

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO TENA**
Tecnología, Innovación y Desarrollo

CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE OPERACIONES TURÍSTICAS

**FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE
PARTICIPACIÓN SINCHI WARMI; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN
TENA, PROVINCIA DE NAPO**

Informe Final de Trabajo de Integración Curricular, presentado como requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior en Gestión de Operaciones Turísticas.

AUTORA: Patricia Elizabeth Vega Vinueza

DIRECTOR: Lcdo. Alvaro Santiago Toalombo Díaz

CODIRECTOR: Lcdo. Rudy Jonathan Párraga Solórzano

Tena - Ecuador

2020

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

LCDO. ALVARO SANTIAGO TOALOMBO DÍAZ

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Director del Proyecto Integrador denominado: FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMÍ; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, de autoría de la señorita **PATRICIA ELIZABETH VEGA VINUEZA**, con CC. 150091625-7 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Gestión de Operaciones Turísticas del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 25 de junio de 2020



Firmado electrónicamente por:
**ALVARO SANTIAGO
TOALOMBO DIAZ**

Lcdo. Alvaro Santiago Toalombo Díaz

DIRECTOR

APROBACIÓN DEL CODIRECTOR

LCDO. RUDY JONATHAN PÁRRAGA SOLÓRZANO

DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA.

CERTIFICA:

En calidad de Codirector del Proyecto Integrador denominado: FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMÍ; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, de autoría de la señorita **PATRICIA ELIZABETH VEGA VINUEZA**, con CC. 150091625-7 estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Gestión de Operaciones Turísticas del Instituto Superior Tecnológico Tena, CERTIFICO que se ha realizado la revisión prolija del Trabajo antes citado, cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones.

Tena, 25 de junio de 2020



Firmado electrónicamente por:
**RUDY JONATHAN PARRAGA
SOLÓRZANO - 1310659360**

Lcdo. Rudy Jonathan Párraga Solórzano

CODIRECTOR

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

Tena, 05 de octubre del 2020

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado: **FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMI; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO**, presentado por **PATRICIA ELIZABETH VEGA VINUEZA**, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Gestión de Operaciones Turísticas del Instituto Superior Tecnológico Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

Atentamente;

Ing. Iliana Jessenia Villacís Verdesoto, Mg.

PRESIDENTA DEL TRIBUNAL

Ing. Fausto Vinicio Oviedo Cevallos

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Gary Patricio Rivadeneyra Olalla

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

AUTORÍA

Yo, PATRICIA ELIZABETH VEGA VINUEZA, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación denominado: FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMÍ; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO y absuelvo expresamente al Instituto Superior Tecnológico Tena, y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico Tena, la publicación de mi trabajo de Titulación en el repositorio institucional- biblioteca Virtual.

AUTORA:

PATRICIA ELIZABETH VEGA VINUEZA

CÉDULA: 150091625-7

FECHA: Tena, 05 de octubre de 2020

CARTA DE AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA

Yo, PATRICIA ELIZABETH VEGA VINUEZA, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMI; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO, como requisito para la obtención del Título de: TECNÓLOGO SUPERIOR EN GESTIÓN DE OPERACIONES TURÍSTICAS: autorizo al Sistema Bibliotecario del Instituto Superior Tecnológico Tena, para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual del Instituto, a través de la visualización de su contenido que constará en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio el Instituto. El Instituto Superior Tecnológico Tena, no se responsabiliza por el plagio o copia del presente trabajo que realice un tercero. Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Tena, 05 de octubre de 2020, firma la autora.

AUTORA: Patricia Elizabeth Vega Vinueza

FIRMA:



CÉDULA: 150091625-7

DIRECCIÓN: Marañón 105 y Av. 15 de Noviembre

CORREO ELECTRÓNICO: patyv90@gmail.com

TELÉFONO: S/N

CELULAR: 0961564253

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado en primer lugar, a Dios por todas sus bendiciones y por permitirme concluir con una meta tan importante para mí.

A mis padres, hermanas y jefes por su apoyo y motivación constante a lo largo de este camino estudiantil.

Y de manera especial a mi hijo Christopher; ya que él me dio el regalo más preciado que no podré recuperar NUNCA. Él me dio su tiempo; y, nuestros mejores momentos con la única finalidad de cristalizar este sueño.

A ti hijo mío lo único que te puedo recalcar es que cada esfuerzo tiene su recompensa y por fin te puedo decir LO LOGRAMOS...

Con cariño,

Paty

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente al Instituto Superior Tecnológico Tena por sembrar conocimientos, valores y momentos inolvidables en sus estudiantes, docentes y en el personal que forma parte de esta gran institución.

A mi director y codirector por sus importantes aportes durante la elaboración de este informe final.

A mis estimados docentes que nos enseñaron a empoderarnos de nuestra carrera; para ser profesionales con vocación y no por obligación. De manera especial, agradezco a la Lic. Carolina G. y al Lic. Alvaro T., quienes me apoyaron y aconsejaron en momentos tristes y difíciles.

A mi grupo de amig@s: Diana, Mercy, Alexandra, y Johnny; quienes, me enseñaron el valor de la amistad incondicional.

Sinceramente,

Paty

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL CODIRECTOR.....	iii
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iv
AUTORÍA.....	v
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
A. TEMA.....	1
RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA	4
2.1 Actualidad e importancia	4
2.2 Presentación del problema profesional a responder.....	5
2.3 Delimitación.....	5
2.3.1 Delimitación espacial.	5
2.3.2 Delimitación temporal	6
2.3.3 Unidades de observación.....	6
2.4 Beneficiarios	6
2.4.1 Directos.....	6
2.4.2 Indirectos	6
C. OBJETIVOS.....	7
3.1 Objetivo general	7
3.2 Objetivos específicos	7
D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS	7
E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9
5.1 Marco Teórico.....	9
5.1.1 Definición de folleto.....	9

5.1.2	Folleto informativo	9
5.1.3	Características básicas de un folleto	10
5.1.4	¿Cómo elaborar un folleto?	11
5.1.5	Análisis de los folletos de información turística	13
5.1.6	La promoción de destinos mediante los folletos de información turística	14
5.1.7	La importancia del idioma inglés en el turismo	15
5.1.8	Importancia de los saberes ancestrales como patrimonio invaluable	16
5.1.9	Turismo comunitario.....	17
5.1.10	Turismo comunitario en Ecuador	18
5.1.11	Asociación de Participación Sinchi Warmi.....	19
5.2	Marco legal	21
5.2.1	Constitución de la República del Ecuador.....	21
5.2.2	Sexto Suplemento del Registro Oficial N° 913 – Ley de Cultura	22
5.2.3	Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios	22
F.	METODOLOGÍA.....	22
6.1	Enfoque de la investigación	22
6.1.1	La investigación cuantitativa	23
6.1.2	La investigación cualitativa	23
6.2	Tipo de investigación	24
6.2.1	Investigación documental	24
6.2.2	Investigación de campo	24
6.3	Técnicas de investigación.....	24
6.3.1	Observación directa y la indirecta	25
6.3.2	La Entrevista no estructurada	25
6.3.3	Análisis de contenido.....	25
6.4	Metodología por cada objetivo.....	25

6.4.1	Primer objetivo: Levantar información aplicando la observación directa e indirecta, además de otras técnicas de recopilación de datos.	25
6.4.2	Segundo objetivo: Organizar la información obtenida durante el proceso investigativo, sistematizando lo más relevante.	26
6.4.3	Tercer objetivo: Diseñar el folleto, determinando las secciones y traduciendo los contenidos al idioma inglés americano.	26
G.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS CON LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA PROFESIONAL PLANTEADO	26
7.1	Recopilación de toda la información referente a la Asociación de Participación Sinchi Warmi:	26
7.1.1	Archivos digitales de la Asociación de Participación Sinchi Warmi	26
7.1.2	Revista Amazónica Paraíso – Nuestras Amazonas: Sinchi Warmi.....	27
7.1.3	Revista Ecuador para todos – Centros turísticos comunitarios	29
7.1.4	Gigantografía de actividades turísticas de la Asociación de Participación Sinchi Warmi.	31
7.1.5	Horario del servicio de restauración en Sinchi Warmi.....	35
7.1.6	Horario de atención del departamento de recepción de Sinchi Warmi	35
7.1.7	Entrevista no estructurada a la señora Silvana Sofía Alvarado Rivadeneyra (Recepcionista)	36
7.1.8	Entrevista no estructurada a la señora Meliza Adriana Andy Chimbo (Administradora).....	37
7.1.9	Video de YouTube utilizado mediante código QR	38
7.2	Organización de la información obtenida durante el proceso investigativo, sistematizando lo más relevante.	41
7.3	Diseño el folleto, determinando las secciones y traduciendo los contenidos al idioma inglés americano.	41
H.	CONCLUSIONES.....	49
I.	RECOMENDACIONES	49
J.	BIBLIOGRAFÍA	50

K. ANEXOS	53
-----------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Asignaturas integradoras	8
Tabla 2 Nómina de socios/as de la Asociación de Participación Sinchi Warmi	37
Tabla 3 Distribución de la información obtenida para el folleto informativo bilingüe ..	41
Tabla 4 Características de tipografía y colores del folleto informativo	42
Tabla 5 Costo de elaboración del folleto informativo bilingüe	42

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación del CTC Sinchi Warmi	6
Ilustración 2 Porcentaje ponderado de ocupación de las comunidades y/o CTC en las regiones del Ecuador.....	19
Ilustración 3 Representación gráfica global del ingreso de turistas y visitantes a Sinchi Warmi, correspondiente al periodo 2013 – 2019.....	27
Ilustración 4 Portada y Contraportada	43
Ilustración 5 Páginas 2 - 3.....	44
Ilustración 6 Páginas 4 - 5.....	45
Ilustración 7 Páginas 6 - 7.....	46
Ilustración 8 Páginas 8 - 9.....	47
Ilustración 9 Páginas 10 - 11.....	48

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1 Actividades del CTC Sinchi Warmi.....	34
Fotografía 2 Horario del servicio de restauración en Sinchi Warmi	35
Fotografía 3 Horario de atención del departamento de recepción de Sinchi Warmi	35

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Solicitud a Coordinación de la Carrera para revisión del Perfil del Trabajo de Integración Curricular	53
Anexo 2 Solicitud a la presidenta de la Asociación de Participación Sinchi Warmi para apoyo de información	54
Anexo 3 Respuesta favorable de la presidenta de la Asociación de Participación Sinchi Warmi a la solicitud presentada.....	55
Anexo 4 Proforma del diseño digital del folleto informativo bilingüe	56
Anexo 5 Proforma para impresión del folleto informativo bilingüe.....	57

A. TEMA

**FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE
PARTICIPACIÓN SINCHI WARMI; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN
TENA, PROVINCIA DE NAPO**

RESUMEN

El presente trabajo denominado: “Folleto informativo bilingüe de la asociación de participación Sinchi Warmi; parroquia Misahualli, cantón Tena, provincia de Napo”, surge de la necesidad de mejorar el nivel de satisfacción percibido por los turistas extranjeros que visiten este atractivo; los mismos que han sumado una totalidad del 56% durante el periodo 2013 – 2019, según sus archivos. Para ello, se ha establecido como objetivo general la elaboración de un “folleto informativo bilingüe...” con los resultados obtenidos durante este proceso; se presenta la metodología utilizada como un enfoque investigativo: cuantitativo y cualitativo; de tipo: documental y de campo; con las técnicas de: observación directa e indirecta, entrevista no estructurada y análisis de contenido. Como resultados se observan las fuentes obtenidas cuya información se consideró relevante en cumplimiento al primer objetivo; y, el cuadro explicativo de las secciones definidas para el folleto como segundo objetivo. En base a la información levantada, se elaboró el folleto propuesto como tercer objetivo, el cual está constituido por 12 páginas, las mismas que utilizan un lenguaje comprensible, imágenes reales del atractivo promocionado; y, el diseño y colores acordes al gusto del público objetivo.

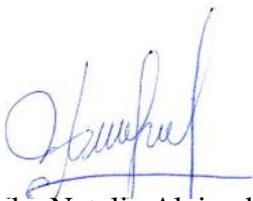
Palabras clave: folleto informativo turístico, promoción de destinos, idioma inglés en el turismo, patrimonio invaluable, turismo comunitario, Asociación de Participación Sinchi Warmi.

