

CONFIDENCIAL
PARA USO INTERNO
PÚBLICO UNA VEZ APROBADO

DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

REGIONAL

**HERRAMIENTAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN
CENTROAMÉRICA**

(RG-T4016)

MEMORANDO DE DONANTES

Este documento fue preparado por el equipo de proyecto integrado por: Estrella Peinado-Vara (MIF/MSM), jefe de equipo, Fausto Castillo (DIS/CHO), Andres Rubio (DIS/CGU), Carmen Castro (DIS/CES), William Ernest (DIS/CCR), Adela Moreda (CSD/RND), Patricia Guevara (LAB/DIS), Jossette Hernández (DIS/CCR), Galia Rabchinsky (DSP/DVF) y Lorena Barrenechea (FML/LAB).

El presente documento contiene información confidencial comprendida en una o más de las diez excepciones de la Política de Acceso a Información e inicialmente se considerará confidencial y estará disponible únicamente para un grupo restringido de personas dentro del banco. Se divulgará y pondrá a disposición del público una vez aprobado.

INDICE

| | |
|--|----|
| INFORMACIÓN DEL PROYECTO | 1 |
| I. EL PROBLEMA..... | 2 |
| A. Contexto y Descripción del Problema | 2 |
| II. LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN | 3 |
| A. Descripción del Proyecto..... | 3 |
| B. Componentes y Actividades..... | 4 |
| C. Medición, Monitoreo y Evaluación del Proyecto | 6 |
| III. ALINEACIÓN CON EL GRUPO BID, ESCALABILIDAD Y RIESGOS DEL PROYECTO | 7 |
| A. Alineación con el Grupo BID..... | 7 |
| B. Escalabilidad | 9 |
| C. Riesgos Externos al Proyecto | 9 |
| V. AGENCIA EJECUTORA Y ESTRUCTURA DE IMPLEMENTACIÓN | 10 |
| A. Descripción de la Agencia Ejecutora | 10 |
| B. Estructura y Mecanismo de Implementación | 11 |
| VI. CUMPLIMIENTO CON HITOS Y ARREGLOS FIDUCIARIOS ESPECIALES | 12 |
| VII. ACCESO A LA INFORMACIÓN Y PROPIEDAD INTELECTUAL | 12 |

RESUMEN DE PROYECTO
HERRAMIENTAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN CENTROAMÉRICA
RG-T4016

El proyecto contribuirá a mejorar la calidad de vida de 12,000¹ beneficiarios (entre jóvenes, adultos y mujeres) ubicados en Centro América, en las regiones turísticas priorizadas en Guatemala, El Salvador, Honduras y Costa Rica, reactivando 10,000 empleos de los cuales el 50% son mujeres y con especial énfasis en población joven. El proyecto tiene como objetivo generar oportunidades de emprendimiento y empleo en el sector turístico a través de la innovación, talento y una transformación tecnológica y digital.

El turismo es uno de los principales generadores de empleo, inversión y divisa en Centro América, sin embargo, con la crisis provocada por la pandemia del Covid-19, su reactivación es lenta. Es necesario dotar a las MIPYME turísticas de las herramientas y de la educación tecnológica necesarias para mejorar la competitividad de las empresas y recuperar y generar empleos, principalmente entre las mujeres y los jóvenes. Además, se acompaña un plan de conservación ambiental que promueva la consciencia de los actores principales dado que Centro América es una de las regiones más vulnerables a los efectos del cambio climático. La ruta a seguir es consolidar Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)².

El proyecto propone utilizar una plataforma digital por medio de la cual se podrán capacitar y certificar personal de turismo en todas las áreas como hotelería, alimentos y bebidas, tour operación, mercadeo digital de actividades y paquetes turísticos, intermediación de viajes, transporte en todas sus modalidades, protección del patrimonio ambiental y cultural, guías especializados en distintas actividades y destinos. A través de la misma plataforma, se realizarán acciones de promoción y mercadeo, conformando una oferta por país y también integrada para Centro América. La herramienta permite entrenar, validar y dar seguimiento (auditar) un programa de bioseguridad, de acuerdo al tipo de empresa (alojamiento, transporte, alimentos, recreación). Finalmente, la plataforma será utilizada como un medio de comunicación nacional en cada país y regional centroamericano. Eventualmente será una fuente de información estadística y permitirá la evaluación de gestión y contribuirá a evaluar los indicadores ambientales.

Los elementos más relevantes del proyecto son: La generación de empleo, el fomento al talento y la innovación, la capacitación en áreas de servicio, ventas y programas ambientales, la aproximación a los DTI, el uso de una plataforma para todo lo mencionado y que además incrementará la comunicación entre las cámaras a nivel nacional y regional.

El proyecto beneficiará de forma directa a 4,000 MIPYMES y a 12,000 personas (estimado de 3 personas indirectamente por emprendimiento o MIPYME que ha incrementado sus ventas), generando 10,000 empleos por la reactivación. El aporte del BID Lab será en forma de una Cooperación Técnica no reembolsable.

² Según la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur), en España, se define al DTI como “un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida del residente”.

