

Quito, 28 de mayo de 2012

Dr. Marcelo Villacís

**Presidente**

**Comité de Gestión de la Marca Turística del Noroccidente de Pichincha**

Por medio de la presente, en el marco del Proyecto “Fortalecimiento del turismo sostenible como eje dinamizador de la economía y de la acción concertada de actores públicos, privados y comunitarios en el Noroccidente de Pichincha”, auspiciado por Unión Europea, hacemos el traspaso oficial a Fundación Esquel y al Comité de Gestión de la Marca, de los procedimientos, para el uso adecuado de la Marca Turística Territorial del Noroccidente de Pichincha.

**Procedimientos para solicitar el uso de la Marca.**

- Solicitar al Comité de la Marca los requisitos para Usos de la marca.
- Enviar la auto evaluación de los parámetros mínimos de cumplimiento como negocio para que sea evaluados.
- Autorizar al Comité para que realice la verificación mediante un evaluador en su negocio.
- Realizar el pago anual establecido para Uso de la Marca, el mismo que será ejecutado, a través de depósito a la cuenta del Comité de Gestión de La Marca. Las empresas vinculadas con la Marca Turística Territorial del Noroccidente de Pichincha, gozarán de los siguientes beneficios:
  - ✓ Manual de Marca para uso exclusivo de su negocio.
  - ✓ Se compartirá, información de su producto o servicio estrella de turismo, en el Sitio Web [www.noroccidentepichincha.com](http://www.noroccidentepichincha.com), en la sección determinado para este fin.
  - ✓ De acuerdo al puntaje respectivo se hará la entrega y colocación de la placa **SELLO DE CALIDAD** (oro, plata o bronce).
- Certificar que el uso de la marca es exclusivo para su negocio, mediante una Carta de compromiso en las que debe estar las restricciones de la misma.
- Adicionalmente si las empresas vinculadas desean contratar un espacio publicitario de forma semestral, a través de un banner en la página de inicio del sitio web [www.noroccidentepichincha.com](http://www.noroccidentepichincha.com), lo podrán hacer, mediante depósito en la cuenta del Comité de Gestión de la Marca Turística Territorial del Noroccidente de Pichincha.

### **Metodología y procesos aplicar el uso de la Marca**

El solicitante antes de requerir el uso de la marca deberá llenar el formulario en la que pide registrar los parámetros de evaluación, para conocer si cumple con la base mínima que exige el Uso de la Marca.

Una vez registrado esta información, se enviará al empresario vía email el nombre del Evaluador que lo visitará y constatará si la información enviada tiene el sustento de confiabilidad, luego se realizará el proceso de entrega formal de resultados mediante un acuerdo de Compromisos del Uso de la marca con sus respectivos alcances y restricciones que esta tiene dentro de la región e incluso a nivel nacional e internacional.

Cada uno de los indicadores responde al mismo sistema de evaluación en el cual se presentan:

**Cumple:** para aquellos indicadores que son verificables al 100% y se han convertido en una política empresarial

**No cumple:** cuando no existe evidencias de acciones que podría asumir una empresa en el indicador su evaluación es 0

**Cumple parcialmente:** cuando la documentación no permite verificar a sociedad el cumplimiento del indicador se aplicara de hasta un 50%

C	Cumple	NC	No Cumple	CP	Cumple Parcial
---	--------	----	-----------	----	----------------

**Indicadores de evaluación para uso de la Marca**

	Indicador	Estándar Mínimo	Evaluación general			Observaciones	
			CUMPLE	NO CUMPLE	CUMPLE PARCIAL	cumplimiento puede Solicitar el uso de la Marca	
1	Porcentaje de género en puestos de trabajo	Más de 40,2 % de los empleados, en rol o servicios prestados, del producto turístico son mujeres.					
2	Estar registrado como negocio dentro del territorio del Noroccidente de Pichincha	La operación cuenta con RUC. Patente Municipal, permiso sanitario, bomberos, licencia de funcionamiento.					
3	Integración de la infraestructura con el paisaje y la arquitectura local	La infraestructura se integra al paisaje y a la arquitectura local.					
4	Uso de animales silvestres en la gastronomía -excluye peces y	No se observa el uso de carne de animales silvestres en el menú que ofrece la operación.					

