Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2013 - DICIEMBRE 2013

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Desarrollo de un Modelo de Turismo Sostenible en la Costa Norte de Honduras.

Nro. Proyecto: HO-M1011 - Nro. Operación: ATN/ME-10096-HO

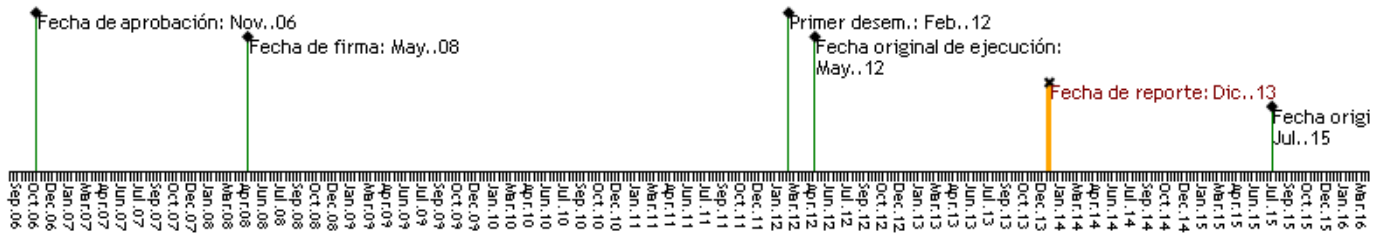
Resultado: Desarrollar un modelo integrado de turismo sostenible estimulando la formación y organización de redes turísticas que incluya y encadene a las MIPYMES turísticas y grupos indígenas, afrodescendientes y mestizos entre ellos, en la oferta turística del territorio.

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

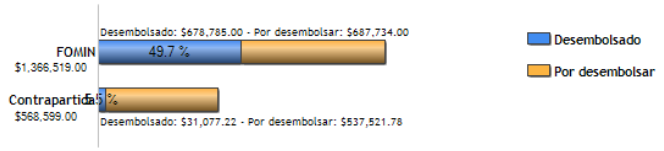
Agencia Ejecutora: Cámara Nacional de Turismo de Honduras

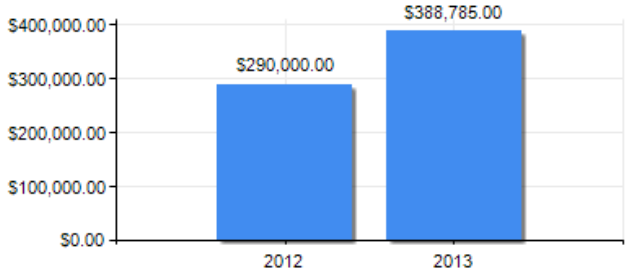
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castillo, Fausto Tomás

