Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2011 - JUNIO 2011

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Consolidación del Enoturismo

Nro. Proyecto: AR-M1018 - Nro. Operación: ATN/ME-10068-AR

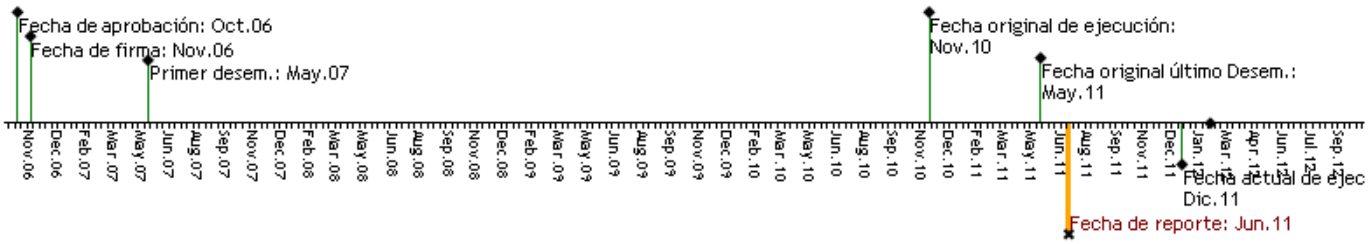
Propósito: Implementar un modelo de gestión integral del enoturismo específico para la Argentina

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
ARGENTINA	ARGENTINA	ENV - Medio ambiente	TOUR - Turismo sostenible

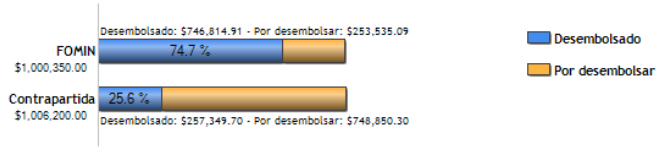
Agencia Ejecutora: Bodegas de Argentina

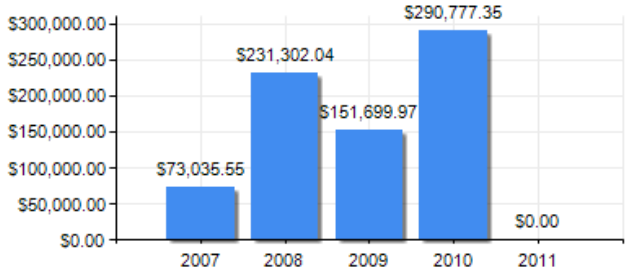
Líder equipo de diseño: Moreda, Adela
Líder equipo de supervisión: Sabra, Mariel

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

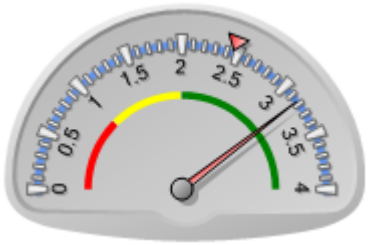


RECURSOS

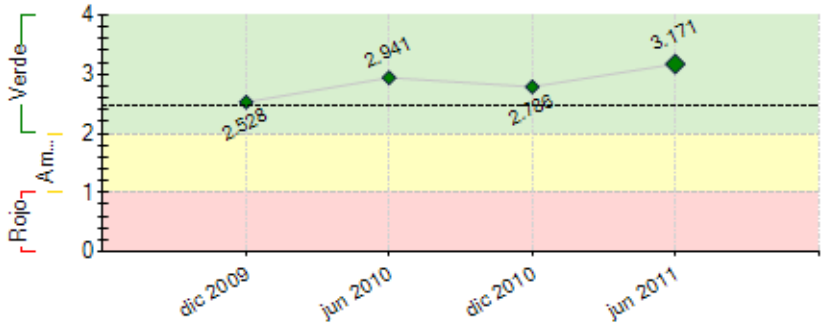




PUNTAJE DE DESEMPEÑO

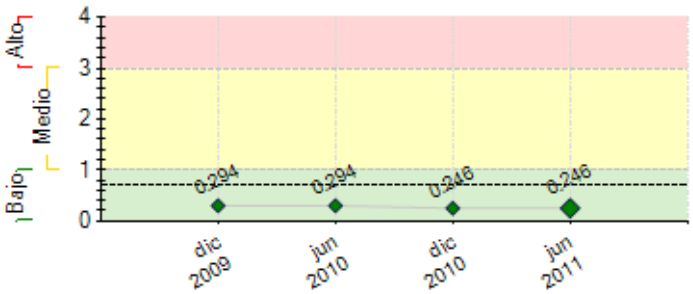


Puntaje actual: Satisfactorio: 3.171
Promedio FOMIN: 2.459



----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.703

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	0
Adquisiciones:	0
Capacidad Técnica:	0

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Se realizó un exhaustivo trabajo para la captación de socios para el Departamento de Enoturismo de Bodegas de Argentina. Actualmente posee 148 socios, entre los que se cuentan bodegas, agencias de viajes, alojamientos y establecimientos gastronómicos, entre otros.

