

REPORTE DE ESTADO DE PROYECTO (PSR)

07/01/2022 - 12/31/2022 - PSR-09520

SÍNTESIS DEL PROYECTO

Número de Operación

RG-T4016

Número de suboperación

ATN/ME-19019-RG

Nombre del proyecto

Tools to Support the Recovery of the Tourism Sector in
Central America

Lider de equipo:

Fausto Tomas Castillo

Agencia ejecutora

Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica

Proposito

Generar oportunidades de obtención de ingresos y empleo para las micro, pequeñas y medianas
empresas (MIPYME) del sector turístico en Centroamérica.



Ciclo del Proyecto



PUNTAJE PSR



- 0 - 1 Bandera roja
- 1 - 2 Bandera amarilla
- 2 - 4 Bandera verde

APRENDIZAJES

1. Riesgos y Lecciones

1.1. Riesgo

1.1.1. ¿Cuál cree que es el mayor riesgo que amenaza el cumplimiento de los objetivos del proyecto?

- Por el momento han sido los tiempos en los procesos de aprobación mediante los órganos de gobernanza del proyecto, que sin embargo, han dado transparencia a la ejecución y priorización de acciones.

1.2. Mayor Logro o Fracaso

1.2.1. ¿Cuál ha sido el mayor logro o fracaso del proyecto en el último semestre?

- La definición de procesos robustos y transparentes mediante una gobernanza con compromiso por parte de cada una de las cámaras beneficiarias y no beneficiarias del proyecto. - El lanzamiento público y a medios de comunicación del proyecto, lo que generó interés en organizaciones y empresarios sobre el proyecto. - Presentación del proyecto en los Congresos Nacionales de Turismo de Guatemala y Honduras, así como en el programa virtual de El Salvador Red Box. - Presentación del proyecto al Ministro de Costa Rica, así como a las Secretarías de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana y de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica, con las que se está trabajando una propuesta de convenio a ser sometida a aprobación de sus órganos directivos. - La suscripción de convenios con la Organización Internacional de Turismo Social y la Red Costarricense de Turismo Accesible, órganos especializados que permitirán la articulación de acciones de interés para los empresarios. Dichos eventos se realizaron en la Feria Internacional de Turismo de Madrid con la presencia de actores clave regionales e internacionales y con cobertura de medios de comunicación. Para ello se contó con el apoyo de INGUAT e ICT. - La presentación del proyecto a actores clave de la academia, think tank, oeneges, entre otros para generar oportunidades de alianzas que permitan apalancar y complementar las acciones del proyecto. - La consolidación de la Red de Comunicadores de las cámaras beneficiarias como una comisión de trabajo que fortalecerá los procesos de comunicación del proyecto y la Federación. Esta red está ampliándose con la participación de las otras cámaras no beneficiarias, lo que mejorará la implementación de la Estrategia de Comunicación. - La contratación de dos firmas con amplia experiencia para las consultorías para elaborar el Plan de Capacitación y la Estrategia de Comunicación, que fue posible gracias al proceso amplio de invitación a ofertar, así como a las dos rondas de evaluación de sus propuestas económicas y técnicas. - La creación de una imagen del proyecto con un manual de marca, así como una presentación para ser usada con diferentes stakeholders.

1.3. Hallazgos y Lecciones

1.3.1. ¿Cuáles son los hallazgos y lecciones más útiles de este proyecto que, cuando se toman en consideración, podrían mejorar la ejecución y los resultados de los proyectos existentes y el diseño de proyectos similares en el futuro? Un hallazgo describe una acción, circunstancia o decisión que fue crítica para determinar la evolución positiva o negativa del proyecto (por ejemplo, Cambiar del desarrollo de una plataforma blockchain a una base de datos compartida basada en la web redujo el costo y el tiempo dedicado a implementar el capacidades de trazabilidad requeridas por el proyecto). Una lección es una propuesta concreta y procesable basada en un hallazgo que, en circunstancias similares, facilitaría la resolución de problemas, la mitigación de riesgos y el logro de resultados (por ejemplo, Desarrollar pautas y criterios para identificar candidatos que podrían beneficiarse de la implementación de un plataforma blockchain, y evaluar durante el diseño si el proyecto seleccionado cumple con los criterios antes de comprometerse a desarrollar uno).

- Se debe considerar en el diseño el impacto financiero de las cargas tributarias por contrataciones extranjeras, que en el caso de Honduras es un 25%.

2. Escalabilidad y replicabilidad

2.1. Plan de Escalabilidad

2.1.1. Ahora que el Proyecto se encuentra en la fase de ejecución, ¿ha desarrollado algún plan o acción concreta que le permita llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales más amplios) en el futuro?

- Se está en proceso de generación de alianzas con otros proyectos regionales, así como con entidades que representan a gremios empresariales especializados. Esto permitirá alcanzar a los beneficiarios en la región. - Además se estará invitando a los socios de las cámaras no beneficiarias a que participen en actividades que no tendrán costos adicionales para el proyecto, con lo que se alcanzarán a otros beneficiarios no previstos.

