Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL)

ENERO 2013 - JUNIO 2013

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Fomento del Turismo Sostenible bajo un Enfoque de Desarrollo Económico Local

Nro. Proyecto: PE-M1048 - Nro. Operación: ATN/ME-10946-PE

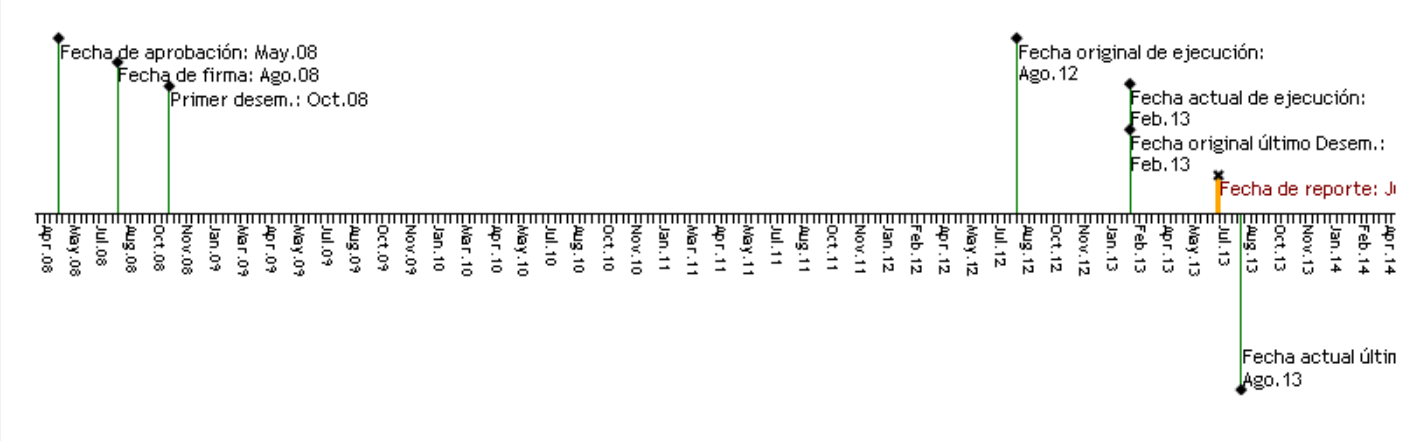
Resultado: El propósito es organizar y facilitar la gestión del eje turístico Nazca-Cusco por la Organización de Gestión de Destino (OGD) del Eje Nazca-Cusco, con la participación de iniciativas (MiPyMEs comunitarias e individuales, rurales y urbanas) económicas locales.

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

Agencia Ejecutora:

Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Minaya, Elizabeth

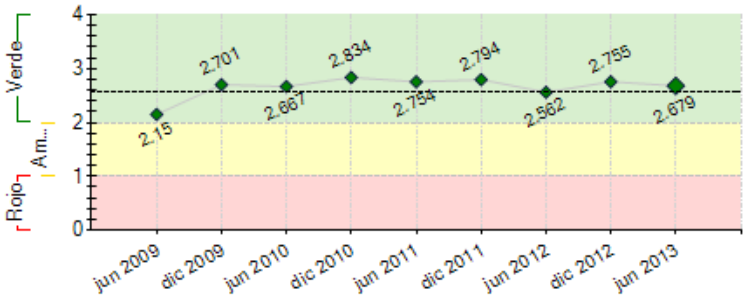
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	$1,174,511.00	$20,873.00	$1,150,693.59
Contrapartida	$757,265.00	$0.00	$847,148.69

