

**DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES**

ARGENTINA

**APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES
ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE**

(AR-M1016)

MEMORANDO DE DONANTES

Este documento fue preparado por el equipo de proyecto integrado por: Mariel Sabra (COF/CAR) Jefe de Equipo; María Victoria Sáenz (MIF/OPS); Santiago Soler (MIF/OPS); María Elena Nawar (MIF/DEU), Carlos Viteri (SDS/IND), Adela Moreda (RE1/EN1), Mario Ferreira (COF/CAR) y Valnora Leister (LEG), quienes asistieron en la producción del documento.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
I. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	1
A. Puna Argentina: Potencial turístico para desarrollo económico local.....	1
B. Comunidades kollas: microcrédito y gestión de empresas comunitarias	1
C. Desafíos identificados para el desarrollo del sector turístico:	2
D. Estrategia del FOMIN y del Banco	4
II. OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
A. Objetivos del proyecto.....	4
B. Componentes y actividades	4
III. COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	8
A. Costo y financiamiento.....	8
B. Sostenibilidad del programa	9
IV. EJECUCIÓN DEL PROGRAMA.....	9
A. Organismo Ejecutor.....	9
B. Mecanismo de ejecución	10
V. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	11
VI. BENEFICIARIOS Y RIESGOS.....	12
VII. ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES.....	13

ANEXOS

ANEXO I	Matriz de Marco Lógico
ANEXO II	Presupuesto detallado
ANEXO III	Lista de proyectos similares y del cluster del FOMIN

APÉNDICES

Proyecto de Resolución

INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LOS ARCHIVOS DE COF/CAR

1. Anexo V- Reglamento Operativo
2. Anexo VI- Plan de Adquisiciones
3. Anexo VII- Modelo de proyecciones financieras
4. Estados Financieros de la Asociación de Mujeres Warmi Sayajsunqo
5. Análisis de Caso: la Asociación de Mujeres Warmi Sayajsunqo por Raúl Llobeta
6. Manual de Procedimiento de crédito y cobro fondos comunales de la Puna: incluye cartas de instrucciones, actas de préstamos y cartas de aprobación
7. Reglamento Interno de Crédito de los Fondos Comunales
8. Estatutos, Resolución Exención de Impuestos, personería jurídica, Acta de informe de gestión anual.
9. Evaluación institucional y financiera de la Warmi efectuada por Juan Carlos Porstmann para el FOMIN y AVINA.
10. Código Etico Mundial para Turismo.
11. Guía de Oportunidades de Inversión para el sector turismo. www.turismo.gov.ar
12. Plan de acción del clúster de turismo sostenible.
13. Política Operativa sobre Pueblos Indígenas.
14. Programa AVINA-Warmi de Desarrollo Endógeno
15. Programa IAF-Warmi de Endodesarrollo Aborigen Regional
16. Secretaría de la Gobernación de turismo de la Provincia de Salta- Área de Estadísticas – Informe Final- encuestas de verano 2005
17. Estadísticas de turismo de la provincia de Jujuy
18. Estadísticas Chile
19. Estadísticas de Turismo de Bolivia
20. OIT- Turismo: Mercado y Sostenibilidad (doc 136): ¿Cómo desarrollar el turismo desde los municipios y las comunidades en forma sostenible?
21. Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia de Jujuy.
22. Convenio con Inter-American Foundation
23. Carta compromiso de AVINA.

SIGLAS Y ABREVIATURAS

CESI	Comité de Impacto Ambiental y Social
ECA	Empresas Comunitarias Aborígenes
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
IPS	Informes de Progreso Semestrales
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OP	Oficina de País
POS	Plan Operativo Semestral
RO	Reglamento Operativo
UE	Unidad Ejecutora

**APOYO A LA CONFORMACIÓN DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS
AL TURISMO SOSTENIBLE
(AR-M1016)**

RESUMEN EJECUTIVO

Agencia Ejecutora:	Asociación de Mujeres Warmi Sayajsunqo (Warmi)		
Beneficiarios:	Los beneficiarios directos serán las familias de 50 comunidades kollas que gestionen las ECA, siendo los beneficiarios indirectos las 2.000 familias que habitan dichas comunidades.		
Monto y fuente:	Asistencia Técnica:		US\$ 482.400
	FOMIN(Facilidad IIIA) 50% ¹		US\$ 25.000
	FOMIN – participación en cluster		
			<i>US\$ 507.400</i>
	<i>Sub-total:</i>		US\$ 260.000
	Préstamo:		
	FOMIN (Facilidad IIIB)		US\$ 767.400
	Total aporte FOMIN (IIIA y IIIB)		<u>US\$ 488.200</u>
	Aporte local 50%		
	Total:		USD 1.255.600
Objetivos y descripción	Costo total proyecto		
	<p>El fin es apoyar la competitividad de las aborígenes de la Puna permitiendo que los pueblos indígenas mejoren su calidad de vida como resultado de su trabajo. El propósito es crear y consolidar una red de empresas comunitarias aborígenes sostenibles, que ofrezcan servicios y productos turísticos en el marco de la identidad ancestral de los pueblos indígenas de la Puna, y fortalecer a la Warmi como entidad aglutinadora del sistema microfinanciero de comunidades kollas. Se espera apoyar 50 ECA, que formen un clúster de turismo en la Puna.</p> <p>El proyecto incluye cuatro componentes: (i) Oferta de productos turísticos y definición de estándares de calidad; (ii) Atención de la demanda y comercialización; (iii) Otorgamiento de créditos y capacitación para gestión de empresas; y (iv) Consolidación del modelo organizacional basado en la identidad cultural.</p>		

¹ No se incluye el financiamiento de la participación en el cluster de turismo dentro de este porcentaje.

Plazos:	Período de Ejecución y desembolso de AT:	48 y 54 meses respectivamente
	Período de Desembolso y repago del préstamo:	48 meses. Repago: 10 años, 5 de gracia.
Condiciones contractuales especiales:	Serán condiciones previas al primer desembolso la presentación a satisfacción del Banco de: (i) evidencia de que la Asamblea de la Warmi aprobó el Reglamento Operativo; (ii) evidencia de la selección del Coordinador del proyecto conforme a los procedimientos del Banco; (iii) evidencia que se ha adaptado el Reglamento de Crédito para incluir emprendimientos turísticos; y (iv) presentación del Plan de Cuentas del Programa y descripción del sistema contable-financiero a satisfacción del Banco. Asimismo, dentro de los tres meses a partir del plazo de vigencia del convenio, la Warmi deberá presentar el Plan Operativo para el primer año del proyecto.	
Excepciones a las políticas del Banco	Ninguna.	
Impacto social y ambiental:	El Comité de Impacto Ambiental y Social (CESI) consideró esta operación en su reunión del día 27 de enero de 2006. Las recomendaciones del CESI referidas a la inclusión de una descripción general de la cultura y técnica ancestral indígena con referencia a la protección ambiental figuran en los párrafos 1.1 y 1.2. El análisis sobre alianzas estratégicas de los ejecutores con organizaciones locales que compartan valores y filosofía básica quedó expresado en el párrafo 4.1.	
Coordinación con otras instituciones financieras de desarrollo	El proyecto cuenta con la contrapartida de la Interamerican Foundation (convenio ya firmado), y de AVINA (carta de compromiso), en el marco de las respectivas operaciones de desarrollo que financian a la Warmi.	

I. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

A. Puna Argentina: Potencial turístico para desarrollo económico local.

- 1.1 La Puna es una zona del altiplano andino, ubicada en parte de Bolivia, el sur de Perú, el noreste de Chile y las provincias argentinas de Salta y Jujuy. El uso general del vocablo “Puna” se refiere a la porción que ocupa el altiplano en Argentina, la cual abarca aproximadamente 40.000 Km². La Puna argentina es la continuación natural del altiplano boliviano y, sin embargo, es sustancialmente diferente de éste, ya que en Bolivia se trata de un "plano alto", mientras que en Argentina se trata de una zona quebrada internamente en serranías y depresiones. En esta zona y en las quebradas que la atraviesan se asientan grupos indígenas, los Kollas, que se dedican a la cría de ganado, la agricultura para el autoconsumo y la producción de artesanías. Han vivido allí desde hace más de 10.000 años, manteniendo su cosmovisión, espiritualidad, ritos, fiestas, arte, música y técnicas agrícola-ganaderas sostenibles, que conforman el patrimonio vivo de la zona.
- 1.2 Además de especies de altura como las llamas, vicuñas, cóndores y otras, en la región se mantienen humedales de importancia internacional como la “Laguna de los Pozuelos”, considerada desde 1981 Monumento Natural, por la Administración de Parques Naturales. Los Kollas mantienen como filosofía de su vida diaria la protección de la “madre tierra” y el respeto hacia ella como condición de su propia supervivencia. En este marco se proponen emplear, a la luz de sus conocimientos y cosmovisión, medidas y recursos culturales y ambientales, que armonicen el desarrollo de la actividad turística con la ecología cultural de la Puna, donde evidentemente resultan actores claves desde hace siglos.
- 1.3 La adaptación a la vida de altura ha permitido a sus habitantes desarrollar su cultura en forma compleja y profunda, en perfecta armonía con el entorno. Ello se refleja en el estilo de vida personal y comunitaria y es apreciado por los turistas que la recorren, en su mayoría provenientes de zonas aledañas que comenzaron a desarrollarse turísticamente en forma más pronunciada hace cinco años, mostrando una tendencia de crecimiento sostenida.

