Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2013 - JUNIO 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

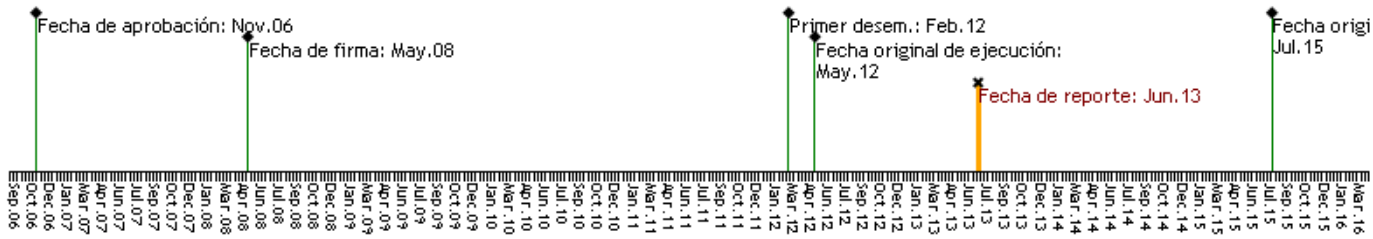
Resultado: Desarrollar un modelo integrado de turismo sostenible estimulando la formación y organización de redes turísticas que incluya y encadene a las MIPYMES turísticas y grupos indígenas, afrodescendientes y mestizos entre ellos, en la oferta turística del territorio.

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

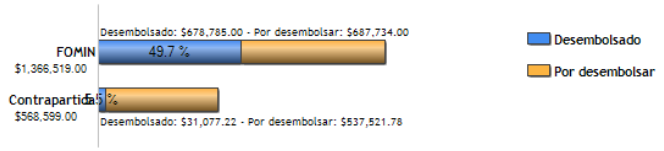
Agencia Ejecutora: Cámara Nacional de Turismo de Honduras

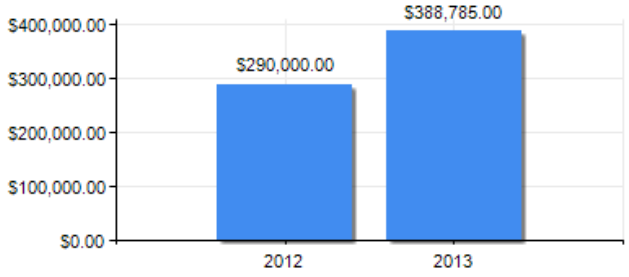
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castillo, Fausto Tomás