ABSTRACT

The research paper entitled: "Bilingual informative brochure of the Sinchi Warmi participation association; Misahualli parish, Tena canton, Napo province". This paper is inspired by the necessity to improve the level of satisfaction experienced by foreign tourists who visit these regions and the attractions found there; the same ones that have increased in traffic a total of 56% during the period 2013 - 2019, according to files. To this end, the general objective of creating a "bilingual information brochure ..." using the results which have been obtained during this process; The methodology used was an investigative approach: quantitative and qualitative; documented and field research; with the techniques of: direct and indirect observation, unstructured interviews and content analysis. The results are the sources which held relevant information and considered in compliance with the first objective; and, the explanatory table of the sections defined for the brochure as a second objective. Based on the information gathered, the brochure was proposed to consist of 12 pages. It is crucial that they contain reader friendly language, real images of the promoted attraction; and, the design and colors according to the taste of the viewing public.

Keywords: tourist information brochure, destination promotion, English language in tourism, priceless heritage, community tourism, Sinchi Warmi association.

Reviewed by:



Lcda. Natalia Alejandra Campaña Villarroel
C.I. 1803497641
1031-2019-2063672

B. FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA

2.1 Actualidad e importancia

Sánchez y Calle (2016) mencionan en su artículo de la revista SATHIRI N° 11 de la Universidad Estatal del Sur de Manabí lo siguiente:

Según investigaciones (como se citó en Guyot, 2010) menciona y resalta que las lenguas que tienen un estatus internacional según la ONU son 6, ellas representan un 42% del mundo: entre las cuales destacan el árabe, el chino, el español, el francés, el inglés y el ruso, no obstante cuando se refiere a un idioma oficial cambia el orden inicial y da una visión más estratégica: 45 países se comunican en inglés, seguido del Francés en 30, el árabe en 25, el español en 20 y el portugués en 7, referente a este particular se puede acotar que el inglés se impone como lengua internacional por el rol importante que ejerce dentro de la política económica, las tecnologías, las telecomunicaciones y las industrias que dominan es decir vende ciencia, tecnología y turismo.

Se asume que la influencia internacional y cultural del inglés es de vital importancia debido a los extranjeros que visitan diversos destinos turísticos, en este sentido los especialistas de esta área trabajan en la oferta y promoción de servicios turísticos, en la planificación y comercialización de los productos turísticos a ofertar, con el fin de atraer nuevos mercados y de regular la época estacional de visitantes, excursionistas, turistas u hombres de negocios que aportan a la economía global, además el turismo trae mejoras continuas a la formación profesional y al desarrollo de los planes educativos universitarios, especialmente en las carreras de turismo y afines, por lo que debe enfocarse la enseñanza del inglés con fines específicos (IFE), por lo que es el lenguaje de comunicación más utilizado por los turistas. Un sustento para el tema es que el boom turístico empieza en los años 1950 y 1973 y crece a un ritmo acelerado de lo que se lo había hecho anteriormente, por lo consiguiente, el progreso turístico es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social, el desarrollo

de la cultura y el ocio y actividades de recreación, es decir, que este sector productivo se ha convertido en uno de los principales ingresos económicos para los países que se apoyan del turismo, de allí se llega a la reflexión de que se necesita profesionales calificados y con dominio del idioma inglés para desempeñar cualquier actividad turística (como se citó en Piedrola y Artacho, 2011). (p.282)

Por lo anteriormente expuesto, se recalca la importancia de generar productos innovadores para mejorar el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros; además, de potencializar a centros de turismo comunitario de la Amazonía ecuatoriana, siendo en este proyecto la Asociación de Participación Sinchi Warmi, la misma que recibe un importante número de turistas catalogados como público objetivo en el presente trabajo.

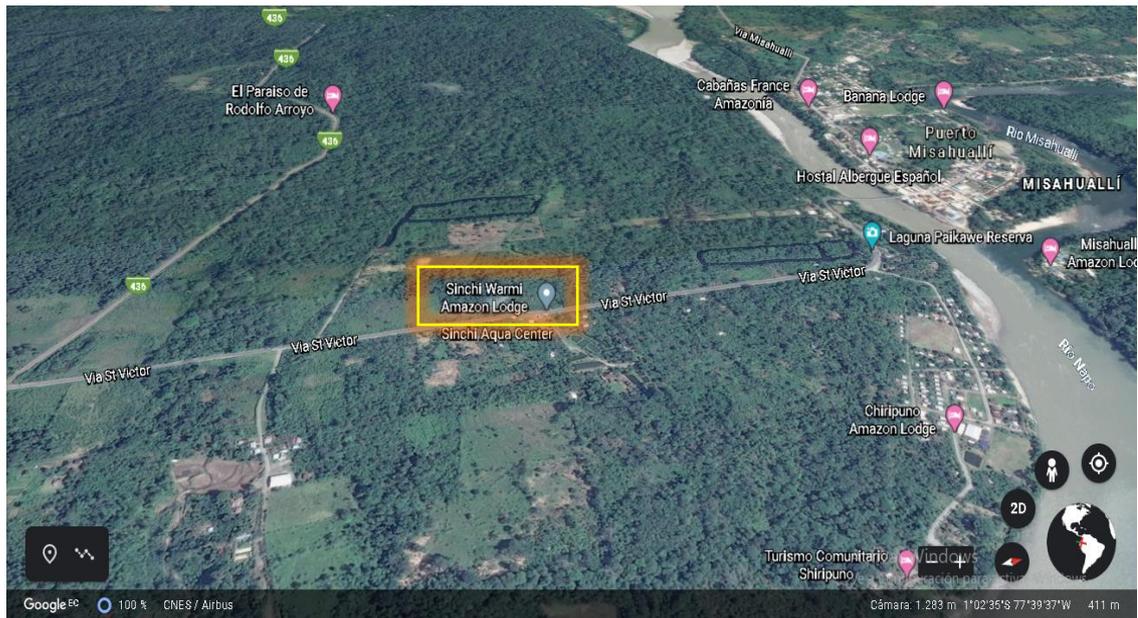
2.2 Presentación del problema profesional a responder.

¿Se conseguirá mediante la generación de un folleto informativo bilingüe, mejorar el nivel de satisfacción del turista extranjero que visita la Asociación de Participación Sinchi Warmi?

2.3 Delimitación

2.3.1 Delimitación espacial: El presente proyecto integrador se lo realizó en la provincia de Napo, cantón Tena, parroquia Misahualli.

Ilustración 1 Ubicación del CTC Sinchi Warmi



Fuente: Google Earth

2.3.2. Delimitación temporal: Este trabajo se lo efectuó desde diciembre 2019 – abril 2020.

2.3.3 Unidades de observación: La unidad de observación que se contempló para este proyecto fue la Asociación de Participación Sinchi Warmi; de la parroquia Misahuallí, cantón Tena, provincia de Napo.

2.4 Beneficiarios

2.4.1 Directos

Integrantes de la Asociación de Participación Sinchi Warmi

2.4.2 Indirectos

Turistas extranjeros que visiten este atractivo.

C. OBJETIVOS

3.1 Objetivo general

Elaborar un folleto informativo bilingüe de la Asociación de Participación Sinchi Warmi, con los resultados obtenidos durante el proceso investigativo, para mejorar el nivel de satisfacción de los turistas extranjeros.

3.2 Objetivos específicos

Levantar información aplicando la observación directa e indirecta, además de otras técnicas de recopilación de datos.

Organizar la información obtenida durante el proceso investigativo, sistematizando lo más relevante.

Diseñar el folleto, determinando las secciones y traduciendo los contenidos al idioma inglés americano.

D. ASIGNATURAS INTEGRADORAS

Para el desarrollo del Proyecto Integrador se ha considerado apoyarse en la siguiente metodología de estudios que contempla la malla curricular de la carrera de Tecnología Superior en Gestión de Operaciones Turísticas.

Tabla 1 Asignaturas integradoras

Asignatura	Aplicación Directa	Aplicación Indirecta	Resultados de Aprendizaje
Interpretación Ecológica y Cultural		X	Analizar, identificar e interpretar los elementos vinculados con las funciones del paisaje como medio de vida
Turismo Sostenible		X	Manejar responsablemente el patrimonio turístico, enmarcado en una base científica que busca contribuir con el desarrollo sostenible, bajo los principios de sustentabilidad
Gestión Cultural	X		Gestionar el patrimonio cultural aplicando estrategias construidas mediante la puesta en valor del sentido del patrimonio cultural de los pueblos en base de las nuevas tendencias de turismo alternativo y el desarrollo sostenible
Marketing Turístico	X		Conocer las técnicas que se utilizan para la comercialización y distribución de un producto turísticos entre los distintos consumidores
Inglés III	X		Discriminar las diferentes conceptualizaciones del Folklore con una visión socio-histórica-identidad, traducidas a un idioma extranjero
TIC's Aplicadas al Turismo	X		Utilizar las herramientas informáticas actuales en la gestión y operación turística.
Etnografía	X		Aplicar procesos para el uso sostenible de las manifestaciones folclóricas como recurso turístico partiendo del conocimiento de la conformación de los grupos sociales como eje para el desarrollo de los grupos étnicos y sus manifestaciones.

Fuente: Resultados de aprendizaje de la carrera de Tecnología Superior en Gestión de Operaciones Turísticas 2018
Elaborado por: Vega Vinueza Patricia Elizabeth (2020)

E. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

5.1 Marco Teórico

5.1.1 Definición de folleto

Como lo menciona Bembibre (2010) en el sitio web Definición ABC:

El término folleto es aquel que se utiliza para hacer referencia a los objetos impresos que tienen por objetivo dar a conocer información de diferente tipo a diversos tipos de público. Un folleto puede variar en su diagramación, en su diseño, en la cantidad de información con la que cuentan, etc. Normalmente, un folleto no es utilizado para divulgar información demasiado abundante ni de un nivel muy académico (salvo casos específicos) si no que tienen por objetivo principal el captar la atención de las personas y difundir algunos conceptos elementales de los temas específicos que tratan. (p.1)

5.1.2 Folleto informativo

Del Real Martín (2020) afirma en su blog que:

Un folleto informativo es cualquier documento que contiene información sobre productos o servicios, y los términos en los que se pueden adquirir. Los folletos informativos tradicionalmente se han impreso en papel y se ofrecen a los consumidores y usuarios como publicidad por parte de las empresas que producen o comercializan los productos o servicios que nos ofrecen mediante buzoneo. El buzoneo es una práctica comercial que consiste en dejar en los buzones de los consumidores que viven a una distancia dada de un comercio (su área de influencia) un ejemplar de un folleto. (p.1)

5.1.3 Características básicas de un folleto

Según Ripol (2016) las características básicas de un folleto son:

Claridad. - El folleto se realiza en forma clara y concisa, pues tiene que resumir grandes cantidades de información.

Divulgación. - La divulgación de los folletos es por medio de las empresas, industrias, escuelas e instituciones, que los entregan a sus miembros, clientes o asociados, se entregan por medio del correo o incluidos en los artículos descritos en los folletos.

Imágenes. - Los folletos incluyen imágenes, que pueden ser ilustrativas o didácticas, pues sólo pueden ser de representación o ilustrativas que guíen en el entendimiento de la información plasmados.

Lenguaje. - El lenguaje es claro, simple y puede llegar a ser técnico, pues puede ser técnico y especializado.

Publicidad. - El folleto es utilizado en forma masiva para publicitar como se plasmó arriba información dirigida, ya sea de productos o de actividades.

Tamaño. - El tamaño suele ser muy reducido, abarcando desde tamaños carta (revista), como media carta o incluso más pequeños. Los folletos se pueden hacer en trípticos, pero básicamente se pueden considerar de otro género.

Usos. - Los usos son muy variados, pues pueden ser informáticos, propagandísticos, instructivos de uso, etc.

Formato. - El formato de un folleto no implica exclusivamente al tamaño y tipo de papel, pues existen aspectos como el tipo de información y la exposición de la misma, también debemos incluir el título, el cuerpo, el texto, el tema, su logotipo (si es que lo hay) y el autor (si lo hay). También influyen claramente

las imágenes, pues pueden existir folletos que contienen un 80 o 90% de imágenes con textos explicativos. (p.1)

5.1.4 ¿Cómo elaborar un folleto?

Jacobsson Purewal (2011) establece que los pasos para elaborar un folleto son:

PARTE 1: Diseñar un folleto

Determina primero el propósito y el público objetivo del folleto. Conocer el sector demográfico que probablemente leerá el folleto puede ayudarte a escoger el texto y las imágenes que sean más efectivos.

Haz una investigación de tu objetivo poblacional en línea. Averigua qué valores son importantes para este grupo de personas, cuáles son sus necesidades generales y cuál es su relación con tu negocio u organización.