ANEXOS

| | |
|-----------|----------------------|
| ANEXO I | Matriz de Resultados |
| ANEXO II | Presupuesto Resumido |
| ANEXO III | iDelta |

APÉNDICES

Proyecto de Resolución

INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LA SECCIÓN DE DOCUMENTOS TÉCNICOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE PROYECTOS BID LAB

| | |
|-------------|---|
| Documento 1 | Presupuesto Detallado |
| Documento 2 | Diagnóstico de las Necesidades de la Agencia Ejecutora (DNA) [incluye la debida diligencia y análisis de la integridad] |
| Documento 3 | Informes de Avance (PSR) y Cumplimiento con Hitos y Acuerdos Fiduciarios |
| Documento 4 | Plan de Adquisiciones |
| Documento 5 | Reglamento Operativo para la Innovación |

SIGLAS Y ABREVIATURAS

| | |
|-------------------|--|
| AE | Agencia Ejecutora |
| BID | Banco Interamericano de Desarrollo |
| BID Invest | Corporación Interamericana de Inversiones |
| BID Lab | Fondo Multilateral de Inversiones |
| CP | Coordinador del Proyecto |
| CHO | Representación del BID en Honduras |
| DNA | Diagnóstico de las Necesidades de la Agencia Ejecutora |
| DTI | Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) |
| EBP | Estrategia del Banco con el País |
| GBID | Grupo BID |
| MIPYME | Micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) |
| ONG | Organización no gubernamental |
| PSR | Informes de Avance del Proyecto |

INFORMACIÓN DEL PROYECTO
Herramientas para la Reactivación del Turismo en
Centroamérica
RG-T4016

| | | | |
|--|---|----------------------|-------------|
| País y ubicación geográfica: | Honduras, El Salvador, Guatemala y Costa Rica | | |
| Agencia Ejecutora: | Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) | | |
| Área de Enfoque: | Talento y Empleo | | |
| Coordinación con otros donantes/ Operaciones del Banco: | El Proyecto coordinará con el <i>Programa Turismo Futuro: Transformación digital para la Reactivación del Turismo en el Contexto del Covid-19 (RG-T3660)</i> ; Digitalización del Sector del Micro y Pequeño Emprendimiento: Digital HUB504 (HO-T1375) y con otras Plataformas impulsadas por el Banco como <i>ConnectAmericas</i> ³ | | |
| Beneficiarios del Proyecto: | El proyecto mejorará las ventas de 4.000 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), 12,000 personas indirectamente (estimado de 3 personas por emprendimiento) y reactivando 10.000 empleos de los que el 50% será empleo femenino | | |
| Financiamiento: | Cooperación Técnica: | US\$575,000 | 34% |
| | Inversión: | - | |
| | Préstamo: | - | |
| | Otro (explique): | - | |
| | TOTAL CONTRIBUCIÓN BID LAB: | US\$575,000 | |
| | Contraparte: | US\$1,125,000 | 66% |
| | Co-financiamiento: | - | |
| | PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO | US\$1,700,000 | 100% |
| Periodo Ejecución y Desembolso: | 36 meses de ejecución y 42 meses de plazo para el último desembolso. | | |
| Condiciones contractuales especiales: | Serán condiciones previas al primer desembolso: a) Acuerdos de participación con al menos una de las Cámaras Nacionales firmado, y b) designación del Coordinador del proyecto. Se prevé la contratación directa de DDD Servicios Estratégicos y el uso de la Plataforma ACTIMO | | |
| Revisión de Impacto Medio Ambiental y Social: | Esta operación ha sido preevaluada y clasificada de acuerdo con los requerimientos de la Política de Medio Ambiente y Cumplimiento de Salvaguardias del BID (OP-703) el 27 de octubre de 2021. Dado que los impactos y riesgos son limitados, la Categoría propuesta para el Proyecto es C. | | |
| Unidad Responsable de los Desembolsos | Oficina de Representación del Banco en Honduras COF/CHO | | |

³ www.connectamericas.com

I. EL PROBLEMA

A. Contexto y Descripción del Problema

- 1.1 Cerca del 90% de las empresas turísticas de la región son micro y pequeñas empresas (MIPYME) con limitado acceso a recursos de asistencia técnica y financieros. El sector turismo, y especialmente las MIPYME, han sido duramente golpeadas por la pandemia y las medidas de confinamiento Centroamérica. El turismo representa en Latinoamérica, en promedio, un 10% del PIB, pero el efecto de su encadenamiento productivo con otros sectores incide, en algunos casos, a un 30% del PIB y es uno de los mayores empleadores de la región, con más de un 50% de los empleos correspondiendo a mujeres jefas de hogar, distribuidas geográficamente por todo el territorio. Por ello, es fundamental reactivar el turismo para aliviar la situación de falta de ingresos de los pequeños negocios y cómo afecta a la generación de empleo⁴.
- 1.2 El turismo ha sido uno de los sectores más afectados por la crisis del COVID-19. En 2020, el PIB turístico directo de América Latina y el Caribe sufrió una caída muy superior a la contracción del sector servicios en general (-6%) y de otros sectores como la industria (-7%). El turismo ha sido responsable de un poco más de un tercio de la disminución del 7% del PIB regional durante la pandemia (WTTC, World Development Indicators). La evolución del sector sigue sumida en un clima de incertidumbre por la inestabilidad económica a nivel global y regional, el ritmo dispar de vacunación, la aparición de nuevas variantes del virus, la persistencia de brotes y contagios, así como niveles de confianza todavía limitados por parte de la demanda, a pesar de ligeras mejorías en 2021. Esta situación ha afectado de manera muy similar a todos los países de Centroamérica, independientemente de tener sectores con características y grados de madurez muy diversos.
- 1.3 La Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) agrupa a las principales Cámaras de Turismo nacionales, pero no existe un sistema de comunicación entre los diferentes actores del sector y las Cámaras, lo que hace que se desaproveche la oportunidad de generar y compartir conocimiento de mejores prácticas internacionales y avanzar hacia una mejor integración regional del sector.
- 1.4 La mayoría de los pequeños emprendedores con actividad en el sector turismo necesitan fortalecer las capacidades para manejar sus empresas exitosamente y casi no existen medios para asistirles en este ámbito. La falta de recursos disponibles para capacitar al personal de las empresas turísticas en servicio al cliente, mercadeo y ventas, por ejemplo, ha sido tradicionalmente un desafío que se ha visto agravado por la pandemia y medidas de confinamiento.
- 1.5 La dificultad de acceder a plataformas para la venta directa de los productos y servicios de las pequeñas y medianas empresas turísticas ha menoscabado significativamente la capacidad de éstas para vender y, cuando lo logran por medio de la cadena de distribución, están sujetos al pago de comisiones que repercuten seriamente en sus resultados o lo hacen inviable.
- 1.6 En general, las MIPYME de turismo carecen de estrategias y acciones efectivas de promoción, mercadeo y ventas, y la necesidad de utilizar herramientas digitales por la

