Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2015 - JUNIO 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

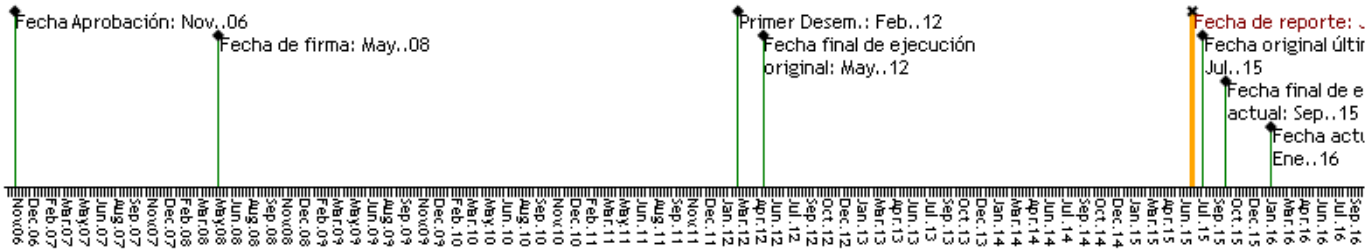
Propósito: Desarrollar un modelo integrado de turismo sostenible estimulando la formación y organización de redes turísticas que incluya y encadene a las MIPYMES turísticas y grupos indígenas, afrodescendientes y mestizos entre ellos, en la oferta turística del territorio.

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

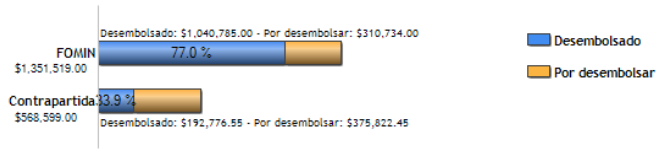
Agencia Ejecutora: Cámara Nacional de Turismo de Honduras

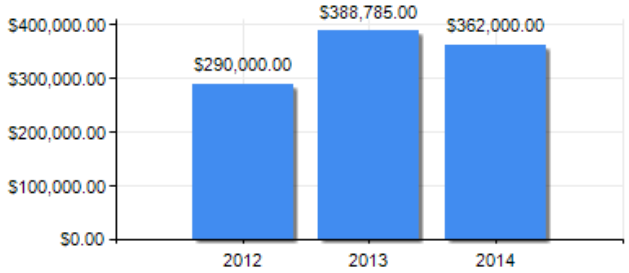
Líder equipo de diseño: SANTIAGO SOLER
Líder equipo de supervisión: FAUSTO TOMÁS CASTILLO

CICLO DEL PROYECTO

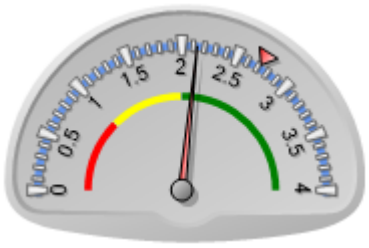


RECURSOS

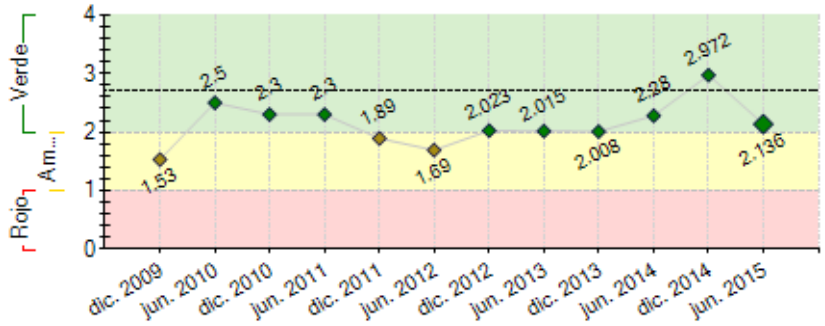




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.136
Promedio FOMIN: 2.72

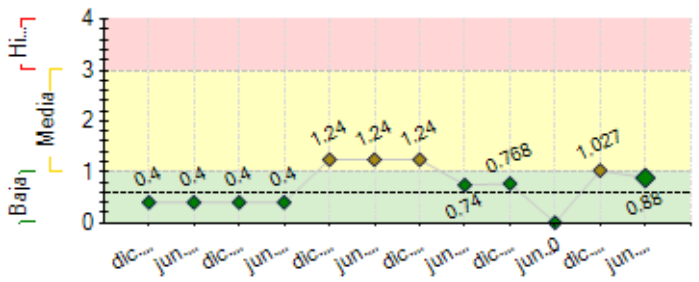


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	
Adquisiciones:	
Capacidad Técnica:	



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.601

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Conformada alianza público-privada del destino con 18 actores mediante 4 instancias integradas por empresas, comunidades, academia, áreas protegidas y gobierno local y central.

