Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2014 - JUNIO 2014

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Aprovechando a la Comunidad Conservacionista Global para Potenciar el Turismo

Nro. Proyecto: RG-M1206 - Nro. Operación: ATN/ME-13430-RG

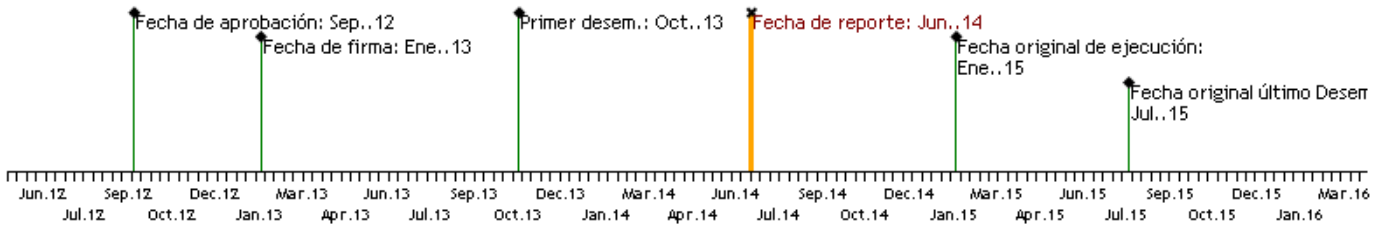
Resultado: El resultado es aprovechar el nicho de mercado que representa la comunidad conservacionista global para potenciar el turismo comunitario en áreas prioritarias para la conservación del Arrecife Mesoamericano.

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
GUATEMALA	HONDURAS	SME - Desarrollo de la pequeña y mediana empresa	SEFI - Financiamiento de la pequeña empresa

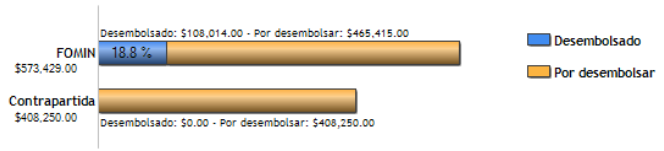
Agencia Ejecutora: World Wildlife Fund, Inc.

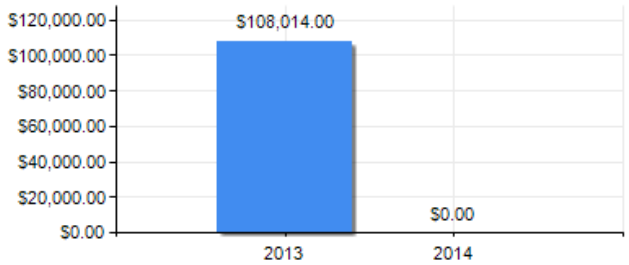
Líder equipo de diseño: Lesenfants, Yves
Líder equipo de supervisión: Correa, Floridalma

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

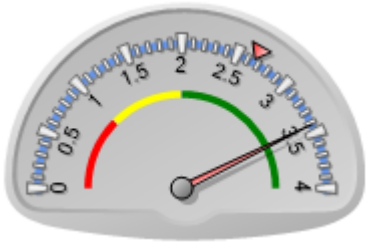


RECURSOS

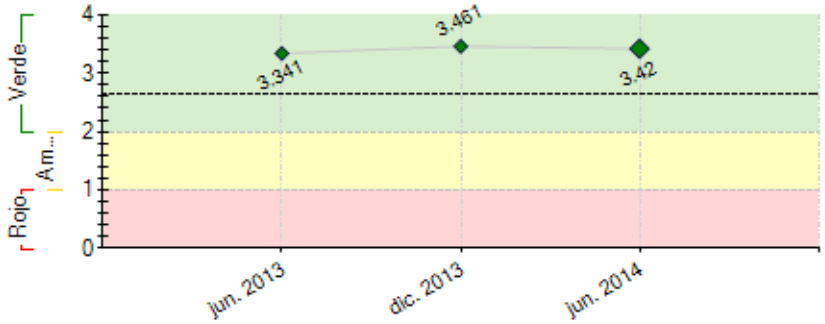




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 3.42
Promedio FOMIN: 2.658

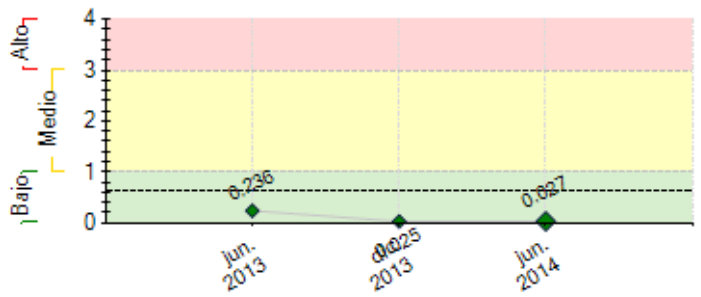


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	Bajo
Adquisiciones:	Bajo
Capacidad Técnica:	Bajo



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.615

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

El Técnico especialista del proyecto se ubicó en las oficinas de La Asociación Pro Comunidades Turísticas de Honduras (LAPROCOTURH – Antes LARECOTURH), siendo esta asociación uno de los principales socios del proyecto en Honduras. La ubicación del técnico del proyecto en LAPROCOTURH ha resultado estratégica para la ejecución eficiente de las actividades del proyecto, especialmente las consultorías, y para tener un enlace permanente a nivel local, así como con los beneficiarios (posibles e identificados) del proyecto.