2.2. Costos y Socios para Escalar

2.2.1. Ahora que el proyecto está en fase de ejecución, ¿Sabe cuánto cuesta ofrecer su producto/servicio por usuario/cliente/beneficiario? ¿Es esto un factor que pudiera afectar el llegar a un mayor número de usuarios/clientes/beneficiarios en el futuro? ¿Le ha solicitado esta información alguna institución pública o privada pensando en escalar o replicar el modelo/producto/servicio?

Aun se está en este proceso.

2.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

2.3.1. ¿Considera que algunos de estos factores ha afectado el que haya llegado a más/menos usuarios/clientes/beneficiarios (o impactos ambientales o de resiliencia al cambio climático y desastres naturales) de lo que estaba previsto originalmente en el proyecto?

[Complejidad de la solución (elevado número de actores involucrados/Interacción de muchas partes/componentes), Facilidad de transferir la solución a un contexto distinto (diferente ciudad/país/etc.)]

2.4. Alcance de Escalabilidad

2.4.1. ¿Qué tan factible es que la organización pueda llegar a un número de usuarios/clientes/beneficiarios que sea 5, 10, o 100 veces superior el número previsto originalmente en el diseño del proyecto (cinco años después del cierre del proyecto)?

[Podría llegar a menos de 5 veces el número de usuarios/clientes/beneficiarios previstos en el diseño original cinco años después del cierre del proyecto]

2.4.2. ¿Qué probabilidad hay de que la organización alcance ese número cinco años después del cierre del proyecto?

[Probable (más del 50% pero menos del 90% de probabilidad)]

2.5. Relación con Grupo BID

2.5.1. ¿Se ha creado una relación comercial con otra unidad del Grupo BID diferente a BID Lab?
No.

2.6. Socios de Replicabilidad

2.6.1. ¿Tiene conocimiento de alguna otra entidad a nivel nacional o internacional que haya copiado/replicado completa o parcialmente el modelo de negocio del proyecto? ¿Ustedes colaboraron en el proceso con esa entidad?

[No]

2.7. Socios de Replicabilidad

2.7.1. ¿Número de usuarios/clientes/beneficiarios alcanzado por entidades que han replicado/copiado completa o parcialmente el modelo de negocio/productos/servicios implementado con apoyo del proyecto?

[N/A]

2.7.2. ¿Ha experimentado, en el último año, una expansión significativa (50% o más) del alcance del modelo de negocios del proyecto más allá de lo esperado en el diseño original del proyecto (debido al aumento del tamaño organizacional, alcance operativo o expansión geográfica)?

[No]

2.7.3. Número de usuarios / clientes / beneficiarios alcanzados hasta el fin del año?

[N/A]

2.8. Sostenibilidad

2.8.1. ¿Cómo cree que el proyecto continuará una vez que se acabe el financiamiento de BID Lab? Ejemplos: tiene fuentes de financiamiento externo identificadas para seguir operando, ha logrado el punto de equilibrio a través de la venta de servicios y productos, ha logrado el apoyo de instituciones públicas o del sector privado, ajustará el modelo de negocio para mantenerse viable (vía franquicias, etc.)

- Una vía que se está trabajando es la gestión de alianzas mediante convenios con otras organizaciones. - Se ha diseñado un conjunto de herraminetas para el registro de las acciones, logros y alcances del proyecto, el cual puede ser utilizado de base para la gestión de cooperación con otros organismos. - Se debe generar una estrategia de sostenibilidad basada en los servicios que se prestarán con el proyecto, mediante las diferentes herramientas que se implementen.

3. Implementación

3.1. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

3.1.1. ¿Qué aspectos específicos han afectado (positiva o negativamente) la implementación del proyecto?

[Cambios en costos]

3.1.2. Explique en detalle cómo estos factores que ha identificado han hecho que la implementación del proyecto sea más fácil o más difícil.

- El impacto financiero de las cargas tributarias por contrataciones extranjeras, que en el caso de Honduras es un 25%.

3.2. Factores de Nuevas Tecnologías

3.2.1. Si el proyecto hace uso de tecnologías o metodologías novedosas, ¿Qué factores han facilitado o dificultado la implementación de la solución tecnológica propuesta inicialmente por el proyecto?

[Interés por parte de expertos en la industria o académicos externos a la agencia ejecutora/cliente]

4. Resultados de Desarrollo (Cuantitativo)

4.0 ¿Su proyecto ha contribuido a alguno de los siguientes indicadores durante los últimos 12 meses (el año pasado)?

[4.6. No ha contribuido]

5. Resultados de Desarrollo (Cualitativo)

5.1. Población objetivo identificada en el diseño

¿Se está llegando a la población objetivo que se identificó en el diseño? Seleccione la población objetivo realmente alcanzada por el proyecto que se identificó originalmente en el diseño del proyecto.

