



MINISTERIO
DEL AMBIENTE



Organización de las Naciones
Unidas para la Alimentación
y la Agricultura



**Conservación y uso sostenible de la biodiversidad, los bosques, el suelo y el agua como medio para lograr el Buen Vivir / Sumak Kawsay en la provincia de Napo
GCP/ECU/082/GFF**

Consultoría: “Elaboración de Manuales de Buenas Prácticas de turismo comunitario en siete comunidades piloto de Napo”



PRODUCTO 3.

“Propuesta del manual de buenas prácticas de turismo comunitario con enfoque de cadena de valor aplicable para cada producto de turismo como insumo para el modelo de gestión del emprendimiento”

COMUNIDAD KICHWA ANCESTRAL OYACACHI

Elaborado por:

Tatiana Calderón (consultora principal)

Érika Zambrano (consultora asistente)

Andrés Ordóñez (asesor del equipo consultor)

21 octubre 2016

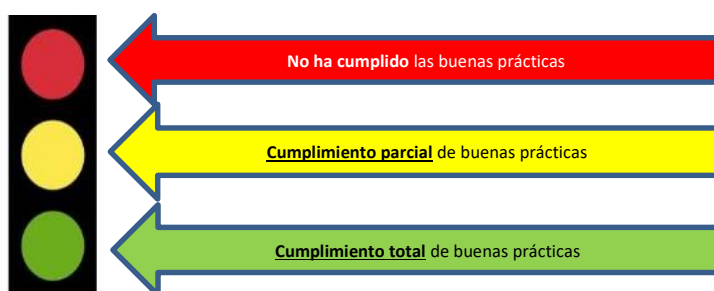
Contenido

I.	Metodología de monitoreo de cumplimiento del manual de buenas prácticas.....	2
	COMUNIDAD OYACACHI	3
II.	Diagnóstico en función de la cadena de valor y manual de buenas prácticas.....	3
	Eslabón 1: Investigación	4
	1.1. Atractivos turísticos:	4
	1.2. Accesibilidad y/o conectividad:	5
	1.3. Recursos humanos.....	6
	1.4. Recursos físicos.....	7
	1.5. Recursos financieros	8
	1.6. Organización local.....	8
	1.7. Mercado.....	10
	Eslabón 2: Diseño del Producto	12
	2.1. Concepto del producto turístico comunitario	12
	2.2. Estructura organizacional.....	13
	2.3. Construcción.....	14
	2.4. Legalización.....	15
	2.5. Proveedores	15
	2.6. Costos y tarifas	16
	Eslabón 3: Promoción / Comercialización.....	17
	Eslabón 4: Pre operación.....	18
	Eslabón 5: Operación / Prestación del servicio.....	18
	Eslabón 6: Pos venta y mejora continua	19
A.	Principales necesidades de la comunidad y plan de inversión	20
B.	Bibliografía	26

I. Metodología de monitoreo de cumplimiento del manual de buenas prácticas

Para la evaluación de las buenas prácticas por cada comunidad seleccionada por el Proyecto de Conservación y Buen Vivir GEF Napo, se ha escogido la “metodología del semáforo”, misma que es muy práctica para el trabajo con grupos de personas que no necesariamente trabajan juntas, generando incentivos comunes para el cumplimiento de los objetivos, que en el caso de las comunidades sería, pasar de un color rojo o amarillo a un color verde, siendo el verde el objetivo de toda comunidad, en alcanzar la buena práctica.

A continuación la explicación de los colores:



Para el caso de las comunidades seleccionadas por el Proyecto GEF Napo, se realizó un diagnóstico situacional en función de la cadena de valor para los emprendimientos comunitarios y se ha ubicado en cada eslabón un color del semáforo, que indica el nivel de cumplimiento de ese tema específico en la comunidad.

Las comunidades, a través de sus dirigentes comunitarios y de turismo, deberán analizar el cómo mejorar el color del semáforo, a través de la implementación de los correctivos necesarios o acciones preventivas que permitan a la comunidad mejorar la calidad de su producto turístico.

Por ejemplo: Si en el eslabón “Investigación” en la temática de Recursos Humanos, existe un color amarillo ●, se detallará exactamente el por qué la comunidad tiene ese color y deberá dirigirse al manual general de buenas prácticas del Proyecto para determinar las acciones que necesita implementar para llegar al color verde ●

COMUNIDAD OYACACHI

II. Diagnóstico en función de la cadena de valor y manual de buenas prácticas

La comunidad de Oyacachi se encuentra conformada por 200 familias y 700 pobladores.

Foto 1. Termas de Oyacachi



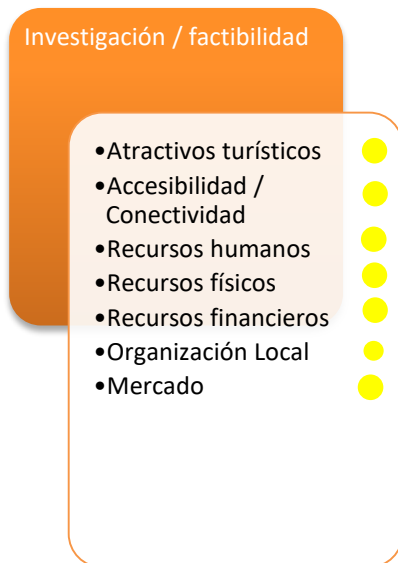
Fuente: Equipo consultor, 2016

Los pobladores de Oyacachi consideran que las actividades principales de su comunidad son, en orden de prelación:

1. Producción agropecuaria (leche)
2. Artesanías
3. Piscicultura (Truchas)
4. Turismo

Es interesante notar que esta comunidad que recibe tantos visitantes a diario, no consideran al turismo como una actividad principal en su comunidad.

Eslabón 1: Investigación



1.1. Atractivos turísticos:



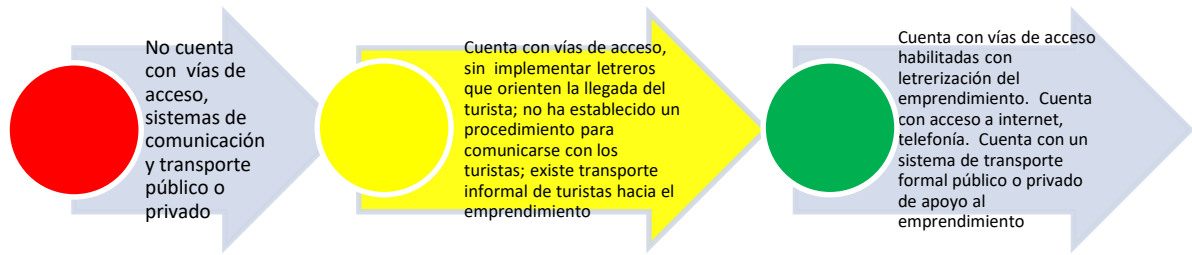
Oyacachi es un emprendimiento comunitario que ya se encuentra funcionando. Tiene identificados los atractivos turísticos dentro del espacio geográfico donde se emplaza su emprendimiento comunitario, sin embargo los atractivos no han sido levantados de manera técnica, por lo que se hace necesario complementar este trabajo usando el manual de buenas prácticas y contar con un inventario de atractivos disponible para cualquier miembro de la comunidad y para ampliar el alcance del emprendimiento comunitario.