Se coordinan acciones en los temas de Calidad y Competitividad, Mercadeo, Estadísticas y Turismo Sostenible.

Se creó la marca “Atlántida“ como el nombre del destino e imagen compartida y su slogan “Corazón del Caribe Centroamericano”.

Se han priorizado los mercados meta y estrategia a corto plazo para el mercadeo y comercialización de 15 experiencias a nivel nacional e internacional con recursos compartidos entre los actores.

En ejecución el Fondo de Coinversión Atlántida para financiamiento de infraestructura productiva y el sistema de calidad del destino: Distintivo Atlántida Calidad Turística. Ambos promueven la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible a través de capacitación, asistencia técnica, monitoreo y coinversión.

El Distintivo incluye medidas de preservación medioambiental de acuerdo a cada rubro del sector turismo.

Se cuenta con 28 capacitadores en el destino que dan capacitación y asistencia técnica actualmente a 30 hoteles, 34 restaurantes, 10 touroperadores, 51 pequeños emprendimientos turísticos la mayoría Garífunas, 8 asociaciones turísticas, 25 guías de turismo de aventura.

2550 personas capacitadas en total.

Se ha levantado información para el sistema SROI incluyendo información de flujo turístico y perfil del turista en Tela y La Ceiba.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El proyecto está entrando en su etapa final, por lo que es importante revisar el cumplimiento de las metas a nivel de resultados y proponer el plan de acción para el período posterior al cierre financiero de la Cooperación Técnica del BID FOMIN. Es necesaria la gestión de recursos de contraparte para complementar la ejecución actual y continuar con las actividades en el año 2016. La sistematización de esta experiencia se vuelve indispensable para orientar a otros destinos a su implementación o replicabilidad.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Promoción a nivel nacional de Tela y La Ceiba bajo la marca Atlántida por primera vez en la Feria Turística Expoverano 2015

Evaluación de 12 propuestas presentadas al Fondo de Coinversión Atlántida para financiamiento

Definida imagen del Distintivo Atlántida Calidad Turística con apoyo del Consejo de Calidad y Competitividad.

34 restaurantes reciben asistencia técnica para la obtención del Distintivo Atlántida Calidad Turística y finalizaron el proceso de evaluación para obtención del Dististintivo de calidad

Realizados dos levantamientos de información estadística del Destino Atlántida programados para 2015

15 empresas inician legalización de su operación

150 empleados de hoteles capacitados en técnicas de recepción y camarera.

Elaborado el reglamento de la Asociación de operadores de turismo de Cayos Cochinos/COPTUR

Levantamiento de información y desarrollo del sitio web www.visitatlantida.com, guía gastronómica de Atlántida y catálogo de emprendedores.

Elaboración de Mapa Turístico de Atlántida

Elaborada propuesta para instalación de Centros de información/Comercialización de Atlántida

Inicia estrategia comercial de Atlántida con tour operadores a nivel nacional.

Equipo del Consejo Regional de Estadística ha sido capacitado en generación de análisis estadísticos;

Promoción de Atlántida en material centroamericano en alianza con FEDECATUR

Capacitador de capacitadores en Recepción efectiva, Camarera eficaz y calidad en el servicio.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Se recomienda para el siguiente semestre, revisar y mejorar los documentos de respaldo con los que se está evidenciando el logro de metas del proyecto.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
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.	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:**	**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	En curso
	C1.I4	Al menos 150 actores clave se adhieren al concepto de Turismo Sostenible Integrado como participantes al proyecto	0				150 May. 2014	359 Jun. 2015	En curso
	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 Dic. 2015		
Componente 2: Organización y desarrollo del portafolio de productos turísticos **Peso:** 20%	**C2.I1**	Al menos 10 mini-paquetes identificados a los 10 meses de inicio del proyecto	0				10 Sep. 2012	135 Ago. 2013	Finalizado
	C2.I2	Al menos 10 productos definidos, comercializables e integrados bajo el concepto de turismo sostenible	0				10 Mar. 2014	37 Mar. 2014	Finalizado
	C2.I3	Por lo menos 100 emprendedores locales de servicios	0				100	181	En curso

