Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2012 - JUNIO 2012

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

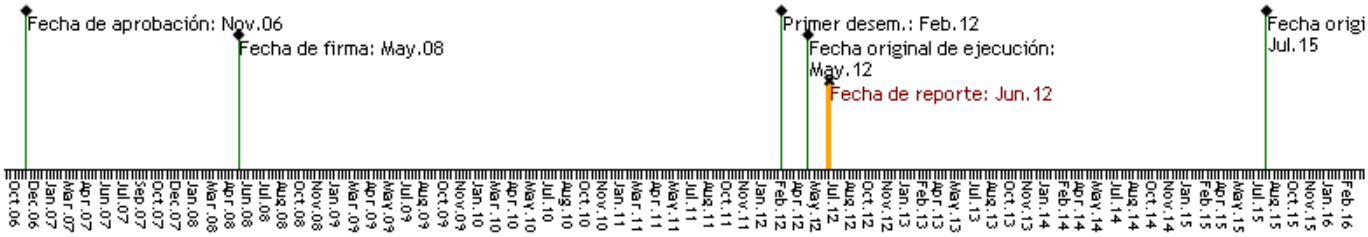
Resultado: Alcanzar tres redes de turismo étnico diseñadas y operando, principalmente compuestas por personas que pertenecen a grupos indígenas Maya Chortí, Garífunas y negros de habla inglesa, los cuales promuevan unidades empresariales de bienes ó servicios turísticos, mediante encadenamientos productivos.

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

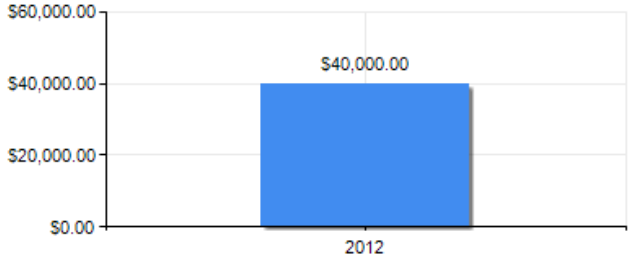
Agencia Ejecutora:

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

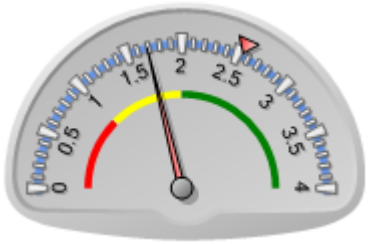
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



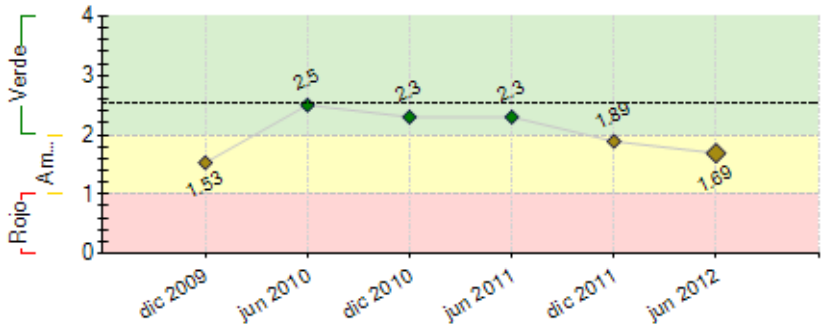
RECURSOS



PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Insatisfactorio: 1.69
Promedio FOMIN: 2.544

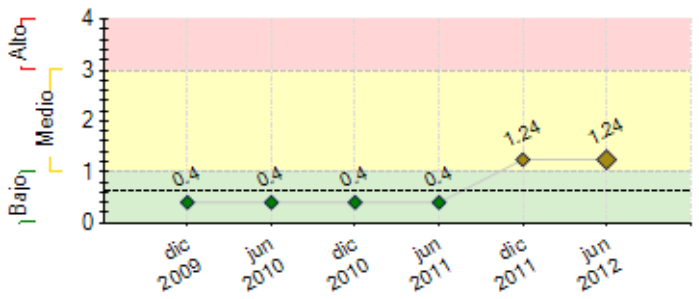


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.631

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

1. Logros:

- Se inició el proyecto con la identificación de actores clave de la zona de influencia.
- Se identificaron las áreas de interés en las que se pueden coordinar acciones: Estadísticas, comercialización, competitividad y calidad, seguridad, portafolio de productos turísticos.
- Se concretaron algunas alianzas.
- Se elaboró un diagnóstico de necesidades de capacitaciones y se dio inicio a la identificación de formadores/instructores orientadas a mejorar la calidad y competitividad del destino.
- Se identificaron los alcances de las organizaciones líderes en calidad y competitividad.