Entre los atractivos más relevantes se encuentran:

- a. Termas de Oyacachi
- b. Páramo andino
- c. Centro de Interpretación
- d. Oso andino
- e. Parque Nacional Cayambe Coca

El emprendimiento es del tipo recreativo compuesto por un recurso natural con agua termal proveniente del volcán Cayambe, que es el atractivo más representativo de la comunidad y el que genera flujos turísticos hacia Oyacachi.

1.2. Accesibilidad y/o conectividad:



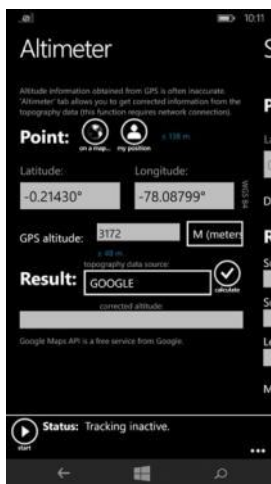
La comunidad de Oyacachi se encuentra en la parroquia de Oyacachi, Municipio El Chaco.

Para acceder a la comunidad, se cuenta con dos vías de acceso:

1. Vía Papallacta-Oyacachi, la cual atraviesa el Parque Nacional Cayambe-Coca y no es de libre circulación pues necesita de la autorización del personal del Ministerio de Ambiente. La vía es de tercer orden y se necesita de un vehículo 4x4. Esta vía podría ser de interés de uso de los turistas provenientes de la región amazónica.
2. Vía Cangahua- Oyacachi, esta vía se la toma desde la Panamericana Norte, a la altura de Cayambe. La vía es de primer orden en un tramo corto y luego es de tierra y piedras. Las condiciones de la vía sí permite el tránsito de vehículos bajos, sin embargo es mejor utilizar un vehículo todo terreno. Esta vía es la más usada para llegar a la comunidad y está orientada a los visitantes de la sierra norte.

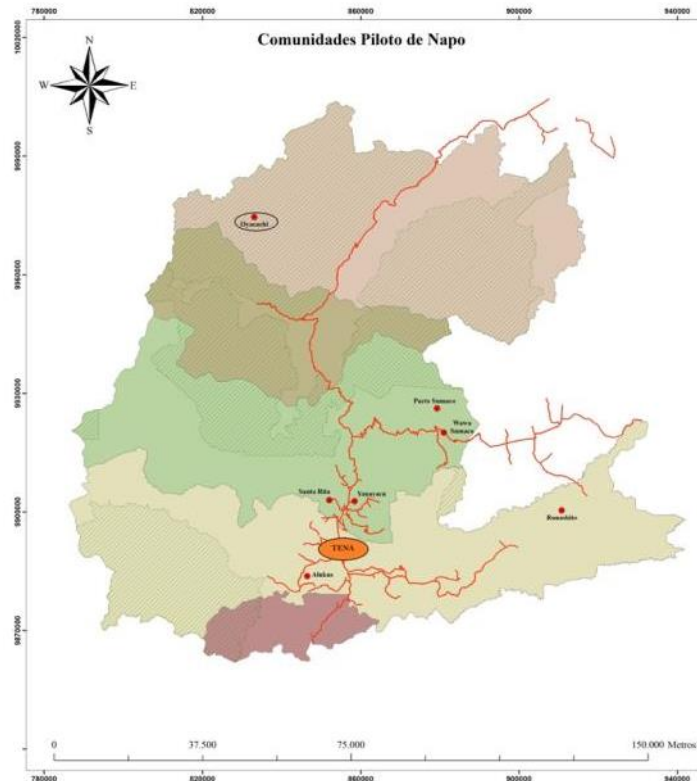
En ambas vías, el tiempo promedio en auto particular para llegar a la comunidad de Oyacachi es de 2 horas y media.

Imagen No.1. Puntos GPS y altitud de Oyacachi



Fuente: Equipo consultor, 2016

Imagen No. 2. Mapa de la Provincia, Ubicación de Tena y Oyacachi



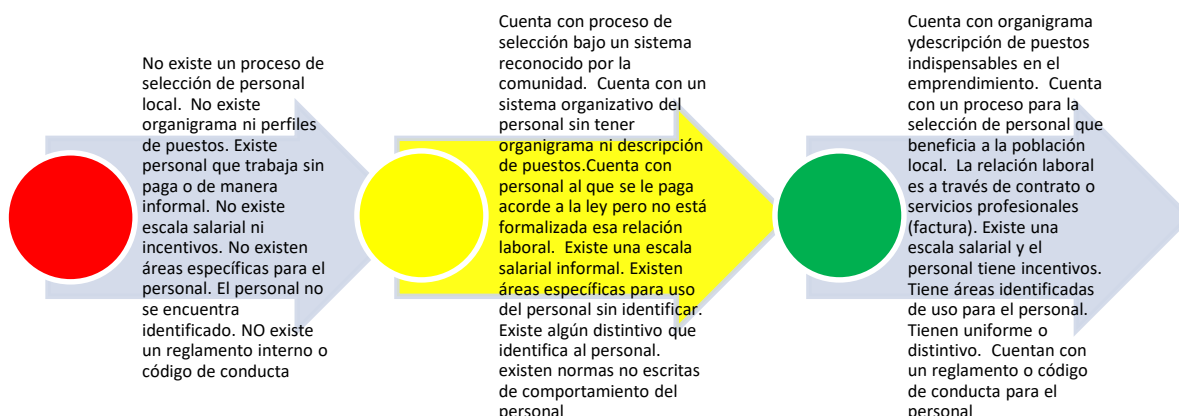
Fuente: Equipo consultor, 2016

La comunidad de Oyacachi cuenta con energía eléctrica con cobertura en toda la comunidad, sin embargo los demás servicios básicos son aún deficientes, por ejemplo el agua es entubada, y no cuentan con alcantarillado.

Cuentan con servicios de salud pública y acceso a internet. La cobertura teléfono móvil es nula, actualmente solo tienen cobertura de telefonía convencional.

La comunidad no cuenta con transporte público, por lo que la comunidad cuenta con un bus del año 2012 con capacidad para 42 pax y da servicio a la comunidad los días lunes, miércoles y viernes desde Oyacachi hacia Cayambe y viceversa, con el fin de que la gente de la comunidad pueda hacer trámites legales, pueda abastecerse de productos o salga con sus productos a la venta. El bus de la comunidad también aporta en turismo todos los domingos sale a las 08h00 del parque central de Cayambe con dirección a Oyacachi y regresa con esos turistas a las 14h00 y los deja en el mismo punto de encuentro. Si bien la comunidad ha visto la manera de dar y proveerse del servicio de transporte, es importante destacar que esto limita la movilidad de comuneros y de turistas hacia la comunidad.

