Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2015 - DICIEMBRE 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

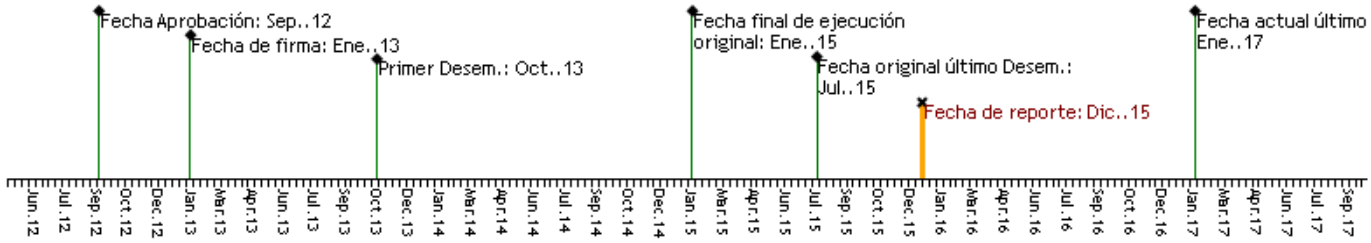
Propósito: El resultado es aprovechar el nicho de mercado que representa la comunidad conservacionista global para potenciar el turismo comunitario en áreas prioritarias para la conservación del Arrecife Mesoamericano.

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

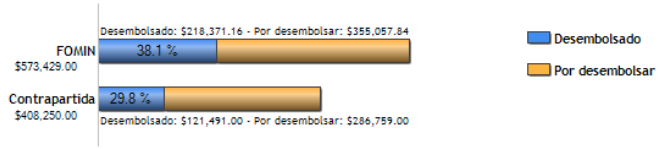
Agencia Ejecutora: World Wildlife Fund, Inc.

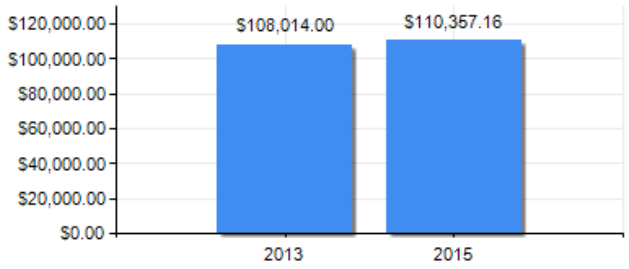
Líder equipo de diseño: YVES LESENFANTS
Líder equipo de supervisión: LUIS ALEJANDRO MEJIA CANIZ

CICLO DEL PROYECTO

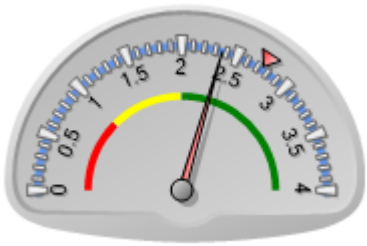


RECURSOS

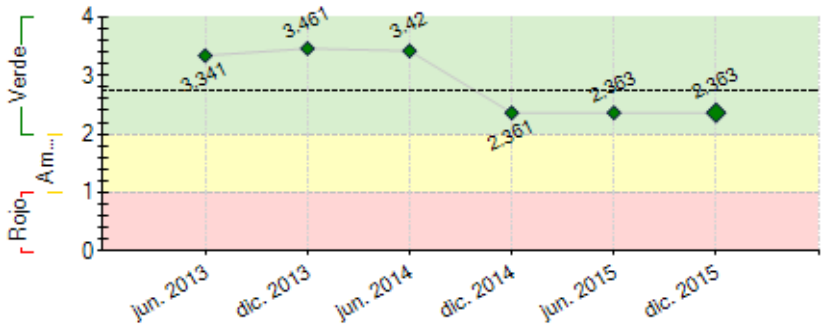




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.363
Promedio FOMIN: 2.748

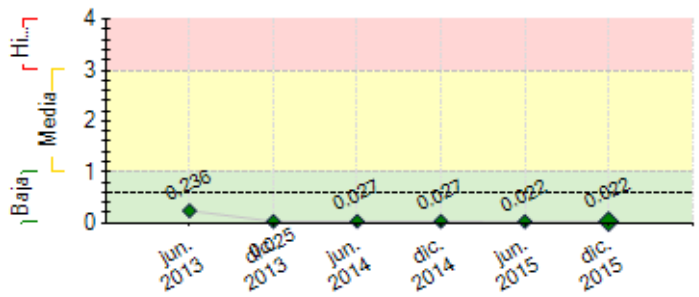


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	
Adquisiciones:	
Capacidad Técnica:	