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

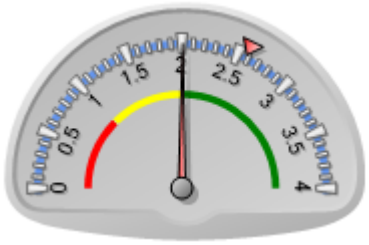


RECURSOS

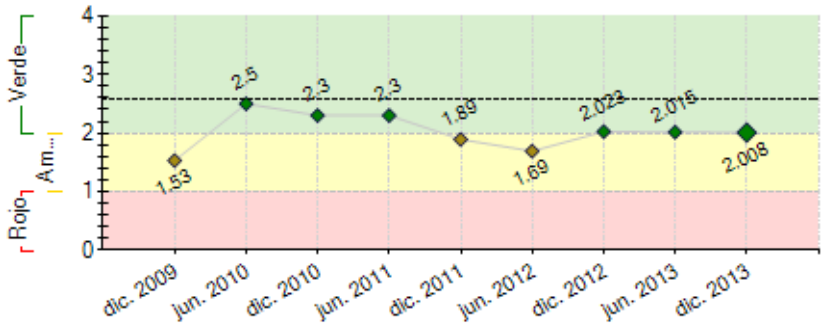




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.008
Promedio FOMIN: 2.581

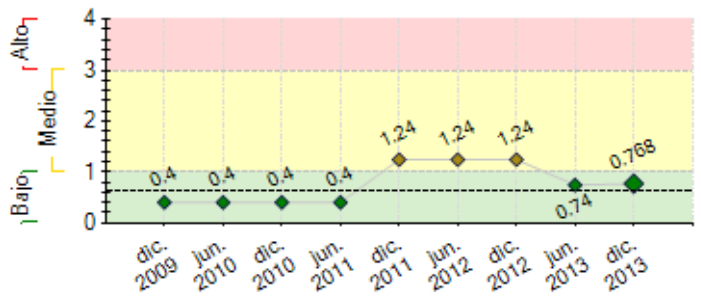


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.625

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Creada la **Organización de Gestión de Destino,** con espacios multi-actorales público privados; generan un sistema de coordinación, con capacidad de decisión, fundamento técnico y gestión ejecutiva que impulsan programas, proyectos y estrategias para el desarrollo turístico del destino.
1. Consejo Regional de Estadísticas: mide indicadores sistemáticamente para generar estadísticas con 4 levantamientos para 2 estudios: Perfil del Turista y Satisfacción.
2. Consejo de Calidad y Competitividad: Coordina, apoya y fortalece actividades de capacitación, asistencias técnicas y certificaciones del destino turístico; los integrantes aportan su experiencia o especialización. Logros: Capacitación a transportistas y a técnicos municipales, camareras, operadores de lancha, 27 expertos locales formados instructores, diversificación de menús, Responsabilidad social empresarial, E-marketing, 25 guías capacitados en avistamiento de aves, 17 Guías de canopy capacitados para ser certificados, entre otros.

3. Consejo Regional de Mercadeo: Desarrolla, promociona y comercializa los productos y paquetes turísticos del destino. Genera eventos, promociona la cultura en alianza con emprendedores locales y municipalidades. Integración a la estrategia de promoción en internet conjunta a nivel de Destino.

4. Consejo Regional de Turismo Sostenible: con la participación de las asociaciones de áreas protegidas, cámaras de turismo, red de comunidades turísticas.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Es importante incorporar a las nuevas autoridades locales y del IHT (cuando aplica) a las actividades del proyecto, mediante reuniones de presentación del proyecto así como sus avances a la fecha. Esta socialización con entes públicos dará mayor fuerza para garantizar unidad de todos los actores del destino.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Fortalecimiento de actividades de la **Organización de Gestión de Destino,**
1. Consejo Regional de Estadísticas: llevaron a cabo dos levantamientos estadísticos en el segundo semestre del 2013 para obtener dos estudios Perfil del Turista y Satisfacción. El aporte de los actores involucrados es de 70%, sus resultados son la base para el Observatorio de Turismo Sostenible, participación de la cámara de turismo en su primera reunión en Madrid-Dic. 2013. Se cuenta con la herramienta para medición de impacto de la inversión en el destino-SROI.

2. Consejo de Calidad y Competitividad: Se llevaron a cabo capacitaciones con los formadores del proyecto.
Se ha dado inicio a la implementación del Sello de calidad Centroamericano.

3. Consejo Regional de Mercadeo: Se cuenta con los análisis de la oferta y demanda turística.Se crea la oficina de prensa y acercamiento con los medios de comunicación.

4. Consejo Regional de Turismo Sostenible: Se crea el consejo y aplica los criterios de Destinos Sostenibles del Global Sustainable Tourism Council (GSTC) por las organizaciones de los destinos.

Inicia proceso de legalización en comunidades Garífunas, asociaciones de artesanos y Operadores de lancha en Tela y La Ceiba, además de integración de la asociación de comunidades garífunas a las cámaras.

Intercambio de experiencias con el modelo de desarrollo de turismo sostenible en la Ruta del Tequila.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

