

3^o informe



Identificación y análisis de cadenas de valor de ecoturismo en la Región Amazonas, que oriente a una propuesta de la ruta de naturaleza y aves, en el marco del Biocomercio

Informe con la definición de estrategias de intervención que apoyen el desarrollo de las cadenas de valor seleccionadas bajo los principios del programa de Biocomercio y criterios de Ecoturismo

Visión estratégica del desarrollo de las cadenas de valor seleccionadas, integradas a las rutas definidas y articuladas a la propuesta de la *Zona Turística Noramazonica*.

Marco teórico:

Formular una estrategia para desarrollar una cadena de valor siempre tiene dos dimensiones. La primera se refiere a lo que los actores de la cadena deben hacer para volverse más competitivos y para generar mayor valor agregado en el futuro. La mejora conjunta de la cadena de valor a cargo de las empresas privadas y sus asociaciones (operadores) será llamada “mejoramiento (upgrading) de la cadena de valor”¹

La segunda dimensión de la estrategia se refiere al rol de los facilitadores externos, o sea las agencias gubernamentales, agencias de desarrollo y ONGs que ejecuten un programa de desarrollo económico. Los facilitadores externos no se involucran directamente en el mejoramiento, sino que facilitan el mejoramiento y brindan asistencia, sin convertirse en actores de la cadena. Esta actividad es llamada “fomento de la cadena de valor”, y se refiere, lógicamente, a la estrategia de upgrading que persiguen los operadores.

A partir de esta diferencia, hablamos de dos tipos de estrategias: una estrategia de mejoramiento (upgrading) y una estrategia de fomento.

Por consiguiente, formular una *estrategia de mejoramiento* (upgrading) precede a la formulación de una *estrategia de fomento*. No obstante, las agencias para el desarrollo pueden y deberían desempeñar un rol facilitador en la búsqueda de una visión y una estrategia promisorias de mejoramiento.

La creación de una estrategia de mejoramiento (upgrading) de la cadena implica una secuencia de pasos: comienza con definir la perspectiva para la cadena de valor en general – **la visión de desarrollo de la cadena de valor a futuro** –. A la luz de esa visión, el segundo paso será examinar las restricciones y las oportunidades. Además, la visión es operacionalizada para llegar a los objetivos. Es importante establecer un programa concreto de acción que especifique los campos de acción y los actores de la cadena, responsables de la implementación.

¹ Manual del ValueLinks módulo 3.

Visión para la Cadena de Valor de Aviturismo en Amazonas

Cadena de valor de Aviturismo de Amazonas altamente competitiva, cumpliendo los P&C del Biocomercio y ecoturismo, donde la Sub Ruta de Aves de Amazonas este integrada en la Ruta de Aves del Norte de Perú, siendo conocida internacionalmente como un destino de calidad mundial para el Aviturismo, con una oferta competitiva, que capte este segmento específico y otros relacionados de importancia del mercado a nivel nacional e internacional, asimismo apoye los esfuerzos de conservación y de generación de ingresos económicos a las comunidades locales, promoviendo el respeto a las culturas locales y fomente la equidad de género.

Visión para la cadena de valor de turismo de trekking en la zona de Leymebamba

“La zona de Leymebamba es reconocida al nivel internacional como el mejor destino para hacer turismo de trekking en los bosques montanos de los Andes, por sus rutas variadas que muestran una flora y fauna única, con especies iconos de los Andes y los bosques montanos, sus sitios arqueológicos únicos, sus paisajes prístinas y de gran belleza, el espíritu de aventura, autenticidad y descubrimiento, su población hospitalaria, que respeta la naturaleza y la cultura ancestral, sus áreas de conservación y otras medidas de conservación apoyados por la población.

La oferta de turismo de trekking es de excelente calidad en servicios y cumple con los principios y criterios de ecoturismo y Biocomercio, contribuyendo a la conservación de los recursos naturales y culturales, al desarrollo local de la población rural con bajos recursos en una manera equitativa y significativa y fomentando equidad de género.

Leymebamba es una parada obligatoria para todos los turistas de naturaleza en la ruta Noramazonica, entre Chachapoyas y Cajamarca.

Identificación de fortalezas, análisis de oportunidades y limitaciones de las cadenas de valor seleccionadas, articuladas a la propuesta de la *Zona Turística Noramazonica*

Las fortalezas, oportunidades y limitaciones de las cadenas de valor seleccionadas, han sido extensamente descritas anteriormente en la segunda parte del informe de la presente consultoría. Por lo que pasaremos a dar paso a la siguiente sección referida a las estrategias de intervención.

Estrategias de intervención basadas en los criterios de sostenibilidad turística, considerando sociabilización y gradual implementación de los P&C de Biocomercio para las cadenas de valor seleccionadas, priorizando las oportunidades de participación de comunidades, empresarios, gobiernos locales, gobiernos regionales, gobierno nacional y cooperación técnica nacional e internacional.

A lo largo de este documento incidimos en la necesidad de convertir al aviturismo en Amazonas en una actividad sostenible, que garantice la conservación de los ecosistemas y hábitat de las aves al mismo tiempo garanticen una distribución equitativa de beneficios a lo largo de la cadena.

Para lograr este propósito se han identificado 4 líneas estratégicas, las mismas que tienen entre sí una estrecha relación, con un enfoque holístico e integral. Estas líneas estratégicas son: Manejo y Conservación de los RRNN, diversidad biológica y cultural, Acceso al Mercado, Desarrollo de la Oferta y Políticas para el Fomento de la Cadena.

Línea Estratégica 1.- Manejo y conservación de los RRNN, diversidad biológica y cultural. Cadena de Valor Aviturismo

En Amazonas los bosques Intervenidos o deforestado cubren una superficie aproximada de 1'123,880 ha que representa el 28.28 % del área de la región. La tala indiscriminada, explotaciones agrícolas y ganaderas, construcción inadecuada de carreteras, explotaciones mineras y petroleras a gran escala, depredación de flora y fauna y el turismo desordenado, ponen en peligro a las especies, los pueblos y las culturas. Es evidente que la mayoría de actividades relacionadas con el uso de los recursos naturales no son sostenibles.

El **aviturismo** es una actividad que manejada y planificada adecuadamente se constituye en herramienta generadora de riqueza que incentive, promueva y contribuya a la conservación de los RR. NN., la diversidad biológica y cultural asimismo apunte el desarrollo sostenible.

Este mutualismo entre el turismo y la conservación puede y debe crear las condiciones necesarias para una toma de conciencia en cuanto a la importancia de las aves y la naturaleza como un mecanismo para forjar una vida humana de mejor calidad, especialmente en las poblaciones locales que es donde generalmente no se distribuyen equitativamente los recursos generados por actividades económicas.

La experiencia de ONG conservacionistas como, ECOAN, UCUMARI, INBIA, APECO, SPDA entre otras debe rescatarse y fortalecerse, con una perspectiva de trabajo conjunto de toda la cadena. Como cualquier actividad económica el aviturismo depende de que la oferta satisfaga a la demanda de modo consistente y para ello una de las condiciones básicas son la presencia de las aves, de las cuales dependen del estado de conservación de sus hábitats, es por ello que resulta lógico proteger dichos hábitats, asegurándose que las poblaciones locales participen en las actividades avituristicas y reciban los beneficios económicos correspondientes.

Es importante también el papel de los operadores, que llevan la responsabilidad de asegurar un manejo sostenible de los recursos –los hábitats, ecosistemas y las aves-, el velar por el cumplimiento de reglas de ética para el aviturismo, igualmente el cumplimiento de los P&C del Biocomercio y ecoturismo, fortalecerá la sostenibilidad de la actividad.

Línea Estratégica 1.- Manejo y conservación de los recursos naturales y culturales, Cadena de Valor Trekking

La zona de Leymebamba representa una de las aéreas más extensas y mejor conservadas de los Andes Tropicales en el norte del Perú, con una biodiversidad excepcional en cuanto a especies endémicas y amenazadas. La expansión agrícola desordenada con técnicas inadecuadas y no sostenible (tala indiscriminada, quema, depredación de flora y fauna), construcción inadecuada de carreteras, y la amenaza de explotaciones mineras a gran escala, ponen en peligro los recursos naturales, las especies y al fin el futuro de una vida sostenible en los pueblos de la zona.

Igualmente, la zona de Leymebamba alberga sitios arqueológicos que constituyen un patrimonio cultural de gran importancia, que ha sido depredado fuertemente en el pasado por la población local y visitantes con intenciones de tráfico ilícito de artefactos culturales.

El turismo de trekking es una actividad que - manejada y planificada adecuadamente bajo los P&C de Biocomercio y Ecoturismo - constituye una herramienta generadora de riqueza que incentive, promueva y contribuya a la conservación de los recursos naturales y culturales y genera beneficios económicos equitativos en el ámbito rural.

Para el éxito del turismo de trekking en la zona de Leymebamba, es de suma importancia de conservar los recursos naturales y culturales en la zona y de asegurar que las poblaciones locales participen equitativamente en las actividades ecoturísticas y reciban los beneficios económicos correspondientes. Un ejemplo: pese a la persecución de los cóndores por los ganaderos durante décadas, todavía sobreviven algunos en la zona. Para rescatar esa pequeña población de aves icóno y de gran importancia para el turismo de naturaleza, es necesario de implementar un proyecto para su conservación y protección.