B. Comunidades kollas: microcrédito y gestión de empresas comunitarias

- 1.4 En la Puna existen más de 200 comunidades aborígenes que son reconocidas legalmente como tales o en vías de serlo en el marco de los derechos indígenas reconocidos en la Constitución Nacional Argentina y en el Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre Pueblos Indígenas y Tribales, el cual, a partir de su ratificación, forma parte del cuerpo legal del Estado Argentino. Aproximadamente la mitad de estas comunidades se ha asociado a la Warmi Sayajsunqo (Warmi)- Mujeres Perseverantes en quechua-, una organización liderada por mujeres kollas que se caracteriza por un alto nivel de organización basado en el fortalecimiento de las comunidades y en un sistema de decisión por consenso.
- 1.5 El instrumento aglutinador de todas las comunidades aborígenes atendidas por la Warmi es el programa de microcrédito, adaptado a los valores y cultura de los

indígenas. El crédito es otorgado a los fondos comunales o Markas² de las comunidades, siendo éstas las que responden solidariamente. El manejo de los recursos, su destino y control quedan en manos de los socios del fondo, quienes cumplen con un estricto reglamento ético armado por las comunidades, mientras que la Asamblea toma las decisiones. Cada comunidad elige un comité de créditos y dos “kipus” (tesoreros del Fondo Comunal): un hombre y una mujer. Esta estructura garantiza la auditoría social y, por lo tanto, el buen uso de los recursos. Los resultados a la fecha son los siguientes: (i) 72 fondos comunales; (ii) más de 1.500 créditos otorgados en toda la Puna; (iii) 0% de incobrabilidad; (iv) contabilidad y gerenciamiento realizado por “kipus” debidamente capacitados; (v) software central en funcionamiento y descentralización por Marka; y (vi) 144 líderes formados (72 hombres y 72 mujeres). Estos fondos han financiado desde pequeñas inversiones y sostenimiento de chacritas e invernaderos para la producción del autoconsumo hasta criaderos de trucha, explotación de sal y proyectos de orfebrería, entre otros.

- 1.6 Entre las inversiones financiadas con los fondos comunales se han llevado a cabo experiencias de desarrollo de Empresas Comunitarias Aborígenes (ECA), las cuales han demostrado ser rentables. El principio rector es el de la participación comunitaria en la supervisión de la gestión. La rentabilidad se evalúa en términos sociales/comunitarios, y en tal sentido no existe el ánimo de lucro privado: esto implica que se reinvierte la ganancia neta de la empresa (deducidos impuestos y pagos del crédito) en rubros acordados por la comunidad (en esa u otra empresa), en mejorar el medio ambiente, y en acciones con fines sociales para la comunidad (triple bottom line). En la actualidad, la Warmi es dueña de varias ECA que funcionan sostenidamente³.

C. Desafíos identificados para el desarrollo del sector turístico:

- 1.7 Evolución del turismo: Las condiciones macroeconómicas de los últimos cuatro años, sumadas al reconocimiento de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Histórico de la Humanidad, han generado un crecimiento sostenido del turismo en la región, que se vio reflejado en tasas de hasta 62%⁴ para la zona de la Quebrada. Este aumento ha producido un impacto en zonas aledañas, tales como la Puna. En esta área, no obstante, la falta de conocimiento del lugar sumada a la escasa oferta de servicios turísticos arrojaron una tasa de crecimiento menor, que ascendió a 20% para el período 2002-2005 (promedio simple anual de 6,5%). En cuanto al origen de los turistas que llegan a la provincia de Jujuy, se destaca el crecimiento de los extranjeros, quienes para el mismo período han aumentado en 82% en términos absolutos, aunque solamente representan el 25% de la afluencia turística.

² Markas: instancia de coordinación de entre 5 y 7 comunidades cercanas, a los fines de facilitar procesos de información, consultas y trabajo de las comunidades asociadas a la Warmi.

⁶ Warmi cuenta con una estación de servicio, un restaurante, un criadero de 1.000 chinchillas para explotación comercial y exportación de pelo y piel, una fábrica de tejidos y artesanías, un “Cyber-café” y una barraca de compra y venta de lana y fibra. Además de las empresas gestionadas por la Warmi, han capacitado a diversas comunidades para que gestionen su propia empresa comunitaria, contándose entre otras, con empresas de producción y fraccionamiento de sal (comunidad de Cerro Negro), producción de truchas (comunidad de Alfarcito), producción de quesos (comunidad de Nazareno), y otras.

⁴ Estadísticas de turismo del Gobierno de Jujuy- “Estadística Hotelera- Arribo por regiones turísticas”. Tasa para la zona de Purmamarca y Tilcara, para el período 2002-2005, siendo el promedio simple anual 15,5%.

- 1.8 La oferta: la extensa superficie de la Puna acoge varios destinos de interés alrededor de los cuales pueden armarse circuitos turísticos. A modo preliminar, pueden citarse: Zona de cordillera alta, Salinas Grandes; Laguna de Pozuelos; Yavi (arte colonial); y Nazareno (valles interandinos). La red caminera principal que existe permite acceder a los diferentes microclimas de la zona, de forma tal que el flujo turístico tendría una amplia oferta de posibilidades de acceso a las comunidades rurales. No obstante esta riqueza y variedad paisajística, actualmente no existe suficiente oferta hotelera o de servicios turísticos. La poca oferta de alojamiento existente es dispersa y tiene una ocupación promedio de 72%, lo que demuestra la carencia de infraestructura receptora de turismo. Por lo general, los establecimientos están ubicados en ámbitos urbanos, lejos de la población indígena de la zona y pertenecen a foráneos, que a su vez los administran empleando a los Kollas en las labores de menor calidad de empleabilidad.
- 1.9 En este sentido, se les presenta a las comunidades kollas la oportunidad de volcar su experiencia empresarial comunitaria al desarrollo de productos y servicios turísticos con características y sello propios. Este conjunto de servicios se ha denominado en primera instancia **“Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!”**. Los kollas podrán posicionarse como oferentes legítimos lo que permitirá a los visitantes vivenciar la Puna, las prácticas y las costumbres de la población nativa, así como la conexión con la naturaleza desde la cosmovisión indígena, entre otras alternativas.
- 1.10 La demanda: si bien no existen estadísticas sobre la demanda no satisfecha por productos innovadores en materia de turismo étnico-cultural para la Puna, puede inferirse, a partir de estadísticas de zonas aledañas, que existiría demanda potencial de servicios turísticos en la Puna. Cifras recientes indican que a San Salvador de Jujuy llega anualmente un promedio de 70.000 turistas⁵, mientras que a Salta⁶ llegan 796.000, de los cuales el 31% visita la zona andina y durante el trayecto se los deriva a la Quebrada de Humahuaca y a la Puna como excursión diaria. Por otro lado, a lugares similares de Chile (San Pedro de Atacama) llegan anualmente cerca de 206.580⁷ turistas y de Bolivia (Salar de Uyuni), llegan anualmente 42.200⁸. El 46,4% del flujo turístico que visita Bolivia lo hace interesado en los mismos aspectos que ofrece la Puna: cultura, naturaleza y arqueología.
- 1.11 El desafío: en función del contexto descrito, los miembros de la Warmi han identificado como tema prioritario la profundización de las capacidades empresariales de las comunidades, otorgándole prioridad al sector turístico con miras a sacar provecho del escenario económico actual, la demanda insatisfecha de servicios turísticos en la zona y el espíritu empresario que caracteriza a estas comunidades. Se precisa capacitación específica y asesoría técnica especializada orientadas a desarrollar las capacidades locales para la gestión del turismo sostenible, validar los principales atractivos sobre los cuales se armarán los circuitos turísticos piloto, consolidando actuales y nuevos emprendimientos, y a

⁵ Estadísticas del Gobierno Provincial.

⁶ Según estadísticas de la Secretaría de Turismo de Salta para el total del año 2004, considerando toda la provincia.- www.turismosalta.gov.ar

⁷ Anuario de Turismo 2004- Instituto Nacional de Estadísticas de Chile. Esta cifra no discrimina turismo urbano y rural.

⁸ Encuesta Gasto de Turismo Receptor y Emisor 2003- Sistema de Información Estadística de Turismo- Bolivia-

fortalecer la oferta local a través de la generación de productos nuevos e innovadores basados principalmente en el turismo étnico, arqueológico e histórico mediante la creación y comercialización de una “marca local”.

- 1.12 Por tanto, a través del presente proyecto se pretende desarrollar en forma sostenible nuevas oportunidades de mercado en dicho sector. Los emprendimientos a desarrollar abarcan pequeños restaurantes y paradores del camino, albergues y hostales adaptados a la demanda internacional de hospedaje y gastronomía; identificación de excursiones; guías turísticos y caminos étnicos; transporte, y comercialización de productos autóctonos. Todas estas iniciativas deberán responder a las demandas del mercado y a los atractivos de la zona. Se prevé beneficiar a alrededor de 50 comunidades, las cuales tienen experiencia en empresas comunitarias y en manejo de recursos a través de fondos comunales.

