Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL)

ENERO 2013 - JUNIO 2013

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Servicios turísticos de la selva central del Perú

Nro. Proyecto: PE-M1076 - Nro. Operación: ATN/ME-12412-PE

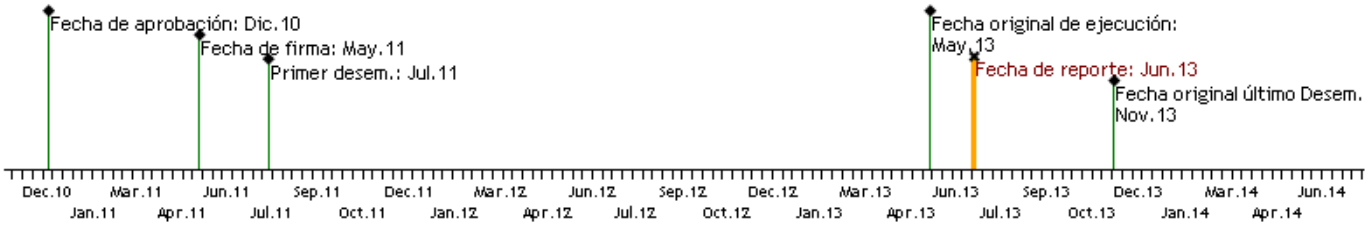
Resultado: Mejorar la competitividad de las empresas turisticas del corredor, a través de la profesionalización de los servicios turísticos

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
PERÚ	PERÚ	SME - Desarrollo de la pequeña y mediana empresa	PLED - Competitividad local

Agencia Ejecutora:

Líder equipo de diseño:
Líder equipo de supervisión: Minaya, Elizabeth

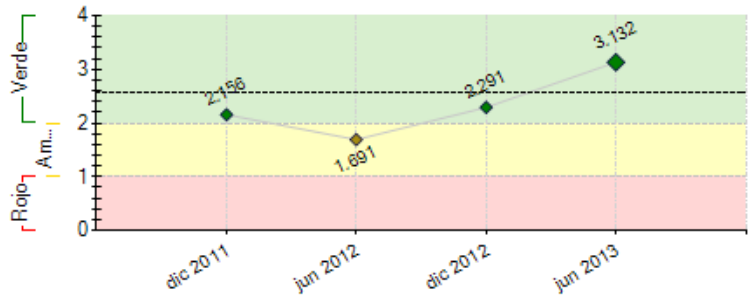
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	$150,000.00	$0.00	$147,000.00
Contrapartida	$86,914.00	$0.00	$41,787.88

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



----- Promedio desempeño FOMIN

SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

1. Desafíos:a Superar la desconfianza de los empresarios,b.Articular esfuerzos con las Municipalidades involucradas, c. Destino con conectividad terrestre con desventaja para el turismo receptivo
2. Estrategias para superar los desafíos: a. Formar una unidad de ejecución con profesionales nativos b. Demostrar a los organismos públicos la importancia de su rol en el proyecto,c. Comunicación permanente con al menos dos empresas de transporte terrestre para la mejora del servicio.
3. Resultados al final del proyecto: a.Se logró que el 60% de las empresas participantes incrementaran sus ingresos en 15% en promedio,b. Se sensibilizaron a 202 empresarios de la zona en la importancia de gestionar profesionalmente sus empresas turísticas c. 108 empresarios se interesan en participar en el proyecto y 60 firman el compromiso y 53 llegan hasta el final del proceso.d. Se firmaron Convenios con la Cámara de Comercio de Chanchamayo, AHORA Chanchamayo, AHORA Perú , Apotur y APTAE..Se firmaron Convenios con La Municipalidad Provincial de Chanchamayo y la Municipalidad distrital de Pichanaki
4. Otros logros: Se genera un grupo de proveedores locales en temas de capacitación y asesoría, con la selección de 11 profesionales locales como capacitadores y asesores para la aplicación del estándar de calidad diseñado para la zona, b. Se valida e implementa un conjunto de cursos de acuerdo a las necesidades de la zona en base a los perfiles profesionales en: Operaciones de recepción, Operaciones de pisos, Operaciones de Cocina, Bar, Restaurantes. Asistencia al cliente y Administración y los contenidos temáticos de los módulos de capacitación se adecuaron a dichos perfiles profesionales. Se diseñó un programa de pasantía en buenas prácticas en Lima para 12 trabajadores c. Se adecuó el estándar de calidad CALTUR a la realidad de la selva central originando un instrumento de uso aplicativo aplicado a Alojamientos, Restaurantes y Operadores Turísticos. Se realizaron 60 diagnósticos, y planes de mejoras que se convirtieron en la hoja de ruta para los empresarios, d.Se reconoce el esfuerzo y 15 Mipymes fueron premiadas en evento de cierre. e.Plan de Marketing aprobado y validado por los participantes del proyecto con un Portal web en permanente actualización, Campañas de promoción en Lima y Huancayo, cuponeras, campaña en facebook, materiales de promoción que resalten los estándares alcanzados,f. Plan de sostenibilidad socializado con los empresarios y gremios de la zona