Usa un programa de diseño de folleto para crear el folleto. Los programas una plantilla de folleto te ayudarán a hacer el trabajo rápida y fácilmente. Escoge uno de los siguientes programas populares que contienen plantillas de folleto o busca otro en línea:

- Microsoft Word
- Google Docs
- Adobe InDesign
- LucidPress

Usa imágenes que provoquen una reacción emocional en el lector. Escoge imágenes que se relacionen con el propósito del folleto y que estimulen al público a tomar acción de alguna manera.

Incluye tu logo en ambos lados del folleto. Debido a que no sabes qué lado del folleto un lector leerá primero, añadir el logo de tu negocio o de tu organización en ambos lados le ayudará a entender rápidamente el motivo del folleto.

Haz un bosquejo del folleto antes de diseñarlo en línea. La mayoría de los folletos tiene 6 lados, cada uno de los cuales puede estar destinado a mostrar diferente información.

Diseña una portada y una contraportada para el folleto. Debes diseñar la portada y la contraportada en el panel frontal y posterior. Trata de incluir brevemente detalles específicos en esta área, pues incluirás más información en los paneles interiores.

PARTE 2: Dar formato a un folleto

Escoge una fuente legible. Las personas estarán más propensas a absorber la información del folleto si es fácil de leer. Las fuentes básicas, como Time New Roman o Arial, tienden a funcionar mejor.

Trata de que el contenido sea fácil de leer. Los folletos están diseñados para que puedan leerse en poco tiempo y para que sean fáciles de leer. Trata de que los párrafos sean cortos, que no tengan más de 4 o 5 oraciones breves.

Divide cualquier área extensa de texto con imágenes, títulos o espacios en blanco. Para impedir que los lectores pierdan interés, inserta un título o una imagen cuando los párrafos sean muy largos (más de 4 o 5 oraciones) o cuando tengas varios párrafos juntos sin una imagen.

Usa un lenguaje sencillo al escribir el folleto. Tienes un espacio limitado para expresar lo que deseas en un folleto. Escribe tus declaraciones tan clara y literalmente como sea posible para ayudar al público a entender la información.

Usa viñetas para resaltar la información. En vez de bloquear la información usando párrafos largos, organiza cualquier párrafo que exceda las 5 o 6 oraciones en viñetas con las ideas principales.

PARTE 3: Imprimir folletos

Crea una muestra primero. Antes de imprimir todas las copias, prueba el tamaño y el diseño imprimiendo una sola copia. Si, después de imprimir y plegar la copia, te gusta cómo se ve el folleto, prosigue e imprime el resto de las copias.

Imprime el folleto con una impresora que permita una impresión a doble cara (dúplex). Esto asegurará que el folleto se imprima en el formato adecuado y que se pueda plegar fácilmente.

Pliega el folleto. El folleto debe estar separado en 3 columnas separadas por 2 espacios en la página. Pliega la columna derecha y la columna izquierda hacia el centro, luego aplana y pliega los bordes laterales. Posiciona el pliegue de modo que el lado que deseas que sea la portada esté encima.

Distribuye el folleto en los lugares en los que será mejor recibido. Luego de que hagas el folleto, no lo dejes estático. Haz una lista de lugares en los que sea más probable que el público objetivo tome el folleto. (p.1)

5.1.5 Análisis de los folletos de información turística

Consuegra, Molina y Esteban (2015) mencionan en su artículo de la revista Investigación y Marketing N° 95 que:

El folleto es un instrumento estándar de comunicación dentro de la actividad turística, siendo uno de los medios más importantes y utilizados. Contiene información sobre los diferentes lugares, negocios, atractivos o actividades con el objetivo de promocionarlos, ya que el desarrollo de estrategias de promoción es un elemento crítico del Marketing turístico (citado en Aaker y Myers, 1993; Gartner, 1993; Wells, Burnett y Moriarty, 1996; Kotler, Bowen y Makens, 1997). El folleto es un elemento necesario, prácticamente imprescindible, para los destinos turísticos y las empresas, atractivos y actividades de un área determinada, especialmente para organismos públicos y otras organizaciones que desean promover lugares como atractivos turísticos.

Incluso se puede afirmar que para las pequeñas empresas el folleto es la única forma de comunicación utilizada para promocionar sus actividades, complementada con materiales adicionales, para que los consumidores conozcan su existencia o el valor que proporciona el bien o servicio ofrecido.

Llegado el momento de la toma de decisiones, el consumo de bienes y servicios en turismo y la visita de destinos dependen de la información encontrada, adquiriendo mayor protagonismo los folletos que otras formas de comunicación y venta. Coltman (1989) sugiere que los turistas potenciales comparan los folletos de un destino u otra oferta con los folletos de los competidores y es probable que el mejor folleto provoque la venta, porque representa el producto, servicio o destino que los consumidores desean o pueden comprar. (p.47-48)

Con este antecedente se puede afirmar que el uso de folletos en la actividad turística representa un apoyo importante; debido a que, indica al turista una idea del producto, lugar o servicios a ser consumidos. Si a esto se le añade presentarlo en un idioma familiar para el cliente, se genera un servicio más personalizado y por consiguiente un mayor nivel de satisfacción al concluir su visita.

5.1.6 La promoción de destinos mediante los folletos de información turística

Consuegra et al. (2015) consideran en su artículo de la revista *Investigación y Marketing* N° 95 que:

El folleto es el instrumento principal de promoción de los tour operadores, buscando éstos el apoyo de las empresas turísticas y de los organismos oficiales para la formación de los paquetes como productos turísticos.

De esta forma, la promoción del destino resulta más eficaz y la utilización de los folletos permite a los operadores turísticos realizar otro tipo de acciones que mejoran y amplifican la eficacia de la promoción, como la elaboración de material complementario (posters o expositores).

Es importante conocer el proceso de elaboración de los folletos con el objetivo de distinguir las características más relevantes que se tienen en cuenta para su desarrollo, ya que una parte muy importante de los presupuestos de las organizaciones turísticas se destina a la edición y distribución de folletos.

Los folletos incorporan fotografías e información porque son elementos que estimulan la imaginación del lector y provocan interés en el producto, servicio o destino turístico. Con carácter general, las características más comunes recomendadas para incluir en un folleto son las siguientes: texto descriptivo, ilustraciones con texto conciso, títulos o encabezamientos informativos y presentación completa de servicios y atractivos.

Por ello, el folleto turístico debe incorporar información, en concreto, un mapa, accesos y transportes, horarios de comercios y servicios, precios, teléfonos y direcciones de interés general. También debe incluirse el elemento creativo, porque la mayoría de los consumidores no están interesados en un tipo de folleto, sino en aquél que consiga atraer su atención. (p.48)

5.1.7 La importancia del idioma inglés en el turismo

Abordando la temática del idioma inglés en el turismo, Chiam (2016) indica que:

La necesidad de dominar el inglés en la actualidad es un hecho indiscutible, en un mundo donde las relaciones internacionales adquieren cada vez mayor importancia y donde la lengua de comunicación, por excelencia, es la inglesa. Pero aún más, ante las actuales dificultades para acceder al mercado laboral. Cualquier persona demandante de empleo o mejora de éste, es consciente de la enorme importancia del inglés para acceder al mercado laboral.

Los trabajadores del sector turismo son aún más susceptibles a esta realidad, a sabiendas que en su sector donde esta destreza adquiere una preponderancia máxima. El inglés para el profesional del turismo constituye una herramienta básica en cualquiera de los campos donde se desarrolle, desde la información

turística hasta la gestión y promoción de destinos o actividades turísticas, pasando por las empresas de intermediación, alojamiento y transporte.

Cuando una persona se propone empezar a aprender inglés, suele recurrir a motivaciones externas que impulsen su esfuerzo y horas de estudio. Estas motivaciones suelen mejorar el currículum para encontrar un puesto de trabajo, mejorar el actual o para poder viajar al extranjero con mayor tranquilidad. Para aquellos que viven del sector turístico, el poder atender y entender a los visitantes en su propio idioma (o en tan extensamente hablado) y poder ofrecerles así el producto y/o servicio que el turista realmente quiere y necesita.

Esto no sólo beneficia al vendedor que ha aprendido inglés; entre las ventajas que supone aprender inglés en el sector turístico, destacan las siguientes:

Mejor comunicación con el cliente: Los extranjeros que vienen a nuestro país de turismo, no suelen conocer nuestro idioma y no se desenvuelven en él. Teniendo un nivel de inglés podremos entender lo que el cliente nos pide, asesorarle y mejorar así su experiencia en nuestro negocio y si no vuelve es posible que lo recomiende a conocidos y amigos, o incluso en las redes sociales.

El cliente sale beneficiado: El turista se siente mejor atendido al poder comunicarse más fácilmente, y explicar mejor lo que necesita o lo que desea comprar.

Si bien es cierto que no todos los turistas son de habla inglesa, también hay que tener en cuenta que son muchos los países que tienen el inglés como segundo idioma oficial, por lo que un cliente puede ser alemán y hablarnos un inglés casi perfecto. (p.1)

5.1.8 Importancia de los saberes ancestrales como patrimonio invaluable

González (2015) expone en su artículo denominado “La emergencia de lo ancestral: una mirada sociológica” que:

Las prácticas culturales son construcciones colectivas que incluyen formas de expresión y participación que son parte de la cultura popular. Estas se energizan de la retroalimentación entre los sujetos del conocimiento, se re-forman y se re-significan dentro de un contexto, marcado por relaciones de poder. El *habitus* es el detonante que hace que los sujetos produzcan sus prácticas. Para los miembros de las comunidades originarias se trataba del espíritu de convivencia, la movilización y la precisa relación entre hombre-naturaleza-cosmos. Otra de las características que poseen estas prácticas es que se han transmitido oralmente de generación en generación lo que constituye una marca propia de la cultura popular tradicional. “Siempre que los elementos provengan de la historia cultural de un grupo humano dado, por pequeño y singular que sea, estamos en presencia de cultura popular tradicional; en ella se hayan vestigios de grandes procesos de mezcla y resistencias culturales al cambio” (citado por Santana, 2012:1). (p.11)

5.1.9 Turismo comunitario

Según la Asociación de Estados del Caribe (2012) se indica lo siguiente:

El turismo comunitario se asoma como una alternativa para salvar las disparidades sociales y económicas que adolecen las comunidades rurales, además de una vía que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular.

El turismo comunitario permite a los habitantes de la región dada convertirse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes que reciben. Ofrece al propio tiempo a las comunidades la oportunidad de jugar un papel en la generación del movimiento de los elementos de producción e intercambio de bienes y servicios en la zona en cuestión. Hoy en día, el turismo comunitario sigue en constante evolución, no solo en el Gran Caribe, sino también en África, Asia y América Latina, generando una participación más activa del turista dentro de los hábitos y costumbres de un grupo social o localidad en particular.

Debe quedar claro además que el turismo comunitario encierra un enfoque más participativo con respecto a la actividad turística y tiene la capacidad de convertirse en un producto turístico viable. Pero para que este potencial se pueda hacer realidad, debe existir una estrecha relación entre los planes del sector público y del sector privado, unido a las aspiraciones de las comunidades en materia de desarrollo del turismo en la región.

Los beneficios para las comunidades que participan en el desarrollo del turismo son varios, como la reducción de la pobreza y la generación de fuentes de empleo. A ello se suma que este enfoque descentraliza la industria del turismo mediante la transferencia de la toma de decisiones a las comunidades, contribuyendo así al desarrollo de productos turísticos regionales, además de conducir al fortalecimiento de las comunidades locales, al tiempo que actúa como un estímulo para la producción de productos locales, como la gastronomía, entre otros. (p.1)

5.1.10 Turismo comunitario en Ecuador

Según Vargas et al. (2018) el turismo comunitario en Ecuador es:

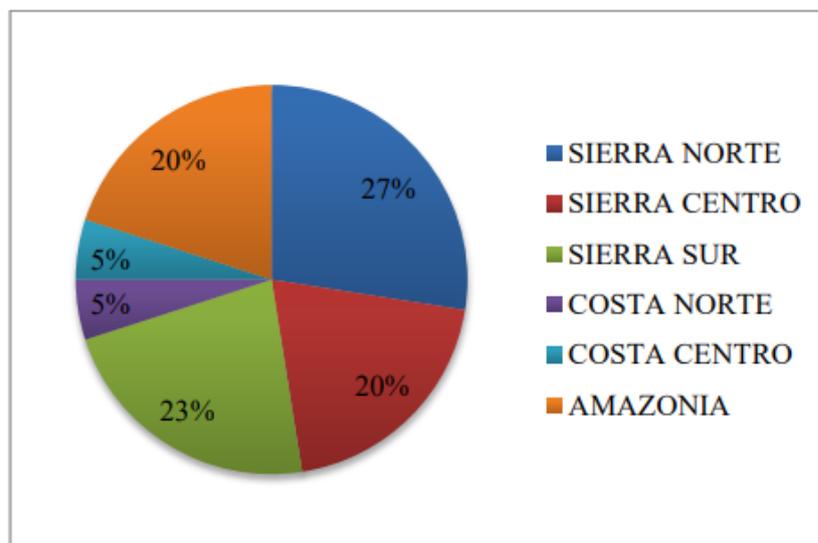
El involucramiento comunitario dio a la luz su propia cosmovisión partiendo del concepto real donde “Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de los viajes organizados, el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados”.