1.3. Recursos humanos

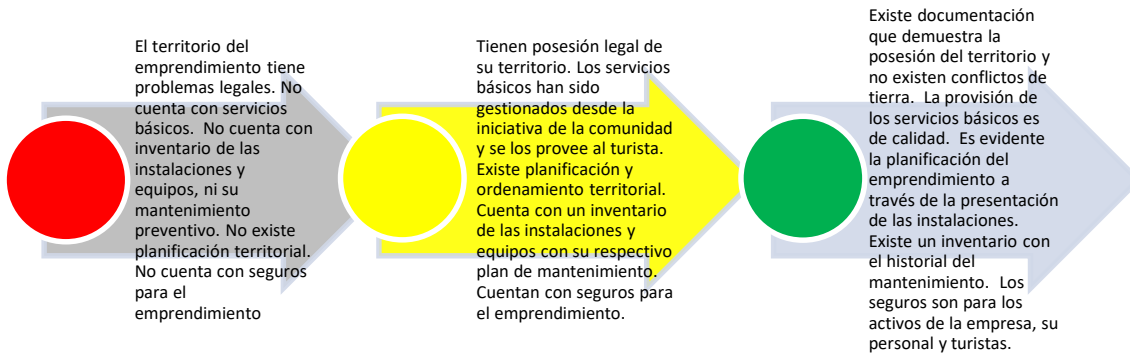


El emprendimiento no cuenta con un organigrama administrativo-operativo y tampoco cuenta con un análisis que le permita conocer cuáles son los cargos ni perfil de profesionales que se requiere para el buen funcionamiento del emprendimiento comunitario.

El emprendimiento cuenta 6 personas que trabajan dentro de las termas en el área de mantenimiento, a la cual se suma la contadora, a este personal se les considera como colaboradores tiempo completo, que reciben un salario básico más bonificaciones de manera mensual, pero no cuentan con contrato en relación de dependencia.

Es importante mencionar que todas estas personas reciben el dinero en efectivo al final de su trabajo, sin embargo no entregan ningún documento transaccional (factura), lo que dificulta la gestión contable de la comunidad.

1.4. Recursos físicos



Oyacachi cuenta con instalaciones e infraestructura para la prestación de los servicios de recreación, alojamiento y alimentación.

La comunidad de Oyacachi cuenta con 4 tipos de instalaciones relacionadas a la gestión comunitaria del turismo:

1. Aguas Termales de Oyacachi, en la cual se han instalado piscinas a diferentes temperaturas, áreas de descanso, baños y vestidores.
2. Tienda artesanal: Consiste en una construcción tipo cabaña con decoración local en cuyo interior, artesanos de la comunidad comercializan sus artesanías.
3. Comedores comunitarios: Existen 10 comedores comunitarios, cada comedor tiene entre 2 a 4 socios, quienes se turnan para mantener el servicio.
4. Alojamiento en familias: Existen 5 familias dedicadas al alojamiento en familias y la comunidad tienen una capacidad de 60 a 70 plazas por noche.

Foto No. 2. Comedores comunitarios



Foto No. 3. Centro de información



Fuente: Equipo consultor, 2016

Foto No. 4. Alojamiento comunitario



Foto No. 5. Almacén de artesanías

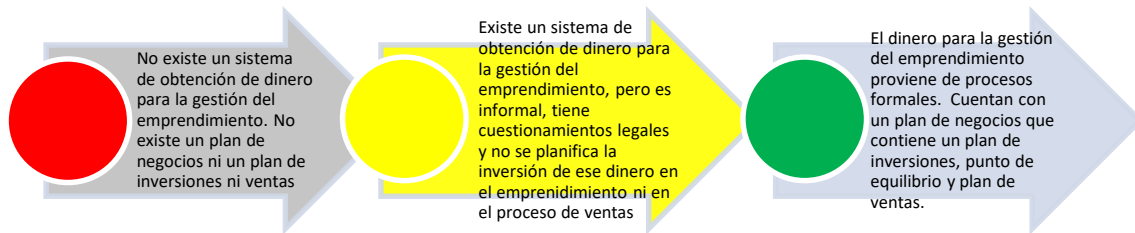


Fuente: Equipo consultor, 2016

La señalización desde Cayambe y desde Papallacta, es deficiente, no se cuenta con señalización visible o señalética que permita a los turistas llegar y salir a Oyacachi con seguridad.

Dentro de la comunidad tampoco existe señalización o señalética que ayude a los turistas a llegar a las termas, ni identificar la tienda comunitaria de artesanías.

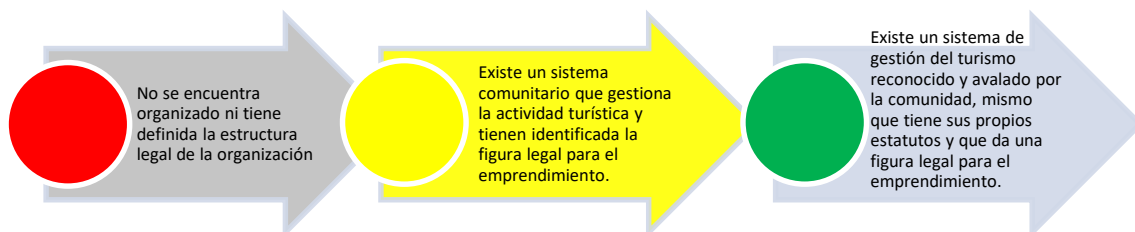
1.5. Recursos financieros



El emprendimiento turístico ha sido gestionado gracias al cobro de las entradas a las termas de Oyacachi. La recolección de ese dinero ha significado ganancias mensuales las cuales son reinvertidas en las personas de la tercera edad, la caja comunitaria, el pago del seguro social campesino y para el mantenimiento y arreglo de la vía Cangahua-Oyacachi.

El control de la recepción de dinero se lo hace a través de la emisión de boletos. El emprendimiento turístico comunitario no cuenta todavía con un plan de inversión anual de ese dinero, las decisiones se toman en Asamblea con mucho criterio pero con poca base técnica. Se cree necesario que el emprendimiento desarrolle un plan de inversiones y un plan de ventas para cada año, con el fin de que la comunidad no se conforme con lo que tiene en el momento sino que busque generar flujos constantes de turistas con mejor perfil de gasto y con mayor conciencia hacia lo social y natural.

1.6. Organización local



El emprendimiento comunitario como tal se denomina: “Centro de Turismo Comunitario Oyacachi”.

En 1996 inició el turismo en la comunidad con el complejo termal, el cual era solo para los pobladores. Dado que la comunidad se encontraba dentro de lo que esa época se denominaba Reserva Ecológica Cayambe-Coca, hoy Parque Nacional, CARE internacional colaboró en la

comunidad en actividades educacionales y ambientales para la conservación del oso andino y del cóndor.

En el año 2000 Ecociencia desarrolló actividades de investigación sobre temas ambientales y socio culturales. En el año 2002, Ecociencia junto a TNC apoyaron en la conformación del comité de turismo comunitario y les brindaron formación en guianza, gastronomía, senderización y señalización.

En el año 2009 la comunidad se legalizó ante el CODENPE. En el año 2015 recibieron un aproximado de 40.000 turistas que generaron ingresos por un valor aproximado de \$118.000 dólares americanos.