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



----- Promedio desempeño FOMIN

SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

Los logros alcanzados en forma acumulada: i)El Eje turístico Nasca-Cusco con identidad "Vía Surandina - Más de 700 razones para visitarla" presentada por la Red de Promoción y Comercialización, a operadores y prensa nacional y ante las principales autoridades de turismo nacional. ii) Los productos turísticos difundidos a Operadores de Suiza, Alemania y Francia. iií)152 empresas, nuevas o mejoradas han recibido asesoría, continuarán el seguimiento las DIRCETURES de cada Región iv) 9 Comunidades incorporadas a la actividad turística. v)Modelo de gestión de un Eje turístico documentado y difundido. vi) 9 productos del Corredor difundidos por 7 Operadores Turísticos nacionales y 4 productos del corredor difundidos por 4 Operadores Internacionales. vii)1 OGD, 1 Ente Gestor, 2 comités territoriales en funcionamiento; viii)12 perfiles de proyectos SNIP ix)8 expedientes técnicos para: rutas de trekking, mirador y Centro de Servicios Turísticos x)2 perfiles viabilizados y 7 expedientes ejecutados. xi)1018 participaciones en capacitaciones xii)21 profesionales formados y registrados por el proyecto xiii)55 profesionales capacitados y certificados en Diplomado para elaboración de proyectos SNIP. xiv)11 Pasantías/Intercambio de Experiencias xv)21productos temáticos diseñados xvi) 6 rutas de trekking implementadas xvii)7 rutas temáticas en promedio al 85% de implementación xviii) 5 rutas de Ciclismo diseñadas y difundidas en la web WIKILOC xix)1 expediente para reserva comunal del habitat del Cóndor Andino xx)3 viajes de prueba con operadores y especialistas en productos xxi) 1 fam trip de Ornitólogos xxii) 3 videos difundidos en programa de TV a nivel nacional e internacional y en internet xxiii) 5 videos de promoción de la Vía Surandina y de los productos turísticos xxiv) Web de la Vía Surandina www.nazcacusco.com xxv) Piloto de investigación de mercado, 9 Estudios de Mercado difundidos. xxvi)Red de Promoción y Comercialización con personería jurídica y lineamientos. xxvii)7 Reuniones de articulación interregional xxviii) 2 convenios de articulación, uno provincial Palpa-Nasca-Lucanas y otro interegional Ica-Ayacucho-Apurímac-Cusco, para el desarrollo del turismo en el corredor. xxix)Articulación con PromPerú para promoción del corredor. xxx) Articulación con SURVIAL concesionaria de la carretera para apoyo en promoción. xxxi) Incidencia con instituciones de cooperación para continuidad de actividades tales como CTB, CICCA, Helvetas, CBI Cooperación Holandesa.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los logros alcanzados reportados por la unidad ejecutora, consideramos que el proyecto ha despertado el turismo sostenible y vivencial a lo largo del corredor. La extensión del corredor ha generado una complejidad, por todas las coordinaciones públicas- privadas. El modelo de gestión sostenible territorial

que el proyecto está aún en proceso de consolidación, consideramos que los productos turísticos generados por el proyectos, acompañados por las herramientas de difusión, el interés e inversión privada del sector privado en la dinamización del corredor está generando las bases de la sostenibilidad de mediano y largo plazo.

El proyecto logro despertar al territorio y con ello sus habitantes han ¨abierto los ojos¨ hacia sus recursos y atractivos y han aprendido a ponerlos en valor como productos turísticos novedosos y con potencial de comercialización tanto a nivel nacional como internacional.

Los resultados del proyecto son muchos y de diversa índole. Ha logrado dejar en el territorio una red de alianzas público-privadas instaladas y con sus planes de trabajo, un grupo de mas de 150 empresarios capacitados, una serie de informes técnicos producto de las consultorías que son de enorme utilidad en aspectos como levantamiento y categorización de atractivos, diseño de productos, diseño de rutas, valoración de las especies de fauna locales, valoración de sus costumbres, gastronomía, guiado y atención al cliente, un sistema de georeferenciación de atractivos, productos turísticos en desarrollo de acuerdo a los indicadores establecidos, con plan de trabajo y monitoreo participativo para continuidad, compromiso de los Gobiernos locales y regionales, así como una red de empresarios y autoridades de todo el corredor en una alianza para la promoción y la comercialización de este importante eje.

Evaluación final

El proyecto logro despertar al territorio y con ello sus habitantes han ¨abierto los ojos¨ hacia sus recursos y atractivos y han aprendido a ponerlos en valor como productos turísticos novedosos y con potencial de comercialización tanto a nivel nacional como internacional

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios del evaluador

Evaluación final http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=38057721