Ecuador es el país líder en Turismo Comunitario, depositario de una rica experiencia en emprendimientos turísticos que son el resultado de un debate consensuado entre los miembros de distintas nacionalidades, pueblos, culturas y diversidad étnica desde una iniciativa endógena de las comunidades bajo orientaciones de sus líderes que posteriormente se materializan gremialmente en

la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). (Hutchins, 2007)

Ecuador se encuentra dentro de los 14 países más biodiversos del mundo con 17 pueblos y nacionalidades indígenas distribuidas en las cuatro regiones naturales. En el presente estudio, estos atributos únicos de la expresión cultural hacen de los CTC una de las características de mayor fortaleza en la región Sierra con el 70% donde más se ha desarrollado; la Amazonía con el 20% y 10% en la región Costa. (p.86, 88-89)

Ilustración 2 Porcentaje ponderado de ocupación de las comunidades y/o CTC en las regiones del Ecuador



Fuente: Vargas et al. (2018)

5.1.11 Asociación de Participación Sinchi Warmi

Márquez (2017) en su artículo para el periódico El Comercio redacta lo siguiente:

Los rituales de la nacionalidad Kichwa, las rutinas cotidianas y la comida típica de la Amazonía conforman la oferta del Centro Turístico Sinchi Warmi. El sitio, situado en la parroquia Misahualli, en Tena, promete a los visitantes la oportunidad de conocer las prácticas culturales de las comunidades y disfrutar de actividades al aire libre en la selva. El Centro Turístico está cerca de la

carretera Tena – Misahualli, a 15 minutos de la capital provincial, a través de una vía que está asfaltada. El emprendimiento está atendido por 15 socios de ocho familias kichwas. Ellos fueron capacitados en la Escuela de Turismo Comunitario, promovida por la organización no gubernamental Makita Cusunchic y por el Gobierno Provincial de Napo.

“Varios chefs nos enseñaron a estilizar la comida y otros expertos nos mostraron cómo podíamos mejorar la atención para ofrecer un servicio de calidad y así ganar la atención de otros públicos”, cuenta Sofía Alvarado, una de las socias.

Cuando la organización se inició en 2000, 20 socios formaron parte. Ellos se organizaron para hacer mingas y tejer techos de paja toquilla con la misma técnica que usaban sus abuelos en las comunidades. En un inicio solo se construyó la choza para instalar el restaurante y un espacio para venta de artesanías. Pero los visitantes no llegaban y la organización, a la que llamaron Sinchi Warmi (mujeres fuertes), por la lucha que representó en sus comunidades y hogares, estuvo cerca de disolverse.

“Nadie nos conocía y nuestros productos turísticos no estaban bien estructurados porque no teníamos ningún conocimiento”, cuenta Alvarado. Sin embargo, el panorama cambió cuando las socias decidieron sumar al menú el servicio de hospedaje.

Para el 2008 las mujeres ya pudieron legalizarse oficialmente como organización comunitaria y recibir el apoyo de organizaciones no gubernamentales. Ese año lograron construir tres chozas más, y hoy cuentan con capacidad para alojar a 34 personas. Además, todos los socios se capacitaron y se especializaron en áreas distintas, como gastronomía, administración, guianza, servicios hoteleros, y otras áreas. Sus conocimientos ayudaron a armar todo el menú de servicios.

Los visitantes son recibidos con un vaso de guayusa helada con panela y limón. La primera actividad disponible es un recorrido guiado por el Centro Turístico y por un sendero natural de 800 metros. En el trayecto los visitantes conocen la forma de vida de los nativos y participan del ritual de la Wayusa Upina, que

consiste en compartir una taza de té de wayusa mientras los ancianos aconsejan, se comparten los sueños de la noche anterior y se planifica el trabajo.

“Cuando se sueña con monos o serpientes, no se sale a trabajar porque significa que algo malo puede suceder”, explica Betty Chimbo.

El recorrido dura una hora y media, y concluye en una pequeña capilla rústica donde la mayor atracción es una virgen tallada por artesanos indígenas. La capilla está disponible también para bodas y bautizos. En el restaurante se ofrece un menú de siete platos típicos, aunque también hay platos de cocina internacional. Pero las más demandadas son las recetas antiguas indígenas. Hay maitos de tilapia o pollo con una ensalada, arroz, y menestra, tortillas de verde, caldos de pollo, y postres con chocolate artesanal. (p.1)

5.2 Marco legal

5.2.1 Constitución de la República del Ecuador

En la Constitución de la República del Ecuador (2008) del Registro Oficial N° 449, se menciona en su Título II.- Derechos – Sección novena – Capítulo cuarto – Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades lo siguiente:

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto. (p.16)

5.2.2 Sexto Suplemento del Registro Oficial N° 913 – Ley de Cultura

En el Sexto Suplemento del Registro Oficial N° 913, la Ley de Cultura establece en su Título I.- Del Objeto, Ámbito, Fines y Principios en su Capítulo único:

Art. 3.- De los fines. Son fines de la presente Ley:

e) Salvaguardar el patrimonio cultural y la memoria social, promoviendo su investigación, recuperación y puesta en valor. (Sexto Suplemento del Registro Oficial N° 913, 2016, p.3)

5.2.3 Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

Mediante el Acuerdo Ministerial 16, Registro Oficial 154 del Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios en su Capítulo V – Del Patrimonio, se indica:

Art. 15.- Oferta Turística. - Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades. (Acuerdo Ministerial 16 Registro Oficial 154, 2010, p.4)

F. METODOLOGÍA

6.1 Enfoque de la investigación

Para la elaboración del presente Proyecto Integrador se aplicaron los métodos de investigación cuantitativo y cualitativo; los mismos, que se explican a continuación para una mejor comprensión.

6.1.1 La investigación cuantitativa

Según Ramírez (2019) la investigación cuantitativa es:

Un método empleado en la investigación que usa como plataforma datos numéricos o cuantificables para hacer generalizaciones sobre un fenómeno. Los números se originan de escalas de medición objetiva para las unidades de estudio a analizar llamadas variables. Se tiende a asociar este tipo de investigación con el método científico debido a que presenta los datos como hechos absolutos y comprobables, lo que lleva a pensar que sus resultados son indiscutiblemente válidos representando la realidad sin margen de equivocación. (p.1)

6.1.2 La investigación cualitativa

Para Ramírez (2019) la investigación cualitativa es:

Un método empleado en la investigación cuando se necesita estudiar el rango de comportamiento de una población objetivo en referencia a determinados temas o problemas, así como también sus percepciones y motivaciones. La información recolectada no es numérica ni puede definirse con escalas. Está abierto al uso de imágenes, conversaciones, narrativas, textos y observaciones en contexto. (p.1)

Con lo citado anteriormente, se indica que la investigación es cuantitativa por haberse usado datos estadísticos que fueron recopilados durante la ejecución del proyecto de Vinculación con la Sociedad a través de la generación de una base de datos digital de los registros de los años 2013 – 2019 pertenecientes a la Asociación de Participación Sinchi Warmi; y además, es cualitativa porque para la elaboración del diseño del folleto se analizó los gustos del turista extranjero, su motivación de viaje, sus expectativas al visitar un centro de turismo comunitario, entre otros aspectos.

6.2 Tipo de investigación

Para el proceso investigativo se usaron dos modalidades: documental y de campo. Rodrimed (2011) explica que abarca cada una de ellas a continuación:

6.2.1 Investigación documental: Este tipo de investigación es la que se realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Como subtipos de esta investigación están la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; la primera se basa en la consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, expedientes, etcétera.

6.2.2 Investigación de campo: Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador. (p.1)

Se aplicó la investigación documental a través de fuentes hemerográficas (artículos de revistas y periódicos); y, archivísticas (base de datos digital, fotografías, archivos digitales de la asociación). En cambio, la investigación de campo, se aplicó al trasladarse al lugar para obtener la información de uso exclusivo de la asociación.

6.3 Técnicas de investigación

La observación directa se realizó en la investigación de campo y la indirecta en la investigación documental; la entrevista no estructurada se aplicó a la administradora y a la recepcionista del establecimiento para obtener datos reales y actuales, tras identificar que, en varias fuentes consultadas, no coincidían datos importantes. Finalmente, se usó la técnica de análisis de datos para identificar la información más relevante y que se plasmó en el folleto informativo bilingüe.

Para una mejor comprensión de las técnicas usadas, se indica los conceptos según los siguientes autores:

6.3.1 Observación directa y la indirecta: Rodríguez (2019) determina que la observación participante consiste en aquella en la que, para obtener los resultados, el investigador debe incluirse en el objeto de estudio (grupo, hecho o fenómeno). Por otra parte, la observación no participante consiste en aquella en la que el investigador selecciona los datos desde afuera, sin intervenir en el grupo social o en el objeto. Debido a esto la mayor parte de las observaciones científicas son no participantes. (p.1)

6.3.2 La Entrevista no estructurada: López y Sandoval (2016) explican que es más flexible y abierta, aunque los objetivos de la investigación rigen a las preguntas, su contenido, orden, profundidad y formulación se encuentran por entero en manos del entrevistador. Si bien el investigador, sobre la base del problema, los objetivos y las variables, elabora las preguntas antes de realizar la entrevista, modifica el orden, la forma de encauzar las preguntas o su formulación para adaptarlas a las diversas situaciones y características particulares de los sujetos de estudio. (p.12)

6.3.3 Análisis de contenido: Para López y Sandoval (2016) es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, con el fin de interpretarlas. Su objetivo es el observar y reconocer el significado de los elementos que conforman los documentos (palabras, frases) y clasificarlas para el análisis. (p.14)

6.4 Metodología por cada objetivo

6.4.1 Primer objetivo: Levantar información aplicando la observación directa e indirecta, además de otras técnicas de recopilación de datos.

Para el cumplimiento del mismo se utilizó varios tipos de investigación: cuantitativa, documental y de campo; además de las técnicas de observación directa e indirecta y la entrevista no estructurada, las mismas que permitieron obtener la mayor cantidad de información que posteriormente fue analizada.

6.4.2 Segundo objetivo: Organizar la información obtenida durante el proceso investigativo, sistematizando lo más relevante.

Este objetivo se realizó usando la técnica de análisis de datos; lo que permitió sistematizar la información hasta obtener aquellos puntos que fueron plasmados en el folleto informativo bilingüe.

6.4.3 Tercer objetivo: Diseñar el folleto, determinando las secciones y traduciendo los contenidos al idioma inglés americano.

Para la ejecución de este objetivo se utilizó la investigación cualitativa para determinar mediante la psicología del color, el modelo más apropiado y que genere un impacto visual positivo en los turistas extranjeros.

G. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS CON LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA PROFESIONAL PLANTEADO

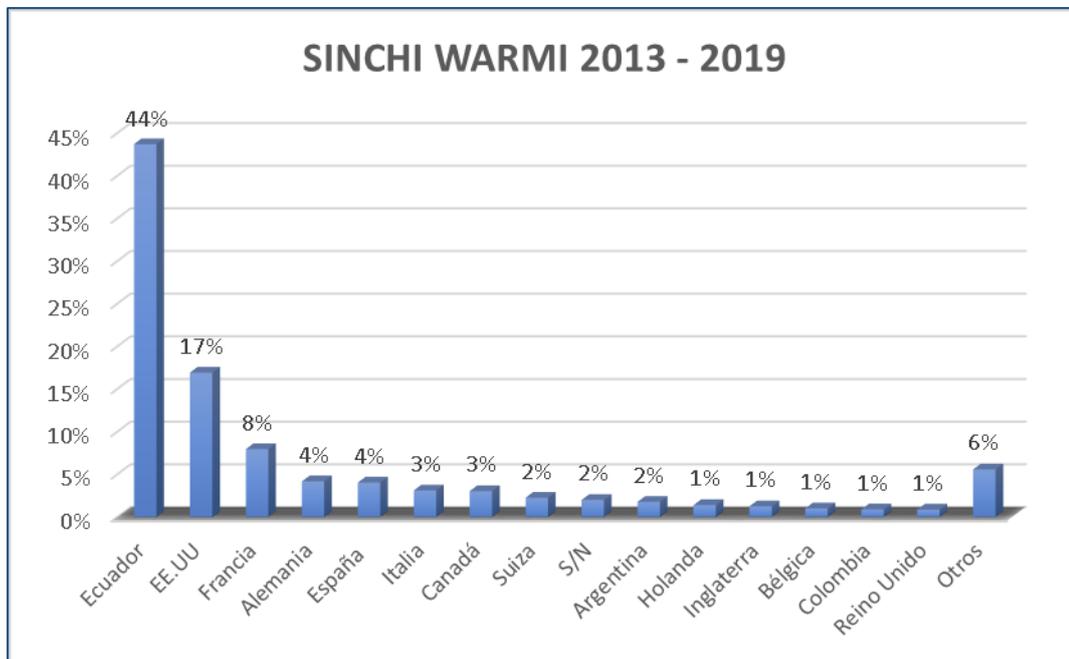
7.1 Recopilación de toda la información referente a la Asociación de Participación Sinchi Warmi:

7.1.1 Archivos digitales de la Asociación de Participación Sinchi Warmi

De los archivos digitales de la Asociación de Participación Sinchi Warmi (2020), se obtuvo el cuadro estadístico global del periodo 2013 – 2019, correspondiente al

porcentaje de ingreso de turistas y visitantes por país, el mismo que sirvió para verificar datos numéricos que justifiquen el tema propuesto en este proyecto integrador. A continuación, se presenta un breve análisis de la ilustración obtenida:

Ilustración 3 Representación gráfica global del ingreso de turistas y visitantes a Sinchi Warmi, correspondiente al periodo 2013 – 2019



Fuente: Registros de la Asociación de Participación Sinchi Warmi
Elaborado por: Vega Vinuesa Patricia Elizabeth (2020)

Análisis: El 44% de turistas y visitantes que ingresaron a Sinchi Warmi en el periodo 2013 – 2019 corresponden a la demanda nacional (ecuatorianos); lo cual indica que el 56% restante representa a nuestro público objetivo; es decir, los turistas extranjeros.

7.1.2 Revista Amazónica Paraíso – Nuestras Amazonas: Sinchi Warmi

La Dirección de Comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Napo (2016) en su artículo de la revista amazónica Paraíso señala que:

El proyecto de las Sinchi Warmi nació el año 2004 con 11 mujeres que iniciaron con el sueño de promover los valores y expresiones de la cultura Kichwa.

Cuentan las leyendas que el espíritu de la selva es el más antiguo del mundo, nunca muere, sino que se transforma; lo contienen no solo los milenarios árboles

y ríos, sino también cada ser que renace en ella. De esta forma, el coraje y valentía de las mujeres que habitaron nuestra selva, las “grandes señoras” o Amazonas, renace en cada mujer de esta tierra, su espíritu que es llama que se enciende con el soplo de vida.

Ejemplo de esto son las Sinchi Warmi, cuya traducción del Kichwa es mujeres fuertes y valientes, quienes decidieron tomar en sus manos las riendas, no sólo de sus vidas, sino de la comunidad a la que pertenecen, dinamizando su economía a través del turismo comunitario.

Su proyecto nació en el año 2004 con 11 mujeres que iniciaron en la elaboración y venta de artesanías con productos de la zona, con el sueño de promover los valores y expresiones de la cultura Kichwa.

Con el tiempo, fruto del esfuerzo y sobre todo la decisión de estas mujeres, el proyecto fue creciendo, vieron que a sus artesanías era posible agregar la gastronomía y la crianza de animales que sustente esa oferta; después el hospedaje, las rutas hacia el interior de la selva. Como es obvio, pronto se sumaron más mujeres al proyecto.

En cada paso dado se resaltaba el ánimo de trabajar en comunidad, construyendo el restaurante, el hotel, el museo y cada sendero con sus propias manos; imprimiendo en cada uno su identidad Kichwa. Precisamente, esta identidad que las hace herederas de una historia milenaria, les impulsa a seguir adelante con el sueño de mostrarle al mundo la belleza natural y cultural de nuestra Amazonía.

Sueño que se cumple con cada turista que visita el lugar, como Soddy Daisy, de Tennessee, Estados Unidos, quien expresa a través de la popular red turística Trip Advisor: “After spending a week there, my soul is full and I left part of my heart there. Everyone made me feel so welcome and I was really comfortable there. Everyone was so beautiful – inside and out.” (“Después de una semana de estancia, mi alma se sintió plena y una parte de mi corazón se quedó ahí. Todos me hicieron sentir bienvenida y fue realmente comfortable. Todos son muy

hermosos por dentro y por fuera.”) describe su experiencia como absolutamente maravillosa.

Soddy pudo realizar las diferentes actividades que Sinchi Warmi ofrece, como las caminatas hacia la selva, observar la hermosa naturaleza desde el mirador, disfrutar de la pesca deportiva o llegar hasta la ciudad de Misahualli con tan sólo cruzar un puente, tomar las canoas y adentrarse río adentro. Descansar tranquilamente en una de las 20 habitaciones que ahora prestan servicio en este centro de turismo comunitario, así como ser parte de las tradiciones y formas de vida de la cultura Kichwa.

Emprendedores y emprendimientos como éste se convierten en embajadores de nuestra provincia por la gran cantidad de turistas extranjeros que reciben día a día, constituyéndose Napo en una ventana al mundo y en el interior como motor que impulsa con el ejemplo a nuestras comunidades, ejemplo de que sí se puede conservar nuestro paraíso natural y salir adelante con la energía de corazones y mentes dispuestas.

Es por eso que apoyarlas para lograr estándares cada vez más altos en atención turística, es una propiedad para la Prefectura de Napo. Las Sinchi Warmis forman parte de los emprendimientos que reciben capacitación gracias al convenio firmado con MCCH y la Universidad de Especialidades Turísticas. Recibirán los módulos de Administración Turística Comunitaria, Guianza turística, Cocina tradicional, Servicio de atención en restaurante. Además de proyectos productivos como la crianza de aves de corral y tilapias, con lo que se busca un emprendimiento totalmente autosustentable.

Sinchi Warmi, como la Amazonia misma, es con su propia historia la prueba más certera de que en Napo sí se puede, de que Napo va con todo. (p.18-19)

7.1.3 Revista Ecuador para todos – Centros turísticos comunitarios

Según la revista Ecuador para todos (2019) se expone lo siguiente:

El proyecto “Sinchi Warmi” inició sus actividades en 2009. Su nombre significa “mujer fuerte”, en Kichwa. Las mujeres comparten con los visitantes costumbres y tradiciones de su cultura plasmada en artesanías, música, danzas, rituales y eventos. El centro comunitario trabaja comprometido con la preservación del medio ambiente, el mejoramiento de la calidad de vida de las familias y el fortalecimiento de la identidad cultural.

Ubicación

El Centro de Turismo Comunitario “Sinchi Warmi” se ubica a 2 km del Puerto Misahualli, ubicado en el cantón Tena, provincia de Napo. Misahualli es un importante destino de la Amazonía ecuatoriana y posee destacables atractivos turísticos que deben ser conocidos.

Servicios Turísticos

Guianza local. - En Sinchi Warmi, los viajeros podrán realizar recorridos guiados. El centro cuenta con cuatro guías, quienes acompañan a los viajeros en los recorridos por los alrededores y los principales atractivos turísticos de Misahualli. Además, desde este sitio se llega al río Napo al atravesar por un sendero corto.

Alimentación. - El sitio cuenta con un amplio restaurante. Las mujeres preparan varios platillos tradicionales de la zona amazónica. Se utilizan productos de la región entre ellos yuca, cacao, verde, frutas y peces de río para preparar varios platos con identidad.

Alojamiento. - El centro comunitario cuenta con cuatro cabañas construidas con materiales de la zona. Se encuentran ubicadas entre exuberante flora y fauna amazónica. Lugar ideal para disfrutar de la tranquilidad de la naturaleza. Las cabañas tienen capacidad para 34 personas.

Actividades

Visita al Museo Etnocultural Sinchi Warmi. - El espacio cuenta con elementos que reflejan la identidad Kichwa y sus formas de vida. Con frecuencia se incluyen recorridos por senderos cortos en la comunidad y la visita a la chacra.

Elaboración y degustación del chocolate artesanal. – Las mujeres del centro comunitario comparten todos los procesos de cultivo, cosecha y elaboración de chocolate, con cacao de esta región. De manera artesanal se fabrica una de las mejores delicias del mundo.

Visita a la chacra artesanal. – Dentro del bosque primario se encuentra la chacra (sistema agrícola ancestral), lugar donde se cultivan los principales productos amazónicos para la elaboración de platillos tradicionales de esta región del país. Además, los visitantes conocen las técnicas de cultivo y los productos de la zona.

Observación de flora y fauna. – En los recorridos por el bosque tropical amazónico se conocen especies únicas y endémicas que habita en este lugar, y sólo es posible observarlas y fotografiarlas en el ecosistema del Amazonas.

Noches culturales con música y danza. – Son espacios que integran a los visitantes con los habitantes y las prácticas tradicionales de la comunidad. Los sonidos invitan a quienes visitan este espacio a conocer más de cerca instrumentos y las tonadas que crean sonidos armónicos para sentir la paz en un espacio natural.

Contactos y reservaciones:

(593) 06 3063009 – 0969502486

Email: sinchiwarmis@gmail.com / sinchiacuacenter@hotmail.com

Facebook: <https://www.facebook.com/SinchiWarmis/>. (p.2-8)

7.1.4 Gigantografía de actividades turísticas de la Asociación de Participación Sinchi Warmi.

En la gigantografía de la Asociación de Participación Sinchi Warmi (S/F) ubicada en el área de recepción, se muestra que sus actividades son las siguientes:

Restaurante Rukushito Apu

Wayusa Upina: La actividad de la Wayusa Upina inicia a las 4 am, con el saludo de bienvenida de las Ruku Mamas (Mujeres sabias), la cual da una explicación sobre las costumbres y tradiciones diarias que se realizan en las familias Kichwas en las madrugadas, en la que, se elabora la tradicional Wayusa Upina, en la cocina Kichwa con los recipientes de barro y pilche, seguidamente la Ruku Mama habla sobre la interpretación de sueños y en base a los mismos sueños se planifica las actividades del trabajo cotidiano. Adicionalmente también se realiza una limpieza y purificación a base de hojas de surupanga y tabaco, ají y ortiga para la limpieza del cuerpo y espíritu.

Demostración y degustación de la chicha de yuca: Se visita la Chakra de yuca, en las cuales se realiza una explicación del proceso de siembra, cosecha, así como de los beneficios que tiene la planta y pepa de yuca, seguidamente se realiza la cosecha pelado del tubérculo con el que se realizará la chicha. En la cocina Kichwa se realiza la preparación de la masa con utensilios propios de las familias Kichwas como son la batea (Batan), el mazo tradicional (Tacana Muku), el rayador de la planta de Pambil para finalizar la masa fermentada se realiza la chicha de yuca con la degustación.

Ruta de las Cascadas: El recorrido o tracking que se realiza para la vista a las cascadas en el bosque con un guía especialista de selva donde el guía estará en la capacidad de identificar tanto la flora y fauna de la zona antes de llegar a las cascadas, se puede elegir entre la cascada de Latas y cascada de Pusuno.

Spa artesanal de Chocoterapia:

Maniluvio

Pediluvio

Facial

Masaje de espalda con chocolate

Completo

Sendero de trampas ancestrales Sacha Ñambi: Se inicia con el tracking por el sendero Sacha Ñambi de trampas ancestrales, donde se demuestra la caza de animales de la zona, así como también la visita a las Chakras con productos

naturales típicos amazónicos, los cuales pueden ser cosechados por los visitantes para la preparación de sus propios alimentos.

Tour en Canoa al Centro de Rescate Amazónico: Esta actividad incluye un tour por el río Napo, visita al centro de rescate de animales “Amazónico” ubicado en la parroquia de Ahuano y de retorno se visita a la comunidad Kichwa, así como se observará a las orillas del río Napo el lavado de oro artesanal de las comunidades Kichwas.

Balsa por el río Napo: El recorrido o tracking que se realiza para la vista a las cascadas en el bosque con un guía especialista de selva donde el guía estará en la capacidad de identificar tanto la flora y fauna de la zona antes de llegar a las cascadas, se puede elegir entre la cascada de Latas y cascada de Pusuno.