2. **Dificultades:**
El proyecto contó con el equipo completo de consultores, 8 meses después de lo programado, lo que implica un desfase cronológico de actividades.

3. Riesgos: En la formulación del proyecto, no se experimentaban los altos niveles de inseguridad actuales, no obstante, se planifica incorporar acciones que han funcionado en otros proyectos, para contrarrestar el impacto en el destino. Falta de fondos de contraparte.

4. **Perspectivas:** Lograr las alianzas multiactorales del destino de una forma organizada, podrían superarse los obstáculos, incluso la difícil situación económica nacional .

5. Acciones críticas:

- Institucionalización de una Organismo gestor del Destino
- Especial énfasis en el tema de seguridad
- Identificar fuentes para cubrir fondos de contraparte

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Fortalecimiento del modelo de integración:
Se iniciaron las alianzas entre los diferentes actores del destino. Se conformó un Consejo Regional de Estadísticas (CRE) como un espacio multi-actoral público privado; se unieron iniciativas de todas las organizaciones participantes con la idea de aportar estudios estadísticos de turismo. Se identificó e inició la coordinación de otros proyectos para unir esfuerzos, presupuesto y resultados.

Organización de portafolio de productos turísticos: Se identificó e inició la organización de los mini-paquetes" con los productos turísticos existentes en el territorio. Se dio inicio a la participación conjunta de hoteleros, tour operadores, guías turísticos de los destinos Tela y La Ceiba. Se concretaron algunas alianzas entre empresarios.

Fortalecimiento de Capacidades:
Se identificaron los alcances de los actores que lideran esta actividad en el área del destino (capacitaciones, certificaciones, asistencias técnicas, entre otras), e iniciaron acciones conjuntas: Se elaboró un diagnóstico de necesidades de capacitaciones y se dio inicio a la identificación de formadores/instructores orientadas a mejorar la calidad y competitividad del destino.
Se identificaron los alcances de las organizaciones líderes en calidad y competitividad (Instituto Nacional de Formación Profesional-INFOP, Instituto Hondureño de Turismo-IHT, Cámara Nacional de Turismo de Honduras-CANATURH y Unidades Turísticas Municipales de La Ceiba y Tela.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado

Resultado: Alcanzar tres redes de turismo étnico diseñadas y operando, principalmente compuestas por personas que pertenecen a grupos indígenas Maya Chortí, Garífunas y negros de habla inglesa, los cuales promuevan unidades empresariales de bienes ó servicios turísticos, mediante encadenamientos productivos.	**P.I1**	Un aumento de al menos 50% de visitas de turistas en el territorio.	0 May 2008				50 Ene 2015	0	
	P.I2	Un aumento de al menos 60% de pernoctaciones de turistas en las MIPYMES turísticas y comunidades indígenas y afrodescendientes	0 May 2008				60 Ene 2015	0	
	P.I3	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	
	P.I4	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	
	P.I5	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	
	P.I6	Sostenibilidad operativa y financiera de las redes turísticas que se formarán a lo largo del territorio del proyecto					Ene 2015	No	
	P.I7	• 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: Modelo organizativo departicipación de las tres etniasdesarrollado e implementado. **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	Jun 2012	
	C1.I2	La Alianza para el desarrollo del Turismo Sostenible de la Costa Norte de Honduras está oficialmente constituida a los 18 meses de implementado el proyecto	0				1 Ago 2013	Jun 2012	
	C1.I3	Actores clave (funcionarios públicos, universidades, Infop, empresarios turísticos, representantes de comunidades) sensibilizados en la necesidad de asociación	0				220 Dic 2012	Jun 2012	
	C1.I4	Al menos 150 actores clave se adhieren al concepto de turismo sostenible integrado como participantes en el proyecto	0				150 May 2014	Jun 2012	
	C1.I5	Al finalizar el programa, estarán disponibles por lo menos 10% de recursos adicionales del presupuesto original, por aportes en efectivo y especie de los actores involucrados.	0				10 Ene 2015	Jun 2012	
Componente 2: Productos y servicios inspiradosen los saberes y la cosmovisión de lospueblos indígenas y negros, diseñadose implementados **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Diez mini paquetes identificados a los diez meses de inicio del proyecto	0				10 Sep 2012	Jun 2012	
	C2.I2	Al menos 10 productos definidos, comercializables e integrados bajo el concepto de Turismo Sostenible.	0				10 Mar 2014	Jun 2012	
	C2.I3	Por lo menos 100 emprendedores locales de servicios turísticos de Tela y La Ceiba, vinculados a la oferta de los productos turísticos identificados.	0				100 Feb 2014	Jun 2012	
	C2.I4	8 senderos/recorridos turísticos que valorizan los atractivos culturales y naturales del territorio se han definido y señalizado (aproximadamente 30 kilómetros).	0				8 Ene 2014	Jun 2012	
	C2.I5	Identificadas las actividades para agregar valor a por lo menos 10 atractivos considerados prioritarios	0				10 Mar 2013	Jun 2012	
	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	Jun 2012	
	C2.I7	Al menos 20 guías turísticos certificados en Canopy, Rafting y observación de Aves	0				20 Dic 2013	Jun 2012	
	C2.I8	250 Mipymes turísticas y productivas son involucradas en la oferta de nuevos productos y servicios. De estas, al menos el 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	Jun 2012	
	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	Jun 2012	
	C2.I10	Al finalizar el proyecto, 60% de las empresas participantes han mejorado su calidad del servicio y han finalizado o por lo menos activado el proceso de mejora de la calidad	0				60 Ene 2015	Jun 2012	
	C2.I11	Al finalizar el proyecto, 40% de las empresas participantes han mejorado su acceso al crédito	0				40 Ene 2015	Jun 2012	
	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	Jun 2012	
	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 Dic 2013	Jun 2012	
Componente 3: MiPyMEs e individuos capacitadosen los sectores de alojamiento,gastronomía, gestión y operación detours. **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 Ene 2015	Jun 2012	
	C3.I2	adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y reglamento ambiental compartido con otros actores	0				2 Ene 2015	Jun 2012	
	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 respeto de la naturaleza y cultura local	0				100 Dic 2014	Jun 2012	
	C3.I4	Los cuatro parques naturales del territorio cuentan en 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 Dic 2014	Jun 2012	
	C3.I5	Encuestas de percepción, Informes de evaluación intermedia y final, informes de visita de inspección, archivos del proyecto vinculados con el programa protección y valorización del medio ambiente	0				100 Dic 2014	Jun 2012	
Componente 4: Comercialización y promoción deproductos étnicos efectuada. **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Diseñada la estrategia de marketing del territorio, incluyendo la nueva marca del destino	0				1 Mar 2014	Jun 2012	
	C4.I2	Creado el material informativo, que incluye un catálogo de venta para comercializadores (mayoristas nacionales e internacionales)	0				1 Sep 2014	Jun 2012	
	C4.I3	Creado el material informativo, que incluye cuatro guías temáticas, posters y folletos organizados por productos turísticos	0				4 Sep 2014	Jun 2012	
	C4.I4	En el primer año de ejecución, promoción y comercialización de por lo menos 10 mini-paquetes en el mercado nacional.	0				10 Feb 2013	Jun 2012	

C4.I5	Al cumplirse el plazo de ejecución, al menos 10 comercializadores (tour operadores) nacionales y/o internacionales promueven el destino	0				10 Ene 2015	 Jun 2012	
C4.I6	El flujo de turistas que pernoctan por lo menos una semana en el destino, ha aumentado en un 25% con respecto al inicio del proyecto	0				25 Sep 2014	 Jun 2012	
C4.I7	Formalizada la oficina de prensa a lo interno de 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	 Jun 2012	
C4.I8	Diseño y ejecución de una estrategia de comercialización	0				1 Jun 2014	 Jun 2012	
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 Sep 2014	 Jun 2012	
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 Sep 2014	 Jun 2012	
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	 Jun 2012	

