territorial tenga la capacidad de llevar al Desarrollo Económico y Productivo. Simplemente entendiendo que en la unidad

hay poder y que, al llegar a acuerdos en común, se puede lograr grandes proyectos y sobre todo que traigan resultados concretos. La comunidad tenía una necesidad importante, la empresa pública necesitaba cumplir con sus planes y el Instituto, con el objetivo de guiar a sus estudiantes a una vinculación con la sociedad.

En conjunto, como una sola fuerza, es posible que se pueda levantar una identidad sólida a la cual aferrarse, compartirla, vivirla y disfrutarla. Ahora, la idea es marcar una ruta de trabajo que facilite plantear objetivos para luego definir una marca que sea el "paraguas" para todas las gestiones de implementación.

Normalmente un gobierno seccional, tiene claro a dónde dirigir su gestión a favor de sus electores, pero no siempre se conocen los términos y los caminos; ni conceptuales y a veces, ni los tecnológicos. En cambio, la comunidad siempre exige obras y oportunidades a sus gobernantes, pero en ambos casos, se requiere de recursos y direccionamientos específicos para crear una identidad.

Considerando esta necesidad de guía y asesoramiento, el Tecnológico San Antonio ofrece su contingente de experiencia en la creación de identidad de marca y de promoción a disposición del GAD de Nayón para suplir dicha necesidad con el apoyo de sus estudiantes de cuarto nivel, quienes se vuelven puntales

fundamentales en la recolección de información y en el proceso de creación.

El proceso inicia con el levantamiento de información de tipo primario sobre las necesidades y problemáticas de los emprendedores de la comunidad de la Parroquia de Nayón. Se utiliza encuestas, entrevistas y, a su vez, mesas de trabajo para conocer históricamente las particularidades de Nayón pero a la vez para conocer las necesidades específicas de la parroquia.

Es un escenario previo, en el cual participan activamente El GAD con el instituto, cuyo objetivo inicial es confirmar y levantar oficialmente la necesidad de tener una marca territorial. Se planifica y organizan los actores que van a llevar a cabo el proyecto, se define cual sería el público objetivo y se proyecta a quién daría continuidad en un futuro. Las reuniones, en conjunto y por separado con autoridades, miembros de la comunidad y representantes de cada sector, permiten contar con un panorama mucho más claro de necesidades y proyectos relacionados al turismo y al movimiento económico de Nayón.

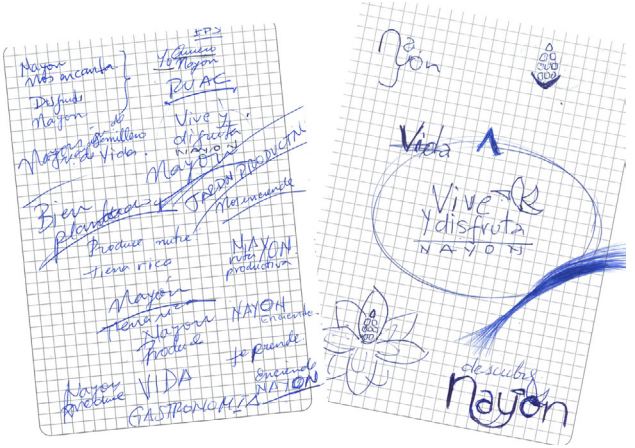
En el desarrollo de la identidad, se va llegando a acuerdos en relación a los atributos y valores que debe ser resaltado en una identidad conjunta. Toda esta información obtenida es ordenada y analizada para tomar lo más importante y así iniciar con una lluvia de ideas, donde se plantean caminos creativos que representen

una identidad clara y entendible en distintos ámbitos y para distintos públicos desde el signo y el símbolo. Pero siempre garantizando originalidad y solidez en los conceptos planteados, para que sea una imagen de identidad que perdure, aún cuando autoridades y gremios terminen sus periodos.

A partir la lluvia de ideas y la información obtenida, tanto estudiantes como docente del Tecnológico San Antonio TESA, se realiza un proceso de bocetaje con elementos previamente definidos, y en un lapso, se presentan varias alternativas, las cuales, en un proceso interno se deciden las mejores opciones a ser presentadas a las autoridades del GAD de Nayón.

Figura 6

Bocetos iniciales de frases y logotipo de la marca Nayón



Nota. Elaboración propia.