D. Estrategia del FOMIN y del Banco

- 1.13 **Justificación:** Este proyecto se justifica por cuanto la participación del FOMIN, en función de su experiencia y aporte de recursos, constituirá un elemento diferenciador y viabilizador del apoyo al espíritu emprendedor de la población kolla. El proyecto es consistente con el mandato de la Política Operativa sobre Pueblos Indígenas (OP-765).
- 1.14 El proyecto se inserta en el cluster de Turismo del FOMIN puesto que: (i) comparte el abordaje referido a la sostenibilidad del emprendimiento turístico, la cual comulga con la cosmovisión indígena; (ii) prioriza a las pequeñas empresas para dotarlas del apoyo que les permita mejorar la competitividad de su gestión y ser competitivas, y (iii) aporta la adicionalidad del FOMIN en la identificación y promoción de productos etnoturísticos ofrecidos por la propia población indígena (“patrimonio vivo”).

II. OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

A. Objetivos del proyecto

- 2.1 **General:** Apoyar la competitividad de las empresas comunitarias aborígenes de la Puna permitiendo que los pueblos indígenas mejoren su calidad de vida como resultado de su trabajo. **Específico:** Crear, financiar y consolidar una red de empresas comunitarias aborígenes sostenibles, que ofrezcan servicios y productos turísticos en el marco de la identidad ancestral de los pueblos indígenas de la Puna; y fortalecer a la Warmi en su carácter de aglutinadora del sistema microfinanciero de las comunidades kollas asociadas.

B. Componentes y actividades

- 2.2 **Componente 1: Oferta de productos turísticos y definición de estándares de calidad (MIF US\$ 60.200; Contraparte US\$11.025).** El componente tendrá como resultados la definición y puesta en valor de los productos turísticos a ofrecer, los criterios de calidad de los mismos, y de gestión de las empresas que los desarrollarán y ofrecerán. Se identificará y consensuará el desarrollo de entre tres y cinco atractivos turísticos aproximadamente, a partir de los cuales se generarán circuitos. Asimismo, se consensuará la distribución de la responsabilidad de la gestión de los mismos entre las comunidades participantes, involucrando al menos

50 ECA. La identificación de los atractivos y su puesta en valor tendrá en cuenta la viabilidad desde el punto de vista de la ubicación, el interés turístico, los aspectos legales y la proyección financiera. Preliminarmente, los circuitos se desarrollarán en torno a los atractivos identificados en el párrafo 1.8.

- 2.3 A estos efectos, se prevé desarrollar las siguientes actividades: (i) redacción y aprobación por parte de la Asamblea de un Manual de Funcionamiento del Proyecto “Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!”, que incluya los criterios de operacionalización y las normas de conducta para el desarrollo del programa turístico de la Warmi y sus comunidades asociadas; (ii) identificación, diseño y puesta en valor del producto y de los circuitos, validada por las comunidades y el mercado (operadores turísticos); (iii) planificación y supervisión de obra de la infraestructura de alojamiento y restaurantes, rescatando y utilizando materiales y diseños propios de los pueblos indígenas de la zona; (iv) diseño y puesta en marcha de la logística de transporte para el recorrido de los circuitos turísticos; (v) diagnóstico de necesidades de señalización de los circuitos, y posterior señalización, y (vi) puesta en funcionamiento de un centro de información turística ***“Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!”***.
- 2.4 **Componente 2: Atención de la demanda y comercialización (FOMIN: US\$ 99.975 y Contraparte: US\$ 92.575)** A través de este componente se promoverá la generación y crecimiento de la demanda de los productos “Puna: ¡Naturaleza y Cultura Vivas!”, y se desarrollarán y consolidarán los mecanismos de comercialización de los servicios necesarios para satisfacerla. Como resultados de este componente, se espera: (i) contar con un segmento de demanda identificado y promovido sostenidamente a través de la implementación de una estrategia de mercadeo y promoción del producto; (ii) aumentar la cantidad de turistas extranjeros en la Puna; (iii) forjar alianzas con operadores turísticos; y (iv) lograr que Warmi desarrolle capacidades operativas a nivel turístico. Se parte de una hipótesis de trabajo conservadora, teniendo en cuenta la falta de experiencia previa de la Warmi en el sector turístico y la necesidad de introducir y posicionar productos totalmente nuevos en el mercado: por ello, se estima alcanzar un crecimiento interanual de la demanda de un 5% entre el tercer y cuarto año de funcionamiento del proyecto, con miras a alcanzar un 10% en el séptimo año, y un 15% a partir del décimo año. De igual manera, y suponiendo un escenario estable, se espera aumentar los ingresos turísticos en términos reales.
- 2.5 Las actividades planificadas son: (i) estudio de mercado para identificar el tramo de demanda adecuado para el producto “Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!”; (ii) creación de la marca del producto a ofrecer, de acuerdo con las características del público destinatario; (iii) diseño e implementación de la estrategia de mercadeo y promoción del producto. Asimismo, se prevé llevar a cabo campañas publicitarias, el diseño de un calendario de fiestas autóctonas, talleres con tour operadores, fam tours, press tours, catálogo de productos, y sitio Web amigable en funcionamiento, y otras actividades conexas; (iv) creación y puesta en funcionamiento de un operador turístico de Warmi; (v) efficientización de los sistemas de comunicación, mediante la instalación de computadoras, teléfonos, radio, Internet, página web, y otros; (vi) análisis de coberturas para turistas en caso de posibles riesgos derivados

del transporte terrestre, las actividades y las características geográficas del terreno; (vii) desarrollo de sistemas de reservas; y (viii) alianzas con operadores turísticos.

- 2.6 **Componente 3: Otorgamiento de créditos y capacitación para gestión de empresas (FOMIN: ventanilla IIIA US\$ 177,230; ventanilla IIIB: US\$ 260.000 y Contraparte: US\$ 233.600)** Como resultado del componente, se crearán 50 empresas comunitarias y ofrecerán productos y servicios turísticos en forma rentable, cumpliendo con las normas de funcionamiento y los criterios de calidad establecidos para “Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!”. Se formará a los gerentes de dichas empresas en al menos tres ciclos de cursos para empresarios aborígenes, y se los dotará de asistencia técnica para la presentación de sus planes de negocios. Se capacitará a todas las comunidades participantes del programa en aspectos transversales relacionados con la gestión de conservación del patrimonio, la identidad cultural, y la atención básica al turismo. Además, se prestará capacitación específica en temas relacionados con la gestión de la provisión de servicios turísticos. A nivel crediticio, se otorgarán créditos a al menos 25 de las 50 empresas. Prioritariamente se financiará a las ECA orientadas a servicios turísticos básicos (hotelería, transporte y gastronomía), pudiéndose otorgar créditos a ECA que manejen negocios de menor envergadura (artesanías, guías turísticas) o incluso que sean preexistentes al proyecto; y se mantendrán los índices de repago del crédito en condiciones iguales a las mencionados en el párrafo 1.5 (iii).
- 2.7 Las actividades previstas comprenden, al nivel de las empresas: (i) selección de postulantes a nivel comunitario para gestionar la ECA, y capacitación en gestión de empresas y empresarialidad a los seleccionados; (ii) intercambios de experiencia realizados en cuatro sitios turísticos de características geo-culturales similares (Chile, Perú o Bolivia, entre otros); (iii) asistencia para la elaboración de planes de negocios; (iv) otorgamiento de créditos para la ejecución de dichos planes, y (v) asistencia técnica en temas generales y específicos. También habrá actividades orientadas a la capacitación de la comunidad, como son: (i) formación de promotores culturales; y (ii) selección de postulantes y capacitación en gestión de servicios turísticos (idiomas, hotelería, gastronomía, higiene, primeros auxilios, guías, conducción de vehículos, ventas, etc.).
- 2.8 A través de la ventanilla IIIB se apoyará y fortalecerá la capacidad de Warmi como entidad prestataria, consolidando su sistema financiero, el cual se ha abastecido hasta ahora con fondos no reembolsables. Con relación a las condiciones crediticias, se han evaluado varias alternativas considerando: a) la capacidad demostrada de Warmi como entidad microfinanciera, principalmente por la sanidad de la cartera; b) las necesidad de fortalecerla para poder ampliar la futura captación en calidad de prestataria; c) el objeto de su trabajo, el respeto por la identidad cultural y por la equidad de género; y el uso del microcrédito como herramienta de desarrollo en el marco del cumplimiento de una misión institucional más amplia, como elemento diferenciador respecto a otras entidades microfinancieras; d) la existencia de ciclos económicos que pueden afectar a las poblaciones indígenas, expuestas a mayor vulnerabilidad; y e) la existencia de varias empresas sostenibles creadas por Warmi como estrategia de reinversión permanente de sus ganancias.