Componente 5: Sistema de monitoreo y evaluaciónde impacto social comparativo(benchmark) de cada Red étnicaimplementado

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 Dic 2012	0 Dic 2011	
C5.I2	Diseñados y organizados todos los formularios y fechas necesarias para la recolección de las informaciones según el modelo SROI definido	0				1 Dic 2012	 Jun 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 Ene 2013	200 Jun 2012	
C5.I4	Resultados finales del análisis SROI se incorporan en la implementación del proyecto					 Abr 2012	No Jun 2012	Atrasado
C5.I5	Elaborado el documento de sistematización de la experiencia para replicabilidad del modelo	0				1 Abr 2015	 Jun 2012	
C5.I6	Por lo menos el 70% de la comunidad anfitriona se declara satisfecha del desarrollo turístico realizado gracias al programa	0				70 Abr 2015	 Jun 2012	

	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	0	Jun 2012	
H2	Se suscriben al menos dos convenios de colaboración con instituciones vinculadas al desarrollo turístico del Caribe Esmeralda	2	Dic 2012	0	Jun 2012	
H3	Caracterización o tipologia de actores claves del territorio	1	Dic 2012	0	Jun 2012	
H4	Análisis Social Return of Investment (SROI) diseñado y funcionando en el territorio	1	Dic 2012	0	Jun 2012	
H5	Un Plan estratégico de desarrollo de la alianza turística	1	Ago 2013	0	Jun 2012	
H6	Oficialización de la alianza para el desarrollo del turismo sostenible en la costa norte de Honduras	1	Ago 2013	0	Jun 2012	
H7	20 formadores seleccionados mediante criterios rigurosos	20	Ago 2013	0	Jun 2012	
H8	Definicion de contenidos y metodologías para los cursos de capacitación con base en la demanda actual del sector turístico	1	Ago 2013	0	Jun 2012	
H9	Recopilacion de la informacion clave (Definidos los segmentos de mercado de los productos turísticos).	1	Dic 2013	0	Jun 2012	
H10	10 productos turisticos diseñados	10	Dic 2013	0	Jun 2012	
H11	25 paquetes turísticos listos para la comercialización incluyendo el compromiso de las mipymes capacitadas	25	Dic 2013	0	Jun 2012	
H12	Definida la estrategia de comunicación y comercialización del destino	1	Jun 2014	0	Jun 2012	
H13	Aplicada la encuesta de percepción del desarrollo turístico del territorio	1	Dic 2014	0	Jun 2012	

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[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 informaciones que permitan 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	Project Coordinator
2. El proyecto se funda sobre la colaboración interinstitucional, que representa el verdadero valor agregado del mismo. Todas las instituciones involucradas se han demostrados muy interesadas a participar en	Medio	La estructura organizativa, el mecanismo de ejecución del proyecto, el desarrollo de una Alianza Interinstitucional y las actividades de sensibilización de las instituciones involucradas, que limitar mucho, sino eliminar, el presente riesgo.	Project Coordinator

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			
3. 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.	Medio	Acciones continuas de sensibilización e inclusión en las comunidades, e involucrarles como socios de la Alianza.	Project Coordinator
4. Considerando que la implementación del modelo propuesto para la venta de los paquetes será posible sólo durante el tercer y cuarto año de ejecución del proyecto, es posible que el tiempo estimado para la organización de los productos turísticos y promoción y venta de los paquetes en el mercado, sea considerado demasiado largo por los proveedores de servicios turísticos del área, considerando también que ellos tienen que invertir para mejorar la calidad ofrecida. Esto podría causar que abandonen	Medio	En el Componente 2, una parte de la actividad será dedicada al fortalecimiento de los productos y paquetes turísticos actualmente ofrecidos por los empresarios turísticos, así que será posible promover y comercializar mini-paquetes turísticos en el corto plazo (entre los 12 meses desde la implementación del proyecto) involucrando los proveedores de servicios (hoteles, restaurantes, guías turísticas, mayoristas, etc.) que presentan ya estándares de calidad aceptables por el mercado turístico hondureño.	Project Coordinator

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Medio **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 4 **RIESGOS VIGENTES:** 4 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 0

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

El proyecto está iniciando por lo que no se reportan aún avances de sostenibilidad.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

[No se han agregado lecciones aprendidas todavia.]