Los resultados del bocetaje deben terminar en la digitalización del logotipo y su posterior creación del manual de marca. Nuestros estudiantes, proponen alternativas basadas en las ideas y símbolos planteados en trabajo investigativo y el proceso de bocetaje. Utilizando el software Adobe Illustrator, envían sus propuestas individuales y colectivas para contar con el asesoramiento y guía profesional de sus docentes, quienes emiten sus criterios desde la semiótica, la estética y la percepción.

Figura 7

Digitalización de las primeras propuestas de marca Nayón



Nota. Elaboración propia.

Considerando todos los componentes y las propuestas iniciales, tanto de bocetos como de ejercicios básicos, se llega a un acuerdo considerando los aspectos mencionados para su debida aprobación desde los tres sectores involucrados en el proceso de identidad.

Para la debida aprobación se ha considerado:

Calidad Gráfica: La marca territorial debe tener una composición equilibrada en sus elementos, que cuente con una paleta de color que represente a Nayón y que sus contrastes de elementos y tipografía sean los adecuados y que cuente con una limitación de tipografías (máximo 3).

Inteligibilidad: Nuestra marca territorial debe ser comprendida con facilidad y de acuerdo a los objetivos de la misma.

Singularidad: Debe diferenciarse claramente entre otras marcas territoriales.

Pregnancia: La marca Nayón debe permitir que sea bien recordada y que sus formas sean consistentes.

Vigencia: Sus formas y concepto deben permanecer en el tiempo.

Versatilidad: Debe adaptarse fácilmente a formatos, mensajes y públicos siendo legible y con calidad.

Con estas consideraciones importantes y para que una marca sea efectiva, se coordina la presentación oficial a los diferentes sectores involucrados buscando una aprobación definitiva. En este punto, es necesario cuidar que la marca sea presentada de la forma más clara posible, para que los distintos criterios no sean un riesgo de retroceso en el proceso, si no que, teniendo los parámetros de validación plenamente establecidos, permitan una aprobación final y en completo acuerdo.

Se presenta el manifiesto de marca, el cual será la base fundamental del mensaje y simbología de Nayón: *"Se lo conoce como el Jardín de Quito, pero es mucho más que eso. Sí, hablamos de Nayón, una parroquia al noreste de Quito a la que tradicionalmente la gente ha llegado por las plantas que se cultivan y comercializan en sus viveros. Pero Nayón es mucho más que eso. Es historia, tradición, gastronomía, aventura, comunidad y mucho más. Y esto debemos contárselo al mundo. Para esto, en un trabajo conjunto entre el Tecnológico San Antonio, líderes barriales y parroquiales, comerciantes y vecinos, desarrollamos una propuesta que va más allá de un logotipo o una imagen. Es una marca región, que representa lo que es este lugar. Ahora, conozcamos los elementos que la componen. El colibrí, o llamado quinde*

por su nombre en quichua, que representa la naturaleza abundante de esta parroquia. La hoja, que representa la vida, no sólo de las plantas que encontramos aquí, sino de su gente. La flor, que representa la variedad de plantas que encontramos en sus viveros. El sol, que ilumina cada mañana los barrios de esta parroquia y significa un nuevo amanecer, un nuevo tiempo, una nueva oportunidad. Y una invitación no a visitar ni a conocer, sino a descubrir Nayón."

A partir de este manifiesto de marca, quedan definidos los elementos y significados de Nayón, utilizando el nombre aprobado considerando que cumple con los objetivos planteados, el nombre aprobado para la marca es: DESCUBRE NAYÓN.

Símbolos utilizados en la identidad "Descubre Nayón"

El sol, la flor y el Quinde (picaflor) son elementos con significados semióticos diversos:

1. Sol: Tradicionalmente, el sol representa la vida, la energía, la renovación y la vitalidad. En muchos contextos culturales, también simboliza la iluminación, el conocimiento y la sabiduría. Es un símbolo de poder, claridad y positividad.

2. Flor: Las flores suelen asociarse con la belleza, el amor, la delicadeza y la renovación. También representan el ciclo de la vida, ya que pasan por

etapas de crecimiento, floración y marchitamiento. Dependiendo del tipo de flor, su color y su contexto cultural, puede tener significados adicionales, como la pureza, la pasión o la esperanza.