Las ONGs de conservación deben seguir liderando y fortaleciendo los programas de conservación y uso sostenible de los recursos naturales y culturales de la zona.

Es importante también el papel de los tour operadores, que llevan la responsabilidad de asegurar un manejo sostenible de los recursos y velar por el cumplimiento de los P&C del Biocomercio y ecoturismo.

Línea Estratégica 2.- Acceso al Mercado

Aviturismo

La principal estrategia para acceso al mercado es la **diferenciación del producto** a partir de su calidad. Donde hay que reemplazar la política de liderazgo de costes, que implica maximizar la rentabilidad abaratando el precio del servicio turístico, por otra basada en la calidad y un producto único de especialidad, donde no vamos a tener mayor competencia, aprovechando las ventajas comparativas de poseer las fortalezas como son un elevado número de especies con interés para los avituristas (aves endémicas), la presencia de la especie bandera muy atractiva para los avituristas, como es el Colibrí Maravilloso (*Loddigesia mirabilis*), también una alta diversidad biológica y cultural, belleza paisajística, natural y cultural impresionante con la presencia de culturas vivas y grupos étnicos. Y la disponibilidad de la Sub ruta para ver aves casi todo el año, también el tema de seguridad. Se tiene que desarrollar toda una estrategia de mercado de diferenciación que permita convertir estas ventajas comparativas en ventajas competitivas.

Para ello tenemos herramientas muy poderosas como son la inteligencia comercial, que provee información sobre nichos de mercado más prometedores, sus tendencias, como efectuar la comercialización con ellos y satisfacer sus exigencias. De otro lado resulta fundamental establecer una estrategia de promoción que permita primero informar, luego atraer avituristas y posesionar como un destino de calidad avituristicista, a la ruta de aves norte y la Sub ruta Amazonas.

Inteligencia comercial en cadenas de aviturismo

Entendemos la inteligencia de mercados como un proceso de exploración de las variables indicativas del comportamiento actual y tendencial de la oferta, demanda, precios de un producto a nivel global o en nichos específicos de mercado con los consiguientes beneficios: Reduce riesgos del mercado, ayuda a la identificación de oportunidades de negocio antes o mejor que la competencia, permite anticiparse a los cambios en el mercado, mejorar el conocimiento de la competencia, también optimizar la distribución de la información dentro de la cadena y su seguridad y finalmente facilita un buen planeamiento y ejecución.

Promoción comercial en cadenas de aviturismo

La promoción de la ruta de aves norte resulta clave, se deben desarrollar mensajes claros, que comuniquen adecuadamente lo que queremos vender, hay que desarrollar un slogan que relacione a Sub ruta Amazonas con el colibrí maravilloso, como por ejemplo **"Amazonas, maravillosa y única como sus aves"**, este mensaje unido a un icono del colibrí.

Esta campaña debe estar especialmente dirigida hacia nichos específicos del mercado de observadores de aves debe ubicarse a través de los medios como: Fam trips, press trips, brochures promocionales, stands en lugares estratégicos para promocionar a la ruta y sub ruta, participación

en bird fairs, presentación y visitas a bird clubs, internet, publicación de buenos mapas de la sub ruta con información relevante a la temática de aves y otros atractivos, libros, cds, guías detalladas de la sub ruta Amazonas integrada a la ruta norte y finalmente en revistas y publicaciones especializadas.

Toda esta campaña debe tener unidad y estar enfocada en vender la ruta asociada a la especie bandera de la sub ruta el colibrí maravilloso, que es la estrella de la película. Actualmente si en el buscador más popular Google digitamos, colibrí maravilloso encontramos 21,900 sitios que tienen alguna referencia, *Loddigesia mirabilis*, aparece 2,950 veces, *The marvellous spatuletail*, solamente aparece en 1470 páginas, esta es una de las razones, por la que no tenemos actualmente muchos visitantes, siendo cierto también que el crecimiento en el número de visitantes debe ir acompañado de un crecimiento en la infraestructura y servicios locales, algo que tenemos que fortalecer si queremos avanzar.

Pensamos que la internet nos ofrece una oportunidad muy grande para promocionar la sub ruta, y a través de este medio el enfoque promocional que debe apuntar hacia los avituristas independientes. Los beneficios asociados a este enfoque son que atrae más al turismo independiente, donde habría mayor uso de los guías locales y un incremento del porcentaje de las divisas que se quedarían en las comunidades locales y el país.

Algo muy interesante es la combinación del aviturismo con el turismo cultural que es otro nuevo mercado que se está abriendo en el país. Con esta combinación, Amazonas se puede posicionar como el lugar perfecto en el mundo para tomar unas vacaciones mixtas, tanto para una persona aficionada a las aves como para un compañero de viaje que no lo es. Hay que aprovechar todo el potencial cultural que tenemos en la región, por ejemplo en la cuenca alta del río Atuen, o en Laguna de Los Cóndores, la existencia de monumentos arqueológicos, tan espectaculares posibilitan ampliar el mercado hacia nuevos clientes.

También es necesario promocionar este tipo de turismo a nivel nacional, este es un sector que va creciendo, si bien es cierto no tiene el mismo poder adquisitivo que el turista extranjero, no nos olvidemos que un gran porcentaje de los visitantes son de origen nacional, se debe diseñar paquetes especiales para ellos.

Finalmente resulta conveniente la promoción de la sub ruta integrada a la ruta de aves del norte de Perú a todo nivel, como destino ideal de observación de aves²; sistemáticamente, esto nos colocará en el universo de la observación de aves y en un corto o mediano plazo (dependiendo de la inversión y de los esfuerzos que hagamos).

Cadenas de Valor trekkings,

La estrategia fundamental para acceso al mercado es la **diferenciación del producto** a partir de su calidad, debemos promover las ventajas comparativas de la zona para el turismo de

² Por la cantidad de aves que pueden ser vistas en un espacio geográfico reducido (1,200), sus numerosos endemismos y especies clave para los avituristas.

trekking, que son: la combinación de la biodiversidad y la gran extensión de los bosques montanos, el espíritu de aventura, autenticidad y descubrimiento, las especies de gran interés para turismo de naturaleza (cóndor, colibrí maravilloso, gallito de la roca, quetzal, toucanes, osos, pumas, monos etc.), el patrimonio arqueológico de gran valor, su accesibilidad por trochas usadas por la población local, los paisajes variados y de gran belleza, la población con interés en (y experiencia con) turismo de trekking, las iniciativas de conservación y desarrollo sostenible, la accesibilidad y su ubicación estratégica en la ruta Noramazonica, como parada en la ruta de Cajamarca a Chachapoyas.

Para ello tenemos herramientas muy poderosas como son la inteligencia comercial, que provee información sobre nichos de mercado más prometedores, sus tendencias, como efectuar la comercialización con ellos y satisfacer sus exigencias. De otro lado resulta fundamental establecer una estrategia de promoción que permita primero informar, luego atraer turistas de trekking y posesionar como el destino preferido de trekking en la ruta Noramazonico.

Promoción comercial en cadenas de trekking

Para la promoción de la zona de Leymebamba como destino de excelencia para trekking, se deben desarrollar una imagen y mensajes claros, que comuniquen adecuadamente lo que queremos vender. Incluye nombres específicos para las rutas de trekking, que comunican lo atractivo de los trekkings. Posibles nombres: Camino del Oso andino, Ruta del Mono choro de cola amarilla, Camino del Tucán.

Esta campaña debe estar especialmente dirigida hacia revistas especializadas en trekking (Press trips) , tour operadores especializados en trekking (Fam trips), los guías principales que los turistas utilizan y las ferias de turismo de trekking y aventura. Requiere un sitio web y difusión de material promocional (CD, brochures).

Pensamos que internet nos ofrece una oportunidad muy buena para promocionar el destino Leymebamba. Ese medio de comunicación permite llegar a todos los segmentos del mercado, incluyendo al turismo independiente, el segmento más grande del mercado de trekking.

Algo muy interesante es la combinación de los diferentes destinos de turismo de naturaleza en Amazonas: la caminata a Gocta, la visita a Kuelap, el avistamiento de especies de aves muy cotizadas y un trekking a la medida (dependiendo del tiempo disponible y el físico del turista) en la zona de Leymebamba.

También es necesario promocionar el turismo de trekking a nivel nacional, un sector que va creciendo y representa más que la mitad de los visitantes actuales a Amazonas. Se debe diseñar paquetes especiales para el mercado nacional.

Línea Estratégica 3.- Desarrollo de la Oferta

Cadena de Valor Aviturismo

Amazonas tiene ventajas comparativas muy importantes las cuales listamos en la sección anterior, sin embargo para un desarrollo sostenible de la cadena de valor se deben tener en cuenta una serie de aspectos, adicionales entre los cuales se tornan cruciales, el desarrollo de sitios claves, la seguridad para el aviturista, asimismo es necesario la infraestructura, los productos y servicios para poder competir exitosamente. Ahora aún cuando ya se tienen identificados algunos sitios que están listos³ hay otros lugares en la sub ruta que deben mejorar sensiblemente a fin de garantizar el cumplimiento de los requerimientos específicos del mercado de observadores de aves y al mismo tiempo debe trabajarse en el desarrollo general de otros sitios altamente potenciales pero con menor grado de facilidades y servicios.