	mariscos.						
5	Requerimientos del representante legal de la operación	La operación cuenta con el nombramiento de su representante legal.					
6	Contratación Local	80% de los Trabajadores son Locales					
7	Medida de satisfacción del turista	La operación implementa un cuestionario para medir la satisfacción de su cliente (planta turística, servicio, precio).					
8	Tratamiento de la basura sólida	La operación trata la basura sólida por al menos uno de los siguientes sistemas: la orgánica es enterrada, usada como compost, alimento para ciertos animales o biogás o arrojada a mar abierto. La basura inorgánica tiene que ser sacada del sitio o procesada de tal forma que no deje residuos o desechos. Quemar no es aplicable.					
9	Tratamiento de las aguas negras	La operación trata las aguas negras por al menos uno de los siguientes sistemas: letrinas, tanques sépticos, letrinas composteras, tratamientos aeróbicos, tratamientos anaeróbicos o humedales artificiales.					
10	Ahorro de agua	La operación hace mantenimiento periódico de las instalaciones para evitar					

		el desperdicio del agua.					
11	Porcentaje de empleados con sueldos de acorde a la ley	El 100% de los empleados reciben como sueldo el mínimo vital establecido por la ley (incluyendo honorarios por servicios).					
12	Venta de artesanías tradicionales	la operación vende en sus instalaciones artesanías locales					
13	Presencia de especies introducidas	Cero (0) observaciones de especies introducidas de la operación.					
14	Uso de productos biodegradables	Se prefiere los productos biodegradables en la operación					
15	Porcentaje de crecimiento de ventas	El porcentaje de crecimiento de ventas en la operación en los últimos 12 meses es mayor al 6 %.					
16	Porcentaje de beneficio económico para la operación	Al menos el 10 % de la utilidad neta de la operación es destinada a obras para la comunidad.					
17	Porcentaje de beneficio económico para la operación	Al menos el 10 % de la utilidad neta de la operación es destinada a obras para la comunidad.					
18	Lista de atractivos naturales	La operación cuenta con un listado de los atractivos naturales que posee					
19	Equipo de primeros auxilios	La operación cuenta con un botiquín, equipado según la lista básica de la Cruz Roja del Ecuador o equivalente					

20	El recurso humano directo del producto presenta certificados médicos	Los empleados directos de la operación tienen certificados médicos vigentes emitidos por un Centro de Saludo o Dispensario del Estado.					
21	Señalización para evacuación en caso de desastres e incendios	La operación cuenta con señalización de evacuación en caso de incendios o desastres naturales.					
22	Plan de capacitación en seguridad de la operación	La operación capacita a los empleados directos e indirectos por lo menos una vez al año en temas de seguridad.					
23	Señalética que indique los servicios con los que cuenta la operación	La operación cuenta con señalización que indique los servicios que ofrece					
24	Tiempo de cumplimiento o de servicio	Los servicios solicitados por los huéspedes de la operación son cumplidos sin retraso al tiempo pactado.					
25	Calidad del agua potable	El agua usada por la operación para el consumo de los huéspedes posee las siguientes características: Ligero olor y/o sabor por tratamiento natural, pH: de 6,5 a 9,5, bacterias aerobias totales (37 grados C): hasta 200 por ml, Coliformes y/o estreptococos fecales: 0 por ml, microorganismos parásitos y/o patógenos: ausencia.					

**DETALLE DE COSTOS PARA USO DE LA MARCA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>REQUERIMIENTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Evaluación de los Indicadores de Calidad del Negocio	Revisión de datos en el negocio	30,00 usd
Derecho de uso de la Marca.  (Se compartirá, información de su producto o servicio estrella de turismo, en el Sitio Web <a href="http://www.noroccidentepichincha.com">www.noroccidentepichincha.com</a> , en la sección determinado para este fin).	Cumplimiento 100% de los Indicadores de calidad detallados anteriormente	100,00 usd
Colocación del Sello de calidad de acuerdo a porcentaje de indicadores cumplidos	Se realizará de acuerdo al Manual de Gestión de calidad	25,00 usd
<b>TOTAL</b>		<b>155,00 usd</b>

**DETALLE DE COSTOS PARA LA VENTA DE PUBLICIDAD WEB**

<b>CONCEPTO</b>	<b>REQUERIMIENTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Banner Publicitario	Contrato de arrendamiento semestral, por espacio publicitario, (Máximo 8 espacios publicitarios).  El valor unitario es de 150 usd	1200,00 usd
<b>TOTAL</b>		<b>1200,00 usd</b>

**DETALLE DE COSTOS ANUALES PARA PÁGINA WEB**

<b>CONCEPTO</b>	<b>REQUERIMIENTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
-----------------	----------------------	--------------------

Hosting	Contrato Proveedor de Servicios	99 usd
Dominio	Contrato Proveedor de Servicios	15 usd
Mantenimiento Anual de la página web, Posicionamiento, videos y apoyo en Community Manager.	Contrato Proveedor de Servicios	1800 usd
<b>TOTAL</b>		<b>1914 usd</b>

Por la amable atención a la misma, mis mas cordiales agradecimientos.

M.Sc Edison Molina

Gestor del Conocimiento

UCT