3. Quinde (picaflor): El Quinde, o picaflor, es un ave conocida por su agilidad, velocidad y colorido plumaje. En muchos casos, simboliza la libertad, la alegría y la efímera belleza de la vida. También puede representar la delicadeza, la gracia y la capacidad de encontrar belleza en pequeños detalles.

En conjunto, estos elementos podrían interpretarse como un conjunto de símbolos que evocan la vida, la belleza, la energía positiva, la renovación constante y la conexión con la naturaleza y sus ciclos.

Figura 8

Logotipo "Descubre Nayón" aprobado por los tres sectores involucrados.



Nota. Elaboración propia.

Valores y atributos de la marca

Los valores de la marca Descubre Nayón, nos ayudará a diferenciar a la marca de aquellas que hayan sido utilizadas en otros lugares. Bajo este principio es necesario crear los direccionamientos del concepto que se ha elegido, por un lado, el invitar a descubrir todo lo que tiene Nayón, pero por el otro el mostrar que es un nuevo tiempo para la parroquia, dejando de lado cualquier tipo de división, para dar lugar a un compromiso colectivo a favor de un futuro de desarrollo económico. Lo que ocurre en el territorio se siente aún en los elementos identitarios y gestiones de marca.

Para definir los valores de la marca "Descubre Nayón" se consideraron las siguientes áreas: Historia de la parroquia, las actividades y atributos que ofrece, organismos públicos o privados, características geográficas y su público objetivo. A partir de los valores se ha establecido un manual de marca, el cual nos describe las pautas y normas para el correcto uso de la marca en cualquier tipo de formatos desde analógicos hasta digitales.

Usos de la marca "Descubre Nayón"

El logotipo creado para "Descubre Nayón " debe contar con el uso correcto, respetando sus lineamientos, ya que es fundamental una promoción adecuada de

la nueva identidad. Su uso debe ser el correcto en los diferentes medios, tomando en consideración de forma profesional el uso del color, la tipografía, la composición y sus variantes.

En relación al color, se ha utilizado una paleta de color que va desde los colores fríos hasta los colores cálidos, pero su particularidad está basada en el "multicolor", debido a que la marca también representa la multiculturalidad reflejada en la variedad de colores.

Figura 9

Cromática del logotipo "Descubre Nayón"



Nota. Elaboración propia.

Figura 10

Tipografía usada en el logotipo "Descubre Nayón"



Primaria: Karla Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Secundaria: Script MT Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Nota. Elaboración propia.

Presentamos ejemplos de los materiales más comunes:

Material promocional: Se debe usar correctamente el los diferentes medios físicos como folletos, flyers, guías turísticas, mapas, señalética en locales, etc.

Figura 11

La marca "Descubre Nayón" en material físico.



Nota. Elaboración propia.

Plataformas Digitales: La marca "Descubre Nayón" debe estar presente en el sitio web oficial de Nayón (www.descubrenayon.com) y en redes sociales oficiales. Estos espacios digitales ayudan a posicionar la marca en medios actuales, los cuales, junto a convenios establecidos en el proceso de creación, se busca hacer de Nayón una *Parroquia Tecnológica*.

Figura 12

Uso de la marca en redes sociales.



Nota. Elaboración propia.

Señalización: La marca debe ser incorporado en la señalización turística dentro de Nayón y sus locales, aplicándola adecuadamente de acuerdo con cada lugar, pero también en infografías y mapas de ubicación en sectores estratégicos de la parroquia como puntos de interés, rutas de senderismo, y áreas recreativas.

Figura 13

Montaje de rótulo de un local comercial de la marca "Descubre Nayón".



Nota. Elaboración propia.

Merchandising: Se utilizará en productos promocionales como camisetas, tazas, imanes y todo tipo de material que ayude a posicionar la marca y también generar ingresos con la venta de estas.

Figura 14

Tazas con la marca "Descubre Nayón".



Nota. Elaboración propia.

Figura 15

Bolsas con la marca "Descubre Nayón".



Nota. Elaboración propia.

Implementación y Gestión de la Marca "Descubre Nayón"

Después de desarrollar la marca y que también se han planteado las guías y los parámetros necesarios para su correcto uso, es necesario establecer una ruta para llevar a cabo una gestión estratégica de la marca para poderla implementar y difundir en los medios y espacios necesarios. La implementación requiere una planificación que permita el empoderamiento de la comunidad con la nueva identidad, pero también permita implementar y difundir de forma ordenada para que la marca no solo sea reconocida si no que se vuelva relevante y permanezca en el tiempo.