⁴ Según datos de la Federación de Cámaras de Comercio de Turismo de Centroamérica FEDECATUR

evolución de los mercados y las consecuencias de la pandemia resulta ser otra gran desventaja. Las restricciones a la movilidad local, nacional e internacional tienen un gran impacto y una vez flexibilizadas existe la necesidad de cumplir con medidas de bio-seguridad que, en algunos casos, las MIPYME no logran conocer ni logran saber cómo aplicarlas para que sean seguras y eficaces desde el punto de vista sanitario, así como costo-efectivos. Es necesario, por tanto, apoyar la digitalización de los negocios turísticos para su supervivencia, apoyando el desarrollo de herramientas que fortalezcan el negocio, permitan cumplir la legislación en todos los ámbitos, incluyendo las medidas de bioseguridad para evitar el contagio de Covid -19, y un mecanismo que facilite y asegure a los clientes su cumplimiento. Este es uno de los elementos que puede ayudar a la reactivación del sector.

- 1.7 El sector turístico ya se encontraba en un proceso de digitalización en todos los procesos productivos y de consumo pre-pandemia. Las reservas online ya representaban el 50% del total de reservas de viajes a nivel mundial y con un incremento exponencial de los servicios turísticos prestados desde dispositivos móviles. El 83% de los viajeros a nivel global ya viajaban con su dispositivo móvil para todas las etapas del viaje. A pesar de estos avances en la digitalización del sector, las MIPYMES están rezagadas en comparación con los operadores más grandes. En la fase de reactivación de la actividad turística, resulta necesario utilizar tecnologías que ayuden a gestionar en tiempo real datos para el manejo de la crisis sanitaria y también de mercado, particularmente para las MIPYMES, que no resulte un impedimento adicional para la recuperación.

II. LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

A. Descripción del Proyecto

- 2.1 El proyecto tiene como objetivo generar oportunidades de generación de ingresos y empleo para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) del sector turístico en Centroamérica. Antes de la pandemia la evolución del sector y sofisticación de los viajeros exigía a las empresas turísticas a adaptarse a la tecnología para ser competitivas. El contexto generado por el Covid-19 ha acelerado esa necesidad. Ante las dificultades de las MIPYME turísticas de Centroamérica para acceder a estas herramientas tecnológicas que permitan la digitalización de sus modelos de negocio para la reactivación, junto a la necesidad de cumplir con normas y prácticas obligatorias por las autoridades sanitarias, o recomendables para atraer clientes (bioseguridad para protección frente al Covid-19 o prácticas ambientales responsables), la intervención facilitará el acceso de las MIPYME a recursos, mercados y asistencia técnica para superar los problemas que afectan al crecimiento del sector. A su vez, mejorará la comunicación entre las Cámaras y Asociaciones Nacionales de Turismo y podrá convertirse en una fuente de ingresos para las Cámaras (FEDECATUR, cámaras nacionales y cámaras locales) que asegure su sostenibilidad y puedan fortalecer su rol de apoyo a las empresas del sector (ver 5.5).
- 2.2 La intervención cuenta con varios elementos. Por un lado, es necesaria una herramienta tecnológica que facilite el acceso a información pertinente sobre medidas biosanitarias y otros requisitos mínimos para establecimientos turísticos y a recursos de capacitación para las MIPYMES del sector. Adicionalmente, la intervención apoyará la digitalización de las empresas turísticas centroamericanas (en coordinación con RG-T3660), facilitando la exploración de nuevos nichos de mercado y la promoción turística.