SECCIÓN 3: INDICADORES

		Indicadores	Línea de base	Planeado	Logrado	Porcentaje
Resultado: El **propósito** es organizar y facilitar la gestión del eje turístico Nazca-Cusco por la Organización de Gestión de Destino (OGD) del Eje Nazca-Cusco, con la participación de iniciativas (MiPyMEs comunitarias e individuales, rurales y urbanas) económicas locales. **Clasificación:** Satisfactorio	**P.I1**	150 nuevos emprendimientos creados y/o mejorados (prestatarios de servicios turísticos y no turísticos), para el trimestre 15.	0	150	152	101 %
	P.I2	5 comunidades incorporadas a la actividad turística.	0	5	9	180 %
	P.I3	Modelo de gestión de un Eje turístico documentado y difundido en el marco de las políticas sectoriales del MINCETURa partir del trimestre 14	0	1	1	100 %
	P.I4	Presencia del destino en la oferta de los catálogos de los mayoristas emisores y receptivos nacionales y regionales (Cusco, Nazca, Lima), para el trimestre 14.	0	1	1	100 %
	P.I5	Una OGD y 4 comités territoriales en funcionamiento activo, al final del proyecto.	0	1	1	100 %
Componente 1: Creación de un modelo de gestión público-privado. **Peso:** 10% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	Modelo de gestión sistematizado, disponible para difusión y réplica.	0	1	1	100 %
	C1.I2	Aumento de la inversión pública en servicios de infraestructura básicos (accesos viales, señalización, saneamiento, agua, electricidad, energía.)	0	1	1	100 %
	C1.I3	Se ha fortalecido la OGD y el ente gestor en gestión empresarial y planificación participativa al mes 48			Si	100 %
	C1.I4	Se han generado capacidades de liderazgo, trabajo en equipo, toma de decisiones y gestión de resultados en la OGD y Ente Gestor			Si	100 %
	C1.I5	Se cuenta con un Plan de Negocio de la OGD Apurímac y Ente Gestor Nasca	0	2	1	50 %
	C1.I6	Una articulación/alianza entre todas las organizaciones (creadas como producto de la intervención del proyecto), constituida para el mes 48			Si	100 %
Componente 2: Obtención de conocimiento para la planificación turística y gestión del Eje. **Peso:** 10% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Contar con un Plan de Desarrollo Turístico del Eje a los 10 meses de ejecución.	0	1	1	100 %
Componente 3: Desarrollo de Productos Turísticos. **Peso:** 26% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Productos temáticos desarrollados priorizados en el componente 2	0	10	22	220 %
	C3.I2	Productos temáticos adicionales en diseño priorizados en el componente 2	0	10	10	100 %
Componente 4: Mejora e incremento de la oferta de servicios, a través de la capacitación, asistencia técnica y apoyo con recursos financieros. **Peso:** 39% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	150 nuevos emprendimientos y/o mejorados, apoyados por el proyecto, ofertan servicios turísticos de calidad (alojamiento, alimentación y bebida, transporte, guiatura, comercialización).	0	150	152	101 %
Componente 5: Promoción Comercial. **Peso:** 15% **Clasificación:** Satisfactorio	**C5.I1**	El nuevo destino Eje Nazca-Cusco presente en la oferta de al menos 2 mayoristas internacionales en cada mercado emisor (Europa y NorteAmérica).	0	2	4	200 %
	C5.I2	Productos ofertados por el eje Nazca-Cusco colocados en el catálogo de al menos 5 agentes receptivos nacionales.	0	10	7	70 %
	C5.I3	Incremento del al menos 20% de las ventas en por lo menos 75 empresas participantes de las asesorías técnicas del proyecto al mes 48	0	20	34	170 %
	C5.I4	5 apariciones en medios especializados nacionales y al menos 1 aparición en un medio internacional televisual.	0	5	5	100 %
	C5.I5	Se cuenta con una Marca del Corredor	0	1	1	100 %
	C5.I6	10 productos promovidos y difundidos a nivel nacional e internacional	0	10	10	100 %
	C5.I7	Estrategia de comercialización implementada con Operadores Turísticos y articulación de productos			Si	100 %