- 2.9 En función de dichas variables, se ha considerado que tanto los préstamos en moneda extranjera, como los préstamos de recuperación contingente serían opciones de extremo cuya contribución al logro de los objetivos planteados por el proyecto no sería plena; habiéndose escogido como alternativa la concesión de un préstamo en moneda local, a tasas adecuadas para el tipo de actividad que desempeñan y al objetivo de la operación. En términos de la rentabilidad que este financiamiento tendrá para FOMIN, se han analizado diversos escenarios de variación del tipo de cambio, concluyendo que de mantenerse estable, la tasa de retorno ascendería al 5.2%, la cual podría aumentar hasta un 8% en caso de revaluación del 3% anual. El análisis de sensibilidad indica que el modelo arrojaría una tasa de retorno nula con hasta un 5.3% de devaluación anual del peso argentino respecto al dólar americano. Estas proyecciones se realizaron bajo el supuesto de que las condiciones se mantienen a lo largo del período analizado, dadas las dificultades para establecer cambios en los supuestos más allá de un período de dos años y por un plazo de hasta diez años en total.
- 2.10 Los créditos a las ECA serán otorgados a través de cada fondo comunal, de acuerdo al Reglamento de Crédito de Warmi. La tasa de interés activa deberá ser positiva en términos reales, debiendo la Warmi conservar el 50% adicional de los intereses que paga al FOMIN para la capitalización de un fondo que contribuya con la sostenibilidad del proyecto. Estos recursos podrán comenzar a utilizarse durante la ejecución del proyecto, y deben poder ser identificados contablemente.
- 2.11 **Componente 4. Consolidación del modelo organizacional basado en la identidad cultural (FOMIN: US\$ 20.900 y Contraparte: US\$ 85.000).** El modelo de organización hasta ahora desarrollado por Warmi, basado en la participación, empoderamiento y mejoramiento de la calidad de los vínculos de las organizaciones indígenas, ha demostrado ser efectivo para la promoción de las comunidades, y es la base del éxito de la aplicación del modelo de microcrédito actual. Sin embargo, el mismo debe consolidarse para continuar afianzando la gobernabilidad de las organizaciones comunitarias, la capacidad de liderazgo de sus conductores, y la conscientización de los derechos de sus integrantes, y poder así dar sostenibilidad institucional a la iniciativa *“Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!”*.
- 2.12 El objetivo que se plantea este componente es optimizar, sistematizar y diseminar el modelo organizacional de la Warmi teniendo en cuenta los nuevos emprendimientos. Se espera obtener los siguientes resultados: (i) desarrollar y validar una política institucional sobre el cuidado y utilización para fines turísticos del patrimonio Kolla; (ii) fortalecer la capacidad de liderazgo, negociación y gobernabilidad de 80 comunidades de la Warmi; y (iii) sistematizar la experiencia y facilitar la gestión de este conocimiento en otros ámbitos.
- 2.13 Las actividades previstas serán ejecutadas en tres niveles: (i) a nivel de la Warmi, mediante la contratación de asistencia técnica para mejorar las capacidades de la institución relativas al fortalecimiento y puesta en valor de la identidad cultural de los kollas en cuanto al turismo; la articulación e intercambio de experiencias con otros grupos aborígenes que tengan experiencia en desarrollo de iniciativas turísticas, y la contratación de un estudio jurídico que contenga propuestas para mejorar el marco regulatorio, adecuándolo a las características de las empresas

comunitarias; (ii) a nivel de las comunidades asociadas a la Warmi, mediante acciones de fortalecimiento de la capacidad de los líderes actuales y posibles líderes futuros, brindando capacitación sobre derechos ciudadanos a los integrantes de las comunidades, y (iii) a nivel de la sociedad en su conjunto, mediante la diseminación del modelo organizacional de la Warmi, sistematizar la experiencia, capturando las lecciones aprendidas, los modelos aplicados, la memoria histórica de la organización, y las metodologías de intervención, así como generar y aplicar una estrategia de difusión de dicha experiencia.

III. COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

A. Costo y financiamiento

- 3.1 El costo del programa de cooperación técnica asciende a US \$995,600, de los cuales \$507,400 corresponden al FOMIN (IIIA) y US \$488,200 a la contraparte local. Al incluir el préstamo de US\$ 260,000 (IIIB), los cuales forman parte del proyecto y que contribuirán al financiamiento de las ECA (Componente III) el proyecto tiene un costo total de \$1.255.600 con participación de FOMIN (IIIA + IIB) = US\$767.400. La Contribución incluye US\$ 25.000 para participar en actividades del cluster de turismo. Un resumen del presupuesto de la asistencia técnica se observa a continuación (el presupuesto detallado se presenta en el Anexo II):

Componente	FOMIN	Contraparte	Total	%
	IIIA			
I. Oferta y definición de estándares de calidad	60.200	11.025	71.225	7,3
II. Atención de la demanda y comercialización	99.975	92.575	192.550	19,8
III. Gestión de empresas e inversión	177.230	233.600	670.830	42,3
IV. Consolidación del modelo organizacional basado en la identidad cultural	20.900	85.000	105.900	10,9
Administración	93.950	66.000	159.950	16,5
Línea base, eval. y auditoria	25.000		25.000	2,6
Imprevistos	5.145		5.145	0,5
Subtotal	482.400	488.200	970.600	100,0
%	50	50	100,0	
Actividades del cluster	25.000		25.000	
TOTAL	507.400	488.200	995.600	

- 3.2 El financiamiento reembolsable provendrá del Fondo de Inversión para Pequeñas Empresas (FIPE) de la Ventanilla IIIB, y se desembolsará en cuatro tramos iguales, en pesos argentinos equivalentes, cuando se hubiera justificado al menos el 85% del tramo anterior. La garantía para el FOMIN será un pagaré que represente la suma desembolsada en pesos, el cual dará cumplimiento a las disposiciones legales vigentes. Como documentación de soporte para el desembolso de los tramos correspondientes, la Warmi deberá presentar al Banco constancia de la entrega de los fondos. A fin de contribuir con el fortalecimiento de la cultura financiera de

Warmi y la capitalización del fondo, se establecen las siguientes condiciones financieras: (a) el plazo de amortización será de 10 años con 5 de gracia; (b) la deuda se establecerá en pesos argentinos, convertidos al momento del desembolso; (c) los pagos de intereses y amortizaciones serán semestrales, tomándose como referencia la tasa vigente del Banco de la Nación Argentina para plazos fijos a 180 días al cierre del semestre calendario correspondiente.

- 3.3 La contrapartida provendrá de Warmi, la cual contará con recursos propios en especie y con fondos de AVINA y la Inter-American Foundation (el aporte de IAF asciende a USD 56.500 para el componente III, y el de AVINA a USD 80.000 para el componente IV), pudiendo integrarse durante la ejecución del proyecto otros donantes. Los montos en especie provendrán de la Warmi y de las comunidades asociadas. Se podrán reconocer aportes de la contrapartida desde los seis meses previos a la aprobación del proyecto.
- 3.4 Recuperación del crédito: los créditos que Warmi vaya recuperando deberán ser reinvertidos en ECA elegibles para el proyecto, dando cumplimiento a las condiciones establecidas en el Reglamento de Crédito.

B. Sostenibilidad del programa

- 3.5 El análisis de la sostenibilidad se basa en la solidez institucional, financiera y operativa que ha demostrado la Warmi en el fortalecimiento de la identidad y cohesión de sus asociados, la promoción de sus derechos, y la administración de sus diversos emprendimientos. Por otra parte el flujo sostenido y creciente de turismo en las zonas adyacentes a las zonas kollas hacen prever una situación financiera adecuada para atender el servicio de la deuda originada en este programa y para convertirlo en la semilla de otros emprendimientos futuros. La sostenibilidad dependerá de la capacidad de la Warmi de mantener las ECA rentables, sostenibles y de reinvertir sus excedentes en la propia actividad. El modelo de proyección financiera desarrollado muestra que aún bajo las condiciones económicas más desfavorables, y un enfoque conservador del negocio, el autosostenimiento a largo plazo del sistema de las ECA es posible, dada la disciplina financiera y el espíritu solidario de las comunidades. La sostenibilidad será un tema abordado durante la evaluación intermedia, y sobre la base de sus resultados se formulará e implementará una estrategia para alcanzarla. Se realizará asimismo un taller de sostenibilidad para analizar la implementación de dicha estrategia un año antes del último desembolso, y un taller de cierre al término del plazo de ejecución.

IV. EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

A. Organismo Ejecutor

- 4.1 La Asociación de Mujeres Warmi Sayajsunqo creada en 1995, es una organización autogestionaria integrada por más de 3.000 familias kollas de las provincias de Salta y Jujuy. Su objetivo es brindar capacidades y oportunidades a sus asociados, de manera tal que puedan vivir dignamente del trabajo propio respetando su cultura y que a su vez sean parte activa de la globalidad, el mercado y la democracia. Las familias que la conforman pertenecen a 80 comunidades, 79

de las cuales cuentan con un Fondo Comunal. Se trata de un Programa de Desarrollo Local Aborigen que incluye programas de salud, de derecho indigenista y económico, fondo de microcréditos y gestión de empresas comunitarias. Esto se lleva a cabo en articulación con AVINA, la Interamerican Foundation, la Iglesia, el Ministerio de Desarrollo Social, Médicos del Mundo, Hospital de Abapampa, entre otros.