- 2.3 **Grupo meta:** El proyecto estará focalizado en zonas de actividad turística, priorizando las empresas en destinos consolidados en términos de llegadas y gasto turístico antes de la pandemia (i.e. los más relevantes para el PIB turístico) para acelerar la recuperación sectorial. Entre estos se encuentran las Islas de La Bahía, Copán Ruinas (parque arqueológico) y Atlántida de **Honduras**; Pacífico sur, Caribe centro y la Meseta Central de oriente en **Costa Rica**; Surf City (zona costera que incluye playas de oriente, occidente y zona central) y actividades de ecoturismo, aviturismo, turismo de aventura, religioso, arqueológico, histórico-artístico, de cruceros, de naturaleza, de investigación geológica y vulcanismo, SPA-relax en **El Salvador** (todo el país al ser de menor extensión territorial) y; el altiplano y Petén (arqueología) y Ciudad de Guatemala (moderna y colonial) en **Guatemala**. Se beneficiará a 4.000 MIPYMES entre establecimientos de hostelería, guías, empresas de transporte turístico terrestre, aéreo, acuático, establecimientos de alimentos y bebidas, centros y actividades de recreación. Se estima una reactivación de 10.000 empleos en el sector (50% empleo femenino).
- 2.4 A efectos de este proyecto, las MIPYMES beneficiarias serán aquellas que operan como persona natural o jurídica, en sectores relacionados con la actividad turística. Se consideran microemprendimientos a aquellos con menos de 5 empleados, pequeñas empresas de 6 a 30 empleados y medianas empresas de entre 31 a 100 empleados. Las MIPYMES participantes tendrán que estar incorporadas o registradas como empresa turística, se deben afiliar y estar dispuestas a hacer un aporte acorde con su capacidad (simbólico para las más pequeñas).
- 2.5 Se tendrá especial énfasis en la inclusión de mujeres y jóvenes, quienes presentan mayores tasas de desempleo y pobreza, a nivel regional y nacional. Para lograr el objetivo, FEDECATUR y sus miembros realizarán actividades de identificación de estos beneficiarios y asegurará que se dan las condiciones para que tanto mujeres como jóvenes tengan acceso a los servicios que ofrezca el Proyecto.

B. Componentes y Actividades

- 2.6 **Componente 1: Fortalecimiento del tejido empresarial turístico para acelerar la recuperación. (BID Lab: US\$400,000; Contrapartida US\$150,000).** El objetivo de este componente es mejorar el acceso a información, formación y recursos para los actores en el sector, particularmente las MIPYMES, a través del desarrollo de una plataforma tecnológica que permita interconectar a los actores, capacitar a los emprendedores y a su personal, asistir en la promoción y ventas; y en la aplicación de mejores prácticas. Incluirá actividades para el desarrollo de: a) contenido de capacitación⁵ para poner a disposición de los usuarios sobre: i) gestión, administración, ventas y mercadeo de negocio turístico y ii) requisitos mínimos de calidad en servicios al cliente; b) un sistema de verificación online de la implementación efectiva y oportuna de los protocolos de salud y seguridad exigidos; c) un sistema de comunicación por medio del cual funcionarios y clientes podrán, en tiempo real, agilizar trámites administrativos y valorar la calidad de los productos y servicios turísticos prestados por parte de cada empresa afiliada; d) un sistema de comunicación entre las cámaras nacionales de turismo de la región, entre las cámaras y las empresas del sector en cada

⁵ Con el fin de minimizar cualquier riesgo social y ambiental de la actividad turística, los módulos de capacitación tendrán como referencia estándares internacionales comúnmente aceptados dependiendo de la naturaleza del contenido.

país y entre los propios emprendedores dentro de cada país y regionalmente; e) sistema de abastecimiento a precios negociados especialmente para el sector en cada país, incluyendo productos especializados necesarios para cumplir con los requisitos de bioseguridad; f) programa de asesoría sobre buenas prácticas en el sector para todos los actores y; g) sistema de ofertas de diferentes instituciones y empresas de cada país para sus empresarios

- 2.7 Esta plataforma fortalecerá las capacidades de FEDECATUR y de las Cámaras Nacionales para ejercer la representatividad y apoyo al sector en el ámbito local e interregional⁶. Asimismo, permitirá obtener estadísticas nacionales y regionales que ayuden en la obtención de inteligencia de mercado para apoyar las gestiones de los entes nacionales de turismo encargados de la promoción y posicionamiento de los destinos. Será un elemento que facilite la creación de campañas cooperativas de promoción entre los países y en la cadena de distribución del producto turístico.
- 2.8 Se contempla analizar la viabilidad de un sello o certificación propia para la promoción y posicionamiento de las empresas e incentivar a mantener los estándares requeridos por el mercado.
- 2.9 Los resultados de este componente serán: a) una plataforma de formación y gestión digital en red funcionando; b) 4,500 MIPYMES capacitadas en medidas de bioseguridad; c) 4,500 MIPYMES capacitadas en gestión y atención al cliente y d) 2,400 MIPYMES utilizando el sistema de abastecimiento centralizado.
- 2.10 **Componente 2: Activación de la demanda turística y campañas de promoción (BID Lab: US\$0; Contrapartida US\$760,000).** El objetivo de este componente es identificar nichos o segmentos de mercado para desarrollar campañas de promoción nacionales, regionales e internacionales para dar a conocer los destinos y generar confianza en los visitantes sobre la seguridad de viajar en Centroamérica. Se espera identificar nuevos nichos o segmentos de mercado (o reactivar existentes) para promover las visitas nacionales e internacionales como medidas adicionales para la reactivación. Por ejemplo, turismo doméstico o regional para la participación en eventos deportivos o turismo de aventura y comunitario, según lo permita la situación en cada caso, generando alianzas entre las Cámaras de Comercio/Turismo locales, alcaldías y las Federaciones o Asociaciones Deportivas y Culturales u otras oportunidades alrededor del Capital Natural y Biodiversidad; o Patrimonio Arqueológico. La participación de FEDECATUR en otras iniciativas como *Visit Centroamerica* permitirá una correcta coordinación de esfuerzos.
- 2.11 Los productos/resultados serán: a) una campaña de disseminación entre las empresas del sector, y entre los posibles clientes sobre las medidas necesarias de bioseguridad y calidad en cada país; b) una campaña de promoción de la Plataforma desarrollada en Componente 1 con el fin de motivar la adhesión de las empresas y; c) un diagnóstico de nichos de mercado por país/destino.
- 2.12 **Componente 3: Fortalecimiento de la Gestión Digital y Ambiental de Destinos (BID Lab: US\$75,000; Contrapartida US\$165,000).** El objetivo de este componente es fortalecer la gestión de las MIPYMES para que puedan abordar las necesidades de digitalización y gestión ambiental en los diferentes destinos y subsectores. El concepto de Destino Turístico Inteligente (DTI) es impulsado por la Sociedad Mercantil Estatal

⁶ www.visitcentroamerica.com

para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (Segittur), en España. En la intervención se tratará de dar a conocer el concepto de DTI entre las empresas turísticas, cámaras nacionales y autoridades turísticas para trabajar hacia la identificación de potenciales futuros DTI; y la identificación de necesidades y beneficios para los actores públicos y privados en la conversión de DTI.