Degustación de chocolate artesanal: Visita a la plantación de cacao, se degusta una semilla en baba, se regresa a la casa de chocolate, para la observación de fermentación y secado de la pepa de oro (Cacao fino de aroma). A continuación, el tostado de la semilla, para luego iniciar con el molido para finalizar con la degustación del chocolate con fruta de la chacra.

Aviturismo (Birdwarching): Se tiene establecido tres rutas para la observación de aves, las cuales cuentan con un guía especialista en aves, esta actividad inicia a las 5 am. En el CTC Sinchi Warmi se han logrado identificar aproximadamente más de 400 especies de aves, siendo uno de los centros de turismo comunitario con la mayor diversidad de aves.

Visita a las comunidades Kichwas: Este tour es en canoa por el río Napo, la visita es opcional a cualquiera de las comunidades Kichwas, Ayllu Yaguarina, Kambak Maki y San Pedro ubicadas a la orilla del río Napo.

Tubing por el río Misahualli: El recorrido se inicia en el río Misahualli y termina junto al río Napo en las orillas de la comunidad de San Pedro con un especialista hasta llegar al destino.

Escuela de artesanos: Se enseña a través de la observación y la práctica, donde cada uno diseña su artesanía con las semillas naturales, hilo de pita, entre otros y se lleva su propio diseño de artesanía.

Pintura natural de la selva: Se visita la chackra para la recolección de semillas y hojas para realizar el teñido de pintura natural proveniente del Achiote, Witu, Sangre de Drago que dan los diferentes colores en hojas de papel reciclado.

Tour laguna Paykawe: El recorrido y/o tracking inicia desde el CTC Sinchi Warmi por un tiempo de 20 min. hasta la laguna Paykawe con un guía especialista de selva donde se embarcarán en canoas en la cual se podrá observar tanto la exuberante flora y fauna de la zona. Como los monos, caimanes, peces de la laguna como pirañas y paiches, el pez más grande de la Amazonía que llega hasta los 3 metros de largo.

Noche cultural Sinchi Warmi: La noche cultural empieza con danza y música Kichwa, realizado por los jóvenes de la comunidad, con la vestimenta tradicional de las familias Kichwas (Maki kotona y/o trajes de semillas y hojas). Así mismo los visitantes tendrán la oportunidad de compartir la danza y disfrutar las costumbres y tradiciones culturales del grupo de música “Sacha Churis” junto a la fogata en la noche.

Fotografía 1 Actividades del CTC Sinchi Warmi



Fuente: Asociación de Participación Sinchi Warmi
Tomada por: Vega Vinueza Patricia Elizabeth (2020)

7.1.5 Horario del servicio de restauración en Sinchi Warmi

En el letrero de la Asociación de Participación Sinchi Warmi (S/F) ubicado en el área de recepción, se indica que el horario de servicio de restauración es:

Fotografía 2 Horario del servicio de restauración en Sinchi Warmi



Fuente: Asociación de Participación Sinchi Warmi
Tomada por: Vega Vinueza Patricia Elizabeth (2020)

7.1.6 Horario de atención del departamento de recepción de Sinchi Warmi

Según el informativo de la Asociación de Participación Sinchi Warmi (S/F) el horario de atención del departamento de recepción es:

Fotografía 3 Horario de atención del departamento de recepción de Sinchi Warmi



Fuente: Asociación de Participación Sinchi Warmi
Tomada por: Vega Vinueza Patricia Elizabeth (2020)

7.1.7 Entrevista no estructurada a la señora Silvana Sofía Alvarado Rivadeneyra (Recepcionista)

En la entrevista no estructurada a la señora Alvarado (2020) recepcionista y socia activa se estableció que:

La Asociación de Participación Sinchi Warmi está conformada por 19 socios (10 mujeres y 9 hombres registrados y 2 personas de apoyo que ayudan en la guardianía del establecimiento); además se encuentran legalmente constituidos desde el año 2009.

Actualmente cuentan con 14 cabañas de las cuales 9 cuentan con baño privado y los 5 restantes comparten 2 baños.

Las cabañas con baño privado son:

- Tilapia 3 camas simples
- Paiche 1 matrimonial de 2 ½ plazas y 1 simple 1 ½ plazas
- Cachama 1 matrimonial de 2 ½ plazas y 1 simple 1 ½ plazas
- Mono 1 matrimonial de 2 ½ plazas
- Araña 1 familiar de 3 plazas y 2 simples
- Tucán 1 familiar de 3 plazas y 2 simples
- Charapa 1 matrimonial de 3 plazas
- Búho 1 familiar de 3 plazas y 3 simples
- Sapo 1 familiar de 3 plazas y 3 simples

Las cabañas que comparten los 2 baños son:

- Mariposa 1 matrimonial de 2 ½ plazas
- Oropéndola 3 literas de 1 ½ plazas
- Piranga 3 literas de 1 ½ plazas
- Chorongó 2 camas simples
- Wayra 2 camas simples

La capacidad máxima de alojamiento es de 40 pax.

7.1.8 Entrevista no estructurada a la señora Meliza Adriana Andy Chimbo (Administradora)

Durante la entrevista no estructurada a la señora Andy (2020) administradora y socia activa manifestó que:

El proyecto se inició en el año 2004 con 20 mujeres; sin embargo, no todas se mantuvieron para cuando se legalizó en el año 2009. El incremento o reducción de socios/as se realiza de manera ocasional, teniendo durante toda su vida jurídica siete reducciones; de las cuales, seis fueron por decisión voluntaria de deserción y una por fallecimiento.

En el año 2019 se presentó el listado actual al Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) con un número total de 19 socios/as. Desde entonces, la asociación ha decidido no incrementar a más socios/as.

La nómina actual de socios/as es:

Tabla 2 Nómina de socios/as de la Asociación de Participación Sinchi Warmi

N°	APELLIDOS Y NOMBRES
1	Rivadeneira Yumbo Leonor Aida
2	Alvarado Andi Jaime Ramiro
3	Chimbo Yumbo Carlos Alberto
4	Rivadeneira Yumbo Lujina Erminia
5	Chongo Tanguila Tatiana Cristina
6	Alvarado Rivadeneira Silvana Sofia
7	Chimbo Rivadeneira Fabio Enrique
8	Chimbo Rivadeneira Betty Ximena
9	Andy Chimbo Meliza Adriana
10	Andy Alvarado Ernesto Jaime
11	Chimbo Rivadeneira Nelly Liria
12	Alvarado Tanguila Jaime Agustin
13	Chimbo Rivadeneira Sonia Maribel
14	Andy Chimbo Wilmer Javier
15	Andy Chimbo Mauro Ronaldo
16	Alvarado Chimbo Jhony Jamil
17	Alvarado Chimbo Katherine Diana
18	Grefa Aguinda Natali Araceli
19	Calapucha Grefa Pedro Venancio

Fuente: Asociación de Participación Sinchi Warmi

Elaborado por: Vega Vinuesa Patricia Elizabeth (2020)

7.1.9 Video de YouTube utilizado mediante código QR

Según la experiencia de Paul E. Drecksler, fundador de la página TravelisLife.org (2019) durante su visita a Sinchi Warmi; mencionó lo siguiente:

“Sinchi Warmi (Strong Woman)

What would you do as a strong woman if the men in your family weren't providing?

Well... you'd take things into your own hands and that's exactly what happened in this small Amazonian village traditionally in Kichwa culture. The men in the village work while the women take care of the home and children. 12 years ago the men in this village weren't pulling their weight so the women got together with an idea to start a business breeding and selling tilapia. The men in the village laughed but that didn't stop these determined women brought together by their fearless leader. Meet Betty founder of Sinchi Warmi, the name which means in Kichwa “Strong woman”.

12 years ago she brought together 16 women to embark on the entrepreneurial journey of a lifetime. Sinchi Warmi started with a handful of tilapia ponds and at first like any new business times were tough what made things even more difficult is that they didn't have the support of the men in their village. However, after several years it started to take of word of this female run tilapia business spread throughout the region. Next thing you know visitors were coming to visit the farm and while they were there wanted to eat tilapia so the women opened up a restaurant to serve their guests after dinner the guests didn't want to leave and I get it. Sinchi Warmi is one of the most beautiful and magnificent places I've ever seen. The energy here feels like walking into a fairy tale so understandably people wanted to spent the night so the women built a hotel and now their guests can go to bed with a full stomach and fall asleep listening to the gentle and exotic sounds of the Amazon jungle. Since the hotel was built the business has blossomed and this once tiny tilapia farm has grown into a full-fledged hotel and resort 12 families from the village are now involved offering

a mix of traditional Kichwa experience to guests along with outdoor adventure activities that this region in Ecuador is famous for.

Sinchi Warmi is an example of female empowerment at its finest and an inspiration to strong women all over the world. Who won't take "no" for an answer when it comes to creating their own success so the next time you're in Ecuador come join these strong women for a traditional Kichwa experience that you'll never forget.

Are you a strong woman? Are you a Sinchi Warmi? What's your tilapia farm?

Special thanks to Betty & the Sinchi Warmi community for your help creating this inspirational video.

A message to women around the world that anything is possible if you're a strong woman (Sinchi Warmi)"

Traducción:

“Sinchi Warmi (Mujer Fuerte)

¿Qué harías como una mujer fuerte si los hombres de tu familia no estuvieran aportando?

Bueno... tomarías las cosas en tus propias manos y eso es exactamente lo que sucedió en este pueblo tradicional amazónico en la cultura Kichwa. Los hombres del pueblo trabajan mientras que las mujeres cuidan del hogar y los niños. Hace 12 años, los hombres de este pueblo no estaban aportando, por lo que las mujeres se juntaron con la idea de comenzar un negocio de cría y venta de tilapia. Los hombres del pueblo se rieron, pero eso no detuvo a estas mujeres decididas reunidas por su intrépida líder. Conoce a Betty fundadora de Sinchi Warmi, el nombre que en Kichwa significa “mujer fuerte”.

Hace 12 años, reunió a 16 mujeres para embarcarse en el viaje emprendedor de su vida. Sinchi Warmi comenzó con un puñado de estanques de tilapia y, al principio, como en cualquier comercial nuevo, lo que hizo las cosas aún más difíciles es que no tenían el apoyo de los hombres en su pueblo. Sin embargo, después de varios años comenzó a correr la voz de este negocio de tilapia dirigido por mujeres que se extendió por toda la región. Lo siguiente a saber es que los visitantes venían a visitar la granja y, mientras estaban allí, querían comer tilapia, por lo que las mujeres abrieron un restaurante para servir a sus invitados después de la cena, los invitados no querían irse y lo consiguieron. Sinchi Warmi es uno de los lugares más bellos y magníficos que he visto. La energía aquí se siente como entrar en un cuento de hadas tan comprensiblemente que la gente quería pasar la noche, entonces las mujeres construyeron un hotel y ahora sus invitados pueden acostarse con el estómago lleno y quedarse dormidos escuchando los suaves y exóticos sonidos de la selva amazónica. Desde que se construyó el hotel, el negocio ha florecido y esta antigua granja de tilapia se ha convertido en un hotel propio y el recurso de 12 familias del pueblo, ahora están involucradas ofreciendo una mezcla de experiencia tradicional Kichwa a los huéspedes junto con actividades de aventura al aire libre por lo que esta región en Ecuador es famosa por esto.

Sinchi Warmi es un ejemplo de empoderamiento femenino en su máxima expresión y una inspiración para mujeres fuertes en todo el mundo.

Quien no aceptará un “no” como respuesta cuando se trata de crear su propio éxito, así que la próxima vez que esté en Ecuador, únase a estas mujeres fuertes para una experiencia tradicional Kichwa que nunca se olvidará.

¿Eres una mujer fuerte? ¿Eres una Sinchi Warmi? ¿Cuál es tu granja de tilapia?

Un agradecimiento especial a Betty y a la comunidad Sinchi Warmi por su ayuda en la creación de este video inspirador.

Un mensaje para las mujeres de todo el mundo de que todo es posible si eres una mujer fuerte (Sinchi Warmi)”

7.2 Organización de la información obtenida durante el proceso investigativo, sistematizando lo más relevante.

Para el cumplimiento del segundo objetivo, se estableció la siguiente distribución:

Tabla 3 Distribución de la información obtenida para el folleto informativo bilingüe

FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE SINCHI WARMÍ			
N° PÁGINA	INFORMACIÓN	IDIOMA	
		ESPAÑOL	INGLÉS
1	Portada	X	X
2	Presentación	X	X
	Ubicación	X	X
3	Recomendaciones	X	X
4	Imagen		
5	Historia	X	
6			X
7	Imagen		
8	Servicios	X	X
9	Actividades	X	
10			X
11	Horario de atención	X	X
12	Contactos	X	X
	Código QR		X

Fuente: Resultados del primer objetivo del presente informe

Elaborado por: Vega Vinuesa Patricia Elizabeth (2020)

7.3 Diseño el folleto, determinando las secciones y traduciendo los contenidos al idioma inglés americano.

El folleto se encuentra constituido por 12 páginas, distribuidas según se muestra en la tabla explicativa del numeral 7.2; y, con texto e imágenes obtenidos a través de la investigación mencionada en el numeral 6.2.

