Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL)

JULIO 2015 - DICIEMBRE 2015

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

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

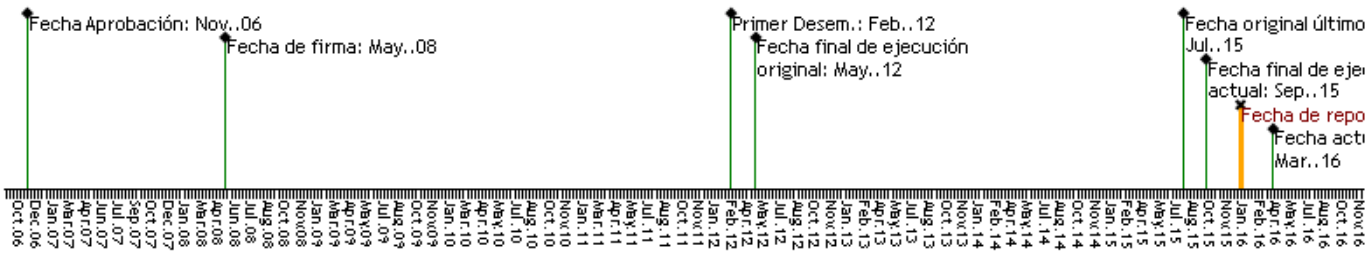
Nro. Proyecto: HO-M1011 - Proyecto No.: ATN/ME-10096-HO

Propósito: 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:**	SANTIAGO SOLER
		Líder equipo de supervisión:	FAUSTO TOMÁS CASTILLO

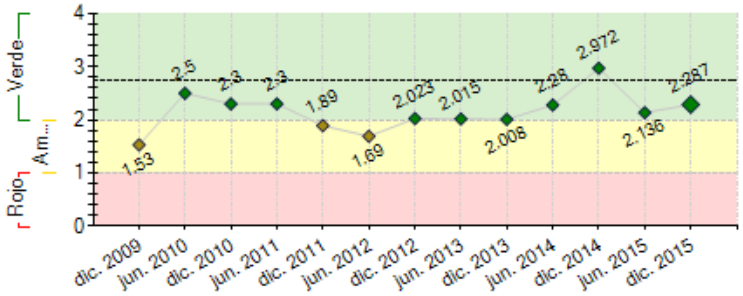
CICLO DEL PROYECTO



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	$1,373,386.00	$23,001.16	$1,350,384.84
Contra partida	$568,599.00	$0.00	$282,625.91

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



----- Promedio desempeño FOMIN

SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

El Modelo de Turismo Sostenible de la Costa Norte de Honduras descansa en una alianza turística público privada, la **Organización de Gestión de Destino Atlántida**. En ella participan actores clave de comunidades, academia, áreas protegidas, empresas, gobierno local y nacional.

"Atlántida" se comercializa con 15 experiencias organizadas en torno a 5 líneas de producto: Sol y Playa, Naturaleza y Ecoturismo, Turismo Activo y Aventura, Turismo Rural comunitario y Turismo Urbano, bajo la imagen compartida: **Atlántida, Corazón del Caribe Centroamericano.**

Área de influencia: Municipios de La Ceiba, El Porvenir, Jutiapa y Tela, con 7 Áreas protegidas, 20 Comunidades, 8 Asociaciones, 30 hoteles, 34 restaurantes, 10 touroperadores, 51 pequeños emprendimientos turísticos, (su mayoría afrodescendientes) y más de 65 guías de turismo comprometidos con la calidad a través del **Distintivo Atlántica Calidad Turística**. Este promueve que las empresas y emprendedores incorporen buenas prácticas de turismo sostenible en su gestión, gracias al apoyo de 68 instructores locales. Son más de 2500 participantes que se constituyen en anfitriones de Atlántida.

Conformadas 4 instancias público privadas de carácter permanente que apoyan la inversión y promoción del turismo del destino: **Calidad y Competitividad, Mercadeo y Comercialización, Turismo Sostenible y Estadísticas Turísticas**. En sus indicadores destacan un aumento en la estadía promedio de 3.4 noches en 2013 a 6.2 noches en 2014. (82%) y gastos promedio del visitante por día de US$134 en 2014 a US$209 en 2015 (56%).

Al inicio del programa, las instituciones y empresas operaban aisladamente, con una oferta turística desarticulada y muy baja o nula profesionalización. Se lograron organizar experiencias vinculantes, siendo una de las más efectivas la gastronomía de Atlántida. Se apoyaron 20 proyectos de infraestructura y equipamiento bajo coinversión y se ha iniciado el proceso para declarar la Reserva de la Biosfera Atlántida por la UNESCO.