- 4.2 El organigrama de la institución tiene forma de “olla”, donde la base son las comunidades; el centro es la asamblea de líderes y kipus (tesoreros de los Fondos); la boca es la Comisión Directiva de la Warmi y los brazos son los técnicos. La Comisión Directiva, sólo funciona en la práctica para gestionar aspectos legales de la organización, ya que las decisiones se toman por consenso en la Asamblea de Líderes, conformada por un hombre y una mujer de cada Fondo. Los líderes se reúnen en asamblea cada 40 ó 50 días, normalmente por espacio de dos días. Los cargos directivos (Ad – Honorem) son cubiertos únicamente por mujeres.
- 4.3 Estados financieros Warmi. La Warmi es esencialmente una entidad intermediaria de recursos y asistencia técnica para las 80 comunidades que asiste. En este sentido, los recursos que recibe en donación, pasan por la Warmi, entidad que los contabiliza temporalmente como pasivo mientras que las comunidades se apropian de los mismos. Es por ello que al cierre de 2005 la Warmi registró un a deuda con sus comunidades del 77%, en función de su compromiso por traspasar los recursos en la medida que los fondos comunales los demanden. En los últimos 5 años, la Warmi ha manejado recursos por más de US\$800.000 provenientes de diversos donantes, haciendo que las cifras de endeudamiento oscilen desde el 60% al 77% dependiendo el porcentaje desembolsado de la donación, pero mostrando regularmente un crecimiento sostenido de los fondos comunales los cuales mantienen una morosidad de 0% a 30 días. La Warmi mantiene como entidad aglutinadora de las comunidades algunas inversiones, y en éstas están representados algunos de sus activos, como son las artesanías y los activos relacionados con el negocio de las chinchillas y la estación de gasolina. Estos son activos productivos que le significan el 26% de sus activos. Su patrimonio, el cual, a diferencia de otras entidades parecidas, no incluye como parte del mismo las donaciones que recibe, alcanzó la suma de US\$120.000. Sus negocios se encuentran en punto de equilibrio y los presupuestos analizados indican que para 2006 las empresas de la Warmi comenzarán a dar utilidades netas, incrementando así su patrimonio. Como beneficiaria, Warmi ha trabajado durante más de diez años con diversas entidades de financiamiento tanto nacionales como internacionales, lo que le permite tener sólidos mecanismos de rendición de cuentas y responsabilidad.

B. Mecanismo de ejecución

- 4.4 Para la ejecución del proyecto se conformará una Unidad Ejecutora (UE) al interior de la Warmi. La UE dependerá directamente de la Presidencia de la Warmi y estará conformada por un Coordinador Técnico y un asistente administrativo contable-financiero. Los términos de referencia para la contratación de estas personas forman parte del Reglamento Operativo (RO) del proyecto. Esta UE se encargará de (i) preparar y ejecutar los Planes Operativos Anuales (POA); (ii)

- coordinar las actividades del proyecto de AT y el componente de crédito; (iii) contratar, adquirir y supervisar bienes y servicios; (iv) tramitar desembolsos ante el Banco; (v) presentar estados de cuenta e informes de gestión ante el Banco; y (vii) hacer el seguimiento de los indicadores de desempeño establecidos en el Marco Lógico (ML).
- 4.5 La Warmi, a través de su Asamblea (líderes de Marka) se debe encargar de: (i) aprobar el RO del proyecto y sus modificaciones si las hubiera; (ii) difundir el proyecto entre todas las comunidades; (iii) autorizar convenios de participación; y (iv) aprobar los POA y los informes semestrales presentados al Banco. La Presidencia de la Warmi, asimismo, le consultará a la Comisión Directiva todas las decisiones vinculadas al proyecto que, por su menor relevancia o en su carácter de urgencia, no requieran aprobación de la Asamblea.
- 4.6 **Adquisición de bienes y servicios:** la Warmi, a través de la UE, realizará las adquisiciones de bienes y servicios contemplados en el Programa y aprobados previamente por el Banco en el Plan de Contrataciones Semestral. Dichas adquisiciones se llevarán a cabo a precios de mercado y mediante métodos competitivos, en consonancia con los procedimientos establecidos en las *Políticas para la Selección y Contratación de Consultores financiados por el Banco* (GN-2349-7) y las *Políticas para la Adquisición de Obras y Bienes Financiados por el Banco* (GN-2349-7), y en los lineamientos del FOMIN del 8 de agosto de 2006.
- 4.7 **Período de ejecución y desembolsos** El proyecto será ejecutado en un período de 48 meses y el desembolso de los recursos de la contribución se hará en un período de 54 meses. Debido a las necesidades de liquidez para la correcta ejecución, se recomienda un fondo rotatorio de hasta el 20% para la asistencia técnica. Los fondos de préstamo provenientes de la ventanilla III B serán desembolsados en el término de 48 meses, y serán amortizados en diez años con cinco de gracia.

V. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- 5.1 **Supervisión y monitoreo.** La Representación del Banco en Argentina será la responsable de la supervisión y monitoreo del Programa.
- 5.2 **Informes de gestión y auditoría.** La UE elaborará Informes de Progreso Semestrales (IPS), que deberán contener la información relevante para el semestre: (i) los avances en materia de resultados intermedios y finales previstos en el programa de trabajo; (ii) los aspectos de ejecución presupuestaria; (iii) los aspectos administrativos; (iv) el seguimiento de acuerdos; (v) los principales logros y problemas; (vi) las acciones que se deriven de lo anterior; (vii) estado de la cartera de créditos: montos otorgados y su uso previsto, mecanismos de supervisión, índices de mora y repago de los créditos; conformación del fondo de sostenibilidad; pagos de Warmi al FOMIN, e información adicional relevante para la evaluación de la cartera de crédito; y (viii) cantidad, tipología y avance de las ECA financiadas respecto a su plan de negocios, y correspondencia con la estrategia de oferta y demanda planificada.. Los IPS contendrán asimismo el plan operativo y de adquisiciones para el semestre siguiente. Se remitirán al Banco dentro de los treinta días luego de haber terminado cada semestre, previa aprobación de la Asamblea de Warmi. El último informe semestral será presentado en condición de Informe Final de la operación. El Organismo Ejecutor

deberá presentar los estados financieros auditados anualmente, tanto de la Contribución como del Préstamo.

- 5.3 **Evaluación.** En un plazo no mayor a los tres meses desde la vigencia de la operación, el Banco contratará, con acuerdo del Organismo Ejecutor, una consultoría para el diseño del sistema de evaluación y monitoreo, y la construcción de la línea de base. El sistema de evaluación se basará en el Marco Lógico, y deberá tener un criterio de calidad total, permitiendo el análisis de los siguientes aspectos: (i) pertenencia, vigencia y grado de cumplimiento de los objetivos del Programa tanto en los aspectos de asistencia técnica como de crédito; (ii) calidad de los servicios ofrecidos y estado de la cartera; (iii) sostenibilidad (en términos técnicos, económico-financieros, sociales e institucional) del Programa, una vez finalizada la contribución del FOMIN; (iv) posibilidades de expansión o replicabilidad de la experiencia; y (v) impactos alcanzados.
- 5.4 El proyecto contempla dos evaluaciones que serán realizadas por una consultoría individual especializada en aspectos relacionados con proyectos turísticos e indígenas, la cual será seleccionada y contratada directamente por el Banco. La primera evaluación se contratará una vez desembolsado el 50% del total o cumplidos los primeros 24 meses desde el primer desembolso, lo que ocurra primero. La evaluación final se llevará a cabo una vez desembolsado el 90% de la Contribución, o tres meses antes del plazo para el último desembolso, lo que ocurra primero. De existir interés por parte del FOMIN, se podrá realizar – con recursos del FOMIN- una evaluación de impacto a los tres años de finalizada la operación. Para ello, el Ejecutor deberá alimentar el sistema de evaluación y monitoreo en forma permanente.

VI. BENEFICIARIOS Y RIESGOS

- 6.1 **Beneficiarios del proyecto** Los beneficiarios directos del proyecto son las familias vinculadas a las 50 ECA que se crearán en el marco del proyecto, la Warmi y sus comunidades asociadas. Como beneficiarios indirectos se considerarán a las 2.000 familias integradas a las comunidades en las cuales se instalarán las empresas turísticas.
- 6.2 **Riesgos.** Los riesgos que enfrenta la operación se refieren a: (i) que no se mantengan los actuales términos de intercambio haciendo que el turismo deje de ser competitivo y que Warmi no pueda pagar al FOMIN; (ii) que no se consigan capacitadores y personas encargadas de llevar la asistencia técnica especializada en turismo a los sitios donde viven las comunidades; (iii) que a las comunidades y a la propia Warmi se les dificulte realizar alianzas locales en este tema; y (iv) que por devaluación mayor que la proyectada, el negocio turístico sea rentable y alcancen los objetivos de desarrollo, pero FOMIN tenga que asumir mayor riesgo de cambio que el previsto que perjudique la tasa de retorno esperada.
- 6.3 Los mitigantes previstos son: (i) equilibrar la cartera de turistas extranjeros y nacionales, a fin de asegurar la afluencia en caso de modificación del tipo de cambio real y las condiciones de repago de Warmi al FOMIN; (ii) las alianzas con entidades educativas locales (ciudad de San Salvador de Jujuy) donde existen muchos alumnos provenientes de la Puna, a fin de aumentar la oferta de capacitadores; (iii) las actividades orientadas a fortalecer el liderazgo de las comunidades y de la Warmi, a fin

de dotarlas de mayor capacidad para establecer buenos términos en las relaciones de alianza.

VII. ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES

- 7.1 El Comité de Impacto Ambiental y Social (CESI) consideró esta operación en su reunión del día 27 de enero de 2006. Las recomendaciones del CESI referidas a la inclusión de una descripción general de la cultura y técnica ancestral indígena con referencia a la protección ambiental se encuentra en el párrafo 1.1 de los antecedentes. Por su parte, el análisis sobre posibles alianzas estratégicas de los ejecutores con organizaciones locales que compartan valores y filosofía básica quedó expresado en los párrafos 4.1 y 4.3.