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.605

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Antes de la reestructuración del proyecto, se concluyeron las actividades del Componente 1 "Conceptualización y Socialización del destino de turismo comunitario SAM", obteniéndose, entre otros, la caracterización de la oferta actual priorizada para el proyecto; la marca para el destino SAM y su estrategia de comunicación. Con las actividades de este componente se cumplió con el hito 1 del proyecto. En el componente 3 "Consolidación de la oferta de servicios comunitarios y conexos" se apoyó y fortaleció a dos redes, una en cada país, siendo estas LAPROCOTURH en Honduras y el CATCI en Guatemala. Además, se brindó asistencia técnica y capacitación a los emprendimientos turísticos comunitarios priorizados en cada país. En el componente 4 "Acceso a mercados y promoción", se concluyó el análisis de la demanda actual y segmentación de mercado en el destino SAM, se avanzó en la creación de una comunidad en redes sociales de WWF-Guatemala/MAR y la estrategia de promoción para el destino SAM.

En agosto-2015, se realizó la evaluación intermedia para la reestructuración del proyecto. En septiembre a octubre-2015, se elaboraron los nuevos planes del proyecto, obteniéndose en noviembre-2015 la extensión del periodo de ejecución y en diciembre-2015 la no-objeción de los planes. La acción a realizar en los primeros meses de 2016 es la contratación del coordinador y los técnicos especialistas, los cuales tendrán a su cargo la realización de gran parte de las actividades del proyecto.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
De acuerdo con la descripción realizada

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Se concluyó la estrategia de comunicación para el destino SAM, la cual se presentó a INGUAT para sus comentarios. En agosto-15, para fortalecer al CATCI, como mecanismo de coordinación de los emprendimientos en Izabal, se realizó un intercambio de experiencia en el que participaron 4 miembros del CATCI para conocer las estructuras y mecanismos que LAPROCOTURH ha desarrollado para la promoción, mercadeo y venta de servicios turísticos comunitarios en la costa norte de Honduras. Con el apoyo de CANATURH-La Ceiba, en septiembre-15 se inició el programa de capacitación y asistencia técnica dirigida a los emprendimientos turísticos comunitarios priorizados en Honduras. Los temas incluidos son: estimación de costos, atención al cliente, promoción y mercadeo, buenas prácticas y cocina básica. A diciembre-15, 150 personas miembros de los emprendimientos y socios han participado en este programa. Con el apoyo de INGUAT y ASOPROGAL, en noviembre-15 se realizó la capacitación sobre Cultura Turística y Atención al Cliente. En esta capacitación participaron 20 personas de los emprendimientos de turismo comunitario priorizados en Izabal. Se mejoró el acceso al agua en tres emprendimientos turísticos: East End en Honduras y Cayo Quemado y Quehueche en Izabal, Guatemala. Se coordinó la misión para la evaluación intermedia y se participó en la elaboración de los planes de la reestructuración del proyecto.Se participó en el Travel Mart Latin America en Guatemala en septiembre-15.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
De acuerdo con la descripción realizada

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. 2017	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. 2016	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 1: Conceptualización y socialización del destino (corredor) de turismo comunitario SAM **Peso:** 13% **Clasificación:** Muy Insatisfactorio	**C1.I1**	Diseñar e implementar la estrategia de desarrollo del corredor turístico Caribe Maya para Guatemala y Honduras que incluyae la oferta de turismo comunitario y conservación del SAM.	0				1 Feb. 2014	1 Ene. 2014	En curso
	C1.I2	Porcentaje de las empresas beneficiarias participan en el nuevo concepto de destino turístico promovido.	0				80 Sep. 2016		
	C1.I3	WWF ejecuta una estrategia de comunicación para la promoción del destino.	0				1 Jun. 2016		

Componente 2: Desarrollo de productos turísticos **Peso:** 16% **Clasificación:** Muy Insatisfactorio	**C2.I1**	Se organizan fam, press y fan trips en alianza con empresarios de turismo locales y los entes de turismo de cada país quienes aportan fondos de contrapartida.	0				1 Dic. 2016		
	C2.I2	Los circuitos, paquetes, productos y servicios operados por beneficiarios del proyecto son ofertados y comercializados en mercados nacionales e internacionales.	0				1 Ene. 2017		
Componente 3: Consolidación de la oferta de servicios comunitarios y conexos. **Peso:** 43% **Clasificación:** Muy Insatisfactorio	**C3.I1**	El proyecto y el FOMIN cuenta con un documento de sistematización y la experiencia del proyecto de desarrollo de turismo sostenible en áreas protegidas del Corredor de Turismo Caribe Maya.	0				1 Dic. 2016		
Componente 4: Acceso a mercado y promoción. **Peso:** 24% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C4.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. 2017		
Componente 5: Acceso a mercado y promoción **Peso:** 4% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C5.I1**	El proyecto y el FOMIN cuenta con un documento de sistematización y la experiencia del proyecto de desarrollo de turismo sostenible en áreas protegidas del Corredor de Turismo Caribe Maya.	0				1 Dic. 2016		

	Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H0	Conditions Prior	5	Jul. 2013	5	Jul. 2013	Logrado
H2	Se tiene 1 estrategia de desarrollo del corredor turístico Caribe Maya diseñada, esta estrategia incluye el estudio de mercado y el perfil del turista para los destinos en los 2 paises.	1	Jun. 2016			
H3	Estan listos y operando 6 circuitos turísticos localizados en los destinos priorizados del CTCM de Guatemala y Honduras, en los cuales los productos y servicios son operados por los beneficiarios del proyecto.	6	Jun. 2016			
H1	[*] Esta listo el análisis de mercado y de demanda de los productos ofertados por los beneficiarios del proyecto para el mercado nacional e internacional.	1	Ago. 2016			
H4	Material promocional físico y online de los 40 productos y servicios promocionados por WWF entre su red global, asi como entre los tour operadores y mayoristas aliados al proyecto.	1	Nov. 2016			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Capacidad institucional 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	Project Guest
2. No existe interés de los mercados prioritarios para conocer los destinos fortalecidos	Baja	na	Project Guest
3. Los empresarios de turismo locales no están motivados a participar y aplican satisfactoriamente la asistencia técnica ofrecida por el proyecto.	Baja	na	Project Guest
4. 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	Baja	na	Project Guest
5. Existe interés por parte de WWF en generar el conocmiento y ponerlo a disposición de otros.	Baja	na	Project Guest

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] Ausencia de mecanismos de recuperación de costos o fuentes de financiamiento externas (gobierno, donantes y/o sector privado) para continuar con las actividades del proyecto una vez agotados los recursos del FOMIN	Se debería apalancar con el apoyo del proyecto y el nuevo equipo que se contrate
[X] Falta de un **mercado** para los servicios y/o actividades desarrollados por el proyecto (baja capacidad de pago o demanda por tales servicios)	Se debería desarrollar con el apoyo 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	Específicamente falta de un equipo especializado en Turismo sostenible, algo que el WWF está trabajando en desarrollar con apoyo del proyecto.
[X] Ausencia de un **plan de sostenibilidad** o inadecuada implementación del mismo	Se debería desarrollar con el nuevo equipo del proyecto

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Para demostrar el compromiso de la agencia ejecutora en lograr la sostenibilidad del esfuerzo semilla creado por el proyecto y además para contar con la capacidad técnica programática necesaria, tanto el coordinador como los técnicos especialistas del proyecto serán parte del personal de la agencia ejecutora. Ellos tendrán a su cargo la realización de gran parte de las actividades del proyecto, reduciendo así el número de consultorías a contratar para realizar las mismas. Esto logrará que obtengan el conocimiento detallado del destino, así como de los actores relevantes, creando las capacidades necesarias para lograr los resultados esperados del proyecto y apoyar a la sostenibilidad de esta iniciativa.

Se seguirá coordinando con los institutos de turismo y con organizaciones de base que apoyan o puedan apoyar a los emprendimientos comunitarios priorizados en los dos países. Además, como parte de la reestructuración se consideraron un mayor número de actividades enfocadas en crear canales para crear demanda hacia el turismo sostenible en el área del proyecto. Entre ellas un taller regional para dar a conocer los resultados obtenidos de esta iniciativa.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. Integrar un equipo base del proyecto con adecuado nivel de especialización en los grandes hitos de los proyectos es necesario, de esta froma estas iniciativas regionales pueden encontrar un mejor apalancamiento inicial así como una mejor oportunidad de escalar a futuro, sobre todo tomando como base una organización internacional como WWF	Design	Mejia Caniz, Luis Alejandro *[FOMIN]*
2. Para lograr una implementación exitosa del proyecto, es importante que la unidad ejecutora esté a cargo de la realización de parte de las actividades. Esto para evitar que el proyecto como tal esté basado en consultorías, cuya contratación depende de muchos procesos extensos y van disminuyendo el tiempo para ejecutar las actividades.	Design	Porta, María Amalia