Se procedió a la constitución formal de las Plataformas de Gestión Enoturística de Salta, La Rioja y Mendoza. Están en proceso el resto de las Rutas Piloto contempladas en el plan.

Continuando con el programa de Directrices de Gestión Turísticas para Bodegas, se capacitó a implementadotes. Participaron representantes del Ministerio de Turismo de la Nación, Bodegas de Argentina, Universidades y los Gobiernos de Mendoza, San Juan y Neuquén.

Se participó de diferentes eventos en Brasil y Perú dirigidas al consumidor final y operadores turísticos con el fin de promocionar Los Caminos del Vino de Argentina.

Se realizó un fam press con periodistas nacionales y un viaje técnico con el fin de promocionar e intercambiar experiencias exitosas.

Finalizó la asistencia técnica para el diseño de la Red de Centros de Interpretación de los Caminos del Vino de Argentina. El informe final fue comunicado a todas las instituciones participantes del Proyecto.

El Observatorio Enoturístico funcionó a pleno con la colaboración en la carga de datos de las bodegas con apertura turística. Ya está concluido el relevamiento estadístico 2010.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El proyecto se encuentra en una fase final, mostrando signos de consolidación con vistas a la sostenibilidad.
El enoturismo se ha posicionado en el mercado turístico, habiendo duplicado el crecimiento respecto al turismo general en los últimos años. La contribución del proyecto incluso a nivel de políticas públicas ha sido relevante.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

La oferta enoturística estuvo presente en los principales eventos de promoción con la participación de los Gobiernos provinciales y prestadores. Estas acciones se complementaron con capacitaciones a operadores en los mercados emisivos, fam press y pautas publicitarias. Se continuaron las acciones en el mercado internacional participando en ferias y Workshops de Brasil y Perú y se realizaron fam press y un viaje técnico. Se diseñaron piezas promocionales dirigidas al consumidor final y al canal de comercialización en español, inglés y portugués.

Continuando con el programa de calidad, se capacitaron profesionales del Ministerio de turismo de la Nación, Bodegas de Argentina, los Gobiernos de Mendoza, San Juan y Neuquén, la Universidad Nacional de Chilecito y la Universidad Nacional de Cuyo para la implementación de las Directrices de Gestión Turística para

Bodegas. Se prevé continuar con las capacitaciones en las restantes Rutas.

Se contrató una asistencia técnica para dar apoyo a las acciones del Departamento de Enoturismo de Bodegas de Argentina, que actualmente cuenta con 148 asociados, y la organización del Congreso Internacional de Turismo del Vino. De este evento, que se llevará a cabo en el mes de setiembre, participarán expositores nacionales e internacionales.