- 2.13 Medidas de mitigación y adaptación al cambio climático y un programa de neutralidad de carbono son prioritarios para la actividad turística de Centro América, ya que la sostenibilidad ambiental es un atractivo para los visitantes. La mayoría de los destinos son áreas naturales y zonas de patrimonio histórico y arqueológico y por ende su protección es necesaria. Para ello se realizarán capacitaciones y se implementarán programas específicos de mitigación y conservación. Se formará a las MIPYMES sobre la importancia de minimizar el impacto en el medio ambiente; se explorarán alternativas para la neutralidad de carbono y conocimiento de los efectos del cambio climático. Se diseñará un plan de formación sobre medidas de mitigación y adaptación a los efectos del cambio climático y se pilotará la adopción de medidas en algunas MIPYMES.
- 2.14 Los resultados esperados de este componente son: a) 5,000 MIPYMES conocedoras del concepto DTI; b) 5,000 MIPYMES capacitadas sobre la necesidad de conservación de la biodiversidad; c) 5,000 MIPYMES capacitadas sobre medidas de mitigación y adaptación al cambio climático; d) 300 MIPYMES implementando un piloto (mitigación o adaptación); e) 240 MIPYMES implementando piloto de neutralidad de carbono y d) 15,000 Tn Gases de Efecto Invernadero equivalentes evitadas.

C. Medición, Monitoreo y Evaluación del Proyecto

- 2.15 Los indicadores del proyecto se ajustan al Marco de Resultados Corporativos del Banco y los indicadores del área prioritaria de Educación, Talento y Empleo. Se prevé que el proyecto logre reactivar 10,000⁷ empleos en el sector turístico de los cuales el 50% serán mujeres. El proyecto tendrá un impacto en la formación de talento humano para la región, entrenando emprendedores y sus empleados en actividades de bioseguridad, atención al cliente, mercadeo y gestión de emprendimientos turísticos; y mejorará los ingresos de al menos 4,000 familias (indirectamente 12,000⁸ personas).
- 2.16 **Sistema de Monitoreo y Evaluación.** El proyecto desarrollará un sistema de monitoreo y seguimiento para el Proyecto. Se hará seguimiento sobre los indicadores establecidos en la matriz de marco lógico, así mismo de inclusión para asegurar la participación de mujeres. La información será recolectada a través de las Cámaras y Asociaciones participantes en el proyecto y se hará uso de diversas fuentes de verificación como listados de participación en los procesos de formación. Así mismo, al iniciar el proyecto se realizará una línea de base que servirá para identificar el progreso del proyecto en los indicadores claves definidos.
- 2.17 Como parte del modelo de supervisión de proyectos de BID Lab, se destinará recursos para realizar una evaluación intermedia del proyecto para asegurar que se están cumpliendo los resultados o realizar ajustes necesarios para poder determine las necesidades de aprendizaje, sostenibilidad y escala.

⁷ Se estiman 2.5 empleos reactivados/generados por MIPYMES que incrementa ventas

⁸ Se estima que indirectamente se beneficia a 3 personas del núcleo familiar del emprendedor/a que mejora sus ventas

- 2.18 **Evaluaciones y agenda de conocimiento:** En el proyecto, las evaluaciones se realizarán en función de las necesidades en cuanto a su implementación, desafíos, resultados alcanzados, priorizando la eficacia del modelo y su replicabilidad de la experiencia en cuanto a la reactivación de la actividad turística de las MIPYMES y generación de empleo.
- 2.19 El proyecto podría aportar a las preguntas claves para el conocimiento en su búsqueda de probar la efectividad de las herramientas en la plataforma, las campañas y el enfoque de destino inteligente en modelos de negocios y tecnologías con el mayor potencial de generación de empleo e ingresos para beneficiar a la población local y al medio ambiente. Entre éstas: (i) Fue efectivo el proyecto y en qué medida se obtuvieron los resultados? (ii) ¿Cómo se puede ampliar la escala de la innovación de una manera incluyente en la cadena/sector turístico? (iii) ¿Qué mecanismos pueden acelerar la adopción de tecnología por parte de las MIPYMES? (iv) ¿Cuáles son las mayores limitaciones para abordar las brechas de género y diversidad? La brecha de género es uno de los desafíos más generalizados, las mujeres suelen estar en una situación de desventaja para acceder a financiamiento, títulos de propiedad de los negocios, insumos productivos y redes.

III. ALINEACIÓN CON EL GRUPO BID, ESCALABILIDAD Y RIESGOS DEL PROYECTO

A. Alineación con el Grupo BID

El proyecto se ajusta a la Visión 2025 del Banco, al promover *la tecnología e innovación y movilización de recursos orientados a las PYMEs y al tener como meta las poblaciones vulnerables de la región*, así como al abordar temas transversales como *la igualdad de género, diversidad e inclusión*, mediante la promoción del empoderamiento femenino y el crecimiento económico; y *el cambio climático y la sostenibilidad ambiental*.