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

El desempeño de HLP como ejecutor del proyecto ha sido muy destacado, se ha logrado sentar las bases de la sostenibilidad y replicabilidad del modelo de desarrollo turístico de la selva central; la capacitación de proveedores, el mejoramiento de la oferta turística, el interés de operadores importantes por ofrecer este destino turístico son algunos de los resultados más representativos alcanzados por el proyecto.
La sostenibilidad es parte de un proceso, las bases se han sentado con esta operación, dependerá del nivel de interés de los empresarios privados, que han sido los que apoyaron durante toda la ejecución este proyecto, desde su conceptualización. Tal vez la mayor dificultad ha sido el no contar con el compromiso permanente de la gestión municipal y la intermitencia del Estado con un sin número de programas que confluyeron en la zona de manera dispersa y con muchas fluctuaciones en las decisiones y el personal; variables que el proyecto ha logrado con sus acciones interesar y colocar en la agenda pública con mucho esfuerzo, sin embargo es necesario un involucramiento real para consolidar a la selva central como destino frecuente en nuestro país.
Finalmente, consideramos que este proyecto ha sido pertinente en su identificación, y la ejecución ha sido muy eficiente, consideramos que la experiencia del proyecto es replicable a otras regiones con características similares.

Evaluación final

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

Evaluación final

SECCIÓN 3: INDICADORES

		Indicadores	Línea de base	Planeado	Logrado	Porcentaje
Resultado: Mejorar la competitividad de las empresas turisticas del corredor, a través de la profesionalización de los servicios turísticos **Clasificación:** Satisfactorio	**P.I1**	Al menos 200 trabajadores y 60 empleadores que recibieron los servicios del proyecto, optimizan sus procesos y mejoran la calidad de sus servicios	0	260	420	162 %
	P.I2	Las Mipymes turisticas participantes del proyecto elevan en 10% sus ingresos brutos	0	10	15	150 %
	P.I3	Al menos 60% de las Mipymes participante sdel proyecto elevan la calidad de los servicios turisticos logrando conslidar una oferta solida de los servicios turisticos del corredor Selva Central	0	60	60	100 %
	P.I4	El corredor Selva Central se posiciona como una oferta de destino turistico de calidad a nivel nacional			Si	100 %
Componente 1: Sensibilización a empresarios **Peso:** 7% **Clasificación:** Muy Satisfactorio	**C1.I1**	Al menos un 30% de las Mipymes participantes incrementan en un 10% su porcentaje de ocupabilidad anual	0	30		0 %
	C1.I2	200 empresarios han sido sensibilizados sobre la importancia de las actividades del proyecto	0	200	202	101 %
	C1.I3	100 empresarios se interesan y se comprometen en participar del proyecto	0	100		0 %
	C1.I4	Al menos 4 organizaciones gremiales o de gobierno expresan su apoyo formal al proyecto	0	4	6	150 %
Componente 2: Desarrollo de capacidades locales **Peso:** 25% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Se genera un grupo de proveedores locales para brindar los temas de capacitacion			Si	100 %
	C2.I2	Se valida e implementa un conjunto de cursos de acuerdo a las necesidades del empresario del sector turismo en la selva central			Si	100 %
Componente 3: Mejora de calidad de Mipymes turisticas **Peso:** 55% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Al menos 60 Mipymes incorporan cambios de acuerdo al estandandar propuesto por el proyecto	0	60	60	100 %
	C3.I2	Al menos 60 Mipymes incrementan sus ingresos en 15% al mejorar sus prácticas de acuerdo al estándar de calidad propuesto por el proyecto	0	60	60	100 %
Componente 4: Promocion del destino **Peso:** 13% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	El corredor turistico Selva Central es promovido como atractivo de destino de calidad en al menos 5 medios de comunicación más relevantes del país y en 3 operadores turisticos	0	5	10	200 %