Foto No.6 . Principal atractivo turístico de Oyacachi



Fuente: Equipo consultor, 2016

La comunidad cuenta con su líder comunitario que es el Presidente de la comunidad, actualmente ocupa ese cargo el Sr. Mauricio Parión. El representante del emprendimiento turístico comunitario es el Sr. Héctor Parión.

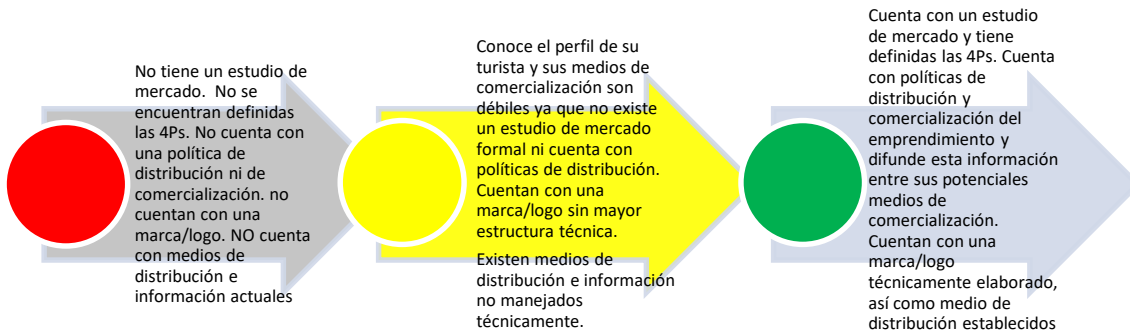
La comunidad de Oyacachi, ha recibido por varios años el apoyo de varios organismos, entre los que consta: FONAG, Samiri, PPD-ONU, GEF, Embajada del Reino Unido. Sin embargo actualmente la comunidad no cuenta con el apoyo de instituciones públicas o privadas. Consideran al proyecto GEF Napo como la única institución que en este momento se encuentra presente en la comunidad.

Foto No. 7 Apoyo externo a la comunidad



Fuente: Equipo consultor, 2016

1.7. Mercado



El emprendimiento turístico comunitario se ha ido desarrollando sin planificación administrativa ni comercial alguna.

La comunidad actualmente no tiene relación comercial con operadora turística alguna para la gestión del turismo en Oyacachi.

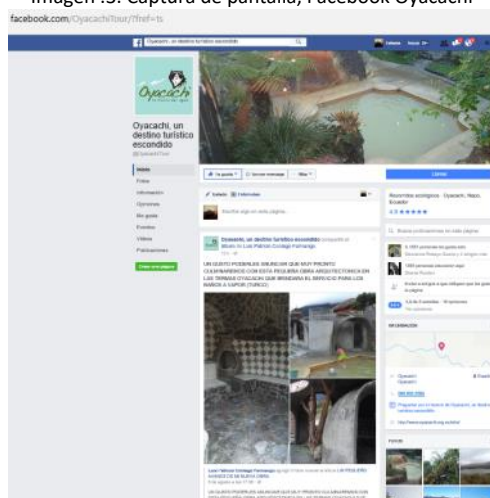
No pertenecen a ninguna red de turismo. La diversa oferta de servicios como: piscinas, restaurantes, parqueaderos, artesanías y guías hacia el bosque, lo convierte en un destino consolidado y con potencial de crecimiento productivo. De igual manera la oferta de alojamiento en casas de familia complementa los servicios mencionados.

La trayectoria con más de 10 años ha permitido posicionarse como un destino conocido tanto por agentes comerciales de turismo como por personas residentes en Ecuador.

Cuentan con una logo del CTC y un slogan el cual es usado en su vestimenta y medios de comercialización.

La comunidad hace promoción del emprendimiento turístico a través de redes sociales, principalmente Facebook, a través del link: <https://www.facebook.com/OyacachiTour/?fref=ts>. La información que consta en esta plataforma cuenta con textos y fotografías de buena calidad. Es necesario que la comunidad revise qué otros sitios se encuentran promocionando Oyacachi, con el fin de dar de baja y contar con una única plataforma virtual de información y promoción turística.

Imagen .3. Captura de pantalla, Facebook Oyacachi



Fuente: Oyacachi, 2016. Página de Facebook

El turismo en Oyacachi ha ido en crecimiento, a pesar no tener estadísticas, los dirigentes pueden afirmar que los ingresos económicos que reciben por este concepto ha ido mejorando, por ejemplo en el año 2013 recibieron aproximadamente \$45.000 mientras que el año 2014 recibieron \$80.000. el año 2015 cerraron con \$118.000.

Los turistas llegan a Oyacachi principalmente los días Jueves, Viernes, Sábado y Domingo, por lo general los días más bajos son los días lunes, martes y miércoles. El tipo de turista que llega a la comunidad de manera individual es de 20 a 40 años de edad, mientras que en grupos llegan familias y personas de la tercera edad.

Un 95% de sus turistas son nacionales y tan solo el 5% son extranjeros.

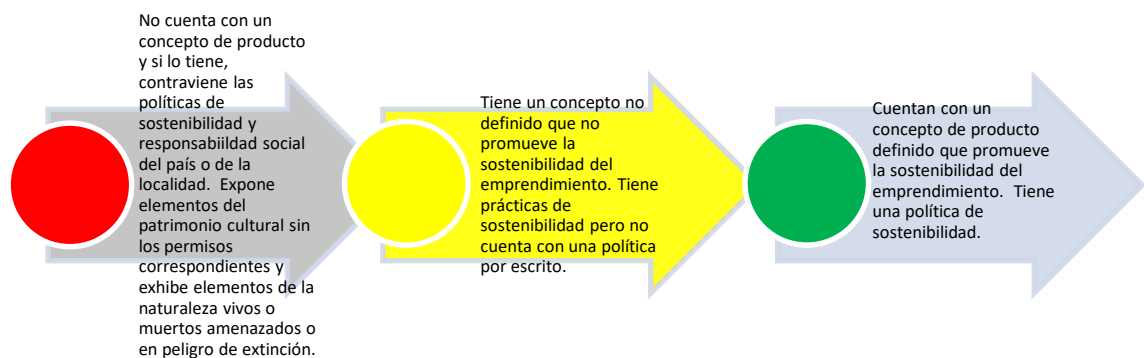
Actualmente consideran necesario desarrollar eventos deportivos para la promoción de la comunidad (maratón u otras pruebas deportivas).

Aunque es un destino consolidado, es preciso dar mantenimiento a los mercados ganados debido a las diversas ofertas con productos similares (pero ninguno igual) en la zona de Papallacta. El mercado nacional es una prioridad en todos sus segmentos (estudiantes, familias, grupos organizados turísticos e incluso corporativos). El mercado internacional es de oportunidad para segmentos específicos que buscan destinos de naturaleza.