- 3.1 El Proyecto contribuirá a la reactivación del sector turismo en Centroamérica facilitando la adaptación de las MIPYMES a las nuevas dinámicas del sector. Se espera fortalecer las organizaciones regionales y nacionales apoyando el talento y el empleo. Un elemento es la formación de capital humano en las MIPYMES y generando empleo y oportunidades de generación de ingresos con la reactivación. Contribuye a varios de los caminos identificados en la Visión del GBID2025 como son la Transformación digital como una oportunidad para promover la inclusión y b) Desarrollar nuevos vehículos para la integración regional en el sector turismo, con un trabajo conjunto de organizaciones centroamericanas.
- 3.2 En lo que respecta a las Estrategias del Banco en los países (EBP) para Honduras, la EBP 2019-2022 tiene como objetivo central promover un crecimiento más elevado e inclusivo. Para ello, el Banco organizará sus intervenciones en torno a tres pilares, dos de los cuales están muy relacionados con este proyecto: (i) acumulación de capital humano, y (iii) expansión de oportunidades productivas sostenibles. Se incorporarán acciones que promuevan el empoderamiento de la mujer y diversidad, la adaptación al cambio climático, y el uso de nuevas tecnologías para lograr mayor impacto en las intervenciones. El fortalecimiento institucional y la focalización y articulación de intervenciones en la población y territorios en situación de pobreza serán aspectos claves de la implementación. En la EBP para El Salvador (2021-2024), la operación se alinea con el pilar de reactivación y reconversión productiva particularmente con los

esfuerzos por desarrollar sectores como el turismo, que es el foco de esta operación, en el cual el país presenta un potencial de atracción con base en su capital natural y cultural, dando paso a una expansión en la región, pero la crisis del COVID-19, aunado a deficiencias en infraestructura habilitante y la ausencia de un marco adecuado de coordinación interinstitucional, comprometen su recuperación y desarrollo sostenible en los próximos años. Esta iniciativa efectivamente vendría a fortalecer la articulación de actores de la industria, acelerar procesos de digitalización de los negocios PYME y el talento humano vinculado al sector.

- 3.3 En Guatemala, La EBP 2021-2024⁹ se alinea con el proyecto en el área prioritaria “Impulso al sector privado para mayor crecimiento, más inclusivo y sostenible” en donde se busca impulsar la reconversión productiva en algunos sectores; así como capacitar a jóvenes para lograr la inserción laboral formal. Para apoyar la reactivación productiva, el Grupo BID acompañará, con la cartera en ejecución y nuevas intervenciones financieras y no financieras, iniciativas que promuevan ampliar el acceso a crédito por parte del sector privado, principalmente de las MIPYMES, a través de iniciativas para aumentar la disponibilidad de recursos financieros a segmentos sub-atendidos, fortalecer el emprendimiento y la productividad y aprovechar las oportunidades que puedan surgir con la optimización de las cadenas globales de valor.
- 3.4 El Proyecto está alineado con la EBP del GBID en Costa Rica 2019-2022 ya que busca apoyar al país a impulsar nuevos modelos de negocios que creen productos y servicios más eficientes, inclusivos, y basados en el uso de tecnologías digitales beneficiando a las PYMES, así como con los esfuerzos de reactivación económica del sector turismo ante la crisis generada por la pandemia.
- 3.5 El proyecto responde al área prioritaria BID Lab, Educación, Talento y Empleo, y representa una forma de atender la adquisición de nuevas habilidades para alcanzar oportunidades de empleo de mayor calidad, particularmente en industrias emergentes y nuevas maneras de trabajar.
- 3.6 El proyecto coordinará esfuerzos en Honduras con el proyecto de BID Lab “Digitalización del Sector del Micro y Pequeño Emprendimiento: Digital HUB504 (HO-T1375)”, ejecutado por FEDECAMARA, siendo el sector turismo uno de los sectores priorizados. El proyecto también coordinará y tomará lecciones del “Programa Turismo Futuro” RG-T3660, cuyo objetivo general es contribuir a la adopción de tecnologías digitales y emergentes por parte del sector turístico de América Latina y el Caribe (ALC), para optimizar la competitividad y sostenibilidad del desarrollo turístico en la región y que incluye la Red de DTI, así como otros proyectos e iniciativas en el sector que puedan estar relacionados en los países en los que se desarrolla este piloto tanto del Banco como BID Invest. El proyecto se apoyará en la información generada por el Modelo de demanda turística internacional (MDTI) desarrollada por el Banco que permite ajustar de forma realista el valor de la demanda esperada post-Covid19 por mercado emisor. Este MDTI aporta información sobre la fecha de reactivación del mercado, teniendo en cuenta origen-destino con base en un modelo epidemiológico; sobre el impacto de la reducción de renta en origen y cómo afecta a la intención de viajar y la reducción en la confianza para viajar con datos sobre la intención de viajar post-pandemia. Además, se coordinará con otras plataformas impulsadas por el Banco como **ConnectAmericas** particularmente por el enfoque mujeres emprendedoras y capacitaciones para potenciar su participación en diversos sectores, así como el uso y

⁹ Aprobada por el Directorio en noviembre 2021

adopción de tecnología para la transformación y optimización de los procesos empresariales.