El clima de inseguridad y negativa imagen del país, incidieron directamente en el modelo, por ello, se inició una labor de sensibilización con los medios de comunicación y se establecieron agendas conjuntas con instituciones del gobierno central.

La sostenibilidad del modelo se basa en una agenda cultural, la venta de productos y servicios de mercadeo, capacitación y asistencia técnica, garantizada mediante las alianzas establecidas entre las organizaciones permanentes, con temas comunes.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

La Organización de Gestión del Destino (OGD) de Atlántida es la primera experiencia formal establecida en el país, y esto debe ser aprovechado por el resto de zonas con alto potencial turístico del país, para promover alianzas similares de cooperación y coordinación público - privada.

Mantener y mejorar la infraestructura y la calidad en el servicio ofrecido por todas las empresas turísticas, es un factor clave que nunca debe ser desatendido por los consejos de la OGD.

De igual forma, todos los esfuerzos que sean necesarios para proteger los Recursos Naturales, incidirán en la sostenibilidad del Destino Atlántida, así como en atraer mercados turísticos específicos, por ello las estrategias de promoción y mercadeo deberán incluir estos temas.

Como comentario general para la institución ejecutora, se recomienda que los aspectos administrativos-financieros también deben atenderse de forma ordenada y oportuna, y deben guardar concordancia con la ejecución de los aspectos técnicos del proyecto.

Evaluación final

Evaluadora: Leyla Solano Pacheco

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios del evaluador

Evaluación final http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=40715522

SECCIÓN 3: INDICADORES

Propósito:

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.

Clasificación: Satisfactorio

	Indicadores	Línea de base	Planificado	Logrado	Porcentaje
R.1	Un aumento de al menos 50% de visitas de turistas en el territorio	0	50	1	0 %
R.2	Un aumento de al menos 60% de pernoctaciones de turistas en las MIPYMES turísticas y comunidades indígenas y afrodescendientes	0	60	82	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	56	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	8	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	6	0 %
R.6	Sostenibilidad operativa y financiera de las redes turísticas que se formarán a lo largo del territorio del proyecto			Si	0 %
R.7	Implementación de una imagen y asociación de La Ceiba y Tela como destinos turísticos de calidad			Si	0 %
R.8	Al menos 6 asociaciones de entidades públicas y privadas para inversión y promoción del turismo se promueven con el proyecto	0	6	4	0 %

Componente 1: Fortalecimiento del modelo de integración

Peso: 20%

C1.I1	Plan Estratégico (plan de gestión) común del destino creado y aprobado en los 12 meses de iniciado el proyecto.	0	1	1	0 %
C1.I2	La Alianza para el desarrollo del turismo sostenible de la costa norte de Honduras está oficialmente constituida	0	1	1	0 %

Clasificación: Satisfactorio	**C1.I3**	Actores clave (funcionarios públicos, universidades, INFOP, empresarios turísticos, representantes de comunidades) sensibilizados en la necesidad de asociación.	0	220	225	0 %
	C1.I4	Al menos 150 actores clave se adhieren al concepto de Turismo Sostenible Integrado como participantes al proyecto	0	150	359	0 %
	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	14	0 %
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	135	0 %
	C2.I2	Al menos 10 productos definidos, comercializables e integrados bajo el concepto de turismo sostenible	0	10	37	0 %
	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	182	0 %
	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	15	0 %
	C2.I5	Identificadas las actividades para agregar valor a por lo menos 10 atractivos considerados prioritarios	0	10	22	0 %
	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	68	0 %
	C2.I7	Al menos 20 guías turísticos certificados en Canopy, Rafting y observaciones de aves	0	20	93	0 %
	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	369	0 %
	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	8	0 %
	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	100	0 %
	C2.I11	Al finalizar el proyecto, por lo menos el 40% de las empresas participantes han mejorado su acceso al crédito	0	40	60	0 %
	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	84	0 %
	C2.I13	Revisión y aceptación del reglamento de operación del fondo especial de infraestructura productiva, considerando las necesidades de todas las partes interesadas, especialmente de los beneficiarios.	0	1	1	0 %
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	100	100	0 %
	C3.I2	Adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	2	2	0 %
	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	50	0 %
	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	4	8	0 %
	C3.I5	El 100% de los participantes al proyecto han aumentado su percepción / apropiación cultural del valor ambiental del patrimonio natural local	0	100	100	0 %
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	1	0 %
	C4.I2	Creado el material informativo, que incluye un catálogo de ventas para comercializadores (mayoristas nacionales e internacionales)	0	1	18	0 %
	C4.I3	Creado el material informativo, que incluye cuatro guías temáticas, posters y folletos organizados por productos turísticos	0	4	12	0 %
	C4.I4	En el primer año de ejecución, promoción y comercialización de por lo menos 10 mini-paquetes en el mercado nacional	0	10	134	0 %
	C4.I5	Al cumplirse el plazo de ejecución, al menos 10 comercializadores (tour operadores) nacionales y/o internacionales promueven el destino	0	10	10	0 %
	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	32.1	0 %
	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	1	0 %
	C4.I8	Diseño y ejecución de una estrategia de comercialización	0	1	1	0 %
	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	6	6	0 %
	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	3	3	0 %
	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	12	0 %
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	0 %
	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	0 %
	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	3	0 %
	C5.I4	Resultados finales del análisis SROI se incorporan en la implementación del proyecto			No	0 %
	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	1	0 %
	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	82	0 %

Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Oposición comunitaria o política
[X] Dificultades en adquisiciones
[X] Insuficiencia de fondos de contrapartida

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 8 **RIESGOS VIGENTES:** 0 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 8

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable
La sostenibilidad del proyecto se fundamenta en el pago por serviciós de asistencia técnica por parte de los beneficiarios al concluir los recursos del proyecto, así como la generación de ingresos propios por parte de la OGD, mediante la realización de eventos diversos.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	Comentarios
[X] Ausencia de mecanismos de recuperación de costos o fuentes de financiamiento externas (gobierno, donantes y/o sector privado) para continuar con las actividades del proyecto una vez agotados los recursos del FOMIN	Dificultad de que los beneficiarios deseen pagar por los servicios de asistencia técnica especializada

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

La implementación de un planteamiento innovador de este proyecto fue ¨asistencial pero con contraparte del beneficioario¨, vs. proyectos clásicos del pasado ¨asistenciales sin contraparte¨. Con ello se logró la valoración e integración de los actores en los procesos.
Continuar la actualización en mejores prácticas para ser competitivo como empresa y como destino.
Continuidad con la implementación del monitoreo de los procesos de calidad por expertos nacionales y externos.
Evaluación permanente del personal.
Organización de los actores para crear sinergias y alianzas estratégicas en el destino.
Contratación de una dirección Ejecutiva de la Organización de Gestión del Destino para asumir responsabilidad y seguimiento.
Socialización de resultados , impacto de las redes sociales.
Gestión de apoyo políticos y económicos para continuidad de acciones
Forjar compromisos institucionales antes, durante y después de un proyecto.

Plan de Sostenibilidad http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=40802566