Con respecto a la elección de los colores dominantes presentes en el folleto informativo bilingüe, se consideró la opinión de la administradora del establecimiento, debido a que cuentan con un manual de marca otorgado por la FECD- Napo; sin embargo,

manifestó que no estuvieron de acuerdo con los colores seleccionados por ellos (verde y negro), debido a que no transmiten su cosmovisión a través del color.

La impresión se realizó de manera minorista, por ser un trabajo académico exclusivamente; por lo tanto, para usarla a un nivel comercial, se debe considerar más opciones de imprentas y mejores ofertas sin olvidar la calidad del producto final. Con respecto a la distribución, se define de uso interno, recordando que el folleto informativo bilingüe, fue elaborado con el objetivo general de mejorar el nivel de satisfacción del turista extranjero que visita este establecimiento, con la finalidad de otorgar un servicio más personalizado; y, puede ser usado como un souvenir al Check Out de éstos.

A continuación, se presentan las tablas explicativas correspondientes a la tipografía y colores usados en el folleto informativo bilingüe; al igual que, los costos de elaboración e impresión.

Tabla 4 Características de tipografía y colores del folleto informativo

ÍTEMS	DETALLE	ESPECIFICACIÓN	SIGNIFICADO
TIPOGRAFÍA	Título principal	Mexcellent	
	Títulos	Metropolis ExtraBold	
	Texto	Roboto	
COLORES	AMARILLO	Código: efc030	Representa la riqueza natural del sol brillante amazónico y el oro que artesanalmente obtienen las Sinchi Warmis.
	CAFÉ	Código: 4d3e31	Representa al chocolate y a la tierra fértil de Sinchi Warmi y la Amazonía ecuatoriana.

Fuente: SANT GRAPHIC DESIGN & PHOTOGRAPHY (2020)

Elaborado por: Vega Vinueza Patricia Elizabeth (2020)

Tabla 5 Costo de elaboración del folleto informativo bilingüe

Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Diseño del folleto	1	120,00	120,00
2	Impresión de folletos	6	6,00	36,00
TOTAL				156,00

Fuente: Proformas – Anexos 4 y 5

Elaborado por: Vega Vinueza Patricia Elizabeth (2020)

Ilustración 4 Portada y Contraportada



Diseñado por: SANT GRAPHIC DESIGN & PHOTOGRAPHY (2020)

Presentación Presentation

En medio del verdor amazónico, el canto de las aves y el susurro del viento, se encuentra el lugar perfecto para interactuar con la naturaleza y aprender los conocimientos ancestrales de un grupo de mujeres creativas, emprendedoras y valientes denominadas "Sinchi Warmi"

In the middle of the rainforest amazon, the singing of the birds and the whisper of the wind, is the perfect place to interact with nature and learn ancestral knowledge from a group of creative, enterprising and brave women called "Strong women"

Recomendaciones Recommendations

- Para evitar las picaduras de mosquitos, utilice repelente
- En algunos días, la exposición solar es más fuerte, cuide su piel con bloqueador solar de FPS50 o más y una gorra
- No moleste a los animales ni destruya las plantas que observe en los recorridos
- Respete su hábitat
- Use una cámara fotográfica o su celular para tomar fotografías
- El clima suele cambiar sin previo aviso. Lleve un cambio de ropa adicional
- El agua es muy importante para el cuerpo
- Hidrátate si va a realizar un recorrido
- To avoid mosquito bites, use repellent
- On some days, sun exposure is strong, take care of your skin with SPF50 or more sunscreen and a cap
- Do not disturb the animals or destroy the plants you see on the tours / Respect their habitat
- Use a camera or your cell phone to take photographs
- The weather usually changes without prior notice
- Bring an additional change of clothes
- Water is very important to the body
- Hydrate yourself if you are going to walk on a tour



Ubicación Location

El Centro de Turismo Comunitario Sinchi Warmi se encuentra ubicado a 800 metros aproximadamente, cruzando el puente de Puerto Misahualli, perteneciente al cantón Tena, provincia de Napo.

The Sinchi Warmi Community Tourism Center is located approximately to 800 meters, crossing the Puerto Misahualli bridge, belonging to the Tena city,

Imágenes / Images





FOLLETO INFORMATIVO / INFORMATION BROCHURE "SINCHI WARMI"

PAGE 02

FOLLETO INFORMATIVO / INFORMATION BROCHURE "SINCHI WARMI"

PAGE 03

Ilustración 6 Páginas 4 - 5



Historia

En el año 2004 un grupo de 20 mujeres lideradas por Betty Chimbo se bautizaron con el nombre de "Sinchi Warmi" (mujer valiente), dieron vida al proyecto que con esfuerzo, dedicación y empoderamiento se convertiría años más tarde en el ejemplo de turismo comunitario en la Amazonia ecuatoriana.

Sus inicios fueron la elaboración y venta de artesanías con semillas de la zona, para promover su cultura Kichwa. Con el tiempo, agregaron el servicio de restauración y la crianza de animales que sustenten esta oferta; después añadieron el alojamiento, la guianza local; lo que hizo que más personas se sumen al proyecto. Se constituyeron legalmente en el año 2009 y actualmente, la asociación Sinchi Warmi cuenta con 10 socias y 9 socios.

En cada paso dado durante toda su trayectoria, es evidente observar la presencia de su identidad Kichwa, con la finalidad de mostrar al turista la belleza natural y cultural que posee nuestra Amazonía.

Este Centro de Turismo Comunitario trabaja comprometido con la preservación del medio ambiente, el mejoramiento de la calidad de vida de las familias amazónicas y el fortalecimiento de la identidad cultural Kichwa.

History

In 2004, a group of 20 women led by Betty Chimbo were baptized with the name "Sinchi Warmi" (brave woman), they gave life to the project that with effort, dedication and empowerment would become the example of community tourism in the Ecuadorian Amazon years later.

Its beginnings were the production and sale of handicrafts with seeds from the area, to promote its Kichwa culture. Over time, they added the feeding service and animal husbandry that support this offer; Then they added the accommodation, the local guide; which made more people join the project. They were legally established in 2009 and currently, the Sinchi Warmi association has 10 women and 9 men as partners.

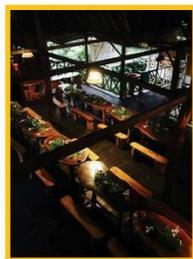
At each step taken throughout its trajectory, it is evident to observe the presence of its Kichwa identity, in order to show tourists the natural and cultural beauty that our Amazon has.

This Community Tourism Center works committed to preserving the environment, improving the quality of life of Amazon families and strengthening Kichwa cultural identity.



Servicios // Services

- » **Alojamiento:** Este Centro de Turismo Comunitario cuenta con 14 cabañas, nombradas con especies de animales y elementos presentes en este paraíso natural.
- » **Restauración:** En su gran restaurante podrá degustar los exquisitos platillos amazónicos elaborados con productos 100% amazónicos acompañados de la bebida perfecta: la refrescante guayusa.
- » **Guianza local:** Acompañados por los guías del establecimiento, recorrerá los senderos naturales terrestres y acuáticos conociendo la flora y fauna endémica del lugar y deslumbrándose por su belleza.
- » **Accommodation:** This Community Tourism Center has 14 cabins, named after species of animals and elements present in this natural paradise.
- » **Feeding:** In its large restaurant you can taste the exquisite Amazonian dishes made with 100% Amazonian products accompanied by the perfect drink: the refreshing guayusa.
- » **Local guidance:** Accompanied by the guides of the establishment, you will travel the terrestrial and aquatic natural trails, knowing the endemic flora and fauna of the place and being dazzled by its beauty.



FOLLETO INFORMATIVO / INFORMATION BROCHURE "SINCHI WARMI"

PAGE 08

Actividades

El Centro de Turismo Comunitario "Sinchi Warmi" cuenta con 16 actividades, entre las que podemos mencionar:

Escuela de artesanos: Se enseña a través de la observación y la práctica, donde cada uno diseña su artesanía con las semillas naturales, hilo de pita, entre otros y se lleva su propio diseño de artesanía.

Pintura natural de la selva: Se visita la chacra para la recolección de semillas y hojas para realizar el teñido de pintura natural proveniente del Achiote, Witu, Sangre de Drago que dan los diferentes colores en hojas de papel reciclado.

Demostración y degustación de la chicha de yuca: Se visita la Chakra de yuca, en las cuales se realiza una explicación del proceso de siembra, cosecha, así como de los beneficios que tiene la planta y pepa de yuca, seguidamente se realiza la cosecha y pelado del tubérculo con el que se realizará la chicha.

Degustación de chocolate artesanal: Visita a la plantación de cacao, se degusta una semilla en baba, se regresa a la casa de chocolate, para la observación de fermentación y secado de la pepa de oro (Cacao fino de aroma). A continuación, el tostado de la semilla, para luego iniciar con el molido para finalizar con la degustación del chocolate con fruta de la chacra.

Spa artesanal de Chocoterapia:

Maniluvio
Pediluvio
Facial
Masaje de espalda con chocolate
Completo

Noche cultural Sinchi Warmi: La noche cultural empieza con danza y música Kichwa, realizado por los jóvenes de la comunidad, con la vestimenta tradicional de las familias Kichwa.

Así mismo los visitantes tendrán la oportunidad de compartir la danza y disfrutar las costumbres y tradiciones culturales del grupo de música "Sacha Churis" junto a la fogata en la noche.



FOLLETO INFORMATIVO / INFORMATION BROCHURE "SINCHI WARMI"

Page 09

Activities

The "Sinchi Warmi" Community Tourism Center has 16 activities, among which we can mention:

Artisans school: It is taught through observation and practice, where each one designs their handicrafts with natural seeds, pita thread, among others, and carries their own handicraft design.

Natural painting of the jungle: Visit the chackra to collect seeds and leaves to stain natural paint from Achiote, Witu, Sangre de Drago that give the different colors on sheets of recycled paper.

Demonstration and tasting of chicha de yuca: The cassava Chakra is visited, in which an explanation of the sowing, harvesting process, as well as the benefits of the cassava plant and seed, is made, followed by the harvesting and peeling of the tuber with which makes the chicha.

Tasting artisan chocolate: Visit the cocoa plantation, taste a seed in slime, return to the chocolate house, to observe the fermentation and drying of the gold bean (Fine aroma cocoa). Next, the roasting of the seed, and then start with the grinding to end with the tasting of the chocolate with fruit from the chakra.

Chocotherapy artisanal spa:

- Hands
- Feet
- Facial
- Chocolate back massage
- Compleat

Sinchi Warmi Cultural Night: The cultural night begins with Kichwa dance and music, performed by the youth of the community, in the traditional clothing of the Kichwa families.



Horario de atención

RESTAURANTE: MIÉRCOLES A DOMINGO
En la mañana: 10:00 am – 15:00 pm
En la tarde: 18:00 pm – 20:30 pm

RECEPCIÓN: LUNES A DOMINGO
En la mañana: 08:00 am – 12:00 pm
En la tarde: 13:30 pm – 23:00 pm

OFICINA: LUNES A VIERNES
En la mañana: 08:00 am – 12:00 pm
En la tarde: 13:30 pm – 17:00 pm

Attention Schedule

FEEDING: WEDNESDAY TO SUNDAY
In the morning: 10:00 am - 15:00 pm
In the afternoon: 18:00 pm - 20:30 pm

RECEPTION: MONDAY TO SUNDAY
In the morning: 08:00 am – 12:00 pm
In the afternoon: 13:30 pm – 23:00 pm

OFFICE: MONDAY TO FRIDAY
In the morning: 08:00 am – 12:00 pm
In the afternoon: 13:30 pm – 17:00 pm



H. CONCLUSIONES

Se recopiló la información correspondiente a 1 base de datos digital, 4 artículos de revistas, 1 artículo de periódico, 3 entrevistas no estructuradas, 4 fotografías y la transcripción de la experiencia de un turista extranjero de un video de YouTube; aplicando la metodología descrita en el numeral 6.4.1; sin embargo, sólo se presentó en este informe aquella que fue usada para la elaboración del folleto informativo bilingüe.