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>FIN</p> <p>Apoyar la competitividad de las empresas comunitarias aborígenes de la Puna, permitiendo que los pueblos indígenas mejoren su calidad de vida como resultado de su trabajo.</p>	<p>A los tres años de finalizado el proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> Puna logra identidad turística propia. Se duplican los ingresos turísticos en el área del proyecto. Mejora en un 20% la relación ingreso / línea de pobreza, de las poblaciones beneficiarias del proyecto. 	<p>Evaluación ex – post</p> <p>Estadísticas sociales nacionales y provinciales.</p>	<p>Identidad cultural se mantiene, fortalece y poner en valor.</p> <p>Las condiciones socio-económicas se mantienen estables</p>
<p>PROPOSITO</p> <p>Crear y consolidar una red de empresas comunitarias aborígenes sostenibles, que ofrezcan servicios y productos turísticos en el marco de la identidad ancestral de los pueblos indígenas de la Puna, y fortalecer a Warmi con entidad aglutinadora del sistema microfinanciero de las comunidades kollas.</p>	<p>A los 24 meses de iniciado el proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> Al menos cuatro productos turísticos (naturaleza, aventura, cultura y genérico) diseñados. 20 ECA participan activamente de actividades del Proyecto La marca “Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!” es creada y utilizada por las ECA del proyecto. <p>Al finalizar el proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> Al menos un operador de la Warmi ofreciendo , bajo la 	<p>Contabilidad de las empresas constituidas</p> <p>Sistema de registro e inscripción de turistas</p> <p>Número de visitantes de la página web del proyecto que se hayan comunicado para efectuar reservas.</p> <p>Estadísticas de la Warmi</p> <p>Contabilidad de la Warmi</p> <p>Registros de las asambleas y reuniones de líderes de las comunidades.</p> <p>Informes semestrales de progreso</p>	<p>Warmi mantiene su fortaleza organizacional para coordinar las comunidades</p> <p>Se mantiene el interés por el turismo alternativo</p> <p>Hay suficiente demanda que permite funcionar a los operadores grandes, locales, y a la empresa de las comunidades.</p>

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>marca “Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!”, un mínimo de 4 líneas de producto turístico (naturaleza, cultura, aventura, genérico).</p> <ul style="list-style-type: none"> • 50 ECA sustentables generan rentabilidad financiera que permite inversión ambiental y social • Al menos 25 ECA financiadas con recursos del proyecto • Warmi mantiene índice de incobrabilidad de 0% en los fondos comunales. • Índice de repago de intereses y capital con el FOMIN es 100% 	<p>Informe de finalización del proyecto</p> <p>Informe de Seguimiento y Desempeño del Proyecto</p> <p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	
COMPONENTES			

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>1- Oferta de productos turísticos y definición de estándares de calidad</p> <p>Definir productos y estructura de organizaciones comunitarias que lo ofrecerán bajo criterios de calidad y gestión consensuada.</p>	<p>A los 3 meses de iniciado el proyecto se cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> Manual de funcionamiento <p>A los 8 meses de iniciado el proyecto se cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> Al menos tres circuitos definidos y 2 productos identificados. <p>A los 9 meses de iniciado el proyecto se cuenta con:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseños arquitectónicos concluídos. Logística de transporte diseñada. <p>A los doce meses de iniciado el proyecto se ofrece el primer circuito piloto, que mantiene los estándares de calidad establecidos, y funcionan eficientemente.</p> <p>A los 24 meses de iniciado el proceso, se cuenta con al menos 4 productos identificados y desarrollados, que mantienen los estándares de calidad establecidos y al menos tres circuitos turísticos.</p>	<p>Informes de consultoría</p> <p>Registros de las asambleas y reuniones de líderes de las comunidades.</p> <p>Informes semestrales de progreso</p> <p>Informe de finalización del proyecto</p> <p>Informe de Seguimiento y Desempeño del Proyecto</p> <p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	<p>Hay consultores con capacidad adecuada para intercambiar ideas, transmitir y entrenar aborígenes en temas de empresarialidad</p> <p>Hay consultores con capacidad para entender el proyecto desde los puntos de vista cultural y económico.</p>

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>2- Atención de la demanda y comercialización</p> <p>Promover la generación de demanda de los productos “Puna: ¡Naturaleza y cultura vivas!” y comercializar los servicios necesarios para satisfacerla</p>	<p>A los 6 meses de iniciado el estudio detallado sobre las proyecto, se contará con un características y cuantificación de la demanda por servicios turísticos en la puna.</p> <p>A los 9 meses de iniciado el proyecto, se cuenta con la Estrategia de Marketing diseñada.</p> <p>Desde los 16 meses y hasta el final del proyecto se contará con el diseño e implementación de la Estrategia de mercadeo y promoción del producto implementada.</p> <p>A los 18 meses de iniciado el proyecto, operador receptivo Warmi implementado y funcionando.</p> <p>A los 18 meses de iniciado el proyecto se cuenta con los sistemas de reservas armados y alianzas estratégicas con operadores Nacionales e Internacionales</p> <p>A los 48 meses de iniciado el proyecto, la estrategia de Marketing está implementada</p>	<p>Informes de consultoría</p> <p>Informes semestrales de progreso</p> <p>Informe de finalización del proyecto</p> <p>Informe de Seguimiento y Desempeño del Proyecto</p> <p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	<p>El mercado de turismo internacional mantiene su interés por los productos identificados.</p> <p>Hay consultores con capacidad adecuada para transmitir y entrenar aborígenes en temas de empresarialidad</p> <p>Hay consultores con capacidad para entender el proyecto desde los puntos de vista cultural y económico.</p> <p>Hay operadores turísticos interesados en promocionar el destino Puna.</p>

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>3- Otorgamiento de créditos y capacitación para gestión de empresas.</p> <p>El objetivo del componente es viabilizar el funcionamiento de empresas sustentables gestionadas por las comunidades aborígenes, a través de su capacitación, asistencia técnica, crédito e inversión.</p>	<p>5 miembros del Equipo técnico de WARMI adquieren nuevos conocimientos en gestión turística a través de pasantías.</p> <p>Al menos 150 potenciales emprendedores capacitados.</p> <p>60 planes de negocios presentados para la obtención de créditos.</p> <p>Al menos 150 miembros de las comunidades capacitados en temas transversales para atención turística.</p> <p>Créditos aprobados comunitariamente hasta el mes 24, para al menos 25 ECA .</p> <p>Al finalizar el proyecto, créditos desembolsados y con seguimiento efectuado mediante la metodología Warmi para al menos 50 ECA.</p> <p>El índice de mora de las ECA a los fondos comunales es 0% a más de 30 días.</p> <p>Al mes 48, al menos 50 ECA han sido asistidas técnicamente para el desarrollo del negocio.</p>	<p>Registros de fondos comunales</p> <p>Estadísticas de Warmi</p> <p>Registros de las asambleas y reuniones de líderes de las comunidades.</p> <p>Informes semestrales de progreso</p> <p>Informe de finalización del proyecto</p> <p>Informe de Seguimiento y Desempeño del Proyecto</p> <p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	<p>Contexto macroeconómico estable.</p> <p>Hay consultores con capacidad adecuada para transmitir y entrenar aborígenes en temas de empresarialidad</p> <p>Hay consultores con capacidad para entender el proyecto desde los puntos de vista cultural y económico.</p> <p>Se tiene capacidad de incidencia en política pública relacionada con las empresas comunitarias gestadas y puestas en funcionamiento por comunidades coyas.</p>

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>4- Consolidación del modelo organizacional basado en la identidad cultural</p> <p>El objetivo de este componente es optimizar, sistematizar y diseminar el modelo organizacional de la Warmi, basado en el liderazgo de sus comunidades y la identidad de la cultura coya .</p>	<p>A los doce meses de iniciado el proyecto, se cuenta con estudios legales relacionados con las situación de las ECA en el marco regulatorio, y propuestas para su mejora.</p> <p>A los 24 meses de iniciado el proyecto, la Warmi cuenta con una clara política institucional sobre el cuidado del patrimonio cultural vivo de los coyas, su utilización para fines turísticos y su responsabilidad en el cuidado del medio ambiente.</p> <p>A los 36 meses, 80 comunidades miembros de la Warmi han fortalecido su capacidad de liderazgo, negociación, gobernabilidad; y se ha consolidado la estructura de las 12 Markas para optimizar la articulación de las iniciativas locales con visión de desarrollo regional.</p> <p>Al finalizar el proyecto, la Warmi ha sistematizado la experiencia y facilita la gestión de dicho conocimiento en otros ámbitos.</p>	<p>Alianzas gestionadas por Warmi</p> <p>Informes de consultoría</p> <p>Registros de las asambleas y reuniones de líderes de las comunidades.</p> <p>Informe de sistematización del modelo de gestión.</p> <p>Informes semestrales de progreso</p> <p>Informe de finalización del proyecto</p> <p>Informe de Seguimiento y Desempeño del Proyecto</p> <p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	<p>Warmi mantiene su fortaleza organizacional para coordinar las comunidades</p>