En cuanto a la marca de destino, se recomienda tomar en cuenta la estrategia de país que podría estarse diseñando o implementando a nivel de gobierno central o del Instituto Hondureño de Turismo, esto con la finalidad de ir en línea con la visión de país/plan de nación en la medida de lo posible. Con la finalidad de recolectar fondos y fortalecer la identidad cultural del territorio, se sugiere realizar una noche cultural en espacio público en la ciudad de Tela, actividad que anteriormente había sido sugerida y propuesta para coordinarse con otro proyecto apoyado por el BID FOMIN en la cuidad de Tela y vinculado con el fortalecimiento de grupos teatrales garífunas. En su momento, será muy importante sensibilizar a los actores locales de la Organización de Gestión del Destino (OGD) especialmente las mipymes turísticas participantes del proyecto, en la necesidad de colaborar activamente para garantizar la adecuada generación de información del modelo SROI, para contar con mayores elementos de información y tomar adecuadas decisiones estratégicas tanto a nivel de territorio como a nivel de mipymes individualmente. Se sugiere hacer un importante lanzamiento de la OGD, en el momento que las mipymes beneficiarias oficialicen su participación. Es necesario tomar en cuenta las recientes recomendaciones del ATP.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Resultado: Desarrollar un modelo integrado de turismo sostenible estimulando la formación y organización de redes turísticas que incluya y encadene a las MIPYMES turísticas y grupos indígenas, afrodescendientes y mestizos entre ellos, en la oferta turística del territorio.	**R.1**	Un aumento de al menos 50% de visitas de turistas en el territorio	0				50 Ene. 2015	0	
	R.2	Un aumento de al menos 60% de pernoctaciones de turistas en las MIPYMES turísticas y comunidades indígenas y afrodescendientes	0				60 Ene. 2015	0	
	R.3	Un aumento en al menos 100% del gasto local en productos artesanales y servicios turísticos ofrecidos por las MIPYMES turísticas locales	0				100 Ene. 2015	0	
	R.4	Por lo menos 5 de las redes actualmente existentes (turísticas y productivas) han fortalecido su capacidad competitiva en el mercado turístico	0				5 Ene. 2015	0	
	R.5	Por lo menos 5 nuevas redes (mono sectoriales o pluri-sectoriales) se han constituido en el territorio del proyecto (encadenamientos).	0				5 Ene. 2015	0	
	R.6	Sostenibilidad operativa y financiera de las redes turísticas que se formarán a lo largo del territorio del proyecto					Ene. 2015	No	
	R.7	Implementación de una imagen y asociación de La Ceiba y Tela como destinos turísticos de calidad					Ene. 2015	No	
	R.8	Al menos 6 asociaciones de entidades públicas y privadas para inversión y promoción del turismo se promueven con el proyecto	0				6 Ene. 2015	0	
Componente 1: Fortalecimiento del modelo de integración **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	Plan Estratégico (plan de gestión) común del destino creado y aprobado en los 12 meses de iniciado el proyecto.	0				1 Jul. 2013	1 Jul. 2013	Finalizado
	C1.I2	La Alianza para el desarrollo del turismo sostenible de la costa norte de Honduras está oficialmente constituida	0				1 Ago. 2013	1 Ago. 2013	Finalizado
	C1.I3	Actores clave (funcionarios públicos, universidades, INFOP, empresarios turísticos, representantes de comunidades) sensibilizados en la necesidad de asociación.	0				220 Dic. 2012	225 Dic. 2012	Finalizado
	C1.I4	Al menos 150 actores clave se adhieren al concepto de Turismo Sostenible Integrado como participantes al proyecto	0				150 May. 2014		
	C1.I5	Al finalizar el programa, estarán disponibles por lo menos un 10% de recursos adicionales del presupuesto original, por aportes en efectivo o especies de los actores involucrados	0				10 Ene. 2015		
Componente 2: Organización y desarrollo del portafolio de productos turísticos **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Al menos 10 mini-paquetes identificados a los 10 meses de inicio del proyecto	0				10 Sep. 2012	34 Sep. 2012	Finalizado
	C2.I2	Al menos 10 productos definidos, comercializables e integrados bajo el concepto de turismo sostenible	0				10 Mar. 2014		
	C2.I3	Por lo menos 100 emprendedores locales de servicios turísticos en Tela y la Ceiba, vinculados a la oferta de los productos turísticos identificados	0				100 Feb. 2014		
	C2.I4	8 senderos / recorridos turísticos que valorizan los atractivos culturales y naturales del territorio se han definido y señalizado (aproximadamente 30 kms.)	0				8 Jul. 2014		
	C2.I5	Identificadas las actividades para agregar valor a por lo menos 10 atractivos considerados prioritarios	0				10 Mar. 2014		
	C2.I6	20 capacitadores expertos locales debidamente seleccionados y capacitados en temas distintos según las necesidades de los cursos (2 a 3 capacitadores expertos locales por temática)	0				20 Ago. 2013	30 Jun. 2013	Finalizado
	C2.I7	Al menos 20 guías turísticos certificados en Canopy, Rafting y observaciones de aves	0				20 Dic. 2013	25 Jun. 2013	Finalizado
	C2.I8	250 Mipymes turísticas y productivas son involucradas en la oferta de nuevos productos y servicios. De estas, al menos 10% (25 Mipymes) son de nueva constitución con el apoyo del programa, y a su vez, el 60% de estas (15 Mipymes) serán creadas por mujeres o jóvenes del territorio	0				250 Ene. 2015		
	C2.I9	Al menos un convenio de cooperación firmado con una institución de formación para la capacitación de los capacitadores en el primer año	0				1 Dic. 2012	2 Dic. 2012	Finalizado
	C2.I10	Al finalizar el proyecto, 60% de las empresas participantes han mejorado su calidad del servicios y han finalizado o por lo menos activado el proceso de mejora de la calidad	0				60 Ene. 2015		
	C2.I11	Al finalizar el proyecto, por lo menos el 40% de las empresas participantes han mejorado su acceso al crédito	0				40 Ene. 2015		
	C2.I12	Al finalizar el proyecto, por lo menos 60% de los turistas declaran un nivel bueno de satisfacción con respecto a su experiencia en el área del proyecto	0				60 Ene. 2015		
	C2.I1	Revisión y aceptación del reglamento de operación del	0				1		