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

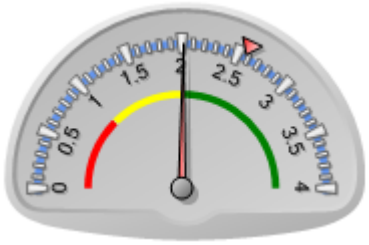


RECURSOS

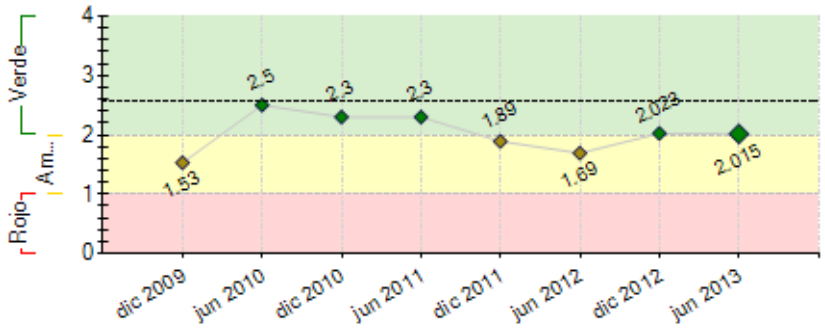




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.015
Promedio FOMIN: 2.574

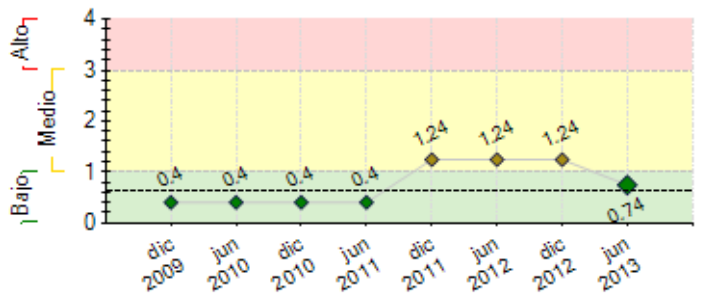


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.627

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Fortalecimiento institucional: Se fortalecieron los Consejos Regionales de Estadísticas, de Competitividad y Calidad y de Mercadeo de Tela y La Ceiba.

Desarrollo de Producto
Se cuenta con instructores en diferentes disciplinas para capacitaciones y asistencias técnicas comprometidos al servicio del destino.

Conservación del Medio Ambiente: Colaboración en los actuales programas de conservación de recursos naturales y creación del Observatorio de turismo sostenible y cambio climático.

Promoción y comercialización del destino: Mayor posicionamiento del destino por la conformación de paquetes turísticos con un mejor uso de herramientas de internet.

Monitoreo y Replicabilidad del Modelo: Se ha incrementado la línea base de información con todos los actores involucrado en las actividades del proyecto.

Entre los principales riesgos del proyecto continúan siendo la inseguridad y negativa imagen del país

Fortalecimiento de las Cámaras de Tela y La Ceiba
Se planifican eventos en el marco de las actividades del proyecto que generen ingresos comisionables, orientados a la sostenibilidad de las cámaras y con ello incrementar su liderazgo a efecto de continuar las actividades implementadas por el proyecto.

Las perspectivas futuras son medianamente optimistas debido los riesgos mencionados por lo que la Unidad Ejecutora, se enfocará en fortalecer la asociatividad y mejorar los niveles de competitividad y trabajar sobre la imagen del destino.

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

1. Existe un Plan Estratégico de desarrollo de la alianza turística para La Ceiba y Tela validado por los actores.
La incorporación de la asociación de Comunidades Garífunas en Tela y la Asociación de artesanos en La Ceiba son algunos resultados.

2. Se cuenta con 25 capacitadores en diferentes disciplinas y en técnicas didácticas, comprometidos mediante convenios suscritos. Se cuenta con la definición de contenidos y metodologías para las asistencias técnicas y capacitaciones basados en la oferta turística.

3. El Foro Turismo, Sostenibilidad y Cambio Climático en La Ceiba, se generó la creación del VII Observatorio a nivel mundial en el tema.
Se llevó a cabo una campaña de sensibilización de Medio Ambiente con las comunidades, escuelas y colegios.

4. Se hace promoción de los paquetes turísticos del destino, comercializados mediante viajes de familiarización, internet, giras y participación en ferias.
Se llevan a cabo eventos de promoción de productos artesanales, alimentos y bebidas, culturales.
Se hicieron 2 levantamientos estadísticos de 4 anuales, con indicadores para estudios de perfil y flujo del turistas.
Las dificultades encontradas se dieron en la **coordinación** de actividades para unificar las dos ciudades en un destino, con las comunidades Garífunas en La Ceiba y con las Unidades Turísticas Municipales.

Se plantea llevar a cabo la gira de Intercambio conocer experiencias exitosas de proyectos similares y mayor intervención del proyecto con los actores.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Este semestre se observan importantes avances en los componentes 1 y 2 tal y como estaba previsto. Se sugiere para el próximo período, brindar atención al avance concreto en los indicadores del componnete 3, y no depender exclusivamente del avance de actividades similares en otros proyectos de otros cooperantes.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

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.

	Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
P.I1	Un aumento de al menos 50% de visitas de turistas en el territorio	0				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				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	Implementación de una imagen y asociación de La Ceiba y Tela como destinos turísticos de calidad					Ene 2015	No	
P.I8	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 Dic 2012	Finalizado
C1.I2	La Alianza para el desarrollo del turismo sostenible de la costa norte de Honduras está oficialmente constituida	0				1 Ago 2013		
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 Ene 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.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 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 Jun 2014			100 Ene 2015		
C3.I2	Adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	1 May 2014	1 Ago 2014		2 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 Jun 2014			4 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

C4.I1	Diseñada la estrategia de marketing del territorio, incluyendo la nueva marca del destino	0				1 Mar 2014		
C4.I2	Creado el material informativo, que incluye un catálogo de	0				1		

Peso: 20%

Clasificación: Satisfactorio

	ventas para comercializadores (mayoristas nacionales e internacionales)					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	120	Finalizado
						Ene 2013	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			
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			
H9	[*] Recopilacion de la informacion clave (Definidos los segmentos de mercado de los productos turísticos).	1	Feb 2014			
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] 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	Coordinador del proyecto

		estima que el presente proyecto pueda favorecer una reducción de la criminalidad a nivel local	
2. 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	Bajo	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.	Coordinador 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, que limitar mucho, sino eliminar, el presente riesgo.	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 involucrarles como socios de la Alianza.	Coordinador del proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **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

Factor	Comentarios
[X] Falta de capacidad organizacional, gerencial y de gestión financiera para **continuar** y sustentar el programa una vez terminada la fase de ejecución	Hay actualmente debilidad financiera en las Cámaras para aportar los recursos de contrapartida, esto pone en riesgo también la continuidad de las actividades del proyecto.

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Con las alianzas en los Consejos Regionales de Estadísticas, Mercadeo y Competitividad y Calidad se ha logrado involucrar a los diferentes actores público-privados y han asumido un rol beligerante para el desarrollo y funcionamiento de los mismos dentro de sus alcances.

Con la creación de las unidades de competitividad y calidad y mercadeo, se lograron generar fondos de apoyo para las cámaras de turismo, buscando un fortalecimiento institucional tanto financiero como de acciones en beneficio de sus agremiados.

Con la creación de la Organización de Destino (OGD), se busca implementar un sistema de coordinación público – privado, el cual posee la capacidad de decisión, con fundamento técnico y gestión ejecutiva para impulsar programas, proyectos y estrategias para el desarrollo turístico de un territorio de una forma sostenible.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. Uno de los puntos críticos de implementación, ha sido la necesidad de cofinanciación por parte de las MiPyMEs turísticas del territorio de las acciones del proyecto, no simplemente por la limitada disponibilidad de fondos para las actividades del proyecto, sino por la importancia de organizar un comportamiento virtuoso de los empresarios turísticos del territorio basado en la participación concreta de los actores involucrados. De hecho, por diferentes razones, los empresarios turísticos del territorio se han acostumbrado a recibir apoyo sin contrapartida. El presente proyecto no desea cometer ése error de “regalar” fondos a los beneficiarios, sino que todos los participantes sientan el compromiso de apoyar al proyecto, a sí mismos y al destino. Se deberá hacer un esfuerzo adicional en términos de información y comunicación a los beneficiarios del proyecto con todos los instrumentos a disposición (newsletter, reuniones, mesas de trabajo, etc.).	Implementation	Bados, Lourdes
2. El proyecto se estructuró para dos destinos con dos equipos de trabajo, es decir un coordinador para La Ceiba y uno para Tela, lo que propició que el equipo técnico trabajara descoordinadamente y aunque se dieron los resultados esperados por el alto compromiso de los técnicos, hubo duplicidad de esfuerzos y se crearon fricciones. Se recomienda mantener un solo equipo técnico de trabajo aún y cuando hayan varios destinos.	Design	Bados, Lourdes