Entonces temas como: guías, seguridad, transporte, hospedaje, alimentación, artesanía y otros servicios e involucramiento comunitario deben ser reforzados para alcanzar el grado de estandarización y calidad requeridos por los visitantes y en ello aun tenemos un reto muy grande por cumplir para el logro de la visión.

Desarrollo de sitios claves, la calidad de los sitios resulta fundamental para los avituristas, la experiencia de viaje, es la razón por la que visitan determinada región. Esta calidad se refleja en las condiciones que se pueden ofrecer, tales como accesibilidad, infraestructura, manejo, ubicación, alimentación, seguridad, cercanía a buenos hoteles u hosterías, calidad de hábitat a largo plazo, especies de aves presentes y las facilidades de avistarlas. La imagen de una región preocupada por su medio ambiente, sus recursos naturales y su biodiversidad se refleja en un entorno natural protegido y adecuadamente manejado.

Mientras mejor organizada y preparada esté región para ofrecer una amplia selección de excelentes sitios integrados dentro de la Ruta de Aves del Norte de Perú y la garantía de que éstos se mantendrán en buenas condiciones por muchos años, mejores serán las posibilidades de convertirse en uno de los destinos favoritos de los avituristas a nivel mundial.

A lo largo de los 14 espacios que hemos identificado en Amazonas, y que forman la sub ruta, cada uno es singular, por lo que en una estrategia de mejoramiento, debe hacerse de modo específico, pero integrada al la visión de toda la cadena, hay lugares cuya accesibilidad difícil, impiden la visita del típico aviturista, para estos sitios el desarrollo de la infraestructura de acceso resulta en una condición básica para el desarrollo de los otros servicios.

³ Abra Patricia, Leimebamba, etc.

Para enfocarse en el desarrollo de sitios claves se deben tener en cuenta los siguientes factores:

1. Desarrollar y aprovechar los lugares de la región que están en condición de IBAs o EBAs, además son accesibles, siempre involucrando e incentivando la participación de las comunidades locales y los otros actores de la cadena.
2. Mejorar la infraestructura, servicios, conservación y manejo de los sitios específicos ya conocidos y aquellos cuyo potencial para la observación de aves es muy alto, especialmente en áreas vinculadas con la sub ruta, para ello sería importante impulsar Alianzas Publico Privadas, que posibiliten un desarrollo armónico y sostenible de la cadena.
3. Desarrollar mecanismos y alternativas para promover la articulación entre la empresa privada, el estado, la sociedad civil y la academia, en las áreas protegidas, cualquiera sea su modalidad (SINAMPE, ACPs, etc) y de esta forma potenciar las excelentes condiciones que ofrecen algunas de estas áreas para el desarrollo del aviturismo.
4. La investigación resulta vital, necesitamos inventarios de avifauna que asociados a la flora y otras especies faunísticas, ofrecen la oportunidad de conocer la dinámica de los ecosistemas, información que resulta crucial para tomar decisiones con respecto a la conservación de los sitios.

De acuerdo con nuestra la selección realizada existe un sitio que merece especial atención para desarrollar una intervención como parte de la estrategia de mejoramiento y bajo el enfoque Pro pobre, por lo que analizamos detalladamente, la propuesta de intervención en Nuevo Salem.

Cadenas de Valor Trekkings

Antes de promocionar el destino, y de organizar Press y Fam trips, es de suma importancia de tener la oferta bien desarrollada. En el caso de Leymebamba hay que capacitar y organizar a los actores locales y mejorar su comunicación externa, desarrollar mejor las rutas e implementar o mejorar hospedajes en lugares claves de las rutas. Además, hay que mejorar la oferta de las rutas y el estado de los caminos en tramos críticos.

Capacitación y organización de actores locales

Los diferentes actores locales tienen experiencia con el turismo, pero falta mejorar su conocimiento y capacidades para brindar mejores servicios al turista de trekking.

Tema principal es la comunicación entre proveedores de servicios y turistas. Ninguno de los actores locales domina el Inglés, pese a varios intentos y cursos durante los años anteriores. Basándose en esa experiencia existe poca esperanza que muchos de los actores locales aprenderán bien el inglés en corta o mediano plazo, dando más cursos de idiomas, pero si vale de apoyar a los pocos actores que han hecho esfuerzos de aprender el Inglés y han logrado un conocimiento básico. También hay que implementar un sistema de comunicación por internet para que turistas y operadores pueden contactar al grupo organizado de guías y hoteleros, para

hacer reservaciones. Para eso se necesita que capacitar localmente a una o más personas para que dominen bien el Inglés y comunicación por internet. Igualmente hay que armar un sitio web para facilitar esa comunicación y proveer toda la información necesaria sobre la oferta ecoturística de Leymebamba.

Hay que apoyar a la organización de un comité local de guías y otros proveedores de servicios turísticos, que mantendrá oficina diario y puede comunicar con los clientes. Existe una posibilidad de utilizar ambientes adecuadas para oficina en la Casa de Cultura, una casa bien implementada, realizada gracias al apoyo del gobierno de Austria.

Desarrollo de rutas

Como descrito en Informe 1 - capítulo 2, existen posibilidades de modificar las rutas existentes y desarrollar rutas nuevas – combinando rutas existentes con tramos nuevos que las interconectan - para ampliar y mejorar la oferta. La oferta debe incluir rutas de diferentes duraciones – de 2 a 10 días – y de diferentes niveles “físicos”, en otras palabras rutas más ligeras que requiere relativamente poco esfuerzo físico y rutas más “duras” para los *hard core* aficionados al trekking. Así se puede satisfacer a todos los turistas de trekking.

Mejorar hospedajes y caminos

Algunos hospedajes existentes en las rutas no cumplen con la demanda turística y en algunos lugares claves faltan hospedajes. Basándose en las rutas priorizadas, se busca las posibilidades de apoyo de fondos públicos y privados para mejorar los hospedajes existentes y construir hospedajes nuevas. Igualmente se busca posibilidades de mejorar los tramos críticos de los caminos en las rutas priorizadas. Para eso se puede calcular también con apoyo del lado de la comunidad campesina (en forma de faenas comunales) y de los involucrados y beneficiados locales en la actividad del trekking.

Línea Estratégica 4.- Políticas para el fomento de la cadena

El análisis de cadenas de valor a menudo presenta problemas relativos a las condiciones generales de hacer negocios en el país (entorno a nivel macro), existiendo una serie de factores que usualmente presentan limitaciones al progreso económico de la cadena de valor:

<i>Condiciones generales del entorno comercial en el país (clima para inversiones):</i>
• Políticas y condiciones macro-económicas (política monetaria, tasas de interés, aranceles aduaneros sobre las importaciones de bienes intermedios, impuestos, etc.).
• Leyes y regulaciones para registros y licencias comerciales, empleo, asociaciones y cooperativas.
• Seguridad y ejecución de contratos.
• Ampliación y calidad de la red vial y ferroviaria, e infraestructura portuaria.
• Disponibilidad y costo de los servicios públicos (electricidad y agua).
• Y otros factores.
<i>Condiciones marco específicas del sector para hacer negocios en el sub-sector / CV en cuestión:</i>

<ul style="list-style-type: none"> • Existencia (o ausencia) de grados y estándares que regulan el mercado del producto.
<ul style="list-style-type: none"> • Cualquier regulación legal y administrativa específica del sub-sector, tal como derechos a la tierra y al agua en la agricultura, leyes laborales, política comercial específica del sector o impuestos y gravámenes para un producto específico.
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia (o ausencia) de servicios específicos de apoyo, financiados por el gobierno, tales como investigación especializada, tecnología e instituciones educativas.
<ul style="list-style-type: none"> • Problemas de deficiencias del mercado dentro de la cadena de valor, tales como falta de coordinación, asimetría de la información, comportamiento oportunista y desconfianza.
<ul style="list-style-type: none"> • Y otros factores.

Fuente: Manual del ValueLink, módulo 10

La mejora en el clima para las inversiones en general constituye un enfoque de desarrollo por sí misma, la cual puede ser combinada, o no, con el fomento de la cadena de valor. Aquí, el punto central está en el segundo grupo de variables del cuadro anterior.

Después de la identificación de limitaciones en el entorno comercial durante el análisis de la cadena de valor, los facilitadores externos de la cadena de valor deberían establecer claramente la articulación entre la estrategia de mejoramiento y el marco económico nivel macro.

a) Apoyar las iniciativas privadas, abordando las limitaciones a nivel macro

Organizar el diálogo público privado

En este punto se debe iniciar el diálogo, que al principio se torna complicado, como es el caso de las primeras reuniones para formar el Consejo Regional de Turismo de Amazonas, los gremios y participantes responden a intereses particulares o de grupo por lo que discuten y no se logra consensos al comienzo. En este escenario el papel de los facilitadores externos⁴ resulta crucial para que las reuniones sean menos conflictivas y productivas, hay que eliminar la desconfianza entre los diversos actores, haciéndoles notar de modo objetivo las ventajas de un trabajo articulado y conjunto, con objetivos comunes, y generar de este modo conciencia e interés en los participantes, para contribuir a lograr compromisos políticos.