	3	fondo especial de infraestructura productiva, considerando las necesidades de todas las partes interesadas, especialmente de los beneficiarios.					Feb. 2014		
Componente 3: Preservación del Medio Ambiente **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	El 100% de los prestadores de servicios turísticos participantes en la alianza, cumplen con las normas medio ambientales aplicables al sector, por medio de la adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	50			100		
				Jun. 2014			Ene. 2015		
	C3.I2	Adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	1	1		2		
				May. 2014	Ago. 2014		Ene. 2015		
	C3.I3	100% de los recorridos, senderos, cumplen con una señalización turística específica que sirva también para concientizar y sensibilizar los turistas y visitantes al respecto de la naturaleza y cultura local	0				100		
							Dic. 2014		
	C3.I4	Los cuatro parques naturales del territorio cuentan con sus planes de manejo, con lineamientos estratégicos de la integración de la infraestructura turística en las áreas protegidas a fin de favorecer la protección del patrimonio natural y a la vez fomentar el desarrollo económico de las poblaciones	0	2			4		
				Jun. 2014			Dic. 2014		
	C3.I5	El 100% de los participantes al proyecto han aumentado su percepción / apropiación cultural del valor ambiental del patrimonio natural local	0				100		
							Dic. 2014		
Componente 4: Promoción y comercialización del destino **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Diseñada la estrategia de marketing del territorio, incluyendo la nueva marca del destino	0				1		
							Jun. 2014		
	C4.I2	Creado el material informativo, que incluye un catálogo de ventas para comercializadores (mayoristas nacionales e internacionales)	0				1		
							Sep. 2014		
	C4.I3	Creado el material informativo, que incluye cuatro guías temáticas, posters y folletos organizados por productos turísticos	0	2			4		
				Jul. 2014			Sep. 2014		
	C4.I4	En el primer año de ejecución, promoción y comercialización de por lo menos 10 mini-paquetes en el mercado nacional	0				10	77	Finalizado
							Feb. 2013	Feb. 2013	
	C4.I5	Al cumplirse el plazo de ejecución, al menos 10 comercializadores (tour operadores) nacionales y/o internacionales promueven el destino	0	4			10		
				Jul. 2014			Ene. 2015		
	C4.I6	El flujo de turistas que pernoctan por lo menos una semana en el destino, han aumentado en un 25% con respecto al inicio del proyecto	0				25		
							Sep. 2014		
	C4.I7	Formalizada la oficina de prensa a lo interno de la agencia ejecutora, para promover información de los atractivos turísticos a las poblaciones locales y turistas, así como sensibilizar a los actores clave (sector público, mayoristas, etc.) sobre el proyecto y desarrollo turístico del área	0				1		
							Dic. 2013		
	C4.I8	Diseño y ejecución de una estrategia de comercialización	0				1		
							Jun. 2014		
	C4.I9	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la organización de 6 Fam-Trip para unos 20 actores cada uno (120 actores)	0	3			6		
				Jul. 2014			Sep. 2014		
	C4.I10	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la organización de 3 press-tour para 20 periodistas nacionales e internacionales	0	1			3		
				Jun. 2014			Sep. 2014		
	C4.I11	Vinculación con el mercado turístico de mayoristas por medio de la participación en 3 ferias regionales y/o internacionales de Turismo, relacionadas a la participación del gobierno	0				3		
							Sep. 2014		
Componente 5: Monitoreo y replicabilidad del Modelo **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C5.I1**	Identificado y estructurado un modelo SROI (Social Return of Investments) con por lo menos 15 indicadores a utilizarse para las actividades de monitoreo durante y después del proyecto	0				1	1	Finalizado
							Dic. 2012	Dic. 2012	
	C5.I2	Diseñados y organizados todos los formularios y fechas necesarias para la recolección de las informaciones según el modelo SROI definido	0				1	1	Finalizado
							Dic. 2012	Dic. 2012	
	C5.I3	Acuerdo establecido con todos los actores públicos y privados que será necesario involucrar para la recolección de las informaciones del modelo SROI	0				1		Atrasado
							Ene. 2013		
	C5.I4	Resultados finales del análisis SROI se incorporan en la implementación del proyecto							
							Ene. 2015		
	C5.I5	Elaborado el documento de sistematización de la experiencia para la replicabilidad del modelo, a ser distribuido durante el taller de cierre	0				1		
							Abr. 2015		
	C5.I6	Por lo menos el 70% de la comunidad anfitriona, se declara satisfecha del desarrollo turístico alcanzado con el apoyo del programa.	0				70		
							Abr. 2015		