	Hitos	Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	3 talleres de sensibilización ejecutados	3	Ago 2011	4	Nov 2011	Logrado tarde
H1	Modulos de capacitación validados	4	Sep 2011	4	Sep 2011	Logrado
H2	Condiciones previas	5	Nov 2011	5	Jun 2011	Logrado
H3	50 trabajadores capacitados	50	Feb 2012	77	Feb 2012	Logrado
H4	Empresarios capacitados	30	Feb 2012	33	Feb 2012	Logrado
H5	20Mipymes incorporan cambios y alcanzan el estandar de calidad definido	20	May 2012	28	Jul 2012	Logrado tarde
H6	[*] Al menos 40 Mipymes incorporan cambios y alcanzan estandar de calidad definido	40	Dic 2012	40	Dic 2012	Logrado
H7	Al menos 2 convenios firmados con operadores o gremios turisticos	2	Ene 2013	2	Sep 2012	Logrado
H8	Al menos 2 convenios firmados con operadores o gremios turisticos	2	Ene 2013	2	Ene 2013	Logrado

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO
[No se reportaron factores para este período]

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 7 **RIESGOS VIGENTES:** 0 **RIESGOS NO VIGENTES:** 2 **RIESGOS MITIGADOS:** 5

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable
dado el interés expresado por Tour operadores, las capacidades generadas en la regióin para mejorar permanentemente los servicios turísticos, la estrategia de promoción y difusión de la zona, es probable que la sostenibilidad de la experiencia se logre al 100%.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

Acta de Reunión
Sostenibilidad
Lugar: San Isidro – Oficinas HLP
Fecha: 23/05/2013
Participantes
Marcos Tupayachi (MT) ISOTUR
Alicia Villar) HLP
Cecilia Espinoza (CE) REKREA
Willie Vacas (WV)/ Javier Córdova (JC) Cámara Comercio Chanchamayo
Carlos Ames (CA) Especialista en Proyectos
Elizabeth Minaya (EM) BID/FOMIN
Agenda:
Sostenibilidad en el Proyecto de Selva Central
Objetivos:
Definir los siguientes pasos para concretar un acuerdo de tipo comercial y definir los roles de las Instituciones y empresas aliadas del proyecto para darlecto – Sostenibilidad.
Temas:
1. EM indico que desde que se diseñó el proyecto se pensó en el tema de sostenibilidad. Pocos proyectos lo han logrado. La difusión de los servicios con alta calidad que la demanda exija mayores y mejores servicios.
2. Lo importante es que lo que dejo el proyecto se mantenga
3. Generando espacios de concertación
4. Equipo interno
5. Rol de la Municipalidad
6. Diseño de manera participativa
7. Que cosa vamos a hacer sostenible ¿ todo o una parte?
8. Que necesitamos?
9. Hay voluntad del estado?
10. Taller de sostenibilidad
11. Análisis de la demanda
12. WV la relación ha si