El siguiente cuadro nos ayudará con recomendaciones para propiciar los diálogos públicos privados que impulsarán el fomento de las cadenas de valor.

⁴ Aquí es donde las agencias como la GTZ pueden brindar asesoría técnica y apoyar la elaboración de posibles opciones en materia de políticas

*Recomendaciones para proyectos para el desarrollo, iniciando el DPP
en el fomento de cadenas de valor*

Identificar a las contrapartes correctas para el diálogo, tanto públicas como privadas
Enfatizar el apropiamiento de los actores de la cadena, que deben ser los conductores del proceso

Operar temáticamente y guiados por la demanda, haciendo que las empresas privadas estén completamente concientes de los beneficios de participar en el diálogo político con el gobierno

Generar confianza entre el sector privado y el sector público. Hay una mayor probabilidad de éxito si el diálogo se lleva a cabo en una atmósfera de confianza

Promover una actitud positiva entre los participantes, en lugar de simplemente quejarse

Sugerir soluciones y opciones.

Mantener informados a los participantes acerca de cómo ha tomado el gobierno sus propuestas y solicitudes

Utilizar a la prensa y otros medios que contribuyan a crear una atmósfera favorable a las reformas del mercado. Los medios son contrapartes indispensables en un diálogo político.

Fuente: Basado en una experiencia documentada por el programa de desarrollo de PYME, Vietnam

b) Impulsar una política coherente de fomento a la cadena de valor

La segunda opción de intervención a nivel macro de la cadena de valor es colaborar con el gobierno en la formulación e implementación de políticas específicas para el sector turismo o la cadena de valor de aviturismo. Conscientes de que el gobierno aborda estrategias globales, más que temas puntuales, sin embargo, hay que incidir en los centros de decisión ya sea a nivel local, regional o nacional, según sea el caso para apoyar el diseño de políticas coherentes con el desarrollo del aviturismo que planteamos. En vez de ser solamente receptores pasivos de las políticas públicas debemos apoyar al formulación de dichas políticas. Sin embargo reconocemos que esto es un proceso de largo plazo y tiene muchos obstáculos como, enfoque de desarrollo del gobierno (enfoque extractivista, producción de materia prima), limitada capacidad de la caja fiscal, ausencia de técnicos que conozcan los temas específicos, conflicto de intereses, lobbies etc.

Establecimiento de objetivos operacionales y actividades para mejorar el nivel de competitividad y eficiencia en las cadenas de valor de ecoturismo seleccionadas.

Felizmente tanto a nivel nacional como local se vienen unificando criterios y políticas de desarrollo para el sector turismo. Dos ideas básicas que recogemos del Plan Nacional de Turismo - PENTUR, recientemente publicado en el mes de octubre último, son por un lado la aplicabilidad de los resultados hacia un modelo estratégico de destino y unas líneas de acción operativas y por

otro lado la necesidad de la corresponsabilidad en destino para asumir los compromisos del PENTUR.

En el mismo documento se plantea que la mejora en la actividad turística del Perú pasa por una articulación y vertebración de la oferta existente y futura, mediante la utilización de modelos comunes de desarrollo. Teniendo que la principal misión del PENTUR es sentar las bases de un programa de concertación y coordinación del desarrollo estratégico turístico del país.

Del mismo modo a nivel regional gracias a la intervención de PERÚ BIODIVERSO, se viene terminando de dar forma a un documento de desarrollo estratégico de la actividad turística regional PERTUR, ya existe un documento preliminar el cual ha sido elaborado de manera consensuada por todos los actores regionales del quehacer turístico. Ahora esperamos que en los primeros meses del próximo año tengamos dicho documento que marca la guía del sector para los próximos años.

Sin embargo como todo plan este no es un documento estático, más bien es dinámico, que tiene que adaptarse a los cambios que el entorno y del mercado.

Aparte de lo que se ha dicho sobre ese tema en la línea estratégica para el fomento de la cadena del aviturismo – y que se puede aplicar a la cadena de trekking también – es importante de resaltar lo siguiente.

Hasta la fecha no existe ni el más mínimo intento por parte de los actores públicos y privados de fomentar una política regional de promover la actividad de turismo de trekking y caminatas (hiking) en Amazonas. Conociendo el potencial de trekking y hiking que alberga Amazonas y el potencial de generar beneficios para el desarrollo de la economía rural, será importante de dar importancia al fomento de esas modalidades de turismo de naturaleza al nivel regional. Sin embargo, hay que cuidar no de generar falsas expectativas sobre las posibilidades en corto plazo, porque el turismo de trekking en Amazonas todavía es incipiente y no vale de desarrollar una oferta muy amplia y en muchos diferentes lugares, porque después van a competir entre ellos, con la consecuencia que solo los mejores destinos se desarrollarán exitosamente.

Sera una buena estrategia de empezar en la zona más prometedoras (según nuestro análisis la zona de Leymebamba para trekking y Gocta para caminatas de un día). Más adelante - con un turismo de naturaleza mejor desarrollado y una región Amazonas y ruta Noramazonica más conocida al nivel internacional - y basándose en la experiencia de Leymebamba y Gocta, se puede desarrollar una estrategia de intervenciones en otros lugares.

Identificación de actores para implementar la estrategia de mejoramiento de las cadenas de valor seleccionadas.

Los actores, están plenamente identificados en la sección de mapeo de la cadena de valor, en relación a su capacidad, pocos son los operadores intermediarios que operan en el Perú, sobre todo en el Norte y en Amazonas menos aún, probablemente la falta de rentabilidad y de profesionalización, así como el escaso poder de negociación (debido a la atomización, escasa cuota

de mercado y volumen generado) de los proveedores de estos servicios, son los hechos que impiden una mejor evolución de la actividad empresarial en este sector.

Análisis de los impactos esperados (ambiental, social y económico) del mejoramiento de las cadenas de valor seleccionadas y propuestas para minimizar impactos negativos.

En una economía donde la escases de recursos para la inversión son escasos la priorización de las intervenciones junto a la calidad de las mismas resultan cruciales, debido a que el impacto de desarrollo previsto es la única justificación para el uso de los recursos procedente de los impuestos, los proyectos de cadena de valor deben cerciorarse de lograr estos resultados en la medida de lo posible. ***El monitoreo de impacto es la herramienta de gestión que asegura que un proyecto esta en el rumbo correcto.***

La metodología del ValueLinks, nos facilita un modo sencillo de diseñar, planificar, ejecutar y evaluar un modelo de fomento de la cadena de valor. La información de monitoreo sirve a la finalidad propia del proyecto – aumentar las posibilidades de logro de impacto –

- Formular hipótesis de impacto del fomento de la cadena de valor
- Verificar las hipótesis de impacto
- Gestionar los resultados de desarrollo

Sostenibilidad de las cadenas seleccionadas

En Amazonas los temas de Cadenas de Valor Pro pobre, los Principios y Criterios de Biocomercio conjuntamente con los principios de Ecoturismo, son relativamente nuevos, por lo que es necesario, generar toda una corriente de divulgación y comunicación hacia todos los actores, para su apropiación y empoderamiento de estos conceptos, el papel de proyecto Perú Biodiverso, debe seguir la línea de acción trazada de facilitar procesos de desarrollo regional, a través de fomento y fortalecimiento de las cadenas de valor priorizadas, como son sachá inchi, tara y ecoturismo, en cada una de las cadenas se debe identificar a las empresas o instituciones que lideren el proceso y puedan dar sostenibilidad a las cadenas de valor seleccionadas.

La participación, sensibilización y capacitación conjunta de los actores y la generación de liderazgos de calidad (actores claves) que impulsen sinergias de desarrollo sostenible (programas y proyectos priorizados), permitirá lograr cambios trascendentes y sostenibles en la región, el papel de la Cooperación Alemana Gtz., estará ligada al acompañamiento con profesionales, que de un lado tengan los conocimientos técnicos sobre la cadena seleccionada y por otro lado conozcan la realidad e ideosincracia de la gente amazonense. El fortalecimiento de capacidades de los actores locales tanto del lado empresarial, sociedad civil, estado, comunidades y academia son una condición básica para el logro de la sostenibilidad.

Nuevos Salem un lugar para desarrollar el aviturismo comunitario

Nuevo Salem, es una comunidad Awajún, que pertenece al pueblo UUT, cuyo centro poblado se ubica en las coordenadas UTM 04º 51' S - 78º 19' W, perteneciendo al Distrito de Imaza, Provincia de Bagua, Departamento de Amazonas. El acceso es por carretera (Eje Vial N° 02: Corral Quemado –El Reposo –Dv. Bagua Chica –Saramiriza), a través de Bagua Chica, camino hacia Chiriaco, e Imazita, hoy el tiempo estimado de viaje es de 3 horas, esta carretera está siendo asfaltada hasta Chiriaco, la cual será terminada en el 2009, lo que reducirá la duración del viaje a 1.30 minutos. De Imazita el viaje es por vía fluvial, durante 30 minutos, aguas abajo por el río Marañón hasta llegar a la aldea.