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lecciones Aprendidas	Relativo a	Autor
1. En cuanto al proceso de capacitación y de obtención del Distintivo Atlántida Calidad Turística, cabe mencionar ciertas dificultades iniciales debido a la preocupación que pudiese competir con el sello de calidad Centroamericano, impulsado por el Instituto Hondureño de Turismo y la Cámara Nacional de Turismo de Honduras. Estas se superaron y se evidenció la importante contribución del Distintivo de calidad a la implementación futura de sellos de calidad nacionales e internacionales	Implementation	Bados , Lourdes
2. Un elemento clave hacia la organización y desarrollo del portafolio de productos turísticos, fue la formación de capital humano y el proceso de gestión del Distintivo Atlántida. Al respecto se rescatan las siguientes lecciones aprendidas: • El aprendizaje ¨haciendo¨ y entrenamientos in situ, han sido herramientas clave para el éxito del establecimiento de un sistema de calidad. Más allá de un simple aprendizaje, se logró que los propietarios y empleados de las MIPYMES participantes, implementaron un cambio de actitudes, competencias y calidad de servicio además de comprometerse con el proceso.	Implementation	Bados , Lourdes
3. La culminación de los esfuerzos de mejora de calidad de servicio a través de la entrega de los Distintivos, fue indispensable para ello. El esfuerzo de capacitación en grupo incluyendo aprendizaje horizontal con giras de reconocimiento; y de asistencia técnica individualizada, dio lugar a la mejora de la calidad de servicio, reconocimiento de problemáticas compartidas en el sector y del continuo monitoreo por entidades neutrales pero de confianza técnica.	Implementation	Bados , Lourdes
4. En cuanto a las actividades de mercadeo y su medición del impacto a nivel micro (generación de ingreso por empresas participantes) y macro de posicionamiento a nivel de destino, cabe precisar su limitante dada la duración del proyecto.	Sustainability	Bados , Lourdes
5. La medición estadística del impacto del turismo como sector económico importante en el Destino a través del Consejo Regional de Estadísticas, es un logro que sobrepasa los alcances estipulados en el proyecto. Si bien es un aspecto muy positivo, en el caso de una posible réplica, será preciso presupuestar la formación en el análisis de datos y la adquisición de equipo de cómputo (software y hardware) que vincula la medición directamente con el Instituto Hondureño de Turismo para obtener los resultados de manera más expedita.	Sustainability	Bados , Lourdes
6. Es importante que desde la Cámara Nacional de Turismo se impulsen y lideren las alianzas público privadas través de sus cámaras filiales, es decir apoyar a Organizaciones de gestión de Destino conformadas por las entidades que voluntariamente creen y brindan su apoyo.	Implementation	Bados , Lourdes
7. La estructura de la Organización de Gestión de Destino/OGD planteada al inicio del proyecto es muy lógica y razonable, no obstante, es imprescindible aplicar el proyecto a la realidad y no la realidad al proyecto.	Implementation	Bados , Lourdes
8. La estructura del proyecto fue la base para conformar los brazos técnicos de la Organización de Gestión de Destino, permitió la consolidación de las alianzas público privadas y facilitó la integración y compromiso de sus miembros. Las Relaciones inter- institucionales se fundamentan en el interés y beneficios mutuos entre los diferentes actores y proyecto, según su especialidad o intereses.	Design	Bados , Lourdes

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

Guías Temáticas, Manual de ventas, documento de sistematización.

Productos principales del proyecto

[Jun. 2015] estrategia de comunicación (Other)

Autor: tmr

[Ago. 2015] Guía Buenas Practicas Ambientales Atlántida (Other)

Autor: Manuel Rey

[Ago. 2015] Logotipo del Distintivo de Calidad : "Atlátida Calidad Turística (Other)

Autor: Proyecto ATN/ME-10096-HO

[Ago. 2015] Logotipo del Distintivo de Calidad : "Atlátida Calidad Turística (Other)

Autor: Proyecto ATN/ME-10096-HO

[Ago. 2015] Logotipo del Distintivo de Calidad : "Atlátida Calidad Turística (Other)

Autor: Proyecto ATN/ME-10096-HO

[Ago. 2015] Logotipo del Distintivo de Calidad : "Atlátida Calidad Turística (Other)

Autor: Proyecto ATN/ME-10096-HO

[Ago. 2015] Logotipo del Distintivo de Calidad : "Atlátida Calidad Turística (Other)

Autor: Proyecto ATN/ME-10096-HO

[Ago. 2015] Logotipo del Distintivo de Calidad : "Atlátida Calidad Turística (Other)

Autor: Proyecto ATN/ME-10096-HO

[Dic. 2015] Guías Temáticas (Other)

Autor: Sonia Regalado y John Dupuis

[Dic. 2015] Guías Temáticas (Other)

Autor: Sonia Regalado y John Dupuis

[Dic. 2015] Guías Temáticas (Other)

Autor: Sonia Regalado y John Dupuis

[Dic. 2015] Guías Temáticas (Other)

Autor: Sonia Regalado y John Dupuis

[Dic. 2015] Guías Temáticas (Other)

Autor: Sonia Regalado y John Dupuis

[Dic. 2015] Manual de ventas (Other)

Autor: John Dupuis

[Dic. 2015] Manual de ventas (Other)

Autor: John Dupuis

[Dic. 2015] Manual de ventas (Other)

Autor: John Dupuis

[Dic. 2015] Manual de ventas (Other)

Autor: John Dupuis

[Dic. 2015] Manual de ventas (Other)

Autor: John Dupuis

[Dic. 2015] Manual de ventas (Other)

Autor: John Dupuis

[Abr. 2016] Documento de Sistematización (Other)

Autor: Anaité Seibt

SECCIÓN 7: DOCUMENTOS		
28/DIC./2006	Memorando de Donantes	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=863594]
29/DIC./2016	Plan de Sostenibilidad	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=40802566]
Ficha del proyecto		http://apps.fomin.org/public/psr/projectprofile.aspx?proj=HO-M1011&lg=SP