Se sistematizó la información obtenida en el primer objetivo haciendo uso de la metodología presentada en el numeral 6.4.2, considerando los datos más relevantes para dar a conocer al turista extranjero y se presentó en los idiomas español e inglés americano.

Se elaboró el folleto informativo bilingüe alternando texto e imágenes; además, de un código QR que lleva a un video de la experiencia de un turista extranjero durante su visita a Sinchi Warmi; se aplicó la metodología descrita en el numeral 6.4.3

I. RECOMENDACIONES

Delegar al personal responsable para dar entrevistas o entregar información a medios de comunicación; con la finalidad de otorgar los mismos datos a todos, para evitar la falta de concordancia entre las diferentes fuentes consultadas.

Capacitar al personal que interactúa con el turista extranjero en el dominio básico y progresivo del idioma inglés americano; para facilitar la comunicación y, de esta manera, generar un mejor servicio con su público objetivo.

Establecer estrategias que permitan aprovechar al máximo el uso del folleto informativo bilingüe; por ejemplo, identificar espacios donde se pueda llamar la atención del turista para que lo lea (velador de la habitación, espacio de lectura, departamento de recepción).

J. BIBLIOGRAFÍA

- Acuerdo Ministerial 16 Registro Oficial 154. (19 de 03 de 2010). *Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios*. Recuperado el 06 de 02 de 2020, de Acuerdo Ministerial 16 Registro Oficial 154: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>
- Alvarado Rivadeneyra, S. S. (16 de 02 de 2020). Sinchi Warmi: Alojamiento. (P. E. Vega Vinueza, Entrevistador)
- Andy Chimbo, M. A. (16 de 02 de 2020). Sinchi Warmi: Datos sobre las socias y los socios. (P. E. Vega Vinueza, Entrevistador)
- Asociación de Estados del Caribe. (2012). *El Turismo Comunitario*. Recuperado el 23 de 01 de 2020, de Asociación de Estados del Caribe: <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>
- Asociación de Participación Sinchi Warmi. (29 de 02 de 2020). Base de datos digital de la Asociación de Participación Sinchi Warmi. *Representación gráfica global del ingreso de turistas y visitantes a Sinchi Warmi, correspondiente al periodo 2013 - 2019*. (P. E. Vega Vinueza, Ed.) Tena - Misahualli, Napo, Ecuador.
- Asociación de Participación Sinchi Warmi. (S/F). *Actividades Turísticas Sinchi Warmi*. (P. E. Vega Vinueza, Recopilador) Tena - Misahualli, Napo, Ecuador. Recuperado el 08 de 03 de 2020
- Asociación de Participación Sinchi Warmi. (S/F). *Horario de atención de Restaurante*. (P. E. Vega Vinueza, Recopilador) Tena - Misahualli, Napo, Ecuador. Recuperado el 08 de 03 de 2020
- Asociación de Participación Sinchi Warmi. (S/F). *Horario de atención en la Recepción*. (P. E. Vega Vinueza, Recopilador) Tena - Misahualli, Napo, Ecuador. Recuperado el 08 de 03 de 2020
- Bembibre, C. (05 de 2010). *Definición de folleto*. Recuperado el 11 de 01 de 2020, de DefiniciónABC: <https://www.definicionabc.com/comunicacion/folleto.php>
- Chiam, A. (04 de 07 de 2016). *SlideShare*. Recuperado el 20 de 01 de 2020, de La importancia del idioma inglés en el turismo: <https://es.slideshare.net/alejandrochiam/la-importancia-del-idioma-ingles-en-el-turismo>
- Consuegra Navarro, D. M., Molina Collado, A., & Esteban, Á. (31 de 05 de 2015). Análisis de los folletos de información turística: una aplicación a destinos nacionales mediante la investigación de mercados. *Investigación y Marketing N°*

95, 47-48. Recuperado el 18 de 01 de 2020, de file:///D:/Downloads/AD-95-08%20(1).pdf

- Corte Constitucional del Ecuador. (20 de 10 de 2008). *Constitución del Ecuador*. Recuperado el 03 de 02 de 2020, de BIVICCE: <http://bivicce.corteconstitucional.gob.ec/site/php/level.php?lang=es&component=68>
- Del Real Martín, J. (2020). *Folleto informativo*. Recuperado el 11 de 01 de 2020, de Best Internet Services S.L: <https://www.consumoteca.com/familia-y-consumo/consumo-y-derecho/folleto-informativo/>
- Dirección de Comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Napo. (Mayo - Junio de 2016). Nuestras Amazonas: Sinchi Warmi. *Revista Amazónica Paraíso*(134), 18-19. doi:ISSN 1390-3292
- Drecksler, P. E. (22 de 10 de 2019). Travel is Life. *Sinchi Warmi (STRONG WOMAN) Napo Ecuador*. (P. Vega Vinueza, Trad., & P. Vega Vinueza, Recopilador) Napo, Ecuador. Recuperado el 15 de 02 de 2020, de <https://youtu.be/hcVysZk-xi0>
- Ecuador para todos. (03 de 12 de 2019). Centros turísticos comunitarios . *Ecuador para todos*, 2-8. Recuperado el 23 de 02 de 2020, de https://issuu.com/ecuadortravelinvestigacion/docs/folleto_ctc_sinchi_warmi
- González Acosta, M. (julio-septiembre de 2015). La emergencia de lo ancestral: una mirada sociológica. *Espacio Abierto*, 24(3), 5-21. doi:1315 - 0006
- Jacobsson Purewal, S. (04 de 07 de 2011). *How to Make Business Brochures That Stand Out*. (wikiHow, Editor) Recuperado el 16 de 01 de 2020, de PCWorld: https://www.pcworld.com/article/230929/how_to_make_business_brochures_th_at_stand_out.html
- López, N., & Sandoval, I. (2016). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*. Recuperado el 08 de 02 de 2020, de Técnicas de investigación cualitativas: <http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/176/3/M%c3%a9todos%20y%20t%c3%a9cnicas%20de%20investigaci%c3%b3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Márquez, C. (23 de 06 de 2017). Sinchi Warmi se abre a los turistas. *El Comercio*, pág. s/n. Recuperado el 01 de 02 de 2020, de <https://www.elcomercio.com/tendencias/sinchiwarmi-turistas-tena-amazonia-intercultural.html>

- Ramírez, J. (2019). *lifer.com*. Recuperado el 08 de 02 de 2020, de Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Características: <https://www.lifer.com/investigacion-cualitativa-cuantitativa/>
- Ripol, A. (22 de 10 de 2016). *Características básicas de un folleto*. Recuperado el 15 de 01 de 2020, de Ejemplode.com: https://www.ejemplode.com/14-diseno/3547-caracteristicas_de_un_folleto.html
- Rodríguez, D. (2019). *lifer.com*. Obtenido de Técnicas de investigación, características y aplicaciones: <https://www.lifer.com/tecnicas-de-investigacion/>
- Rodríguez, A. (04 de 03 de 2011). *Modalidades de la investigación científica*. Recuperado el 08 de 02 de 2020, de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/50045935/Modalidades-de-la-investigacion-cientifica>
- Sánchez Choez, L. R., & Calle García, J. S. (06 de 02 de 2016). El Inglés con fines específicos en Turismo. *SATHIRI N° 11 - Sembrador*, 282 - 289. doi:1390 - 6925
- Sexto Suplemento del Registro Oficial N° 913. (30 de 12 de 2016). *Ley de Cultura*. Recuperado el 05 de 02 de 2020, de Sexto Suplemento del Registro Oficial N° 913: <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Ley-Orga%CC%81nica-de-Cultura-APROBADA-Y-PUBLICADA.pdf>
- Vargas Cumbajín, C. A., Méndez Játiva, J. F., Yáñez Segovia, S. G., Valdivieso Leroux, W. R., Hernández Benalcázar, H. W., & Tafur, V. (01 de 01 de 2018). La situación del turismo comunitario en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 4(1), 80 - 101. doi:2477 - 8818

K. ANEXOS

Tena, 13 de diciembre del 2019

Ingeniero
Gary Patricio Rivadeneyra Olalla
**COORDINADOR DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN
DE OPERACIONES TURÍSTICAS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
TENA**
Ciudad.-

De mi consideración:

Yo, **VEGA VINUEZA PATRICIA ELIZABETH**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 1500916257, estudiante de la Carrera de Tecnología Superior en Gestión de Operaciones Turísticas del INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA, remito a usted el Perfil del Trabajo de Integración Curricular, denominado: **FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE PARA LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMÍ; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO**, a fin de que se digne disponer a quien corresponda se emita el informe sobre la estructura y coherencia del documento que se presenta..

Por la atención que sepa dar a la solicitud, expreso mi más sincero agradecimiento.

Atentamente,



VEGA VINUEZA PATRICIA ELIZABETH
CC. 1500916257



Adjunto: Perfil del Trabajo de Integración Curricular

Anexo 1 Solicitud a Coordinación de la Carrera para revisión del Perfil del Trabajo de Integración Curricular

Tena, 6 de enero del 2020

Señora.

Betty Ximena Chimbo Rivadeneira

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMÍ

Presente. -

De mi consideración:

Yo, **Patricia Elizabeth Vega Vinueza**, con número de cédula 150091625-7, estudiante del quinto periodo de la carrera de Tecnología Superior en Gestión de Operaciones Turísticas del Instituto Superior Tecnológico Tena, me dirijo a usted para solicitarle de la manera más comedida se sirva facilitar el proceso investigativo de la asociación a la que preside para ejecutar mi Trabajo de Integración Curricular denominado **"FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMÍ; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO"**, el mismo que es requisito parcial para optar por el título de Tecnólogo Superior en Gestión de Operaciones Turísticas.

Segura de contar con su apoyo me suscribo no sin antes expresar mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,



Patricia Elizabeth Vega Vinueza
C.I. 150091625-7
SOLICITANTE

*Recibido
6 de enero del 2020
Beto de la Cruz*



ASOCIACION DE PARTICIPACION SINCHI WARMI

ACUERDO MINISTERIAL N° 521 DEL 22 DE ABRIL DEL 2009

Parroquia Misahualli – Tena – Napo – Ecuador

Tel.: 06-0063009 – 0969502486 – 0983194476

Tena, 9 de enero del 2020

Señorita.

Patricia Elizabeth Vega Vinueza

ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE OPERACIONES TURÍSTICAS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO TENA

Presente. -

De mi consideración:

Yo, **Betty Ximena Chimbo Rivadeneira**, con número de cédula 150084741-6, presidenta de la Asociación de Participación Sinchi Warmi, me permito dar contestación al requerimiento realizado por usted mediante oficio S/N con fecha 6 de enero del 2019, en el cual solicita se le facilite el proceso investigativo de la asociación a la cual pertenezco y represento para ejecutar su Trabajo de Integración Curricular denominado **“FOLLETO INFORMATIVO BILINGÜE DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMI; PARROQUIA MISAHUALLI, CANTÓN TENA, PROVINCIA DE NAPO”**, al respecto debo manifestarle que su pedido será atendido favorablemente.

Esperando que esta actividad sea en beneficio de todos los intervinientes, me suscribo.

Atentamente,



Betty Ximena Chimbo Rivadeneira

C.I. 150084741-6

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE PARTICIPACIÓN SINCHI WARMI

Anexo 3 Carta de respuesta por parte de la presidenta de la Asociación de Participación Sinchi Warmi a la solicitud presentada



 **Célular**
0998545474

 **Web**
rafhydesing@outlook.com
The Music Family

 **Dirección**
Barrio las Palmas,
Aereopuerto #2

Encuentranos

Lcdo. Alvaro Toalombo
Email: rafhydesing@outlook.com
Phone: 0998545474
Dirección: Barrio las Palmas

PROFORMA
Srta. Patricia Vega
No : #0223 Cliente ID: #CT-001_23 Fecha : 28 MAR 2020
EMPRESA : Persona Natural
Tiempo / Duración de 15 Días

GENERACIÓN DE UN FOLLETO DIGITAL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO "SINCHI WARMÍ"

Incluye:

- *GENERACIÓN Y TIPOGRAFÍA
- *ESTILO Y COLORES BASES
- *GENERACIÓN DE MATERIAL
- *DIGITALIZACIÓN DE CAPAS

MÉTODO DE PAGO: TRANSFERENCIA BANCÁRIA

BANCO DEL PICHINCHA
CTA#: 2203009232
PERTENECIENTE A:
ALVARO SANTIAGO TOALOMBO DÍAZ
TIPO DE CUENTA :
AHORROS

VALOR: 107,¹⁴
12% IVA: 12,⁸⁶
VALOR TOTAL: 120⁰⁰



Anexo 4 Proforma del diseño digital del folleto informativo bilingüe