Se han tomado acciones correctivas para disminuir el atraso del proyecto. De esta cuenta se han concluido las primeras dos consultorías del proyecto, lo que permitió la priorizaron de los emprendimientos beneficiarios en Guatemala y en Honduras, así como definir la línea de base y el sistema de monitoreo y evaluación del proyecto. Además, se ha realizado la gestión para la tercera consultoría que corresponde a dos de las actividades del proyecto, siendo esta la "Caracterización de la oferta, análisis de la demanda y segmentación del mercado turístico del destino SAM".

Se cumplió con el Hito 1 del proyecto, correspondiente al "Análisis de distribución geográfica, sectorización y priorización de sectores piloto del destino SAM". Así mismo se cumplió con el primer indicador: "Se está ejecutando una estrategia regional de promoción del Arrecife Mesoamericano consensuada entre los actores del destino".

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Debido a un entendimiento erroneo por parte del Ejecutor, se han presentado atrasos en la implementación, por su parte la UE entendió que el plazo empezaba a correr a partir de la recepción del primer desembolso, no de la firma del convenio. Una vez comprendido este extremo, han buscado mecanismos para ponerse al día.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

La consultoría "Análisis de distribución geográfica, sectorización y priorización de sectores piloto del destino SAM" se concluyó en mayo-2014. A partir de este estudio se priorizaron 21 emprendimientos comunitarios, beneficiarios del proyecto. Con la ejecución esta consultoría, se cumplió con el Hito 1.

Se finalizó en junio la consultoría "Elaboración de línea de base y sistema de monitoreo y evaluación del proyecto". Se desarrollaron dos talleres, 1 en Guatemala y 1 en Honduras, para establecer la línea de base y desarrollar el sistema de M&E. Así mismo durante estos talleres se presentó el proyecto y se validó la estrategia de promoción. En base a este estudio se propondrá al BID una revisión de los indicadores del proyecto.

Se inició la consultoría "Caracterización de la oferta, análisis de la demanda y segmentación del mercado turístico del destino SAM", que cubre dos actividades del proyecto. Además, en el segundo semestre de 2014 se tienen planificadas las siguientes consultorías:
- Diseño de marca y estrategia de comunicación para el destino
- Elaboración de un protocatálogo de productos turísticos comunitarios
- Evaluación del estado del market-readiness
- Organización de las redes de productores de servicios asociados a la marca del destino
- Animación de plataformas sociales de WWF.

Se elaboró un memorando con el INGUAT, para apoyará el proyecto en Guatemala. Un proceso similar se está desarrollando en Honduras con el Instituto Hondureño de Turismo.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Resultado: El resultado es aprovechar el nicho de mercado que representa la comunidad conservacionista global para potenciar el turismo comunitario en áreas prioritarias para la conservación del Arrecife Mesoamericano.	**R.1**	Un porcentaje de las empresas beneficiarias reciben visitantes provenientes de la comunidad conservacionista global.	0				80	0	
							Jul. 2015		
	R.2	WWF promueve circuitos de turismo comunitario y conservación en la costa Atlántica de Guatemala y Honduras en la comunidad conservacionista global con quien tiene contacto constante a través de las redes sociales.	0				3	0	
							Jul. 2015		
	R.3	Las empresas comunitarias integran cadenas de valor de turismo en el área de en la costa Atlántica de Guatemala y Honduras, vendiendo sus productos a turismo internacional.	0				1	0	
							Ene. 2016		