Clasificación:		turísticos en Tela y la Ceiba, vinculados a la oferta de los productos turísticos identificados					Feb. 2014	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	15 Mar. 2014	Finalizado
	C2.I5	Identificadas las actividades para agregar valor a por lo menos 10 atractivos considerados prioritarios	0				10 Mar. 2014	19 Mar. 2014	Finalizado
	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	65 Oct. 2014	En curso
	C2.I7	Al menos 20 guías turísticos certificados en Canopy, Rafting y observaciones de aves	0				20 Dic. 2013	77 Dic. 2014	En curso
	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 Dic. 2015	341 Jun. 2015	En curso
	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	7 Jun. 2013	En curso
	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 Dic. 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	50 Dic. 2014	En curso
	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 Dic. 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 Sep. 2014	1 Oct. 2014	Finalizado
Componente 3: Preservación del Medio Ambiente **Peso:** 20% **Clasificación:**	**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 Dic. 2014			100 Feb. 2015	45 Oct. 2014	En curso
	C3.I2	Adaptación e implementación de una guía de buenas prácticas ambientales y y reglamento ambiental compartido con otros actores	0	1 Dic. 2014	1 Dic. 2014		2 Ene. 2015	2 Jul. 2014	En curso
	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. 2015		
	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	8 Jun. 2014	Finalizado
	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. 2015		
Componente 4: Promoción y comercialización del destino **Peso:** 20% **Clasificación:**	**C4.I1**	Diseñada la estrategia de marketing del territorio, incluyendo la nueva marca del destino	0				1 Sep. 2014	1 Sep. 2014	Finalizado
	C4.I2	Creado el material informativo, que incluye un catálogo de ventas para comercializadores (mayoristas nacionales e internacionales)	0				1 Oct. 2014	17 Jun. 2015	En curso
	C4.I3	Creado el material informativo, que incluye cuatro guías temáticas, posters y folletos organizados por productos turísticos	0	2 Jul. 2014			4 Nov. 2014	7 Oct. 2014	En curso
	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	134 Jul. 2013	Finalizado
	C4.I5	Al cumplirse el plazo de ejecución, al menos 10 comercializadores (tour operadores) nacionales y/o internacionales promueven el destino	0	4 Oct. 2014			10 Oct. 2015		Atrasado
	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		Atrasado
	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	1 Ene. 2014	En curso
	C4.I8	Diseño y ejecución de una estrategia de comercialización	0				1 Sep. 2014	1 Sep. 2014	En curso
	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 Dic. 2014	1 Mar. 2013	En curso
	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 Jul. 2014			3 Nov. 2014	2 Mar. 2014	En curso
	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 Nov. 2014	10 Mar. 2015	En curso
Componente 5: Monitoreo y replicabilidad del Modelo **Peso:** 20% **Clasificación:**	**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	1 Dic. 2012	Finalizado
	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	1 Dic. 2012	Finalizado
	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	1 Abr. 2012	En curso
	C5.I4	Resultados finales del análisis SROI se incorporan en la implementación del proyecto					Dic. 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 Dic. 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 Dic. 2015		

Hitos		Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H0	Condiciones previas	10	Mar. 2012	9	Mar. 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	12	Ene. 2014	Logrado
H11	[*] 25 paquetes turísticos listos para la comercialización incluyendo el compromiso de las mipymes capacitadas	25	Mar. 2014	36	Mar. 2014	Logrado
H12	[*] Definida la estrategia de comunicación y comercialización del destino	1	Sep. 2014	1	Sep. 2014	Logrado
H13	Aplicada la encuesta de percepción del desarrollo turístico del territorio	1	Dic. 2014	1	Dic. 2014	Logrado
H14	Iniciado el proceso de constitución legal de la Organización de Gestión del Destino	1	Oct. 2015			
H15	Manual de uso-procedimientos para la implementación del Distintivo de Calidad en el rubro de hospedaje y alimentos/bebidas.	1	Dic. 2015			