Hitos		**Planeado**	**Fecha de cumplimiento**	**Logrado**	**Fecha alcanzada**	**Estado**
H0	Condiciones previas	10	Mar. 2012	9	Ene. 2012	No Logrado
H1	Dos convenios suscritos entre CANATURH y las municipalidades de La Ceiba y Tela manifestando su interés en participar en la alianza	2	Dic. 2012	2	Dic. 2012	Logrado
H2	Se suscriben al menos dos convenios de colaboración con instituciones vinculadas al desarrollo turístico del Caribe Esmeralda	2	Dic. 2012	2	Dic. 2012	Logrado
H3	Caracterización o tipologia de actores claves del territorio	1	Dic. 2012	1	Dic. 2012	Logrado
H4	Análisis Social Return of Investment (SROI) diseñado y funcionando en el territorio	1	Dic. 2012	1	Dic. 2012	Logrado
H5	Un Plan estratégico de desarrollo de la alianza turística	1	Ago. 2013	1	Jun. 2013	Logrado
H6	Oficialización de la alianza para el desarrollo del turismo sostenible en la costa norte de Honduras	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado
H7	20 formadores seleccionados mediante criterios rigurosos	20	Ago. 2013	30	Jun. 2013	Logrado
H8	Definicion de contenidos y metodologías para los cursos de capacitación con base en la demanda actual del sector turístico	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado
H9	[*] Recopilacion de la informacion clave (Definidos los segmentos de mercado de los productos turísticos).	1	Feb. 2014	1	Nov. 2013	Logrado
H10	[*] 10 productos turisticos diseñados	10	Feb. 2014			
H11	[*] 25 paquetes turísticos listos para la comercialización incluyendo el compromiso de las mipymes capacitadas	25	Mar. 2014			
H12	Definida la estrategia de comunicación y comercialización del destino	1	Jun. 2014			
H13	Aplicada la encuesta de percepción del desarrollo turístico del territorio	1	Dic. 2014			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO
[X] Oposición comunitaria o política
[X] Insuficiencia de fondos de contrapartida