Hitos		Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	La OGD Apurímac constituida	1	Mar 2009	1	Abr 2009	Logrado tarde
H1	Estudio georeferenciado culminado	1	Jul 2009	1	Oct 2009	Logrado tarde
H2	Condiciones Previas	7	Ago 2009	7	Ago 2009	Logrado
H3	Plan de Desarrollo Turístico validado	1	Sep 2009	1	May 2010	Logrado tarde
H4	20% de 1200 individuos que reciben el mensaje del proyecto, han sido sensibilizados.	240	Dic 2009	260	Dic 2009	Logrado
H5	30% de 350 personas capacitadas, aplican lo aprendido	105	May 2010	105	Nov 2010	Logrado tarde
H6	2 proyectos de inversión elaborados y presentados para financiamiento	2	Ago 2010	2	Ago 2010	Logrado
H7	[*] 30% de 10,000 individuos Mipymes/Comunidadessensibilizados sobre la importancia del turismo	3000	May 2011	3000	Abr 2011	Logrado
H8	[*] 10 Formadores/asesores capacitados	10	Ago 2011	10	Ago 2011	Logrado
H9	[*] 60 emprendimientos nuevos o mejorados con asistencia técnica	60	Ago 2011	60	Dic 2011	Logrado tarde
H10	[*] 5 productos turísticos habilitados son ofertados por agencias, operadores y otros medios.	5	Sep 2011	5	Dic 2011	Logrado tarde
H11	La OGD cuenta con un Plan de Negocios y servicios a brindar	1	Mar 2012	1	Mar 2012	Logrado
H12	[*] Al menos 4 proyectos de inversión elaborados y presentados para financiamiento	4	Mar 2012	7	Mar 2012	Logrado
H13	Al menos 120 emprendimientos nuevos o mejorados con asistencia técnica	120	Abr 2012	124	Abr 2012	Logrado
H14	Se cuenta con un plan de marketing y marca del Corredor posicionada entre los beneficiarios	1	Abr 2012	1	May 2012	Logrado tarde
H15	[*] La OGD cuenta con un modelo de gestión documentado y difundido	1	Jun 2012	1	Jun 2012	Logrado
H16	[*] Al menos 10 productos diseñados, implementados y habilitados en el corredor Nasca - Cusco	10	Ago 2012	13	Sep 2012	Logrado tarde
H17	[*] El proyecto cuenta con un portal web para la promoción del corredor	1	Ago 2012	1	Dic 2012	Logrado tarde
H18	[*] Al menos 5 productos habilitados se encuentran incorporados en la oferta turística de al menos 3 operadores nacionales	5	Ago 2012	7	Ago 2012	Logrado
H19	[*] Al menos 5 productos habilitados se encuentran incorporados en la oferta turística de al menos 1 operador turístico internacional	5	Sep 2012	5	Oct 2012	Logrado tarde
H20	[*] Se cuenta con la OGD fortalecida en gestión empresarial	1	Sep 2012	1	Sep 2012	Logrado

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Desempeño inadecuado de proveedores de servicios/contratistas

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

1. Existe inestabilidad social y/o económica en el pais.
Nivel: Bajo **Responsable:** Asistente del proyecto **Estado:** Vigente
Comentarios: Aún cuando se ha apreciado que en las últimas semanas se han producido protestas, se ha continuado la campaña para turismo interno, a través de los feriados largos y se ha informado de incremento de viajes en nuestro país.

2. Casos fortuitos podrían influir en la llegada de turistas al corredor
Nivel: Bajo **Responsable:** Coordinador del proyecto **Estado:** Vigente
Comentarios: Los casos fortuitos se presentarán en cualquier momento; sin embargo, para el caso de Nasca, actualmente se ha superado la situación de inseguridad en el uso de avionetas, por las medidas adoptadas.

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 14 **RIESGOS VIGENTES:** 2 **RIESGOS NO VIGENTES:** 10 **RIESGOS MITIGADOS:** 2

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable
Se han generado condiciones favorables público privadas que vienen impulsando los componentes de l proyecto.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

En el territorio han quedado mesas de articulación, discusión y proyección en el ámbito del turismo, planes de trabajo, con participación de las DIRCETURES, teniendo como soporte el convenio suscrito por los 4 Presidentes Regionales de Ica, Ayacucho, Apurímac y Cusco.

Los productos turísticos han sido implementados mediante la estrategia de empoderamiento local, habiéndose construido planes de trabajo elaborados y ejecutados por los propios actores con el apoyo técnico del proyecto.