- 3.7 EL Proyecto se alinea con los siguientes **Objetivos de Desarrollo Sostenible**: ODS 5: *Igualdad de género*, en concreto ODS5.8 Mejorar el uso de las tecnologías, en particular tecnologías de la información y comunicación, para promover el empoderamiento de la mujer; ODS 8: *Trabajo digno y crecimiento económico* (ODS 8.2 Conseguir niveles más altos de productividad a través de la diversificación, mejora tecnológica e innovación, incluyendo un enfoque en sectores intensivos en mano de obra y de alto valor agregado.); ODS 9: *Industria, innovación e infraestructura* (ODS9.b Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacional en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas y; ODS 13: Acción por el Clima (ODS13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional en relación con la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana).

B. Escalabilidad

- 3.8 El Proyecto trabajará con MIPYMES en los destinos identificados de Honduras, El Salvador, Guatemala y Costa Rica. Los resultados del proyecto podrán ser escalados por las Cámaras y Asociaciones nacionales y locales de turismo de cada uno de los países que forman parte de FEDECATUR así como otras organizaciones vinculadas al Proyecto (alcaldías, las Federaciones o Asociaciones Deportivas y Culturales u otras vinculadas con el Capital Natural y Biodiversidad; o Patrimonio Arqueológico). El mecanismo de pago progresivo según la capacidad de las MIPYMES y la posible venta de servicios derivados de la plataforma permitiría la generación de ingresos para la expansión.

C. Riesgos Externos al Proyecto

- 3.9 Entre los riesgos principales del Proyecto se identifican: (i) El deterioro del clima de negocios debido a la crisis de salud pública generada por la pandemia y las crisis sociopolíticas; (ii) la variabilidad climática y eventos naturales extremos; (iii) situación de orden público; (iv) falta de interés de las MIPYMES y; (v) complejidad en la coordinación de actores. Como medidas de mitigación se hará amplia difusión de la plataforma y su utilidad. Además, FEDECATUR aglutina y representa a la mayoría de los establecimientos y negocios turísticos por lo que cuenta con la capacidad para la coordinación y sostenibilidad del mecanismo una vez finalice el Proyecto.

IV. INSTRUMENTO Y PROPUESTA DE PRESUPUESTO

- 4.1 El proyecto tiene un costo total de US\$1,700,000 de los cuales US\$575,000 (34%) serán aportados por BID Lab, en concepto de cooperación técnica no reembolsable. La contrapartida de US\$1,125,000 (66%) será aportada por FEDECATUR, provenientes de recursos propios y/o de otros aliados del proyecto.

| Componentes | BID Lab | Contraparte | Total |
|--|------------------|--------------------|--------------------|
| Componente 1: Fortalecimiento del tejido empresarial turístico para acelerar la recuperación | \$400,000 | \$150,000 | \$550,000 |
| Componente 2: Activación de la demanda turística y campañas de promoción | | \$760,000 | \$760,000 |
| Componente 3: Fortalecimiento de la Gestión Digital y Ambiental de Destinos | \$75,000 | \$165,000 | \$240,000 |
| Administración del Proyecto (costos de la Unidad Ejecutora) | \$35,000 | \$50,000 | \$85,000 |
| Evaluación, revisiones ExPost y auditorías* | \$15,000 | \$0 | \$15,000 |
| Contingencias | \$50,000 | \$0 | \$50,000 |
| Total | \$575,000 | \$1,125,000 | \$1,700,000 |
| | 34% | 66% | 100% |

*Evaluación, revisiones Expost y auditorías serán ejecutadas por el Banco

- 4.2 La contribución de BID Lab apoyará en las actividades principales del proyecto para lograr: a) generar contenido de formación y asistencia para la Plataforma tecnológica; b) fortalecimiento de la gestión digital y ambiental y; d) la prueba de la plataforma y su mecanismo de implantación en las MIPYMES, Cámaras y Asociaciones, que se espera sea sostenible financieramente.

V. AGENCIA EJECUTORA Y ESTRUCTURA DE IMPLEMENTACIÓN

A. Descripción de la Agencia Ejecutora

- 5.1 El organismo ejecutor será Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica-FEDECATUR, constituida en Honduras. Sus servicios están dirigidos a las Cámaras Nacionales de Turismo y comprenden principalmente: 1) Atender, representar y defender los intereses de las Cámaras y Asociaciones Nacionales; 2) Crear condiciones favorables y; 3) Fortalecer al sector privado turístico a nivel regional. Forman parte de FEDECATUR:

- Belize Tourism Industry Association (BTIA)
- Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica (CANATUR)
- Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)
- Cámara de Turismo de Guatemala (CAMTUR)
- Cámara de Turismo de Honduras (CANATURH)
- Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua (CANATUR)
- Cámara de Turismo de Panamá (CAMTUR)

- 5.2 FEDECATUR será el socio ejecutor con sede física en Tegucigalpa, Honduras. Para este piloto, participarán las Cámaras y Asociaciones de Costa Rica, Honduras, El Salvador y Guatemala.