Estrategia de Comunicación

Una de las primeras acciones para implementar adecuadamente la marca es desarrollar e implementar una campaña de marketing de 360 grados que lance la nueva identidad de Nayón. Ya que, después de aprobada la marca se realizó un evento de lanzamiento por todo lo alto, el cual a partir de un video con todos los detalles se presentó a la comunidad la idea y la visión que se logró consolidar.

Para este inicio de campaña se debe incluir los canales adecuados considerando la época y el sector, deben ser canales de comunicación, como redes

sociales, medios impresos y digitales, y alinear las acciones con eventos y ferias comunitarias. La idea es crear contenido creativo con conceptos específicos en relación a los atributos de la marca. Según Dinnie (2015), "una estrategia de comunicación efectiva es esencial para construir y mantener la identidad de una marca territorial".

Además, se considera la creación del sitio web oficial que sirva como plataforma central como buscador para la información turística, donde los turistas e interesados puedan encontrar detalles sobre actividades, eventos y recursos locales. La estrategia creativa de comunicación debe ser clara, coherente y alineada con la narrativa de la marca, asegurando que todos los mensajes transmitan la esencia de Nayón y su marca "Descubre Nayón"

Iniciativas Turísticas

Existen muchas actividades que tradicionalmente se vienen desarrollando en Nayón y que son valoradas por sus propios y extraños. Es importante promoverlos de forma ordenada para aprovechar todas las iniciativas turísticas que incluyan eventos, ferias, tours y actividades que resalten todos estos atractivos y valores.

Esto puede incluir la organización de festivales tradicionales y culturales locales, pero también

propuestas nuevas en relación a rutas turísticas que permitan a quienes visiten, el admirar completamente la biodiversidad y los paisajes naturales de Nayón. Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (2020), "la promoción de eventos culturales y actividades turísticas es fundamental para atraer visitantes y generar un impacto positivo en la economía local".

Otra parte importante de Nayón, es su propuesta gastronómica, que la destaca por su variedad, calidad y buenos precios. Es por esto que es posible ofrecer como adicional, experiencias gastronómicas que atraigan al turista y fomenten la participación comunitaria. Adicional, se deben proponer talleres y capacitaciones gastronómicas, de calidad, de atención al cliente y de manejo financiero.

Colaboración con Agencias

Como fuerza de difusión, es importante establecer colaboraciones con agencias y operadores turísticos con el objetivo de promover a Nayón de manera efectiva y como un punto atractivo. Estas alianzas permiten crear un mayor alcance de la marca y así atraer a un público mucho más amplio. Según Kavaratzis (2018), "la colaboración entre diferentes actores es esencial para el éxito del branding territorial, ya que permite unir esfuerzos y recursos para promover un destino".

Se deben incluir la creación de rutas especiales, de itinerarios que integren Nayón con otros destinos cercanos, actividades de aventura y porsupuesto, su promoción en ferias de turismo nacionales y extranjeras. Con estas rutas, también se debe realizar capacitaciones para que desde la comunidad se cuente con guías certificados que promuevan información auténtica y enriquecedora sobre la cultura de Nayón pero también brinden un servicio de calidad.

En resumen, la implementación y gestión de la marca territorial de Nayón requiere un enfoque estratégico que combine una sólida estrategia de comunicación, de marketing y promoción con iniciativas turísticas atractivas y colaboraciones efectivas. Gestionando estas estrategias, la marca “Descubre Nayón” podrá posicionarse como un eje de identidad, llevando a la parroquia a volverse un destino atractivo, sostenible y tecnol, contribuyendo al desarrollo económico y social del territorio y asegurando que su identidad de marca perdure en el tiempo, que incluso con nuevos gobiernos parroquiales se pueda seguir gestionando debido a sus buenos resultados.

Bibliografía

Acosta, L. (2017). Patrimonio cultural y desarrollo rural en el Ecuador. Revista de Antropología Social, 26(2), 189-210.

Andrade, R. (2020). Vestimenta tradicional y construcción de identidad en las comunidades rurales del Ecuador. Revista de Estudios Culturales, 15(2), 123-144.