Este sitio fue visitado por un primer grupo de 20 aficionados a la observación de aves, conducidos por el operador **Kolibri Expeditions**, siendo guiados por Gunnar Engblomen busca de Orange-throated Tanager *Wetmorethraupis sterrhopteron*, conocido localmente como el **inchituch** en diciembre de 2002, expedición que resulto exitosa al ser avistada dicha ave.

Este lugar alcanzo cierta popularidad, porque constituye el mejor lugar para ver esta ave que se encuentra dentro de la lista de especies vulnerables de UICN. La Orange-throated Tanager, fue descrita como una especie nueva para la ciencia a finales de los años 60 del siglo pasado, con su hallazgo se abrió el camino al descubrimiento de nuevas especies de aves, lo que continúa hasta estos últimos años.

Esta comunidad awajún, con apoyo de Manu Expeditions y Colibri Expeditions, forman un comité de ecoturismo, deciden que cada turista, deje para la comunidad una tarifa de 30 dólares por cada día, dentro de la comunidad, como nexos con las agencias de aviturismo, nombran a José Lirio Yangua, quien vivía en Imazita y dirigía una ong denominada CEIDANTER “Centro Cultural, Ecoturismo y Desarrollo Alternativo Indígena Amazónico, Amistad Internacional”.

De este modo la comunidad recibió en los últimos años alrededor de 3,000 dólares, los cuales se invirtieron parcialmente, en beneficio de la comunidad, sin embargo otra parte importante del dinero, quedo en manos de José Lirio según lo expresado por el Apu local, razón por lo que lo han declarado persona no grata y le impiden el ingreso a la comunidad, de otra parte la gente de las agencias se encuentran muy disgustadas por la falta de seriedad de José Lirio.

La infraestructura y servicios al turista son muy deficientes, la comunidad es muy pobre, sin embargo comprenden que impulsar el aviturismo en su área aprovechando la presencia de esta Tangará tan especial, puede ayudar a mejorar sus condiciones de vida, en una reunión con la ONG InbiaPerú, han expresado su voluntad de seguir desarrollando esta actividad.

Según la evaluación el sitio tiene para dar mucho, para el avistamiento de aves, hay otras aves que destacan Scaly-breasted Woodpecker, Spangled Cotinga, Black-bellied Cuckoo, Purplish Jacamar, Pale-rumped Swift, Hairy-crested, White-plumed and Bicolored Antbirds.

Gunnar Engblomen, en el sitio www.birdingperu.com/ nos ofrece una lista muy extensa de aves de la zona.

Lista de especies de aves del área - Check list for this Birding Area:

1 Great Tinamou <i>Tinamus major</i>	117 Black-faced Antbird <i>Myrmoborus myotherinus</i>
2 Cinereous Tinamou <i>Crypturellus cinereus</i>	118 Peruvian Warbling Antbird <i>Hypocnemis peruviana</i>
3 Little Tinamou <i>Crypturellus soui</i>	119 Sooty Antbird <i>Myrmeciza fortis</i>
4 Undulated Tinamou <i>Crypturellus undulatus</i>	120 White-plumed Antbird <i>Pithys albifrons</i>
5 Speckled Chachalaca <i>Ortalis guttata</i>	121 Bicolored Antbird <i>Gymnopithys leucaspis</i>
6 Cattle Egret <i>Bubulcus ibis</i>	122 Hairy-crested Antbird <i>Rhegmatorhina melanosticta</i>
7 Capped Heron <i>Pilherodius pileatus</i>	123 Spot-backed Antbird <i>Hylophylax naevia</i>
8 Turkey Vulture <i>Cathartes aura</i>	124 Scale-backed Antbird <i>Hylophylax poecilonota</i>
9 Greater Yellow-headed Vulture <i>Cathartes melambrotus</i>	125 Black-faced Antthrush <i>Formicarius analis</i>
10 King Vulture <i>Sarcoramphus papa</i>	126 Thrush-like Antpitta <i>Myrmothera campanisona</i>
11 Black Caracara <i>Daptrius ater</i>	127 Fiery-throated Fruiteater <i>Pipreola chlorolepidota</i> NT
12 Grey-headed Kite <i>Leptodon cayanensis</i>	128 Scarlet-breasted Fruiteater <i>Pipreola frontalis</i>
13 Hook-billed Kite <i>Chondrohierax uncinatus</i>	129 White-browed Purpletuft <i>Iodopleura isabellae</i>
14 Swallow-tailed Kite <i>Elanoides forficatus</i>	130 Spangled Cotinga <i>Cotinga cayana</i>
15 Double-toothed Kite <i>Harpagus bidentatus</i>	131 White-bearded Manakin <i>Manacus manacus</i>
16 Plumbeous Kite <i>Ictinia plumbea</i>	132 Blue-backed Manakin <i>Chiroxiphia pareola</i>
17 White Hawk <i>Leucopternis albicollis</i>	133 Wire-tailed Manakin <i>Pipra filicauda</i>
18 Roadside Hawk <i>Buteo magnirostris</i>	134 Golden-headed Manakin <i>Pipra erythrocephala</i>
19 Short-tailed Hawk <i>Buteo brachyurus</i>	135 Blue-crowned Manakin <i>Lepidothrix coronata</i>
20 Black Hawk-Eagle <i>Spizaetus tyrannus</i>	136 Golden-winged Manakin <i>Masius chrysopterus</i>
21 Chestnut-headed Crane <i>Anurolimnas castaneiceps</i>	137 Dwarf Tyrant-Manakin <i>Tyrannetes stolzmanni</i>
22 Collared Plover <i>Charadrius collaris</i>	138 Wing-barred Piprites <i>Piprites chloris</i>
23 Plumbeous Pigeon <i>Patagioenas plumbea</i>	139 Sooty-headed Tyrannulet <i>Phyllomyias griseiceps</i>
24 Ruddy Pigeon <i>Columba subvinacea</i>	140 White-lored Tyrannulet <i>Ornithion inerme</i>
25 Gray-fronted Dove <i>Leptotila rufaxilla</i>	141 Yellow-crowned Tyrannulet <i>Tyrannulus elatus</i>
26 Sapphire Quail-Dove <i>Geotrygon saphirina</i>	142 Gray Elaenia <i>Myiopagis caniceps</i>
27 Ruddy Quail-Dove <i>Geotrygon montana</i>	143 Mottle-backed Elaenia <i>Elaenia gigas</i>
28 White-eyed Parakeet <i>Aratinga leucophthalmus</i>	144 Olive-striped Flycatcher <i>Mionectes olivaceus</i>
29 "Hualлага Parakeet" <i>Pyrrhura melanura berlepschi</i>	145 Ochre-bellied Flycatcher <i>Mionectes oleagineus</i>
30 Cobalt-winged Parakeet <i>Brotogeris cyanoptera</i>	146 Red-billed Tyrannulet <i>Zimmerius cinereicapillus</i> RR
31 Blue-headed Parrot <i>Pionus menstruus</i>	147 Double-banded Pygmy-Tyrant <i>Lophotriccus vitiosus</i>
32 Black-billed Cuckoo <i>Coccyzus erythrophthalmus</i>	148 Black-and-white Tody-Tyrant <i>Poecilatriccus capitalis</i>
33 Squirrel Cuckoo <i>Piaya cayana</i>	149 White-eyed Tody-Tyrant <i>Hemitriccus zosterops</i>
34 Black-bellied Cuckoo <i>Piaya melanogaster</i>	150 Golden-winged Tody-Flycatcher <i>Poecilatriccus calopterus</i> RR
35 Smooth-billed Ani <i>Crotophaga ani</i>	151 Yellow-browed Tody-Flycatcher <i>Todirostrum chrysocrotaphum</i>
36 Tropical Screech-Owl <i>Megascops choliba</i>	152 Yellow-olive Flycatcher <i>Tolmomyias sulphurescens</i>
37 Tawny-bellied Screech-Owl <i>Megascops watsonii</i>	153 Zimmer's Flycatcher <i>Tolmomyias assimilis</i>
38 Crested Owl <i>Lophotrix cristata</i>	154 Olive-faced Flycatcher <i>Tolmomyias viridiceps</i>
39 Amazonian Pygmy-Owl <i>Glaucidium hardyi</i>	155 Ruddy-tailed Flycatcher <i>Terentotriccus erythrurus</i>
40 Ferruginous Pygmy-Owl <i>Glaucidium brasilianum</i>	156 Olive-sided Flycatcher <i>Contopus cooperi</i> NT
41 Ocellated Poorwill <i>Nyctiphrynus ocellatus</i>	157 Blackish Pewee <i>Contopus nigrescens</i>
42 Blackish Nightjar <i>Caprimulgus nigrescens</i>	158 Drab Water-Tyrant <i>Ochthornis littoralis</i>
43 Chestnut-collared Swift <i>Streptoprocne rutila</i>	159 Bright-rumped Attila <i>Attila spadiceus</i>
44 White-collared Swift <i>Streptoprocne zonaris</i>	160 Grayish Mourner <i>Rhytipterna simplex</i>
45 Gray-rumped Swift <i>Chaetura cinereiventris</i>	161 Great Kiskadee <i>Pitangus sulphuratus</i>
46 Pale-rumped Swift <i>Chaetura egregia</i>	162 Dusky-chested Flycatcher <i>Myiozetetes luteiventris</i>
47 Chimney Swift <i>Chaetura pelagica</i>	163 Streaked Flycatcher <i>Myiodynastes maculatus</i>
48 Amazonian Swift <i>Chaetura viridipennis</i>	164 Piratic Flycatcher <i>Legatus leucophaeus</i>
49 Lesser Swallow-tailed Swift <i>Panyptila cayennensis</i>	165 Crowned Slaty-Flycatcher <i>Griseotyrannus aurantioatrocristatus</i>
50 Rufous-breasted Hermit <i>Glaucis hirsuta</i>	166 Chestnut-crowned Becard <i>Pachyramphus castaneus</i>
51 Pale-tailed Barbthroat <i>Threnetes leucurus</i>	167 White-winged Becard <i>Pachyramphus polychopterus</i>
52 White-bearded Hermit <i>Phaethornis hispidus</i>	168 Black-capped Becard <i>Pachyramphus marginatus</i>
53 Great-billed Hermit <i>Phaethornis malaris</i>	169 Masked Tityra <i>Tityra semifasciata</i>
54 Straight-billed Hermit <i>Phaethornis bourcierii</i>	170 Black-crowned Tityra <i>Tityra inquisitor</i>
55 Reddish Hermit <i>Phaethornis ruber</i>	171 White-winged Swallow <i>Tachycineta albiventer</i>
56 Gray-breasted Sabrewing <i>Campylopterus largipennis</i>	172 White-thighed Swallow <i>Neochelidon tibialis</i>
57 White-necked Jacobin <i>Florisuga mellivora</i>	173 Southern Rough-winged Swallow <i>Stelgidopteryx ruficollis</i>
58 Blue-tailed Emerald <i>Chlorostilbon mellisugus</i>	174 Thrush-like Wren <i>Campylorhynchus turdinus</i>
59 Olive-spotted Hummingbird <i>Leucippus chlorocercus</i>	175 Coraya Wren <i>Thryothorus coraya</i>
60 Glittering-throated Emerald <i>Polyerata fimbriata</i>	
61 Black-throated Brilliant <i>Heliodoxa schreibersii</i>	
62 Black-eared Fairy <i>Heliophryx aurita</i>	