Plan de Sostenibilidad

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lessons learned	Relativa a	Autor
1. Compromiso de las Autoridades locales y del Gobierno Central: Proyectos vinculados al desarrollo turístico en el que existen problemas de conectividad y viabilidad, son aspectos que deben contemplar un plan de contingencia desde el inicio. Aspecto que se torna más difícil en operaciones de menos tamaño (Minifomin)	Design	Minaya, Elizabeth *[FOMIN]*
2. Apoyo de los empresarios Turísticos Medianos y Grandes: Un tema interesante ha sido el hecho que el proyecto cuente desde su concepción con el interés y apuesta con recursos específicos de los empresarios turísticos de la zona de mayor tamaño (Grandes y medianos), toda vez que el servicio turístico es una cadena que se puede romper en cualquier parte o eslabón ; transporte, restaurant, Hotel, Tour operador etc, ofrecidos también por las Micro y pequeñas empresas turísticas, esta situación generó sinergias, compromisos de parte de los empresarios más grandes de la zona para con el proyecto.	Design	Minaya, Elizabeth *[FOMIN]*
3. Capacitar directamente en temas de gestión comercial y de marketing En la fase de promoción del proyecto, se mostró claramente la insuficiente capacitación de las pymes turísticas del proyecto en temas relacionados con la gestión comercial, de promoción y de marketing de sus propias empresas. El desconocimiento de las tendencias en internet, facebook, campañas virtuales, activaciones en centro comerciales, cuponeras con descuentos especiales, tener su propia web y gestionarla permanentemente, eran temas nuevos para la mayoría. Por ello consideramos de vital importancia incorporar este tema en la capacitación, junto a los temas técnicos propios de la hoteleria, la restauración y la operación turística-	Sustainability	Villar, Ana Alicia
4. Involucrar los aliados gremiales referentes Existen en el Perú aliados gremiales formados por empresarios turísticos exitosos que cuentan con una amplia experiencia en turismo receptivo y que pueden realizar una transferencia de sus conocimientos y experiencias desde el inicio del proyecto. Su involucramiento fue en la fase final del proyecto, por lo que consideramos que su aporte tuvo un alcance limitado. Sin embargo, se logró sensibilizar a los operadores turísticos de la selva central en los retos futuros cuando empiecen a atender al turismo receptivo.	Implementation	Villar, Ana Alicia
5. Mantener una campaña de medios permanente El presupuesto contemplaba una campaña de medios en la fase inicial para la sensibilización de	Implementation	Villar, Ana Alicia

empresarios y autoridades. Es importante contar con un plan de medios a lo largo del proyecto para sensibilizar a los no participantes del proyecto en los avances de sus pares. La presencia de medios en las actividades del proyecto es de alto impacto en la sensibilizacion de la sociedad civil para incorporar los valores que el proyecto promovía como el respeto al turística, las buenas prácticas de higiene, el cuidado del medio ambiente entre otros.		
6. Integrar la asesoría a la capacitación Consideramos que se logrará mayor impacto combinando la capacitación con la asesoría de modo que se certifiquen las buenas practicas diseñadas en la capacitación en los mismos lugares de trabajo. Este desfase originado en que luego del bloque de capacitación, se inició la asesoría y el efecto no era el esperado. Por ello, los asesores se vieron en la necesidad de repasar conceptos, organizar charlas de capacitación para recordar conceptos básicos para que la asesoría tenga el efecto requerido.	Design	Villar, Ana Alicia

Indique cuáles son los principales productos, dónde se encuentran y cómo podrían aplicarse o "compartirse" con otras entidades o proyectos similares.

- Perfil de trabajadores turísticos.
- Manual de alimentos y bebidas.
- Vive Selva central (promoción)
- Chanchamayo Placentero (promociójn)
- Sostenibilidad
- Evaluación Final

Productos principales del proyecto

[Ene 2012] Perfiles trabajadores turisticos Selva Central y Programa tematico de capacitación (Technical publications)
Autor: Isotur-Marcos Tupayachi Cárdenas

[Jul 2012] Manual de Alimentos y Bebidas (Technical publications)
Autor: Javier Cárdenas Bravo

[Dic 2012] Plan de Marketing Selva Central (Marketing materials/communication)
Autor: Consultora Rekrea-Cecilia Espinoza

[Ene 2013] Vive la Selva Central como nunca antes (Other)
Autor: Rekrea-Consultora en Promoción y ComercializacionUnidad de ejecución del ProyectoPymes participantes

[Ene 2013] Chanchamayo placentero con Beraca Travel (Other)
Autor: Unidad de ejecuciónPymes participantesRekrea- Consultora en Promoción turistica

[Abr 2013] Sostenibilidad (Marketing materials/communication)
Autor:

[Ago 2013] Evaluación Intermedia (Technical publications)
Autor: Brisa Uriona