Eslabón 2: Diseño del Producto



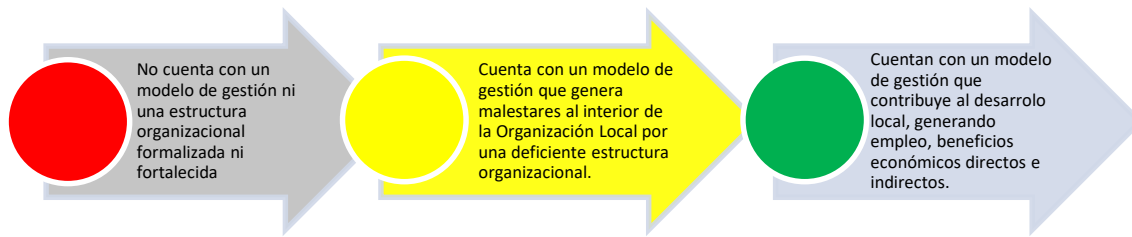
2.1. Concepto del producto turístico comunitario



El concepto del emprendimiento turístico comunitario de Oyacachi, está orientado netamente al disfrute de la naturaleza, principalmente del recurso agua y senderos naturales hacia el bosque primario donde habita el oso andino, especie de fauna característica de esta población.

Si bien el enfoque de la comunidad es comunitario orientado a la naturaleza, existen procesos de la comunidad donde no se aprecia la gestión comunitaria, por ejemplo la competencia desleal de ciertos pobladores que buscando su beneficio individual brindan servicios a menor costo y recurriendo al sistema de enganche tanto para restaurantes como para los servicios de alojamiento.

2.2. Estructura organizacional



La comunidad de Oyacachi cuenta con un modelo de gestión que se describe a continuación:

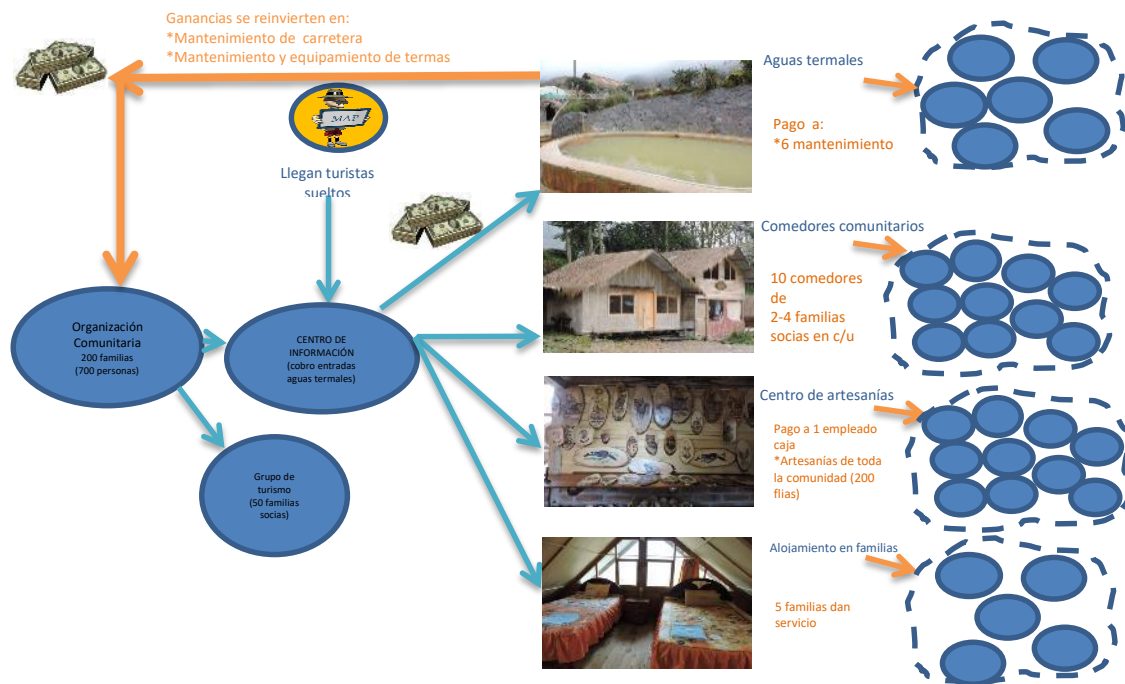
La comunidad ha designado por Asamblea a un grupo de personas de la comunidad para que se encargue de la gestión del turismo, 50 familias son socias de la actividad turística, sus edades fluctúan entre 18 y 70 años. Sin embargo hay que destacar que el grupo de turismo se encarga netamente de la promoción turística y la generación de alianzas, puesto que el grupo no tiene a su cargo ni las termas, ni el almacén de artesanías, ni de los comedores. Las termas y el almacén de artesanías les pertenece a toda la comunidad. Los comedores les pertenece a las 2 a 4 familias que se asociaron y que se turnan para atender todos los días a los turistas que llegan a Oyacachi, motivados por las aguas termales, al igual que las 5 familias que brindan el servicio de alojamiento en familias.

Para las familias que trabajan en alojamiento en familias, el turismo representa el 10% de sus ingresos familiares, mientras que, para las familias que trabajan en los comedores, el turismo representa el 75% de sus ingresos, complementado con la crianza de animales menores (pollos y cuyes)

El dinero que la comunidad recauda por concepto de turismo proviene netamente de las entradas a las termas. El dinero recaudado por el almacén de artesanías, los comedores y el alojamiento en familias es directo para las familias involucradas. En algún momento la comunidad comunicó a las familias de los comedores, artesanías y alojamiento, que un porcentaje de sus ventas deberían ser entregadas a la comunidad, pero dada la situación económica del país, todavía no han podido ejecutar este acuerdo.

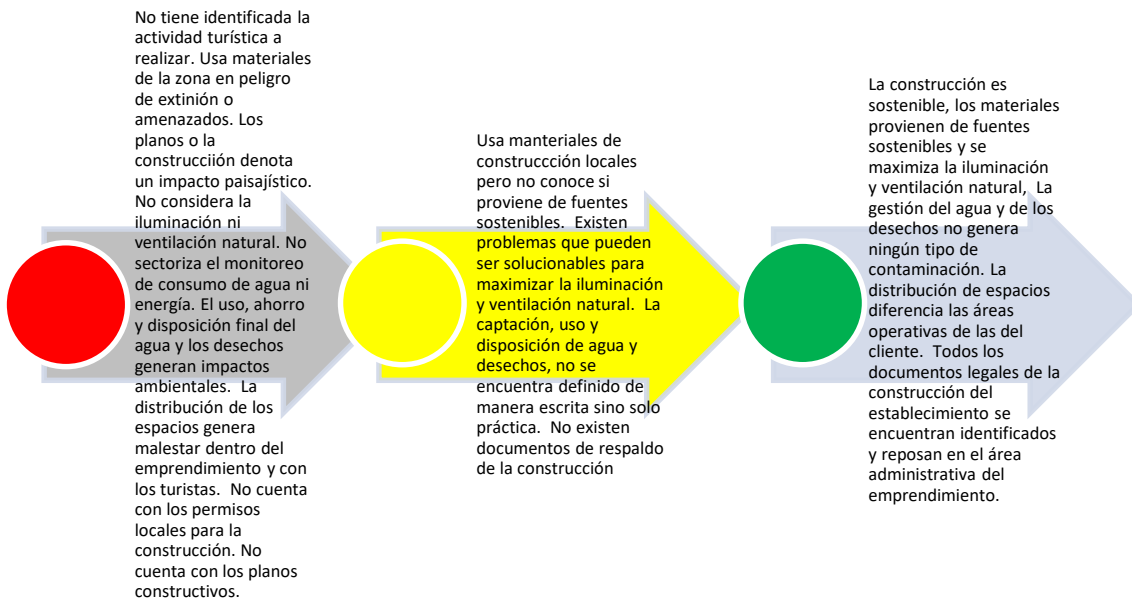
Una representación gráfica del modelo es:

Gráfico 1. Modelo de gestión del turismo comunitario en Oyacachi



Fuente: Equipo consultor, 2016

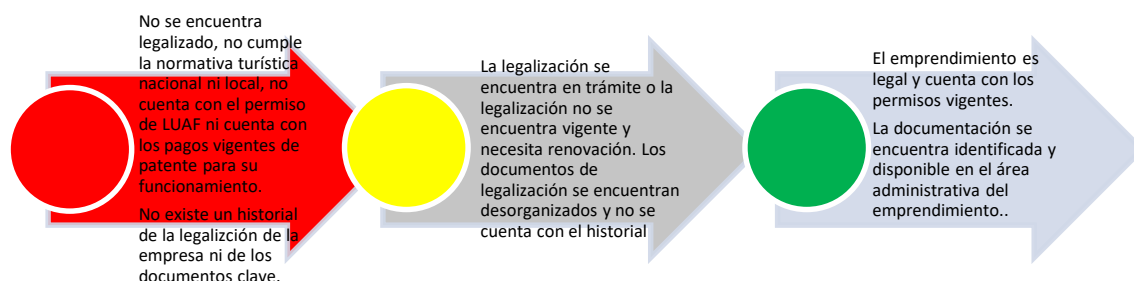
2.3. Construcción



Oyacachi ejerce las actividades turísticas de alojamiento, alimentación, recreación y guía turística, complementado con el tema artesanal, para lo cual con apoyo de la cooperación internacional y por gestión de la misma comunidad se han construido cabañas que guardan armonía con el paisaje natural.

Se hace necesario revisar las condiciones de los sistemas de tratamiento y disposición final de las aguas residuales, con el fin de garantizar un comportamiento responsable de la comunidad con su entorno natural.

2.4. Legalización

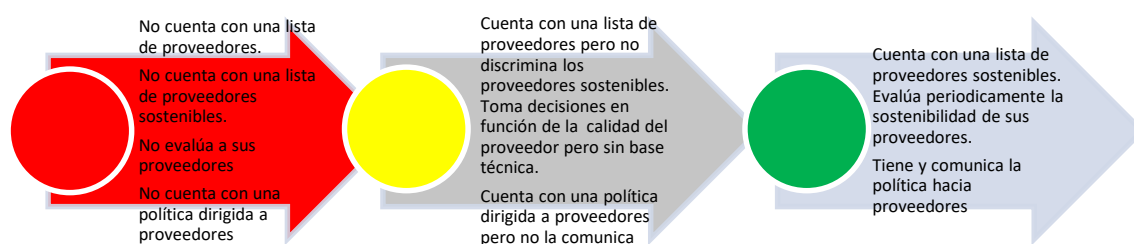


El emprendimiento de turismo comunitario Oyacachi no se encuentra legalizado como Centro de Turismo Comunitario, ni reconocido ni registrado en el Ministerio de Turismo como autoridad nacional.

Es importante mencionar que el CODENPE los ha reconocido como Centro de Turismo Comunitario, sin que esto sea legal pues no es la autoridad turística nacional. Dada esta situación, la comunidad debe legalizar su situación ante el Ministerio de Turismo y también ante el Ministerio del Ambiente, al ser parte del Parque Nacional Cayambe Coca.

La comunidad cuenta con un RUC de la comunidad y a través de este se emiten facturas cuando son solicitadas por los turistas.

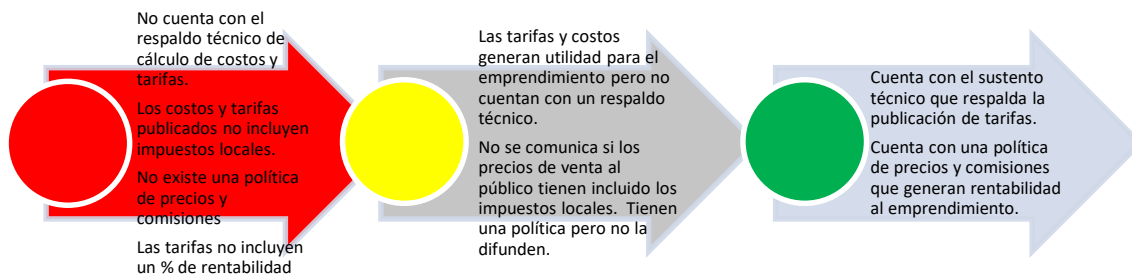
2.5. Proveedores



El emprendimiento no cuenta con una lista de proveedores de insumos y productos para la prestación de los servicios turísticos que oferta; tampoco cuentan con una lista de proveedores sostenibles ni los evalúan como proveedores ni su nivel de sostenibilidad.

El emprendimiento tiene pendiente realizar una política del emprendimiento dirigida a proveedores de servicios, productos o insumos.

2.6. Costos y tarifas



Los valores de entrada al emprendimiento no cuentan con un sustento técnico basado en los costos mensuales, estos valores son establecidos por Asamblea y a pesar de que no cuenta con un sustento, ha resultado beneficioso para la comunidad, puesto que existen remanentes que les permiten dar mantenimiento a las áreas comunitarias del emprendimiento turístico.

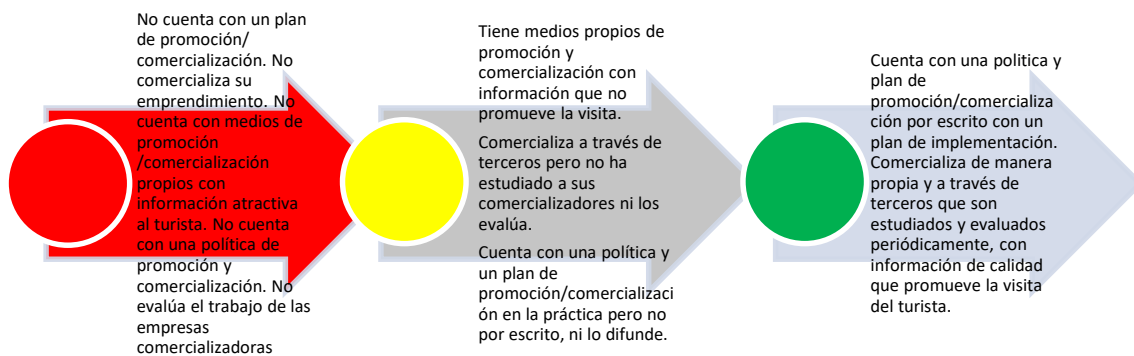
Los precios de venta al público de las artesanías, de la noche de alojamiento por persona, de la entrada a las termas tanto como de los platos típicos que se expenden en los comedores comunitarios, carecen del sustento técnico que les permita mejorar su utilidad, la cual es mínima en la actualidad y no valora la mano de obra, caso contrario sería negativo, es decir en ocasiones donde no venden en volumen, existen pérdidas.