Componente 5: Conceptualización y socialización del destino (corredor) de turismo comunitario SAM **Peso:** 13% **Clasificación:** Satisfactorio	**C5.I1**	Ejecutar una estrategia regional de promoción del Arrecife Mesoamericano consensuada entre los actores del destino.	0				1 Feb. 2014	1 Ene. 2014	En curso
	C5.I2	Porcentaje de las empresas beneficiarias participan en el nuevo concepto de destino turístico promovido.	0				80 Ene. 2015		
	C5.I3	WWF ejecuta una estrategia de comunicación para la promoción del destino.	0				1 Nov. 2014		
Componente 6: Desarrollo de productos turísticos **Peso:** 16% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C6.I1**	En funcionamiento 3 redes empresariales con oferta de turismo comunitario factible a ser comercializada en el turismo internacional.	0				3 Nov. 2014		
	C6.I2	Existen al menos 3 paquetes turísticos, rutas o circuitos mediante los cuales los turistas podrán participar directamente en destinos comunitarios y en conservación.	0				3 Nov. 2014		
Componente 7: Consolidación de la oferta de servicios comunitarios y conexos. **Peso:** 43% **Clasificación:** Satisfactorio	**C7.I1**	MiPymes turísticas mejoran su productividad y rentabilidad en las empresas como consecuencia de la aplicación de sistemas de gestión.	0				100 Jul. 2015		
	C7.I2	En 24 meses, mipymes turísticas mejora la calidad de sus productos y servicios como consecuencia de las capacitaciones	0				100 Jul. 2015		
Componente 8: Acceso a mercado y promoción. **Peso:** 24% **Clasificación:** Satisfactorio	**C8.I1**	Para el año 3 la comunidad conservacionista de usuarios/turistas WWF para el destino Arrecifal Mesoamericano, participa activamente en redes sociales para la programación de tours, se está trabajando con operadores mayoristas en USA, Europa, España, Italia, Alemania, Francia, e Inglaterra.	0				1 Ene. 2016		
Componente 9: Acceso a mercado y promoción **Peso:** 4% **Clasificación:** Satisfactorio	**C9.I1**	Conocimiento publicado en NEXSO listo para ser adaptado a otras situaciones y actores sectoriales.	0				1 Ene. 2016		

Hitos		Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H1	Conditions Prior	5	Jul. 2013	5	Jul. 2013	Logrado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Otros, cuáles?: Confusión sobre la fecha real a partir de la cual debían cumplirse los resultados esperados por componente

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. 1. La estabilidad política de Guatemala y Honduras no permite un crecimiento sostenido del turismo en la región. 2. Hay desastres naturales significativos que destruyan la región.	Bajo	n/a	Project Guest
2. Los empresarios de turismo locales no están motivados a participar y aplican satisfactoriamente la asistencia técnica ofrecida por el proyecto.	Bajo	na	Project Guest
3. No existe interés de parte de las instituciones gubernamentales de turismo y voluntad política para promover el desarrollo sostenible, la participación ciudadana y la descentralización así como apoyar los destinos de turismo comunitario. El desarrollo turístico de los países no se ve afectado por el problema de inseguridad que existe en la región o existen	Bajo	n/a	Project Guest
4. 1. No existe interés en la ejecución del proyecto por parte de actores locales de turismo en la región, no sólo el sector privado sino también instituciones gubernamentales respaldan la ejecución del proyecto. 2. Las empresas no están motivadas a invertir en mejoras en su empresa a fin de reducir su impacto en el ambiente.	Bajo	n/a	Project Guest
5. La calidad de asesores contratados por WWF no cumplen satisfactoriamente las necesidades de los beneficiarios y la calidad requerida por la dirección del proyecto y los donantes	Bajo	na	Project Guest

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 13 **RIESGOS VIGENTES:** 13 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 0

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Las alianzas con ASOPROGAL y con LAPROCOTURH han resultado sumamente relevantes para el avance del proyecto. Ambas instituciones han facilitado la comunicación con los emprendimientos turísticos y han mediado la generación de información vital para el proyecto. Se continuará trabajando en conjunto con ambas. La PROCOTURH será fortalecida como una de las redes turísticas.

Debido a falta de recursos de inversión en proyectos de desarrollo y turismo en Guatemala y Honduras, se ha buscado apoyo con instituciones públicas: con el INGUAT y el IHT. Ambas están en disposición de apoyar las actividades del proyecto, por lo que se firmarán memorandos de entendimiento en el próximo semestre.

Se está buscando formar parte en consorcios regionales como MARTI, junto con organizaciones como Rainforest Alliance, Sustainable Travel International y Coral Reef Alliance, con el objetivo de dar continuidad y sostenibilidad al proyecto. WWF continuará haciendo esfuerzos para captar recursos que permitan posicionar al SAM como destino, entre ellos: investigar mercados, fortalecer productos, promover el destino, activar redes sociales, acercar al programa de viajes de WWF al SAM.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. 2. Los emprendimientos turísticos comunitarios en el SAM (Guatemala y Honduras), carecen de información para conocer y analizar sus mercados, sus ingresos y ganancias. El proyecto debe ayudar a generar esta información, para medir posteriormente el impacto. Es necesario considerar que la implementación del sistema de recopilación de información requerirá capacitación y seguimiento. Posteriormente el traslado de los datos puede ser limitado debido a falta de acceso a equipo de computación e internet y a la capacidad limitada para procesar los datos en las comunidades. El proyecto deberá dar apoyo en todos los aspectos anteriores.	Sustainability	Porta, María Amalia
2. 1. El trabajo con varios emprendimientos turísticos comunitarios de forma participativa, implica costos de traslado y logística, así como talleres para obtener insumos de los beneficiarios y actores relavantes. Por lo anterior, es importante considerar estos gastos dentro de las actividades del proyecto o en la busqueda de fondos de contrapartida, tal como se ha realizado hasta el momento.	Implementation	Porta, María Amalia