Arroyo, L. (2021). Artesanías y expresión de la identidad cultural en los pueblos rurales del Ecuador. Íconos. Revista de Ciencias Sociales, 24(1), 137-156.

Brassel, F. (2018). Integración a los mercados globales y transformaciones en el desarrollo rural del Ecuador. Revista Íconos, 24(1), 45-66.

Cárdenas, R. (2020). Diversidad lingüística y derechos de los pueblos rurales en Ecuador. Íconos. Revista de Ciencias Sociales, 24(1), 119-136.

Chacón, F. (2019). Identidad y cultura en las comunidades rurales del Ecuador. Quito: FLACSO.

Chicaiza, M. (2020). Desafíos de la preservación de la vestimenta tradicional en las comunidades rurales ecuatorianas. Cuadernos de Antropología, 18(1), 91-110.

Dinnie, K. (2015). Nation Branding: Concepts, Issues, Practice. Routledge.

Enríquez, R. (2020). Danzas tradicionales y expresión de la identidad cultural en los pueblos rurales del Ecuador. Íconos. Revista de Ciencias Sociales, 24(1), 157-174.

Estrella, M. (2019). Cultura y desarrollo en comunidades rurales: Un enfoque desde la identidad. Quito: Editorial Abya-Yala.

FAO. (2019). La agricultura familiar en Ecuador: Un enfoque hacia el desarrollo sostenible. Recuperado de http://www.fao.org

Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (IFAD). (2016). Indigenous peoples and rural development: A global perspective. Recuperado de https://www.ifad.org

González, L. (2020). Sabiduría ancestral y sostenibilidad en la agricultura rural ecuatoriana. Revista de Agricultura Sostenible, 12(1), 22-37.

Granda, W. (2018). Festividades comunitarias y reafirmación de la identidad en los pueblos rurales. Revista de Estudios Culturales, 15(2), 145-166.

Gutiérrez, A. (2019). Vestimenta y artesanías como expresión de la identidad de los pueblos rurales. Revista de Antropología Iberoamericana, 14(2), 246-269.

Hernández, R. (2021). Transformaciones de la identidad rural en el contexto de la globalización. Revista de Estudios Rurales, 15(2), 45-62.

INEC. (2021). Resultados del censo de población y vivienda 2021. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec

Kavaratzis, M. (2018). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. Place Branding and Public Diplomacy, 1(1), 58–73. https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990005

López, E. (2020). La intersección de historia y tradición en la construcción de identidad. Economía y Sociedad, 12(4), 120-135.

Martínez, B. (2019). Memoria colectiva y su impacto en la identidad. Revista de Sociología, 15(2), 45-60.

Martínez, R. (2018). Migración y cambio cultural: Nuevas identidades en el mundo rural. Ediciones Universidad Andina.

Meléndez, J. (2021). Adaptación y resistencia cultural de los pueblos rurales en el Ecuador. Cuadernos de Desarrollo Rural, 18(1), 45-68.

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2020). Informe Anual de Turismo 2020. Recuperado de https://www.turismo.gob.ec

Montalvo, C. (2021). Cosmovisión indígena y desarrollo rural en Ecuador. Casa Abierta.

Orellana, J. (2022). Migración rural-urbana en Ecuador: Causas y consecuencias. Revista de Estudios Sociales, 34(1), 45-60.

Pérez, C. (2021). Tradiciones y su rol en la identidad cultural. Journal of Cultural Studies, 10(1), 75-90.

Pérez, J. (2021). Innovación y tradición en la agricultura ecuatoriana. Revista de Desarrollo Rural, 15(2), 34-50.

Ponce, L. (2022). Modernización del agro y transformación social en el Ecuador rural. FLACSO Ecuador.

Rivadeneira, A. (2020). Procesos de transformación y permanencia en las comunidades rurales del Ecuador. Íconos. Revista de Ciencias Sociales, 24(1), 101-118.

Rodríguez, D. (2022). Rituales y celebraciones: Un estudio sobre la identidad. Sociología de la Cultura, 8(3), 100-115.

Solís, D. (2020). Herencia cultural y modos de vida en las comunidades rurales andinas. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Velasco, M. (2019). Música, danza y festividades como expresiones de la identidad de los pueblos rurales. Revista de Antropología Iberoamericana, 14(2), 270-293.

ISBN: 978-9942-7241-2-0



TECNOLÓGICO SAN ANTONIO Tesa
Casa Editorial