Eslabón 3: Promoción / Comercialización



La comunidad de Oyacachi no cuenta con procesos formales de promoción ni comercialización, como se señaló anteriormente, su promoción se basa en el boca en boca, además del uso de plataformas sociales como el Facebook, donde las fotografías e información si bien tienen un manejo técnico, pueden ser mejor manejados para provocar la visita de potenciales turistas.

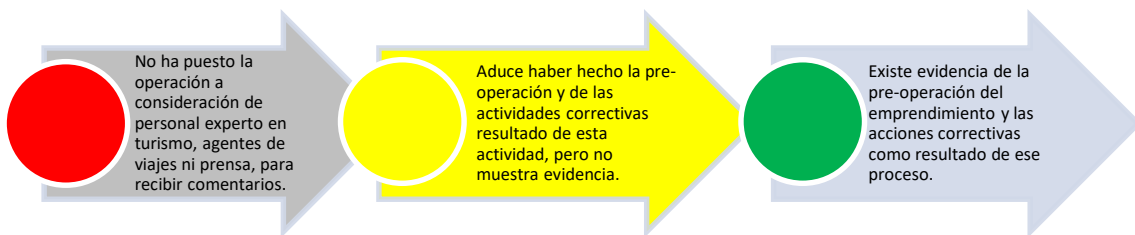
Este emprendimiento no cuenta con agencias de viajes que los vendan. Han tenido temor de negociar con ellas, no conocen bien sobre los procesos de negociación y consideran que para no tener un distribuidor o comercializador de su producto, les ha ido bien en la gestión turística y de todas maneras se han generado réditos económicos que les ha permitido hacer mejoras en su comunidad y generar empleo.



Eslabón 4: Pre operación



Este eslabón de la cadena de valor, sí ha sido realizada por la comunidad en todos los servicios que actualmente oferta; lo han hecho en el pasado, de la mano de la cooperación internacional y de la academia; sin embargo no cuentan con las evidencias necesarias para definir que esta buena práctica ha sido realizada y evaluada por la comunidad en cada uno de sus servicios ofertados.



Eslabón 5: Operación / Prestación del servicio



La comunidad no cuenta con un manual de operaciones que es el documento base de la operación turística donde se encuentran los procesos y/o protocolos para cada una de las

áreas de trabajo involucradas en la actividad turística, así como los protocolos para el mantenimiento de las instalaciones, equipamiento y facilidades turísticas.

El emprendimiento no genera estadísticas que aporten a la toma de decisiones para la mejora del emprendimiento. No existe monitoreo de la operación de las instalaciones, ni existe una evaluación de los servicios prestados, por lo que la comunidad sigue operando en función del dinero que genera el emprendimiento mas no de generar un producto de calidad.

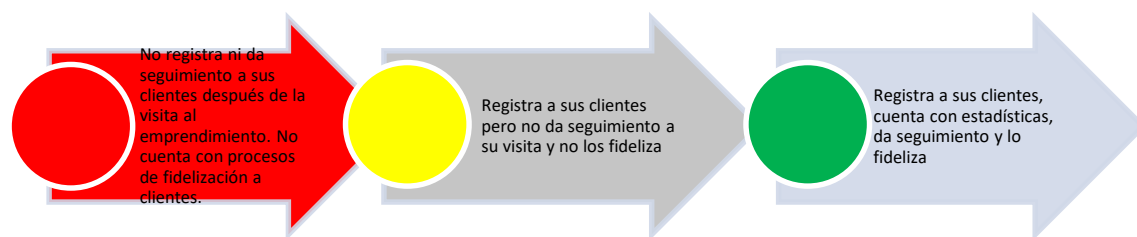
El personal trabaja bajo un sistema informal que puede poner en problemas a la comunidad, por lo que es urgente legalizar el emprendimiento y al personal que forma parte del mismo.



Eslabón 6: Pos venta y mejora continua



El emprendimiento turístico no cuenta con un sistema de pos venta y de mejora continua, ya que no existen procesos implementados al interior de la comunidad y su modelo de gestión.



A. Principales necesidades de la comunidad y plan de inversión

Durante las visitas a la comunidad , se identificaron las siguientes necesidades, que pueden ser solventadas por cualquier actor interesado en el desarrollo turístico de la comunidad:

Necesidad identificada	Prioridad			Rango tentativo de inversión				Plazo de cumplimiento			Línea base	Indicador de cumplimiento	Meta de cumplimiento
	1	2	3	\$0- \$1.000	\$1.001- \$5.000	\$5.001- \$10.000	+\$10.000	Corto 6 meses	Mediano 12 meses	Largo +12 meses			
APOYO JURÍDICO ESPECIALIZADO													
Cumplimiento de requisitos para la legalización del emprendimiento turístico ante el Ministerio de Turismo	X				X			X			0%	% de avance en el proceso de legalización	100%
APOYO TÉCNICO GENERAL													
Ajuste del modelo organizacional y estructura, definición del producto y procesos		X			X			X			1 Modelo organizacional existente y analizado	1 Modelo organizacional propuesto, puesto a discusión y análisis de la comunidad	1 Modelo organizacional aprobado en Asamblea
Ajuste de la definición del producto		X						X			1 producto existente analizado	1 producto propuesto, puesto a disposición y análisis de la comunidad	1 Producto turístico reestructurado y aprobado en Asamblea
Definición de precios de productos, servicios y paquetes.		X			X			X			1 Listado de precios actual	1 propuesta de precios calculados de manera técnica	1 Listado de precios propuesta y aprobado en Asamblea
Establecimiento de políticas, protocolos y procesos para la gestión turística (internos y externos).		X			X			X			No existen políticas, protocolos ni procesos para la gestión turística	1 propuesta de políticas, protocolos y procesos	1 listado de políticas, protocolos y procesos para la gestión turística aprobados en Asamblea.
Generación de estadísticas del emprendimiento turístico para la toma de decisiones.			X		X				X		0 estadísticas del emprendimiento o turístico	Listado de estadísticas generadas mensualmente dentro del emprendimiento para la toma de decisiones	# de decisiones tomadas sobre la base de las estadísticas generadas.
Definición de la carga aceptable de visitantes (CAV) por cada sitio turístico del emprendimiento.	X						X	X			# visitantes sin CAV	Variación del número de visitantes	# de visitantes en función de la CAV

