Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2015 - JUNIO 2015

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

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

Nro. Proyecto: RG-M1206 - Proyecto No.: ATN/ME-13430-RG

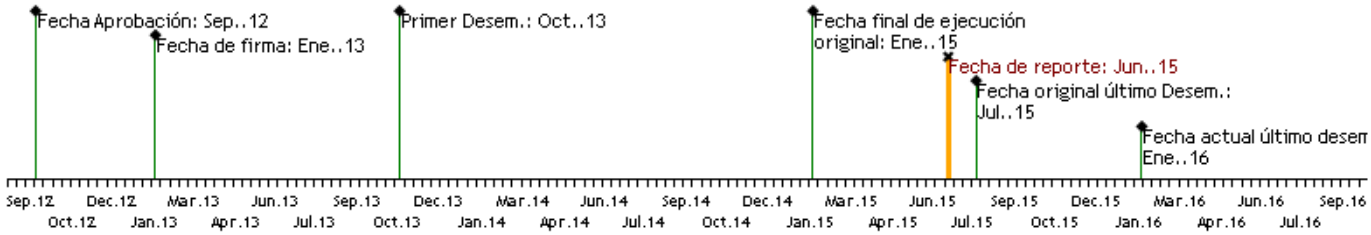
Propósito: El resultado es aprovechar el nicho de mercado que representa la comunidad conservacionista global para potenciar el turismo comunitario en áreas prioritarias para la conservación del Arrecife Mesoamericano.

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

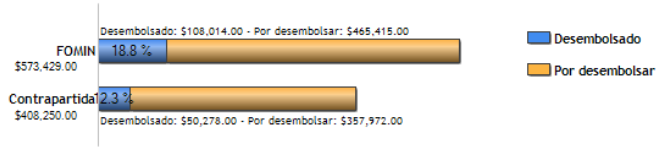
Agencia Ejecutora: World Wildlife Fund, Inc.

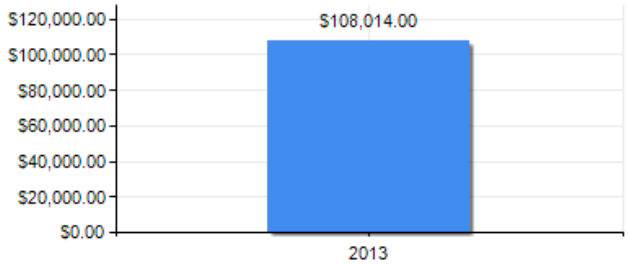
Líder equipo de diseño: YVES LESENFANTS
Líder equipo de supervisión: LUIS MEJIA CANIZ

CICLO DEL PROYECTO

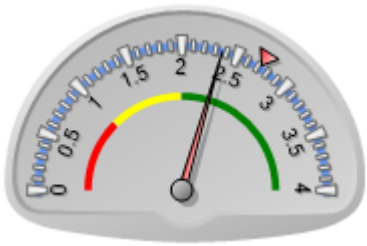


RECURSOS

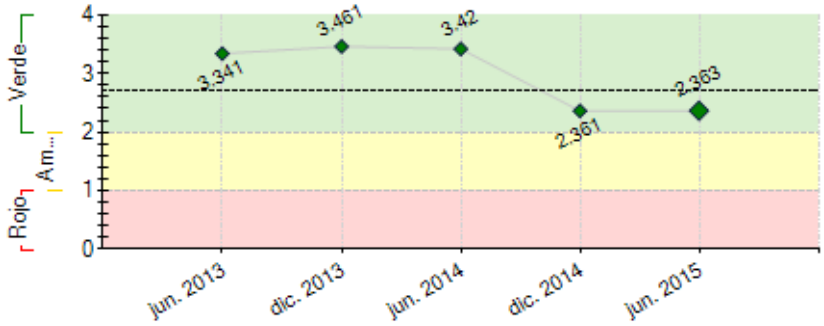




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.363
Promedio FOMIN: 2.727

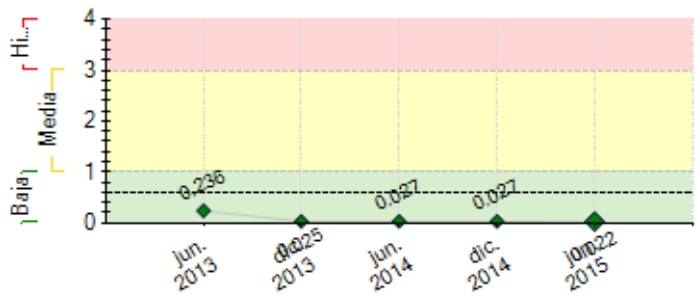


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	
Adquisiciones:	
Capacidad Técnica:	



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.603

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

En el Componente 1 "Conceptualización y Socialización del destino de turismo comunitario SAM", se cuenta con: la priorización de los emprendimientos turísticos comunitarios en Guatemala y Honduras; el conocimiento del proyecto por parte de beneficiarios y actores clave en Guatemala y Honduras; la línea base y el sistema de monitoreo y evaluación del proyecto; la caracterización de la oferta actual priorizada para el proyecto; y la marca para el destino SAM. En proceso la estrategia de promoción del destino.