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
ACTIVIDADES			
<p>Componente 1 – Oferta y definición de estándares de calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> Manual de funcionamiento que incluye criterios, reglas de juego para el programa turístico Warmi Diseño del producto (puesta en valor y armado de circuitos) Diseño de infraestructura alojamiento y restaurantes Transporte Señalización de circuitos Centro de información en funcionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> Un manual de funcionamiento en vigencia al mes tercero. Producto turístico diseñado al mes octavo, y puesto en valor (experiencia piloto concluída al mes 26). Planos para alojamientos y restaurantes diseñados al mes 9. Logística de transporte diseñada al mes 9. Todos los circuitos cuentan con la señalización adecuada al mes 12. Warmi cuenta con un centro de información funcionando al mes 12. 	<p>Manual de Funcionamiento y Actas de aprobación</p> <p>Informes de consultoría varios.</p> <p>Informes semestrales de progreso</p> <p>Informe de finalización del proyecto</p> <p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	
<p>Componente 2 –Atención de la demanda y comercialización</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudio de mercado Creación de la marca Puna Diseño e implementación Estrategia de mercadeo y promoción del producto 	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de demanda realizado al mes 6. Marca Puna creada al mes 12 Diseño (mes 16) e implementación Estrategia de mercadeo y promoción del producto (publicidad, calendario de fiestas 	<p>Informes de consultoría varios.</p> <p>Folletería y publicidad.</p> <p>Informes semestrales de progreso</p> <p>Informe de finalización del proyecto</p> <p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>(publicidad, calendario de fiestas autóctonas, talleres con touroperadores, fam tour; catálogos de productos, calendarios de eventos, sitio Web)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puesta en funcionamiento de un operador turístico de la Warmi • Sistema de comunicación (computadoras, teléfonos, radio, Internet, página web) • Asistencia para la cobertura de posibles riesgos de seguridad de los turistas. • Desarrollo de sistemas de reservas. • Alianza estratégica operadores internacionales y nacionales. 	<p>autóctonas, talleres con touroperadores, fam tour; catálogos de productos, calendarios de eventos, sitio Web) al mes 48.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La Warmi opera como operador turístico al mes 18 ➤ Sistema de comunicación implementado y en funcionamiento al mes 12 ➤ Un estudio para asegurar la correcta cobertura de posibles riesgos de seguridad de los turistas finalizado y con recomendaciones implementadas al mes 12. ➤ Un sistema de reservas adecuado, desarrollado al mes 12. ➤ Warmi consolida alianzas con operadores intl. y nacionales en el mes 24. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Componente 3 – Gestión de empresas e inversión. <p><u>Capacitación ECA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección de postulantes a nivel comunitario para la gestión de la ECA • Capacitación en gestión de empresas y empresarialidad, 	<p><u>Capacitación ECA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Al menos 50 postulantes seleccionados para cada ciclo de cursos. • Tres ciclos de capacitación dictados, entre el mes 6 y 45, con módulos de 250 hs cada uno. • Cinco pasantías efectuadas a 4 	<p>Informes de consultoría varios.</p> <p>Evaluación de las capacitaciones.</p> <p>Registros de los fondos comunales y de la Warmi</p> <p>Informes semestrales de progreso</p> <p>Informe de finalización del proyecto</p>	

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>ejecutada</p> <ul style="list-style-type: none"> Pasantías efectuadas a 4 sitios turísticos de características similares a la puna jujeña. Asistencia para la presentación de los planes de negocios Otorgamiento de créditos para ejecutar los planes de negocios. Asistencia técnica a cada empresa en el servicio prestado. <p><u>Capacitación comunitaria:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Selección de los postulantes que participarán en las capacitaciones. Capacitación en servicios turísticos (idiomas, hotelería, gastronomía, higiene, primeros auxilios, guías, conducción de vehículos, ventas, etc.). Formación de promotores culturales. 	<p>sitios turísticos de características similares a la puna jujeña, al mes 24.</p> <ul style="list-style-type: none"> Al menos 60 emprendedores asistidos para presentar sus planes de negocios, al mes 24. Al mes 24, las comunidades aprueban mediante metodología Warmi, el otorgamiento de 24 créditos provenientes del proyecto (fondos FOMIN) para ejecutar sus planes de negocios. Las 50 ECA son asistidas por 24 meses cada una, y hasta el mes 48 en aspectos técnicos y de gestión. <p><u>Capacitación comunitaria:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Entre el mes 6 y 30, selección de 150 postulantes para capacitación transversal. Dictado de nueve módulos entres los meses 6 y 30 (3 de 80 hs y 6 de 40 hs). Dictado de cursos para al menos 150 promotores culturales entre los meses 6 a 36 en las 12 Markas. 	<p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	

MATRIZ DE MARCO LÓGICO
AR- M1016- APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES ORIENTADAS AL TURISMO
SOSTENIBLE

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>Componente 4 – Consolidación del modelo organizacional basado en la identidad cultural</p> <p><u>Para Warmi ONG:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Política institucional sobre el cuidado del patrimonio cultural vivo de los Kollas, diseñada y validada Estudio jurídico contratado y entregado para proponer marco legal que regule las ECA <p><u>Para las comunidades Warmi:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de la capacidad de liderazgo en las comunidades. <p><u>Diseminación del modelo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Elaboración de documentos de sistematización de la experiencia (lecciones aprendidas, modelos aplicados, memoria histórica, metodologías, etc) Estrategia de difusión del proyecto 	<p><u>Para Warmi ONG:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Al final del proyecto, 12 marcas se fortalecen en aspectos artísticos-culturales durante la ejecución del proyecto y se desarrolla y valida una política institucional para cuidado del patrimonio cultural. Al mes 12, propuesta de reforma del marco regulatorio para ECA. <p><u>Para las comunidades Warmi:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 12 marcas fortalecidas en su capacidad de liderazgo, participación democrática, y derechos indígenas al término del proyecto. <p><u>Diseminación del modelo:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Al mes 48 se cuenta con el modelo sistematizado, buenas prácticas identificadas, guías metodológicas, etc. Estrategia de difusión del proyecto diseñada al mes 30, e implementada hasta el final del proyecto. 	<p>Informes de consultoría varios.</p> <p>Evaluación de las capacitaciones.</p> <p>Registros de los fondos comunales y de la Warmi</p> <p>Informes semestrales de progreso</p> <p>Informe de finalización del proyecto</p> <p>Visitas de inspección</p> <p>Evaluación intermedia y final.</p>	

PRESUPUESTO RESUMIDO
APOYO A LA CONFORMACIÓN DE UNA RED DE EMPRESAS COMUNITARIAS ABORÍGENES
ORIENTADAS AL TURISMO SOSTENIBLE

(AR-M1016)

COMPONENTE	FOMIN		CONTRAPARTIDA LOCAL		TOTAL
	III A	IIIB	ESPECIE	EFFECTIVO	
COMPONENTE 1 - Oferta y definición de estándares de calidad	60,200	0	2,525	8,500	71,225
Manual de Funcionamiento de emprendimientos turísticos WARMI	2,250		1,625		3,875
Diseño del producto y puesta en valor	24,000			300	24,300
Diseños arquitectónicos y supervisión de obra	6,800		900	8,200	15,900
Diseño de la logística de transporte	2400				2,400
Seguridad, señalización y reglamentación de los circuitos (arqueólogo, historiador y antropólogo social. 3 consultores por 6 meses cada uno)	9,000				9,000
Trabajo técnico del Coordinador (17,5%)	15,750				15,750
COMPONENTE 2 - Atención de la demanda y comercialización	99,975	0	60,300	32,275	192,550
Estudio de Demanda y diseño e implementación de estrategia de comercialización	62,225		300	3,775	66,300
Creación de Marca Puna	3,000				3,000
Puesta en funcionamiento operador turístico W.	11,000			19,500	30,500
Asistencia legal para cobertura de riesgos	1,000				1,000
Desarrollo de sistema de reservas	7,000			0	7,000
Sistema de comunicación de las empresas					
Radio			60,000		60,000
Alojamiento página Web				1,000	1,000
Mantenimiento y actualización página Web				3,000	3,000
Teléfono				5,000	5,000
Trabajo técnico del Coordinador (17,5%)	15,750				15,750
COMPONENTE 3 - Gestión de empresas e inversión	177,230	260,000	145,500	88,100	670,830
Coordinador académico	44,000				
Capacitación en gestión de empresas y cultura de la empresariedad	9,000				
Asistencia para la presentación de planes de negocios	6,000				
Pasantías	6,000				
Asistencia técnica en servicios turísticos - asistencia a 50 empresas por 24 meses cada una, dos personas a USD 500 mensuales.	36,000		1,500	21,600	59,100
Capacitación a las comunidades - (2 módulos específicos de 80 hs, 4 de 50 hs por 12 marcas y USD 15 la hora incluyendo pasaje y viático)	60,480				60,480

Formación de promotores culturales/organizacionales				56,500	
Financiación planes de negocios		260,000	140,000		400,000
Seguimiento y cobranza de los créditos			4,000	10,000	14,000
Trabajo técnico del Coordinador (17,5%)	15,750				15,750
COMPONENTE 4 - Consolidación del modelo organizacional basado en la identidad cultural	20,900	0	0	85,000	105,900
Asesoría legal para mejorar marco legal ESAs	3,500				3,500
Fortalecimiento capacidad de liderazgo de las comunidades				80,000	80,000
Estrategia de difusión del proyecto	8,000				8,000
Sistematización del modelo de trabajo	9,400			5,000	14,400
ADMINISTRACIÓN	93,950	0	32,400	33,600	159,950
Coordinador	42,750				42,750
Comité Directivo			32,400		32,400
Gastos administrativos				33,600	33,600
Asistente administrativo contable y financiero	43,200				43,200
Adaptación sistema contable	1,000				1,000
Participación en el cluster	7,000				7,000
EVALUACION Y AUDITORÍA	25,000				25,000
Actividades del cluster					
Evaluaciones y Auditoría	25,000				25,000
IMPREVISTOS	5,145				5,145
TOTAL PROYECTO	482,400	260,000	240,725	247,475	1,230,600