Necesidad identificada	Prioridad			Rango tentativo de inversión				Plazo de cumplimiento			Línea base	Indicador de cumplimiento	Meta de cumplimiento
	1	2	3	\$0-\$1.000	\$1.001-\$5.000	\$5.001-\$10.000	+\$10.000	Corto 6 meses	Mediano 12 meses	Largo +12 meses			
Identificación de comercializadores y distribuidores de turismo a nivel cantonal, provincial y nacional adaptado al tipo de producto comunitario.		X			X			X			0 comercializadores/distribuidores identificados	# comercializadores/distribuidores identificados	50% de comercializadores / distribuidores identificados, cuentan con un acuerdo comercial con la comunidad
Otorgamiento de certificado de capacitación por 40 horas	X			X				X			0 certificados de capacitación por 40 horas	# certificados de capacitación en temas turísticos por 40 horas	1 certificado de capacitación por 40 horas que sirve como requisito para la legalización del CTC.
Acompañamiento en la identificación de los activos fijos del emprendimiento para el pago del impuesto del 1x1000	X			X				X			0 activos fijos identificados para la legalización del emprendimiento	# de activos fijos existentes y seleccionados	# activos fijos identificados e ingresados en el proceso de legalización del CTC para el pago del 1x1000
APOYO TÉCNICO ESPECÍFICO													
Estudio de riesgos y reorganización del espacio turístico.	X					X				X	No existe planificación territorial del espacio comunitario	# documentos técnicos que aportan a la planificación territorial	1 propuesta de Planificación territorial del espacio turístico aprobada por la Asamblea.
Estudio de mercado para los emprendimientos turísticos comunitarios del proyecto GEF Napo de manera general y específica	X					X		X			No existe un estudio de mercado	1 documento de estudio de mercado producido	1 propuesta de estudio de mercado analizado con los socios del emprendimiento.

Necesidad identificada	Prioridad			Rango tentativo de inversión				Plazo de cumplimiento			Línea base	Indicador de cumplimiento	Meta de cumplimiento
	1	2	3	\$0- \$1.000	\$1.001- \$5.000	\$5.001- \$10.000	+\$10.000	Corto 6 meses	Mediano 12 meses	Largo +12 meses			
Implementación de procesos tributarios y contables y sistemas de monitoreo y cumplimiento.		X			X				X		No existen procesos tributarios ni contables	# de procesos tributarios y contables necesarios para la gestión del emprendimiento vs. # de procesos tributarios y contables generados	# de procesos tributarios y contables implementados en el emprendimiento turístico.
Capacitación en negociación del producto turístico (comisiones) y liderazgo.		X				X		X			0 personas con destrezas en la temática	# de personas capacitadas en la temática	# de personas del emprendimiento capacitadas vs el total de personas que trabaja en el emprendimiento
Capacitación y acompañamiento en el uso de las redes sociales para la promoción del emprendimiento.		X			X				X				
Capacitación y acompañamiento en la gestión de riesgos y seguridad específica para la comunidad donde se emplaza el proyecto turístico.	X				X			X					
Asesoría para una correcta manipulación de alimentos.		X			X				X				
Acompañamiento en la diversificación de productos gastronómicos creación de recetas, identificación de costos y definición de precios de venta al público.	X					X			X				
Elaboración de recetario con productos locales	X					X			X		No existe recetario con productos locales	# recetas producidas por la comunidad	1 recetario de productos locales.
Creación de un logo institucional para uso como distintivo del emprendimiento comunitario y en los negocios familiares, así como en la promoción.	X				X			X			Existen dos logos institucionales, ninguno posicionado en el mercado	# propuestas de logo institucional puestas en análisis de la comunidad	1 logo institucional aprobado en Asamblea

Necesidad Identificada	Prioridad			Rango tentativo de inversión				Plazo de cumplimiento			Línea base	Indicador de cumplimiento	Meta de cumplimiento
	1	2	3	\$0- \$1.000	\$1.001- \$5.000	\$5.001- \$10.000	+\$10.000	Corto 6 meses	Mediano 12 meses	Largo +12 meses			
IINVERSIONES													
Radios de comunicación interna	X						X	X			No existen mecanismos internos de comunicación, ante cualquier emergencia hay que esperar a los responsables en la oficina de turismo.	# medios de comunicación incorporados para la gestión del emprendimiento	Al menos 1 medio de comunicación (radio) incorporada y funcionando
Revisión de la estabilidad del suelo y de las instalaciones ya levantadas	X						X	X			2 de instalaciones con daños estructurales por inestabilidad de suelo	Decremento del número de instalaciones con daños estructurales por inestabilidad del suelo	0 instalaciones con daños estructurales por inestabilidad del suelo
Revisión y adecuación de sistemas de tratamiento de agua a través de pozos sépticos para evitar la contaminación de los ríos	X						X	X			1 pozo séptico con fallas en su funcionamiento	# de pozos sépticos incorporados para la no contaminación de ríos y suelo	1 pozo séptico funcionando por cada instalación o grupo de instalaciones.
Revisión de baños y reorganización de la disposición de las instalaciones ya levantadas con dispositivos de ahorro de agua y energía	X						X	X			1 baño con 2 inodoros en malas condiciones funcionando	# de baños ubicados en la operación	Al menos 1 baño con 2 inodoros por área operativa
Elaboración de alternativas de visita (paquetes) hacia el bosque para la reactivación económica del grupo de turismo (guías y alojamiento en familias)		X		X					X		# senderos con riesgo para visitantes	% senderos habilitados sin riesgo para visitantes	100% de senderos habilitados
Señalización desde Cangahua hacia el emprendimiento turístico y viceversa	X				X			X			No existe señalización que oriente la entrada ni salida de los	# letreros con información del emprendimiento	Al menos 6 letreros habilitados en sitios estratégicos de la ruta hacia y desde Oyacachi.

											turistas		
Señalización interna en la comunidad para la ubicación de sitios de alojamiento turístico en familias, tienda de artesanías, comedores comunitarios, así como áreas de riesgo o donde se den instrucciones al turista, sobretodo relacionadas a la necesidad de que cualquier excursión debe estar acompañado o dirigida por un guía de la localidad.	X				X				X		No existe señalización hacia los diferentes sitios turísticos al interior de Oyacachi	# letreros y calidad de la información	Al menos 3 letreros habilitados al interior de la comunidad donde se ubiquen los sitios de visita dentro de la comunidad.
Reorganización de la página de Facebook del emprendimiento (calidad de información y de fotografías, monitoreo de visitas y respuesta a visitantes)		X		X					X		1 página de Facebook existente con potencial de impacto turístico	Calidad de la información visual y escrita	1 página de Facebook manejada con enfoque turístico
Incorporación de distintivo del emprendimiento en la gestión operativa.		X			X				X		Personal sin identificación del emprendimiento	1 Marca/logo como sistema de identificación del emprendimiento	Personal identificado y con distintivo del emprendimiento

B. Bibliografía

- ✓ MINTUR, ASEC, 2002. Norma técnica de ecoturismo. Quito, Ecuador.
- ✓ TourCert, 2014. Criterios para la certificación TourCert en Ecuador, Quito, Ecuador
- ✓ Rainforest Alliance, SNV, 2006. Guía de buenas prácticas de turismo sostenible para comunidades de Latinoamérica, Quito.
- ✓ USAID-ICAA-Rainforest Alliance, 2012. Guía para una gestión empresarial sostenible, Quito.