[*] 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 del país y mala imagen vinculada a éste, se ha acrecentado rápidamente y ha incidido en el área de influencia del proyecto, sumado a la situación económica de la población que se ha tornado mas difícil. Esta situación dificulta la implementación de la estrategia de promoción y comercialización, por lo tanto se presentan dificultades para incidir en la decisión de los turistas (especialmente extranjero) .	Media	1 Mantener una constante relación con los medios de comunicación locales y nacionales; evitar hacer eco de noticias negativas. 2. Contacto con revistas de turismo (en ámbito regional e internacional), sostener acercamientos con los entes públicos de control y prevención de la delincuencia trabajando con una estrategia conjunta. 3. Con la estrategia de comunicación y el involucramiento de la población local se estima que pueda favorecer con una reducción de la criminalidad. 4. La percepción sobre inseguridad ha cambiado levemente y se torna positiva. El trabajo de los alcaldes en Tela y La Ceiba con obras de infraestructura, adecuación de áreas de visitación turística, han generado un ambiente más positivo en la ciudad. Dentro de la implantación del modelo, se han incorporado las buenas prácticas del Distintivo Atlántida calidad Turística y la estrategia de comercialización del destino se suma a contrarrestar la imagen negativa del país.	Coordinador del proyecto
2. Se han logrado captar fondos en especies por parte de las MiPyMes y otras cooperaciones, pero no ha sido el caso con los fondos de contraparte en efectivo requeridos por el Proyecto.	Media	Se superó la etapa de funcionamiento del proyecto sin fondos de contraparte en efectivo. Los resultados se dieron por los apoyos con los fondos en especies para cumplir con los resultados del proyecto. Se estructuró la Organización de Gestión de Destino y con su alianzas a través de los consejos técnicos que fueron la escuela para generar fondos en efectivo. Con ello se ha logrado cubrir las necesidades del programa. Se han construido las bases de sostenibilidad con estrategias de captación de fondos a corto, mediano y largo plazo tales como la instalación de una oficina de información y tienda Atlántida en alianza con las municipalidades; la intermediación de productos que generen los ingresos para auto sostenerse, ingresos por promoción conjunta del destino, venta de servicios de capacitaciones, asistencias técnicas para la mejora de Calidad Turística a través del Distintivo. Búsqueda de alianzas financieras con instituciones.	Coordinador del proyecto
3. El modelo ha planteado una estrategia de comercialización para el destino y definido la oferta turística, sin embargo los actores locales dedicados a la comercialización presentan debilidades técnicas y financieras y pueden no estar dispuestos a cambiar su forma actual de operación.	Baja	1. Establecimiento de agenda conjunta con mercadeo del Instituto Hondureño de Turismo. 2. Establecimiento de canales directos y de intermediación efectivos para la comercialización. 3. Incrementar la asistencia Técnica personalizada para los prestadores de servicios turísticos de Atlántida, especialmente en el uso de tecnología para acceder al mercado internacional. 3. Contratación de personal para relaciones públicas del Destino Atlántida.	Coordinador del proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Media **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 8 **RIESGOS VIGENTES:** 3 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 5

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	

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

La Unidad Coordinadora del proyecto ha enfilado esfuerzos por lograr los fondos de contraparte que no fueron acreditados a la cuenta y debido a ello, ha gestionado en la medida de sus posibilidades, acciones de auto financiamiento con a venta de servicios que han permitido cumplir con los resultados del proyecto.
Se ha planificado una estrategia de sostenibilidad al finalizar el programa:
1. Búsqueda de cooperantes para financiar actividades que son afines a sus propósitos ya que organizado el destino, es mas probable lograr estos apoyos.
2. Venta de productos promocionales y servicios a través de la tienda Atlántida
3. Venta de información estadística generada por el Consejo Regional de Estadísticas de Atlántida
4. Venta de servicios de capacitaciones, asistencias técnicas y certificaciones de calidad para lograr el Distintivo Atlántida Calidad Turística.
5. Esfuerzos para finalmente lograr el cumplimiento de los fondos de contraparte en efectivo para el proyecto, mismos que servirían como capital semilla para la sostenibilidad de la Organización de Gestión de Destino Atlántida

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. En la fase de implementación de la estrategia de comercialización, se detectaron niveles básicos en uso de tecnologías en un 50% de las empresas beneficiadas. Se sa debido retomar y priorizar las asistencias técnicas para lograr los niveles adecuados a efecto de que éstas puedan aprovechar las herramientas que ofrece la tecnología.	Implementation	Bados , Lourdes
2. La estructura de la Organización de Gestión de Destino/OGD planteada al inicio del proyecto es muy lógica y razonable, no obstante, lo idóneo es aplicar la realidad. ya que ha sido evidente el interés de las cámaras filiales beneficiadas en impulsar las alianzas público privadas. Por lo expuesto se plantea que la Directiva de la organización deba estar conformada por las entidades que voluntariamente creen y brindan su decidido apoyo.	Sustainability	Bados , Lourdes