[Ninguno]

5.2. Población atendida NO Identificada en el diseño

5.2.1. Seleccione si hay Grupos que NO fueron identificados originalmente en el diseño del proyecto pero que están siendo atendidos en la fase de ejecución.

[Ninguno]

5.3. Factores Facilitadores u Obstaculizadores

5.3.1. ¿Qué factores han afectado (facilitado o dificultado) el alcance de estos grupos, o la resiliencia/impactos ambientales, en los números/dimensiones que el proyecto tenía previsto originalmente?

[Otros]

5.3.2. Explique en detalle ¿cómo estos factores han afectado la capacidad del proyecto para llegar a los grupos (o lograr resiliencia/impactos ambientales) en los números/dimensiones originalmente esperados?

Aun se está en fase de contratación de consultorías.






INDICADORES

Superado Logrado Pendiente En proceso Atrasado

C1: Fortalecimiento del tejido empresarial turístico para la reactivación




Peso: 84% Calificación: Satisfactorio

0%

Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
I1 Número de micro, pequeñas y medianas empresas utilizando la plataforma	5175 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I2 Número de Micro, Pequeñas y Medianas empresas capacitadas en medidas de bioseguridad	4500 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I3 Número de Micro, Pequeñas y Medianas empresas capacitadas en gestion y atencion al cliente	4500 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I4 Número de Cámaras y Asociaciones Nacionales de Turismo utilizando la plataforma	15 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I5 Plataforma de formación y gestión digital operativa	1 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	

C2: Activación de la demanda turística y campañas de promoción







Peso: 0% Calificación: Satisfactorio

0%				
Indicadores		Planeado	Logrado	Estado
I1	Número de nichos o nuevos segmentos de mercado identificados	15 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I2	Número de acuerdos entre las Cámaras y actores relevantes para la promoción de nuevos nichos	5 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I3	Número de Mipymes impactadas por la campaña de promocion de la Plataforma	5000 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	

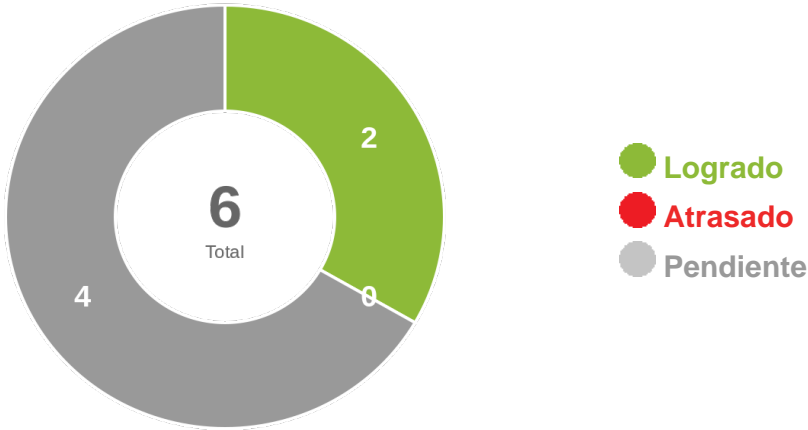
C3: Fortalecimiento de la gestión digital y ambiental de destinos






Peso: 16% Calificación: Satisfactorio

0%			
Indicadores	Planeado	Logrado	Estado
Número de destinos apoyados para cumplir los			

I1	requisitos de postulación de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) Número de Micro, Pequeñas y Medianas empresas	15 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I2	capacitadas sobre medidas de mitigación y adaptación a los efectos del cambio climático Número de Micro, Pequeñas y Medianas empresas	5000 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I3	capacitadas sobre la necesidad de conservación de la biodiversidad y los efectos del cambio climático Número de Micro, Pequeñas y Medianas empresas	5000 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I4	implementando un piloto de mitigación/adaptación a los efectos del cambio climático Emisiones evitadas (Tons CO2). 1,000 Tn por país, a \$3.00 por bono que equivale a 1 TnCO2e por año. Se estima 15,000 Tn distribuidas 20% el primer año, 50% el segundo y 30% el tercero	300 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I5	Número de Micro, Pequeñas y Medianas empresas implementando un piloto de neutralidad de carbono	15000 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	
I6		240 (2025-03-21)	0 (2023-02-08)	

HITOS



Hitos	Valor Logrado	Fecha Vencimiento	Fecha Lograda	Estado
*Plan de formación del primer año de operación	1	2023-01-31		
*Actualización del Programa de Excelencia en el Servicio	1	2023-11-30		
*Estudio en mercados priorizados	1	2024-03-31		
*Manual de riesgos y crisis en turismo	1	2024-07-31		
*Difusión, invitación y promoción de los sellos de calidad en el servicio	7	2025-03-31		
*Condiciones Previas / Prior Conditions	1	2022-09-21	2022-09-22	