63 Amethyst Woodstar <i>Calliphlox amethystina</i>	176 White-breasted Wood-Wren <i>Henicorhina leucosticta</i>
64 Amazonian White-tailed Trogon <i>Trogon viridis</i>	177 Southern Nightingale-Wren <i>Microcerculus marginatus</i>
65 Amazonian Violaceous Trogon <i>Trogon violaceus</i>	178 Black-billed Thrush <i>Turdus ignobilis</i>
66 Green Kingfisher <i>Chloroceryle americana</i>	179 Tawny-faced Gnatwren <i>Microbatas cinereiventris</i>
67 Rufous Motmot <i>Baryphthengus martii</i>	180 Long-billed Gnatwren <i>Ramphocaenus melanurus</i>
68 Broad-billed Motmot <i>Electron platyrhynchum</i>	181 Tropical Gnatcatcher <i>Polioptila plumbea</i>
69 Purplish Jacamar <i>Galbula chalcothorax</i>	182 Marañon Gnatcatcher <i>Polioptila (plumbea) major</i> RR
70 Great Jacamar <i>Jacamerops aurea</i>	183 Violaceous Jay <i>Cyanocorax violaceus</i>
71 White-necked Puffbird <i>Notharchus hyperrhynchus</i>	184 Red-eyed Vireo <i>Vireo olivaceus</i>
72 Pied Puffbird <i>Notharchus tectus</i>	185 Dusky-capped Greenlet <i>Hylophilus hypoxanthus</i>
73 White-fronted Nunbird <i>Monasa morphoeus</i>	186 Tawny-crowned Greenlet <i>Hylophilus ochraceiceps</i>
74 Yellow-billed Nunbird <i>Monasa flavirostris</i>	187 Magpie Tanager <i>Cissopis leveriana</i>
75 Gilded Barbet <i>Capito auratus</i>	188 Yellow-backed Tanager <i>Hemithraupis flavicollis</i>
76 Lemon-throated Barbet <i>Eubucco richardsoni</i>	189 Flame-crested Tanager <i>Tachyphonus cristatus</i>
77 Lettered Aracari <i>Pteroglossus inscriptus</i>	190 Yellow-crested Tanager <i>Tachyphonus rufiventer</i>
78 Brown-mandibled Aracari (= Ivory-billed) <i>Pteroglossus mariaae</i>	191 Fulvous-crested Tanager <i>Tachyphonus surinamus</i>
79 Many-banded Aracari <i>Pteroglossus pluricinctus</i>	192 Red-crowned Ant-Tanager <i>Habia rubica</i>
80 Golden-collared Toucanet <i>Selenidera reinwardtii</i>	193 Scarlet Tanager <i>Piranga olivacea</i>
81 Channel-billed Toucan (= Yellow -ridged) <i>Ramphastos culminatus</i>	194 Summer Tanager <i>Piranga rubra</i>
82 Yellow-tufted Woodpecker <i>Melanerpes cruentatus</i>	195 Masked Crimson Tanager <i>Ramphocelus nigrogularis</i>
83 Little Woodpecker <i>Veniliornis passerinus</i>	196 Silver-beaked Tanager <i>Ramphocelus carbo</i>
84 Red-stained Woodpecker <i>Veniliornis affinis</i>	197 Palm Tanager <i>Thraupis palmarum</i>
85 Scaly-breasted Woodpecker <i>Celeus grammicus</i>	198 Orange-throated Tanager <i>Wetmorethraupis sterrhopteron</i> VU
86 Lineated Woodpecker <i>Dryocopus lineatus</i>	199 Purple-throated Euphonia <i>Euphonia chlorotica</i>
87 Crimson-crested Woodpecker <i>Campephilus melanoleucos</i>	200 White-lored Euphonia <i>Euphonia chrysopasta</i>
88 Dark-breasted Spinetail <i>Synallaxis albigularis</i>	201 White-vented Euphonia <i>Euphonia minuta</i>
89 Speckled Spinetail <i>Cranioleuca gutturata</i>	202 Orange-bellied Euphonia <i>Euphonia xanthogaster</i>
90 Striped Woodhaunter <i>Hylocistetes subulatus</i>	203 Rufous-bellied Euphonia <i>Euphonia rufiventris</i>
91 Chestnut-winged Hookbill <i>Ancistrops strigilatus</i>	204 Turquoise Tanager <i>Tangara mexicana</i>
92 Chestnut-winged Foliage-gleaner <i>Philydor erythropterus</i>	205 Paradise Tanager <i>Tangara chilensis</i>
93 Dusky-cheeked Foliage-gleaner <i>Anabazenops dorsalis</i>	206 Green-and-gold Tanager <i>Tangara schrankii</i>
94 Buff-throated Foliage-gleaner <i>Automolus ochrolaemus</i>	207 Yellow-bellied Tanager <i>Tangara xanthogastra</i>
95 Ruddy Foliage-gleaner <i>Automolus rubiginosus</i>	208 Spotted Tanager <i>Tangara punctata</i>
96 West Amazonian Plain-brown Woodcreeper <i>Dendrocincla fuliginosa neglecta</i>	209 Bay-headed Tanager <i>Tangara gyrola</i>
97 Wedge-billed Woodcreeper <i>Glyphorhynchus spirurus</i>	210 Masked Tanager <i>Tangara nigrocincta</i>
98 (Great-billed) Strong-billed Woodcreeper <i>Xiphocolaptes promeropirhynchus - orenocensis group</i>	211 Opal-rumped Tanager <i>Tangara velia</i>
99 Amazonian Barred-Woodcreeper <i>Dendrocolaptes certhia</i>	212 Opal-crowned Tanager <i>Tangara callophrys</i>
100 Elegant Woodcreeper <i>Xiphorhynchus elegans</i>	213 Black-faced Dacnis <i>Dacnis lineata</i>
101 Buff-throated Woodcreeper <i>Xiphorhynchus guttatus</i>	214 Yellow-bellied Dacnis <i>Dacnis flaviventer</i>
102 Lineated Woodcreeper <i>Lepidocolaptes albolineatus</i>	215 Blue Dacnis <i>Dacnis cayana</i>
103 Fasciated Antshrike <i>Cymbilaimus lineatus</i>	216 Green Honeycreeper <i>Chlorophanes spiza</i>
104 Undulated Antshrike <i>Frederickena unduligera</i>	217 Short-billed Honeycreeper <i>Cyanerpes nitidus</i>
105 White-shouldered Antshrike <i>Thamnophilus aethiops</i>	218 Purple Honeycreeper <i>Cyanerpes caeruleus</i>
106 Plain-winged Antshrike <i>Thamnophilus schistaceus</i>	219 Swallow-Tanager <i>Tersina viridis</i>
107 Black Bushbird <i>Neotantes niger</i>	220 Red-crested Finch <i>Coryphospingus cucullatus</i>
108 Dusky-throated Antshrike <i>Thamnomanes ardesiacus</i>	221 Orange-billed Sparrow <i>Arremon aurantirostris</i>
109 Cinereous Antshrike <i>Thamnomanes caesioides</i>	222 Yellow-browed Sparrow <i>Ammodramus aurifrons</i>
110 Pygmy Antwren <i>Myrmotherula brachyura</i>	223 Buff-throated Saltator <i>Saltator maximus</i>
111 Rufous-tailed Antwren <i>Myrmotherula erythrura</i>	224 Slate-colored Grosbeak <i>Saltator grossus</i>
112 White-flanked Antwren <i>Myrmotherula axillaris</i>	225 Blue-black Grosbeak <i>Cyanocompsa cyanoides</i>
113 Long-winged Antwren <i>Myrmotherula longipennis</i>	226 Moriche Oriole <i>Icterus chryscephalus</i>
114 Gray Antwren <i>Myrmotherula menetriesii</i>	227 Yellow-rumped Cacique <i>Cacicus cela</i>
115 Gray Antbird <i>Cercomacra cinerascens</i>	228 Ecuadorian Cacique <i>Cacicus sclateri</i> RR
116 Black Antbird <i>Cercomacra serva</i>	229 Casqued Oropendola <i>Psarocolius oseryi</i>
	230 Green Oropendola <i>Psarocolius viridis</i>
	231 Yellow-billed Oropendola <i>Psarocolius (angustifrons) alfredi</i>