Dentro del Componente 3 "Consolidación de la oferta de servicios comunitarios y conexos" se ha apoyado y fortalecido a dos redes, una en cada país, siendo estas LAPROCOTURH en Honduras y el CATCI en Guatemala.

En relación al Componente 4 "Acceso a mercados y promoción", se cuenta con el análisis de la demanda actual y segmentación de mercado en el destino SAM y se ha avanzado en la creación de una comunidad en redes sociales de WWF-Guatemala/MAR para el lanzamiento del destino.

No se han iniciado otras actividades, tales como las comprendidas en el componente 2 "Desarrollo de productos" y otras de los componentes 3 y 4, debido a que el proyecto está en evaluación intermedia, la cual propondrá una reestructuración del proyecto, que incluye la extensión del periodo de ejecución. Se está en espera de la propuesta de reestructuración por parte del consultor contratado por el BID para dar continuidad a las actividades que correspondan e iniciar nuevas.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El proyecto llegó al final del plazo original de ejecución, el cual se ha extendido inicialmente por un período de 6 meses, a fin de formular la reestructura del mismo, para posteriormente reactivar su ejecución de contarse con el compromiso institucional de todos los socios del proyecto, bajo el nuevo enfoque que se defina en la reestructura que se propondrá. El desempeño del proyecto ha sido muy bajo, ejecutando únicmanete cerca del 18% de los fondos disponibles en el período de tiempo de ejecución originalmente aprobado.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Se construyó la marca del destino SAM, la cual está en proceso de validación. Además, se está elaborando la estrategia de comunicación para este destino. Con estos dos elementos se realizarán las actividades de acceso a mercados y promoción.

Se cuenta con los términos de referencia para la elaboración de un proto-catálogo de productos turísticos comunitarios. Se espera realizar esta contratación en el segundo semestre de 2015.

WWF estableció acuerdos con la CANATURH-La Ceiba en Honduras y con ASOPROGAL en Guatemala para realizar actividades de capacitación y asistencia técnica para mejorar los servicios en los emprendimientos comunitarios priorizados por el proyecto. Se realizó una misión de intercambio de experiencias con algunos miembros del CATCI y ASOPROGAL para ir a conocer la experiencia de LAPROCOTURH y Reservaciones Turísticas La Ceiba. Se realizó una consultoría para determinar los requerimientos para mejorar el acceso a agua en los emprendimientos turísticos comunitarios priorizados. En base a esta información se apoyará la mejora o construcción del sistema de distribución de agua.

Se apoyó la elaboración de un mapa en el cual están incluidos los emprendimientos turísticos priorizados por el proyecto en Guatemala.

La firma auditora ya realizó la revisión intermedia de auditoría financiera. Se coordinó la misión para la realización de la evaluación intermedia. Los avances de este semestre fueron con fondos de contrapartida de WWF.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El proyecto se desaceleró mucho más en el último semestre debido a que el FOMIN ha decidido realizar la restructura antes descrita.Las actividades descritas por el ejecutor del proyecto son consistentes con las actividades vistas en campo.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
Propósito: 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 Jul. 2015	0	
	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 Jul. 2015	0	
	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 Ene. 2016	0	
Componente 5: Conceptualización y socialización del destino (corredor) de turismo comunitario SAM **Peso:** 13% **Clasificación:**	**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		Atrasado
	C5.I3	WWF ejecuta una estrategia de comunicación para la promoción del destino.	0				1 Nov. 2014		Atrasado
Componente 6: Desarrollo de productos turísticos **Peso:** 16% **Clasificación:**	**C6.I1**	En funcionamiento 3 redes empresariales con oferta de turismo comunitario factible a ser comercializada en el turismo internacional.	0				3 Nov. 2014	1 Dic. 2014	Atrasado
	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		Atrasado
Componente 7: Consolidación de la oferta de servicios comunitarios y conexos. **Peso:** 43% **Clasificación:**	**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:**	**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:**	**C9.I1**	Conocimiento publicado en NEXSO listo para ser adaptado a otras situaciones y actores sectoriales.	0				1 Ene. 2016		

	Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H1	Conditions Prior	5	Jul. 2013	5	Jul. 2013	Logrado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Capacidad institucional de la Agencia Ejecutora
[X] Desempeño inadecuado de proveedores de servicios/contratistas
[X] Falta de compromiso de la Agencia Ejecutora
[X] Diseño del proyecto/Componentes

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. 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	Baja	n/a	Invitado Proyecto
2. No existe interés de los mercados prioritarios para conocer los destinos fortalecidos	Baja	na	Invitado Proyecto
3. Los empresarios de turismo locales no están motivados a participar y aplican satisfactoriamente la asistencia técnica ofrecida por el proyecto.	Baja	na	Invitado Proyecto
4. La calidad de asesores contratados por WWF no cumplen satisfactoriamente las	Baja	na	Invitado Proyecto

necesidades de los beneficiarios y la calidad requerida por la dirección del proyecto y los donantes			
5. Existe interés por parte de WWF en generar el conocmiento y ponerlo a disposición de otros.	Baja	na	Invitado Proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **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: PP - Poco Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	Comentarios
[X] Falta de **compromiso** de la agencia ejecutora para continuar o expandir los servicios y/o actividades del proyecto	No existe una estrategia y compromiso de largo plazo para expandir el efecto semilla que el proyecto pueda crear
[X] Falta de un **mercado** para los servicios y/o actividades desarrollados por el proyecto (baja capacidad de pago o demanda por tales servicios)	El proyecto debe aún trabajar en crear canales para inducir y crear demanda hacia el turismo sostenible en el área del proyecto
[X] Falta de capacidad organizacional, gerencial y de gestión financiera para **continuar** y sustentar el programa una vez terminada la fase de ejecución	Debe instalarse capacidad técnica programática específica en el tema de turismo y mercados turísticos en la agencia ejecutora , algo con lo que hoy día no se cuenta
[X] Ausencia de un **plan de sostenibilidad** o inadecuada implementación del mismo	No se ha formulado un plan de este tipo

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Se ésta apoyando y trabajando en la consolidación yfortalecimiento de dos redes de productores de servicios asociados a la marca de destino SAM. Lo anterior se ha realizado tomando organizaciones de base existentes, pues estas ya responden a un objetivo común consistente con el que el proyecto busca.

Se está trabajando en coordinación con actores clave locales que también tienen objetivos comunes al proyecto, tales como la Cámara de Turismo de La Ceiba y ASOPROGAL, que conocen las particularidades en cada una de las zonas y pueden apoyar en capacitaciones y asistencia técnica.

Así mismo, se ha contactado a las instituciones gubernamentales de turismo en Guatemala y Honduras para lograr su apoyo al proyecto. Estas instituciones son vitales para la sostenibilidad de las actividades del proyecto ya que son las rectoras y entes responsables de las actividades de promoción del turismo. Por lo anterior, con ambas instituciones se ha propuesto y elaborado un acuerdo de entendimiento en el cual estas instituciones apoyan algunas de las actividades del proyecto.

Se tiene programado coordinar con otras oficinas de WWF para dar a conocer el destino y establecer contactos.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. Es necesario combinar actividades en campo que desarrollen la oferta y la encadenen hacia las cadenas de valor ya existentes para procurar pronto acceso a mercado y generar los incentivos a cambio de los beneficiarios.	Implementation	Mejia Caniz, Luis *[FOMIN]*
2. En el diseño de este tipo de proyectos debe considerarse como puede institucionalizarse capacidad técnica y programática con la que la agencia ejecutora no cuente, esto es a trvaés del equipo técnico que cuente con el conocimiento necesario para introducirlo dentro de la agencia ejecutora y posteriormente transferir ese conocimiento hacia los socios y beneficiarios en los países objetivo	Design	Mejia Caniz, Luis *[FOMIN]*
3. Se debe contar con técnicos especialistas en las zonas de trabajo del proyecto para poder dar seguimiento constante a las actividades del proyecto y establecer alianzas estratégicas. Los técnicos deben estar familiarizados con las condiciones y particularidades de las zonas de trabajo y conocer a los actores relevantes y proyectos e iniciativas que puedan apoyar o unir esfuerzos con el proyecto.	Implementation	Porta, María Amalia
4. Durante la implementación del proyecto es necesario verficar que las actividades propuestas durante el diseño del proyecto son las indicadas para alcanzar el impacto y resultado esperado del proyecto. En base a esto, se deben proponer los cambios necesarios que respondan a las condiciones que se encuentran en campo y a situaciones fuera de control de proyecto.	Implementation	Porta, María Amalia