Con el fin de articular políticas de actuación e incentivar la participación de los actores vinculados al enoturismo de cada región, se realizará una reunión del Consejo Consultivo Nacional.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Durante el último semestre se consolidan acciones con vistas a la sostenibilidad. Se identifican más claramente el rol que BAAC debe desempeñar tanto con sus asociados como con otros actores clave.
Se realizan actividades de difusión y diseminación, que concluirán con el evento de cierre del programa.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Propósito: Implementar un modelo de gestión integral del enoturismo específico para la Argentina	**P.I1**	PYMES trabajando bajo pautas estratégicas del modelo.	0 Nov 2006				280 May 2011	282 Jun 2010	
	P.I2	PyMEs adheridas a tres rutas piloto.	0 Nov 2006				70 May 2011	191 Jun 2010	
	P.I3	Nuevas iniciativas relacionadas con la creación y/o mejora de productos enoturísticos implementadas por PYMES.	0 Nov 2006				340 May 2011	327 Jun 2011	
	P.I4	Integración de los resultados/ recomendaciones del proyecto en las estrategias de los Gobiernos provinciales de las regiones vitivinícolas implicadas, así como del Gobierno nacional (1= cumple; 0= no cumple)	0				1 May 2011	1 Jun 2010	
Componente 1: Desarrollo del Modelo **Peso:** 19% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	Un plan estratégico del enoturismo entregado a la UE.	0				1 Jul 2007	1 Dic 2010	Finalizado
	C1.I2	Profesionales y actores sensibilizados sobre el modelo enoturístico y sus planteamientos estratégicos	0				600 Nov 2007	1070 Dic 2010	Finalizado
	C1.I3	Manifiestan interés en trabajar bajo pautas estratégicas propuestas	0				280 May 2011	470 Dic 2010	Finalizado
	C1.I4	Consejos Consultivos del enoturismo conformados del proyecto.	0				1 Feb 2007	8 Dic 2010	Finalizado
Componente 2: Desarrollo de rutas piloto y productos asociados **Peso:** 24% **Clasificación:** Muy Satisfactorio	**C2.I1**	PyMEs comercializando nuevos productos enoturísticos en 3 rutas piloto	0				70 Nov 2009	188 Jun 2011	En curso
	C2.I2	Líneas diferenciadas de productos (ej: el saber del vino, las artes y los vinos, historia del vino, paisajes del vino, vino y salud, vino y eportes) estructurados y comercializados.	0				6 Nov 2009	24 Jun 2010	Finalizado
Componente 3: Calidad de la oferta de productos y servicios. **Peso:** 7% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Introducción generalizada de buenas prácticas en establecimientos de PYMES ligadas al enoturismo (1= cumple; 0= no cumple)	0				1 Nov 2008	1 Jun 2011	En curso
	C3.I2	Empresarios capacitados en gestión de calidad enoturística	0				300 Nov 2008	251 Jun 2011	Atrasado
	C3.I3	PyMEs turísticas y vitivinícolas que reciben asistencia técnica personalizada para aplicación de buenas prácticas en establecimientos.	0				70 Nov 2008	165 Jun 2011	En curso
Componente 4: Comunicación y Comercialización **Peso:** 50% **Clasificación:** Muy Satisfactorio	**C4.I1**	Identidad corporativa desarrollada e implantada (1= cumple; 0= no cumple).	0				1 Nov 2008	1 Jun 2011	En curso
	C4.I2	Porcentaje de visitantes cuya decisión de viaje se ve influenciada por el conocimiento de la marca.	0				40 May 2011	7.8 Jun 2011	Atrasado
	C4.I3	Cantidad de operadores receptivos nacionales que ofrecen los productos enológicos en sus paquetes.	0				10 May 2010	40 Jun 2010	En curso
	C4.I4	Cantidad de medios de prensa nacional e internacional que incluyen referencias a la oferta turística del proyecto.	0				15 Nov 2009	40 Jun 2011	En curso
	C4.I5	Material promocional editado y circulando por diferentes canales de comunicación y comercialización con una misma imagen de marca.	0				1 Nov 2009	4 Dic 2010	En curso
	C4.I6	Cantidad de emisores internacionales que ofrecen los productos enológicos en sus paquetes	0				10 May 2010	22 Jun 2011	En curso

	Hitos	Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	Condiciones previas	5	May 2007	5	May 2007	Logrado

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

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. El contexto macroeconómico afecta la rentabilidad de las empresas vitivinícolas y/o al turismo.	Medio	No se preve una acción de mitigación	Coordinador del Proyecto
2. Los gobiernos provinciales y nacional no realizan las inversiones y el mantenimiento de infraestructura, promoción y servicios públicos necesarios para reforzar el modelo.	Bajo	Presentación de informes de la evolución del enoturismo a nivel nacional y de los resultados de las actividades contempladas en el proyecto.	Coordinador del Proyecto
3. No se cuenta con disponibilidad de expertos calificados y con visión internacional de los requerimientos del mercado turístico.	Bajo	Adecuada selección y capacitación de los recursos humanos. Contacto periódico con expertos internacionales, y talleres multidisciplinarios que permitan desarrollar el turismo del vino desde una perspectiva integradora.	Coordinador del Proyecto
4. Las diferentes administraciones turísticas no adoptan la imagen de marca del turismo del vino en sus propias propuestas de comunicación.	Bajo	Interacción y difusión permanente a través de un proceso de posicionamiento de la marca que se base en el consenso y validación de los actores implicados.	Coordinador del Proyecto
5. No existe el liderazgo suficiente en cada una de las rutas para aglutinar a todos los actores potenciales	Bajo	Adecuada selección de los responables, capacitación de los mismos, apoyo con actividades de sensibilización y difusión. Monitoreo constante.	Coordinador del Proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 7 **RIESGOS VIGENTES:** 7 **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:

Intensa labor de captación de socios para el departamento de Enoturismo de Bodegas de Argentina.
formalización de las Plataformas de Gestión Enoturísticas en cada Ruta Piloto las cuales ya están trabajando en la generación de actividades por iniciativa propia bajo en coordinación con Bodegas de ArgSensibilización a los actores del cluster para estimular la participar del Club de Productos-
Desarrollo de nuevas propuestas desde la Unidad Ejecutora: asistencias técnicas, subsidios para la distinción de directrices, alianzas estratégicas y programas de capacitación entre otros.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. Los proyectos que preven alta articulacion con el sector público tienen más potencialidad de impacto, pero la ejecución muchas veces se dificulta dado que la entidad ejecutora, de la sociedad civil, debe realizar intensas gestiones para que las actividades y la consecución de estrategias se realicen en tiempo y forma.	Implementation	Sabra, Mariel *[FOMIN]*