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. El problema seguridad se está desarrollando rápidamente en el área del proyecto, los problemas financieros de la población han empeorado la situación. Sin un mínimo de seguridad, no se puede pensar de convencer a los turistas (especialmente extranjero) a pasar vacaciones en el área.	Medio	Para mitigar el impacto negativo y estimular los turistas a pasar vacaciones en el destino se puede hacer lo siguiente: a) la oficina de prensa de la Unidad Ejecutora tendrá que difundir y seleccionar información que permita una percepción positiva del destino turístico. En este sentido será importantísimo mantener constantes las relaciones con los periódicos locales y nacionales y las revistas especializas del turismo (en ámbito regional e internacional). b) Sostener acercamientos con los entes públicos de control y prevención de la criminalidad, y crear una estrategia conjunta de intervención, c) Adicionalmente con el desarrollo económico esperado con el presente proyecto y el involucramiento de la población local e indígena y afrodescendientes en varias actividades del mismo, se estima que el presente proyecto pueda favorecer una reducción de la criminalidad a nivel local	Coordinador del proyecto
2. En el desarrollo de la Oferta turística del territorio, se han preparado a expertos en diferentes áreas a fin de asegurar la sostenibilidad en la calidad y competitividad de los servicios/productos. Pese a que se han hecho grandes esfuerzos en identificar y certificar a los expertos, por diversas razones fuera de la injerencia del proyecto, no ha sido posible contar con su disponibilidad total, para ofrecer las capacitaciones y asistencias técnicas.	Medio	Iniciar un proceso continuo de reclutamiento y formación de instructores. Buscar alianzas de colaboración mutua con las organizaciones rectoras en los diversos temas que se implementan en el proyecto: Instituto de Formación Profesional (certifica formadores) Instituto Hondureño de Turismo (certificación de guías), Centros de Desarrollo Empresarial (asistencias técnicas para las MiPyMes).	Asistente del proyecto
3. El proyecto se fundamenta en la colaboración interinstitucional, que representa el verdadero valor agregado del mismo. Todas las instituciones involucradas se han mostrado muy interesadas a participar en el proyecto, sin embrago existe el riesgo que una limitada coordinación y la falta de voluntad a participar en algunas de las actividades, puedan afectar la implementación del proyecto y el logro de los objetivos	Bajo	La estructura organizativa, el mecanismo de ejecución del proyecto, el desarrollo de una Alianza Interinstitucional y las actividades de sensibilización de las instituciones involucradas, contribuyen a mitigar el presente riesgo. Se deben impulsar las actividades mediante los Consejos Regionales en los temas de comercialización/mercadeo, Competitividad y Calidad, Medición de resultados/Estadísticas, Turismo sostenible; mismos que conforman los brazos técnicos de la Organización de Gestión de Destino planteada por el proyecto.	Coordinador del proyecto
4. Los emprendimientos de las comunidades no responden a la invitacion de unirse a las Redes, o de que en caso de unirse no mantengan un adecuado nivel de interes requerido para el exito del proyecto.	Bajo	Acciones continuas de sensibilización e inclusión en las comunidades e involucrarlas como socios de la Alianza.	Coordinador del proyecto
5. Se han logrado captar fondos en especies por parte de las MiPyMes y otras cooperaciones, pero no ha sido el caso de los fondos de contraparte en efectivo requeridos por el Proyecto.	Bajo	Continuar con el acercamiento y solicitudes de apoyo a la Cámara Nacional de Turismo, quienes son el medio por el cual se puede acceder a fondos de gobierno y fondos privados que, previamente al inicio del proyecto fueron ofrecidos. Presentar los resultados del proyecto a la fecha y acceder a nuevos y potenciales actores con su involucramiento y activa participación en las actividades, como parte de la Organización de Gestión de Destino.	Coordinador del proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 6 **RIESGOS VIGENTES:** 5 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 1

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:

Las cámaras beneficiadas han implementado en sus planes operativos acciones destinadas al fortalecimiento institucional, brindando servicios a sus afiliados. Gracias a las actividades del proyecto se ha incrementado la membresía.
Mediante las alianzas interinstitucionales público-privadas, se ha logrado el involucramiento de las mismas en el seguimiento de objetivos en común vinculados a las estadísticas, competitividad y calidad, mercadeo y turismo sostenible.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. Se requiere capacitar de forma continua generaciones de expertos locales, identificando su disponibilidad y estableciendo un contrato para la formalización de sus servicios.	Risk	Bados, Lourdes
2. Las cámaras de turismo beneficiadas se han incentivado a generar fondos que apoyan la sostenibilidad de las actividades definidas en la ejecución del Proyecto.	Sustainability	Bados, Lourdes
3. En Consejo de calidad y competitividad visualiza una fortaleza con la integración de una importante herramienta que es la integración e implementación de un sello de calidad, mismo que servirá de marco para las acciones promovidas por éste consejo.	Implementation	Bados, Lourdes
4. La creación y funcionamiento de los brazos técnicos de la Organización de Gestión de Destino, han permitido y facilitado la integración y compromiso de sus miembros. Han encontrado el espacio para aportar a los resultados; las Relaciones interinstitucionales han estado fundamentadas en el interés y beneficios mutuos entre los actores y proyecto	Implementation	Bados, Lourdes
5. Contar con la personería jurídica para la Organización de gestión de destino, facilita el acceso a fondos de forma directa y con ello, asegurar su sostenibilidad y fortalecer a sus socios y al destino.	Design	Bados, Lourdes