B. Estructura y Mecanismo de Implementación

- 5.3 La ejecución del proyecto estará a cargo de FEDECATUR, por medio de su equipo en Honduras. FEDECATUR recibirá los recursos del Banco y de otros socios aportantes incluyendo Asociaciones Nacionales de Turismo (ANT) y otros actores del sector privado. FEDECATUR será responsable de la contratación de los servicios necesarios para la consecución de los objetivos del Proyecto. Tras un proceso de comparación entre diferentes opciones, para el caso de la Plataforma se realizará una contratación directa de DDD Servicios Estratégicos y se utilizará la Plataforma ACTIMO. FEDECATUR coordinará las actividades nacionales con las Cámaras Nacionales de Turismo que se encargaran de la implementación a través de Cámaras Locales y hasta alcanzar a las MIPYMES beneficiarias.
- 5.4 La propuesta de FEDECATUR sugiere la contratación directa de DDD y el uso de la plataforma ACTIMO. DDD Servicios Estratégicos, con base en Costa Rica, es una empresa con 20 años de experiencia en apoyar a empresas turísticas en capacitación y manejo de servicio al cliente y mercadeo y ventas. Durante su existencia han provisto servicios a más de 200 empresas en la región. DDD está liderada por Bary Roberts Strachan¹⁰, profesional de la industria turística, con más de 50 años como empresario exitoso en hotelería, alimentos y bebidas, tour operación, transporte y otros. Ha sido uno de los principales pioneros del turismo sostenible y regenerativo en Centroamérica y responsable de la conceptualización, diseño e implementación de la Certificación de Sostenibilidad Turística (CST), con cargos vinculados tanto al sector privado como público.
- 5.5 ACTIMO (<https://www.actimo.com/>) (DDD Servicios Estratégicos es representante en Centroamérica) es una plataforma tecnológica, diseñada para comunicación y capacitación, con controles individuales de seguimiento y programación, que permite agrupar a los distintos tipos de usuarios. Es una herramienta para asistir a las organizaciones para desplegar programas y acciones conjuntas de varios actores. Esta herramienta permite la verificación virtual en tiempo real de la implementación efectiva y oportuna de los protocolos de salud, exigidos por las diferentes agencias nacionales, al igual que permite evaluaciones de los productos y servicios ofrecidos por las empresas. Se establece un mecanismo de pago por adhesión a la plataforma, segmentada por tamaño de la MIPYME y progresiva, que se irá incrementando conforme mejore la capacidad de pago.
- 5.6 Se establecerá un equipo coordinador del proyecto por parte de las organizaciones y demás agencias asociadas al programa, con el cuál se desarrollará un plan de trabajo común que involucre a los actores en las actividades; así mismo, se definirán unas métricas comunes (algunas incluidas en este documento), para evaluar el progreso del proyecto.
- 5.7 Las Presidencia de FEDECATUR rota anualmente en 2021 la Presidencia Pro-tempore está a cargo de la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), en 2022 será Guatemala y 2023 Honduras. La UEP estará vinculada a FEDECATUR en Honduras y se espera diseñar un mecanismo de gobernanza que aproveche el sistema de rotación para asegurar la participación de todos los países.

¹⁰ <https://www.hbs.edu/creating-emerging-markets/interviews/Pages/profile.aspx?profile=broberts>

VI. CUMPLIMIENTO CON HITOS Y ARREGLOS FIDUCIARIOS ESPECIALES

- 6.1 **Desembolsos por Resultados y Arreglos Fiduciarios.** La Agencia Ejecutora (AE) se comprometerá a los arreglos estándar del BID Lab referentes a desembolsos por resultados, a las políticas de adquisiciones y de gestión financiera aplicables a sector privado. Esto es consistente con el resultado del Diagnóstico de Necesidades de la Agencia Ejecutora (DNA), que refleja que FEDECATUR posee un sistema de gestión financiera aceptable para el BID Lab y cuenta con una estructura de seguimiento y rendición de cuentas para la presentación de sus Estados Financieros Institucionales anuales ante el Banco.
- 6.2 **Gestión de proyectos basada en riesgo y desempeño.** Bajo esta modalidad los montos de los desembolsos del proyecto se determinarán de acuerdo con las necesidades de liquidez del proyecto estimado para un período máximo de 6 meses. Estas necesidades se acordarán entre BID Lab y el Ejecutor, y reflejarán las actividades y costos programados en el ejercicio de planificación anual.
- 6.3 **Desembolsos.** El primer desembolso estará condicionado al cumplimiento de condiciones previas y los sucesivos desembolsos se efectuarán siempre y cuando se cumplan las siguientes dos condiciones: i) verificación por parte de BID Lab de que los hitos se han cumplido, según lo acordado en la planificación anual; y, ii) que la AE haya justificado al menos el 80 % de los avances de fondos anticipados acumulados. En caso de que los hitos de desembolso no sean cumplidos, el Ejecutor presentará, para no objeción del Banco, un plan de acción para el cumplimiento de los hitos. En caso de que el plan de acción no surta efectos, el Banco podrá cancelar el saldo no desembolsado del proyecto.

VII. ACCESO A LA INFORMACIÓN Y PROPIEDAD INTELECTUAL

- 7.1 **Acceso a la información.** La información contenida en el presente documento se clasifica como pública una vez aprobado en virtud de la Política de Acceso a Información del Banco¹¹.
- 7.2 **Propiedad Intelectual.** El Proyecto se llevará a cabo utilizando el know-how y metodologías desarrolladas previamente por la Agencia Ejecutora, las que se mantendrán bajo su titularidad. La propiedad intelectual de la plataforma quedará en manos del Organismo Ejecutor de manera tal que puedan seguir gestionándola de manera independiente luego de finalizado el proyecto. Los diagnósticos y otros entregables obtenidos bajo el Proyecto le corresponde al Banco. El Banco otorgará a la Agencia Ejecutora una licencia irrevocable, mundial, perpetua, gratuita y no exclusiva para usar, copiar, distribuir, reproducir, exhibir y ejecutar públicamente cualquier producto de propiedad que se derive de la ejecución del Proyecto, así como para desarrollar obras derivadas.

¹¹ <https://www.iadb.org/es/acceso-informacion/inicio>