Fuente: Birding Peru, Gunnar Engblom

Finalidad y objetivos de Desarrollo

La intervención propuesta tiene como fin último **mejorar la calidad de vida de la población de Nuevo Salem** a través del logro del objetivo general de **incrementar de la competitividad del destino turístico de Nuevo Salem, generando ingresos adecuados, empleo a la comunidad y conservación de hábitats importantes para la avifauna local.**

Análisis FODA para Nuevo Salem

Fortalezas	Oportunidades
<p>Especies de aves muy interesantes para los avituristas, inchituch (Orange-throated Tanager <i>Wetmorethraupis sterrhopteron</i>, más una lista de 231 aves.</p> <p>Organización comunitaria (comité de ecoturismo)</p> <p>Comunidad con valores cristianos (Iglesia del Nazareno)</p> <p>Tienen un líder, que ha vivido fuera del país más de 15 años (EE.UU. otros países de Latinoamérica), posee un visión intercultural muy avanzada.</p> <p>Mejoramiento de la carretera (asfaltado)</p> <p>Seguridad a mejorado por presencia de rondas nativas.</p> <p>Existen siembras de cacao y cocona, que permitiría trabajar un proyecto de desarrollo integral.</p> <p>Existen inventarios de avifauna.</p>	<p>Interés de las Operadoras de Aviurismo en visitar la zona.</p> <p>Interés de las autoridades locales de apoyar el ecoturismo (municipalidad de Imaza)</p> <p>Interés de la ONG INBIAPERU, en apoyar el proceso de desarrollo ecoturístico y agropecuario de la zona.</p> <p>Promoción del sitio por diversas organizaciones estatales y privadas. (Promperú, Birdingperú entre otras)</p> <p>Ruta descrita como importante para el avistamiento de aves en el libro de Thomas Valqui: "Where to Watch Birds in Peru" (Dónde observar aves en el Perú, 2004, Lima, Perú, GranPeru Press, 381 pp.)</p>

Debilidades	Amenazas
<p>Escasa infraestructura turística local</p> <p>Carencia de servicios de hospedaje, guiado, alimentación, etc.</p> <p>Carencia de servicios básicos en la comunidad</p> <p>Inadecuado manejo de residuos sólidos</p> <p>Capacidades limitadas (desconocimiento) de la población local atención al turista.</p> <p>Discriminación a la mujer</p> <p>No existe un trabajo de conservación de la diversidad biológica y cultural en el área.</p> <p>Asistencia técnica de parte del estado insuficiente para el manejo de sus cultivos.</p>	<p>Relaciones entre nativos y estado sigan deteriorándose</p> <p>Inseguridad para los turistas por asaltos en el camino</p> <p>Cambio climático afecte hábitats de las aves</p> <p>Continúe el avance de los migrantes y la presión sobre los recursos, tala y quema de bosques, monocultivo</p> <p>Aparezcan otros destinos donde sea más fácil ver las aves que son el atractivo de este lugar</p>

Estrategias de intervención

1. Campañas de sensibilización y programas de capacitación a la comunidad (clientes internos)

Este componente resulta fundamental para preparar a los actores públicos y privados del territorio para ello se creará mecanismos formativos e informativos de acuerdo con el público objetivo.

Las actividades propuestas son:

a) Talleres de sensibilización y capacitación a la comunidad para el conocimiento y valoración de su entorno biológico y cultural.

- De dónde venimos, donde estamos y hacia dónde vamos.
- Conociendo nuestro territorio, problemas y potencialidades
- Cuidamos nuestro bosque, allí viven nuestras aves
- Somos amigos de los animales y plantas
- Somos heredero de una gran cultura
- Nosotros somos iguales, (equidad de género)
- Manejamos nuestros residuos sólidos adecuadamente.

b) Programas de capacitación sobre el manejo de las actividades turísticas

- Aviturismo y comunidad una buena oportunidad de desarrollo local
- Somos buenos anfitriones (capacitación para ofertar servicios turísticos de calidad)
- Conversando con los visitantes (aprendizaje básico de idiomas)
- Conociendo la avifauna local, capacitación de guías locales, especializados en aviturismo

2. Creación de infraestructura y adquisición de equipos para avistamiento de aves

Dotar de infraestructura básica a la comunidad, resulta fundamental para mejorar sus condiciones de vida, del mismo modo se necesita crear una infraestructura para facilitar las actividades del aviturismo.

- Proveer a la comunidad de servicios básicos, agua, desagüe, electricidad y comunicación.
- Crear infraestructura para alojamiento, restaurante, observatorio de aves, senderos y señalización.
- Adquisición de equipos para equipos para el avistamiento de aves.

3. Instalación de un taller Artesanal y desarrollo de capacidades artesanales

Esta estrategia está orientada para generar ingresos adicionales por la producción y venta de artesanía y generalmente será desarrollada por las mujeres, posibilitándoles su incorporación a la población económicamente activa y libertad económica.

- Instalación de un taller artesanal equipado con herramientas para la producción artesanal.
- Capacitación en técnicas artesanales (mejoramiento de proceso y diseños locales sin pérdida de identidad)

4. Promocomercialización (clientes externos)

Este término nos muestra que la promoción y comercialización no son actividades sin relación si no que están estrechamente ligadas y obedecen a un enfoque estratégico para el turismo y el desarrollo local. Para desarrollar este componente planteamos una serie de actividades que tienen al destino turístico como elemento básico en torno a lo cual giran los otros elementos, con un precio que permite vincularlo al mercado. En este componente hacemos especial

énfasis en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información ya que constituyen herramientas importantes para la comercialización de nuestro producto con las ventajas de una disminución de costos, mayor efectividad y alcance entre otros ayudándonos a ser competitivos dentro de un mercado muy complejo.

El enfoque está ligado al mejoramiento de la competitividad de la cadena, por lo tanto todas estas actividades se enmarcan dentro de la ruta de aves del norte de Perú y la sub ruta de Amazonas.

- Diseño del plan de promocomercialización (consultores externos), insertos en la ruta de aves del norte de Perú y en sub ruta de Amazonas. Acá se debe resaltar las condiciones de accesibilidad y servicios que ofrece Nuevo Salem para avistar el Orange-throated Tanager *Wetmorethraupis sterrhopteron*, conocido localmente como el **inchituch** y más de 230 aves en un pequeño territorio.

- Ejecución del Plan de Promocomercialización
 - Diseño del portal web y divulgación de boletines electrónicos
 - Incorporación a redes especializadas de aviturismo, ecoturismo y turismo comunitario
 - Organización de un Fam trip y Press trip (visitas dirigidas a los propios agentes turísticos y periodismo especializado) para dar a conocer las singularidades de este espacio geográfico.
 - Impresión de folletos y posters para distribuirlos en ferias especializadas y centros de información turística, etc.
 - Incorporación del sitio en mapas y la ruta de aves del norte de Perú de modo más visible.
 - Preparación de video documental para su divulgación en los medios televisivos.

5. Apoyo a las actividades agrícolas y forestales

Es muy peligroso apostar todo un proceso de desarrollo sostenible, a la realización de una sola actividad económica, si ésta falla por causas no controlables, la vulnerabilidad a la que se enfrenta la población es muy alta. Es por ello que para asegurar la sostenibilidad de la comunidad, se plantea realizar un trabajo de organización, asistencia técnica en el cultivo, postcosecha y acceso al mercado para dos productos con buen potencial de desarrollo: El cacao y la cocona, allí la experiencia de la Cooperación Alemana GTZ, resulta valiosa para obtener éxito. En este trabajo se deben incorporar las otras comunidades vecinas.