La sostenibilidad comercial y de promoción queda a cargo de la Red de Comercialización, impulsada por el proyecto y conformada por un grupo de actores locales, con el apoyo de las DIRCETURES ; así mismo, se impulsó la conformación de tres operadores locales en el Corredor, que vienen ofreciendo los productos desarrollados. Finalmente PromPerú quienes apoyaron el lanzamiento de la Vía Surandina al igual que SURVIAL, concesionaria de la carretera, tienen interés en continuar impulsando el destino.

Las alianzas con instituciones claves promovidas por el proyecto: Cooperación Belga, Helvetas, Programa Aliados y CBI Cooperación Holandesa; quienes continuarán apoyando según sus objetivos y competencias.

Plan de Sostenibilidad http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=38057722

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lessons learned	Relativa a	Autor
1. INSTRUMENTOS- SISTEMA GEO-REFRENCIAL:Aun cuando el estudio sobre el Sistema Georeferenciado fue un elemento de expectativa en el diseño y al inicio del proyecto, lo cierto es que su utilidad no ha sido clara para los beneficiarios. El proyecto ha insistido en su uso y ha capacitado para ello a autoridades locales. Sin embargo este tipo de herramientas complejas resultan ser poco atractivas, por lo que FOMIN debe analizar si es conveniente seguirlas impulsando	Design	Minaya, Elizabeth *[FOMIN]*
2. FACILITADORES: La incorporación de consultores, facilitadores y dinamizadores del propio territorio (que una vez finalizado el proyecto permanecen, son locales) puede ser un elemento de replicabilidad en otros proyectos	Implementation	Minaya, Elizabeth *[FOMIN]*
3. LA IMPORTANCIA DE LOS ESTUDIOS DE MERCADO: Los estudios de mercado basados en el levantamiento de información sobre el nivel de satisfacción de la experiencia permite identificar con mayor claridad lo que el visitante busca y espera en la visita.	Implementation	LINARES, MARITZA
4. PARTICIPACION LOCAL: El proyecto incorporó consultores, facilitadores y dinamizadores del propio territorio, finalizado el proyecto permanecerán en el territorio, constituyéndose en un importante capital social.	Implementation	LINARES, MARITZA
5. COMPROMISOS LOCALES: Es importante generar compromisos con los Gobiernos locales y regionales, el proceso de acercamiento y sensibilización fue una tarea permanente en el proyecto.	Implementation	LINARES, MARITZA
6. TIEMPO DE EJECUCION: La comercialización de los productos turísticos que involucra un gran territorio requiere generar muchas sinergias entre los mismos actores y luego con el mercado, proceso que requiere de compromisos, capacidades y tiempo considerable.	Implementation	LINARES, MARITZA
7. EQUIPO PARA EJECUCION: Un equipo mínimo comprometido y permanente es necesario para la ejecución del proyecto, más aún cuando se trata de territorios dispersos y complejos.	Design	LINARES, MARITZA
8. PROCESO DE EJECUCION: Los proyectos deberían de enfocarse en el correcto diseño de los productos, la capacitación del recurso humano, la gestión de la calidad y algún aspecto de divulgación. Si se cuenta con estos tres elementos, la comercialización de los productos cae por su propio peso.	Implementation	LINARES, MARITZA
9. EMPODERAMIENTO LOCAL El trabajo de acompañamiento, entendido este como la labor de empoderamiento y desarrollo de capacidades locales, hizo partícipe a las DIRCETURES y/o Gobiernos locales; con miras a trasladar herramientas para la continuidad de las actividades necesarias en la gestión de producto inclusivo y participativo.	Sustainability	LINARES, MARITZA

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

Línea de Base
Evaluación Intermedia
Evaluación Final

Productos principales del proyecto

[Mar 2010] Lìnea de bae (Technical publications)
Autor: Carlos Figueroa

[Ago 2011] Evaqluación Intermedia Swisscontact (Case studies)
Autor: Leyla Solano

[Nov 2012] Evaluación final Swisscontact (Case studies)
Autor: Leyla Solano

SECCIÓN 7: DOCUMENTOS

15/SEP/2013	Informe de Evaluación Final	[http://www5.iadb.org/mif/file.aspx?DOCNUM=38057721]
15/SEP/2013	Plan de Sostenibilidad	[http://www5.iadb.org/mif/file.aspx?DOCNUM=38057722]
Ficha del proyecto		http://www5.iadb.org/mif/apps/public/psr/projectprofile.aspx?proj=PE-M1048&lg=SP