Proyectos Relacionados
ARGENTINA: Apoyo a la Conformación de una Red de Empresas Sociales Aborígenes
Orientadas al Turismo Sostenible
(AR-M1016)

A. Proyectos FOMIN relacionados al mismo sector/tema en el país.

Numero de Proyecto / Fecha de Aprobación	Título del Proyecto, Agencia Ejecutora y Monto	Fecha de Firma y Desembolso en Meses	Porcentaje Desembolsado	Comentarios: Ejecución Satisfactoria o problemas en la ejecución, incluyendo demoras, extensiones, reformulación, cambio ejecutor, etc.
ATN/ME-8112-AR 20 de noviembre de 2002	Desarrollo Cadenas Productivas en la Provincia de Córdoba Agencia de Desarrollo Económico de Argentina \$ 1,082,640	27 de marzo de 2003 48 meses	65.8 %	Clasificación satisfactoria en general. No ha habido cambios sustantivos que hayan afectado los indicadores de acción. Se sigue ejecutando positivamente.
ATN/ME-9079-AR 2 de febrero de 2005	Fomento de Nuevas Empresas Orientadas al Crecimiento Fundación General Pacheco \$780,000	8 de abril de 2005	15.00%	El avance en el último semestre ha sido sustantivo y se ha cumplido con el cronograma previsto de actividades. Las actividades del proyecto son bienvenidas por una demanda que sobrepasa, en principio, lo previsto.

B. Proyectos del Banco relacionados al mismo sector/tema en el país.

Numero de Proyecto / Fecha de Aprobación	Título del Proyecto, Agencia Ejecutora y Monto	Fecha de Firma y Desembolso en Meses	Porcentaje Desembolsado	Comentarios: Ejecución Satisfactoria o problemas en la ejecución, incluyendo demoras, extensiones, reformulación, cambio ejecutor, etc.
ATN/SF-5625-AR 9 de Julio de 1997	Programa de Atención Población Indígena Instituto nacional de Asuntos Indígenas\$5,000,000	16 de marzo de 1998 48 meses	100.00 %	El proyecto se completó satisfactoriamente y balance positivo de implementación.

C. Proyectos del clúster de Turismo Sostenible.

Numero de Proyecto / Fecha de Aprobación	Título del Proyecto, Agencia Ejecutora y Monto	Fecha de Firma y Desembolso en Meses	Porcentaje Desembolsado	Comentarios: Ejecución Satisfactoria o problemas en la ejecución, incluyendo demoras, extensiones, reformulación, cambio ejecutor, etc.
ATN/ME-8382-RG July 30, 2003	Sistema de acreditación internacional y consolidación en turismo sostenible para facilitar la competitividad de las PYME y su acceso al mercado. Asociación Alianza del Bosque Lluvioso (Rainforest Alliance) US\$3,020,000	October 27, 2003 49 months	61.5%	Presenta una clasificación satisfactoria en general y se mantienen los supuestos y las actividades se realizan sin problemas, superando las metas iniciales en algunos casos.
ATN/ME-8867-PE September 22, 2004	Competitividad de MiPyMEs Consolidando el Desarrollo del Destino CTN - Circuito Turístico Nororiental. CARETUR Cajamarca and ALAC US \$798,431	March 18, 2005 54 months	10.00%	Presenta una clasificación satisfactoria en general dado que el proyecto ha cumplido con las actividades previstas, ha consolidado al equipo de la unidad ejecutora y ha logrado una buena relación de trabajo con los consultores que apoyan el proyecto .
ATN/ME-8977-SU December 1, 2004	Desarrollo de Turismo Sostenible Conservation International Suriname (CIS) US \$845,000	March 10, 2005 36 months	10.00%	Tiene una clasificación altamente satisfactoria ya que las elecciones presidenciales le dieron un empuje al sector turismo y por esto le da una alta probabilidad de cumplimiento de actividades al proyecto.
ATN/ME-8987-RG December 8, 2004	Desarrollo competitivo del turismo rural en los Andes. Fundación CODESPA US\$2,028,190	March 11, 2005 54 months	6.00%	Aunque presenta una clasificación insatisfactoria en general, porque el nivel de desarrollo del proyecto es muy lento, se espera poder contar con un plazo para cumplir con las actividades estipuladas en el mismo.
ATN/ME-9211-BR May 25, 2005	Estrada Real Red de PyMES Turísticas Estado de Minas Gerais Estrada Real \$1,701,740	July 14, 2005 42 months	12.00%	Continúa ejecutándose positivamente.

ATN/ME-9273-BL June 30 th , 2005	Aumento de la Competitividad de las Pequeñas Empresas del Sector Turístico. Belize Tourism Industry Association \$580,000	September 7, 2005 42 months	10.00%	Clasificación satisfactoria en general. Aunque la iniciación de ejecución fue bastante lenta, presenta un progreso de ejecución hasta la fecha satisfactorio.
ATN/ME-9410-EC September 21, 2005	Desarrollo de los Sectores Productivos en Galápagos Cámara Provincial de Turismo de Galápagos (CAPTURGAL) \$1,863,616	November 29th, 2005 48 months	5.00%	Durante el primer semestre de ejecución fueron ya cumplidas las condiciones previas y se ha contratado el coordinador. El arranque ha sido favorable
ATN/ME-9466-BH October 26, 2005	Red de Turismo Sostenible para la mediana y Pequeña Empresa Bahamas Hotel Association \$1,301,000	March 17, 2006 48 months	24.00%	El proyecto acaba de ser firmado y se encuentra en ejecución. Primer semestre de ejecución satisfactoriamente.
ATN/ME-9512-DR November 16, 2005	Modelo de Gestión Turística en Bayahibe Asociación de Hoteles Romana Bayahibe \$1,302,480	January 4, 2006 48 months	10.35%	Clasificación satisfactoria en general. Las acciones incluidas en los componentes forman parte del plan de actividades de la AHB y existe, a diciembre del 2005, un gran entusiasmo de parte de la comunidad local y de la AHB por la ejecución del proyecto.
ATN/ME-9563-CO December 7, 2005	Desarrollo Turístico Rural en Territorio Paraíso Fundación Carvajal \$845,000	March 31, 2006 36 months	10.00%	El proyecto se encuentra en la etapa inicial de ejecución después de la formalización del contrato el 31 de marzo de 2006. Las condiciones previas fueron cumplidas 100% y presenta una calificación satisfactoria en general.
ATN/ME-9588-GU December 14, 2005	Desarrollo Competitivo del Turismo Cultural con Comunidades Indígenas Cámara de Turismo de Guatemala \$1,157,737	January 24, 2006 48 months	10.00%	Cumplió satisfactoriamente con las condiciones previas y se le dio elegibilidad en abril del año en curso. El taller de arranque se llevó a cabo en julio de 2006.

ATN/ME-9720-ME March 8th, 2006	Desarrollo Turístico para MiPYMES en la Región del Tequila Consejo Regulador del Tequila \$1,572,370	April 27th, 2006.	10.00%	El ejecutor ha cumplido con las condiciones previas y el proyecto tiene entonces elegibilidad para comenzar con los desembolsos. Y presenta una clasificación satisfactoria en general.
ATN/ME-9832-CR May 31 st , 2006	Turismo Rural Comunitario en Costa Rica y su Proyección a Centroamérica COOPRENA \$ 1,092,048	August 15th, 2006 48 months	0.00%	Presenta una clasificación satisfactoria de implementación de actividades iniciales con probabilidad favorable de cumplimiento con los componentes propuestos.

DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

RESOLUCIÓN MIF/DE-71/06

Argentina. Cooperación Técnica ATN/ME-10097-AR y 104/MS-AR para el Apoyo a la
Conformación de una Red de Empresas Comunitarias Aborígenes
Orientadas al Turismo Sostenible

El Comité de Donantes del Fondo Multilateral de Inversiones

RESUELVE:

1. Autorizar al Presidente del Banco Interamericano de Desarrollo, o al representante que él designe, para que en nombre y representación del Banco, en su calidad de Administrador del Fondo Multilateral de Inversiones, proceda a formalizar los acuerdos que sean necesarios con la Asociación de Mujeres Warmi Sayajsunqo (Warmi), y a adoptar las demás medidas necesarias para la ejecución de la propuesta de proyecto contenida en el documento MIF/AT-775 sobre cooperación técnica para el apoyo a la conformación de una red de empresas comunitarias aborígenes orientadas al turismo sostenible.

2. Destinar, para los fines de esta resolución, hasta la suma de: (a) US\$507.400, o su equivalente en otras monedas convertibles, con cargo a los recursos de cooperación técnica de la Facilidad de Promoción de la Pequeña Empresa del Fondo Multilateral de Inversiones; y (b) US\$260.000, o su equivalente en otras monedas convertibles, con cargo a los recursos del Fondo de Inversiones para la Pequeña Empresa de la Facilidad de Promoción de la Pequeña Empresa del Fondo Multilateral de Inversiones.

3. Establecer que la suma indicada en el inciso (a) del párrafo 2 anterior sea otorgada con carácter no reembolsable, y que la suma indicada en el inciso (b) del párrafo 2 anterior sea otorgada con carácter reembolsable.

(Aprobado el 8 de noviembre de 2006)