6. Monitoreo, seguimiento y evaluación

Esta estrategia nos asegura el poder controlar la ejecución correcta de los planteamientos, nos asegura que en todo momento se avance hacia los objetivos del progreso económico y la sostenibilidad del territorio conforme a los planteamientos estratégicos. El monitoreo permitirá detectar amenazas o fallas crecientes en torno al desarrollo de las actividades turísticas planteadas generando señales de alarma para corregir los errores y disminuir las amenazas, logrando un impacto favorable del proyecto.

La evaluación nos permitirá medir el impacto de la intervención en un horizonte de tiempo mayor.

Beneficiarios

Directos: De las 30 familias que habitan en Nuevo Salem el 50% se beneficiaría de modo directo, ya sea trabajando para el proyecto, como guías, trabajando en los hospedajes y restaurantes, en el aprovisionamiento de alimentos, artesanía, etc.

Indirectos: Todo las familias ya que se ha establecido una donación de \$30 dólares por cada turista que visita Nuevo Salem que va a un fondo del pueblo el cual es usado en beneficio público previa aprobación de la mayoría de la población.

Resultados:

1. La población involucrada esta sensibilizada y capacitada, participa activamente en el desarrollo de la actividad aviturística local, recibiendo ingresos importantes por este concepto.
2. Desarrollo de la conciencia turística en la población de manera que la presencia de los turistas sea bien recibida y no constituya un elemento que los sorprenda y genere falsas expectativas, ni situaciones de que busquen sacar provecho de manera indebida.
3. Población hace un manejo adecuado de sus Recursos Naturales, diversidad biológica y cultural, conservando especies importantes de flora y fauna pero especialmente su ave símbolo inchituch.
4. Un taller de producción de artesanía funcionando, mujeres awajún recibiendo ingresos por la venta de su artesanía.
5. Existen planes y estrategias eficientes de promocomercialización del destino Nuevo Salem como producto turístico, que permiten posesionar al destino dentro del circuito nororiental de Perú.
6. Oferta competitiva de cacao y cocona articulada a un nicho de mercado de especialidad.
7. Establecen alianzas publico privadas para impulsar el desarrollo del destino ecoturístico Nuevo Salem.

Actores y marco institucional

Avituristicas Vienen a disfrutar de la actual avifauna, tan especial de Nuevo Salem, además posibilitan el desarrollo de la actividad aportando ingresos a la comunidad nativa

Comunidad de Nuevo Salem: Son los anfitriones de los turistas y se preocupan por hacer la estadía de estos muy agradable y segura.

Asociación ecoturística INCHITUCH, se encarga de la administración con apoyo de las Ongs, de los albergues, guiado, alimentación y transporte se encargan de la parte operativa.

Ong INBIAPERU – Sensibilización y capacitación permanente sobre conservación de la diversidad biológica y cultural del territorio, trabajo en los planes de promocomercialización juntamente con consultores externos, ejecutor del proyecto-

Agencias operadoras de Turismo, Posibilitan la creación de productos y servicios de calidad que permitan un incremento en su competitividad, y una satisfacción de sus visitantes. Apoyo para la promocomercialización y conservación (Manù Expeditions, Rainforest Expeditions, Colibrí Expeditions, Birding Perú entre otras)

Gobierno local de Imazita, apoyo con recursos para mejoramiento de la infraestructura básica.

Gobierno regional de Amazonas y Dirección Regional de Turismo Amazonas, entidad del gobierno regional de Amazonas encargada de las políticas y marco regulatorio de la actividad turística regional. Brindará apoyo para el desarrollo de la actividad turística en Nuevo Salem con el fin de crear un destino turístico sostenible.

Instituto Nacional de Recursos Naturales (Inrena), institución del estado peruano encargada de la conservación y puesta en valor de los recursos naturales, provee el marco regulatorio para la actuación dentro de áreas de conservación.

Universidad Nacional Antonio Rodríguez de Mendoza Amazonas

El apoyo de la academia será importante en aspectos de investigación y formación de profesionales y extensión. Su aporte significa un avance hacia el conocimiento e identificación del patrimonio natural y cultural del país, y al interés de la población en la ordenación turística como una base del éxito social, económico y ambiental de los destinos.

Proyecto Peru Biodiverso, SECO – GTZ – MINCETUR

Fomento de la Cadena de Valor y apoyo para implementar la estrategia de mejoramiento, dentro de los principios y criterios de Biocomercio.

BIBLIOGRAFIA

- Angulo F. Palomino W. Arnal-Delgado H. Auca C. & O. Uchofen. 2008. Corredor de Conservación de Aves Marañón Alto Mayo: Análisis de Distribución de Aves de Alta Prioridad de Conservación e Identificación de Propuestas de Areas para su Conservación. Asociación Ecosistemas Andinos – American Bird Conservancy, Cuzco, Perú. 147 páginas + Anexos.
- Anon. (Manuscrito) 1979. Cordillera Colán, departamento de Amazonas. Informe de Campo de la Expedición de Louisiana State University en 1978.
- Arlinghaus, Angelina. PDRS (2007). Analisis de potencial turístico para el desarrollo turístico en las regiones Amazonas y San Martin
- Barrio, J. y Venegas, P. 2004. Inventario Biológico Preliminar de la Cordillera Nororiental, Zonas de Laguna de Los Cóndores y Río Chilchos. Reporte de la Evaluación de Fauna Silvestre ejecutada en Noviembre – Diciembre 2003.
- Benson, Sara, Hellander, P., Wlodarski, Rafael (2007): Lonely Planet Peru
- BirdLife Internacional y Conservation Internacional. 2005. Áreas Importantes para la Conservación de las Aves en los Andes Tropicales: sitios prioritarios para la conservación de la biodiversidad. Quito, Ecuador: BirdLife Internacional. Serie de Conservación de BirdLife N° 14.
- Box, B., Murphy, A., Peru Handbook 5th Edition. Footprint (2007)
- Clements, J. and Shany, N. 2001. A Field Guide to the Birds of Peru. Ibis Publishing Company, California.
- Clements, J. and Shany, N. 2007. A Field Guide to the Birds of Peru. Ibis Publishing Company, California.
- CITES, Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora. 2007 (on line). Appendice II. <www.cites.org/eng/app/appendices.shtml>.
- CMS, Convention on Migratory Species. 2006. Appendice II. (on line). <http://www.cms.int/documents/appendix/cms_app1_2.htm>.
- Davies, C., Barnes, R., Butchard, S., Fernández, M. y Seddon, N. 1994. Estado de Conservación de la Cordillera de Colán, 65pp.
- Dávila Garcia, Bruno, Sánchez-Concha López, G., Saltar Lomellini, D., Saltar Castratt, Igor (2005): Ecoturismo competitivo: propuesta para su implantación en Madre de Dios, Lima

Diez Canseco Terry Raúl, 2008 Turismo la gran oportunidad, Fondo Editorial Universidad San Ignacio de Loyola.

Fjeldsa, J. and Krabbe, N. 1990. The Birds of the High Andes. Zoological Museum, University of Copenhagen and Apollo Books, Denmark.

Fundación Conservación Internacional, The Nature Conservancy, World Wild Fund (2007): Áreas Naturales Protegidas Perú, Lima

GTZ, Manual del ValueLinks, 2007

Instituto Nacional de Recursos Naturales. INRENA. 2007. Categorización de especies amenazadas de fauna silvestre. DS N° 034 – 2004 – AG.

IUCN 2007. 2007 IUCN Red List of Threatened Species (on line). <www.iucnredlist.org>.

Mark, T., Augustine, L., Barrio, J., Flanagan, J. and Vellinga, W. 2008. New records of birds from the northern Cordillera Central of Peru in a historical perspective. Cotinga 29: 108-125.

Mincetur (2008): PENTUR

Mindo Cloudforest Foundation. 2006, Estrategia Nacional de Aviturismo. CORPEI. Quito, Ecuador

Morales Gaitán Samuel, 2008. Identificación y selección de Cadenas de valor relacionadas con ecoturismo en la región San Martín y lineamientos para una estrategia de intervención bajo los principios de Biocomercio, Consultoría para GTZ.

Promperu (2006): Perfil del Turista de Naturaleza (Manu, Tambopata, Huascarán, Paracas)

Plenge, H. & R.S.R. Williams (Eds) (2004) Aves de las Nubes – Birds of the Clouds. Lima, Perú: Foto Natur SRL.

ProAvesPerú. 2002. Avifauna and conservation of the forest of Leymebamba. General Report. ProAvesPerú, Sullana, Perú.

Promperú. 2005. Perú. El Verdadero Paraíso de Aves, Viaje de exploración por la ruta norte de aves del norte del Perú.

Samamé, M. and Fjeldsä, J. 1999. Aves del Área de la Morada. En: Schjellerup, I., Espinoza, C., Quipuscoa, S. y Samamé, M. (edit.). La Morada. La gente y la biodiversidad / People and diversity. DIVA, Technical Report 8; CBD Ecología y Desarrollo 7.

SPDA, Cartilla para la Conservación Privada y Comunal, Servidumbres Ecológicas, 2008

Valqui Thomas, 2004. Where to watch Birds in Peru