Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2011 - DICIEMBRE 2011

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Aumento de la competitividad de Medellín y Antioquia a partir de la vinculación

Nro. Proyecto: CO-M1060 - Nro. Operación: ATN/ME-11808-CO

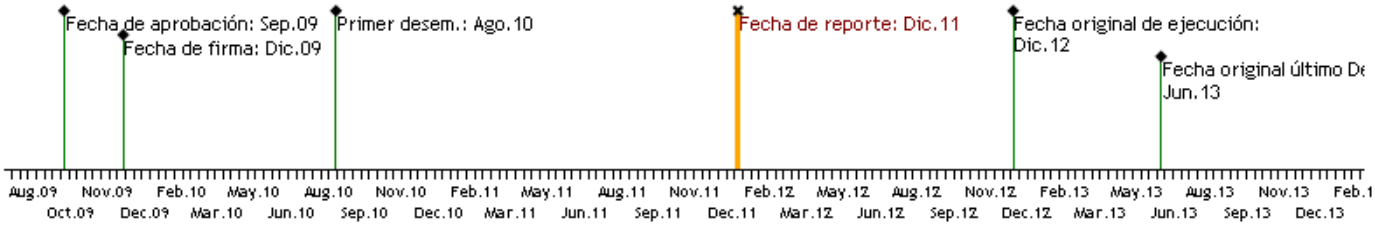
Propósito: Fortalecer la estructura empresarial e institucional para posicionar a Medellín y su área Metropolitana como destino turístico de negocios, eventos y convenciones bajo un modelo de concertación público privado y un enfoque de desarrollo territorial.

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
COLOMBIA	COLOMBIA	SME - Desarrollo de la pequeña y mediana empresa	PLED - Competitividad local

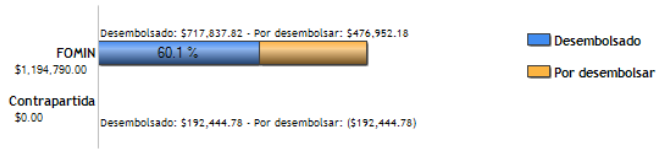
Agencia Ejecutora: CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA

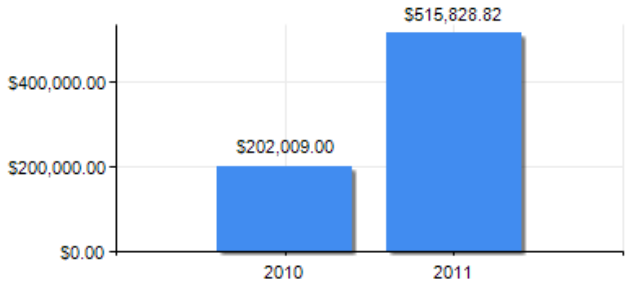
Líder equipo de diseño: Vasquez, Bibiana
Líder equipo de supervisión: Ternent, Christine Marie

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

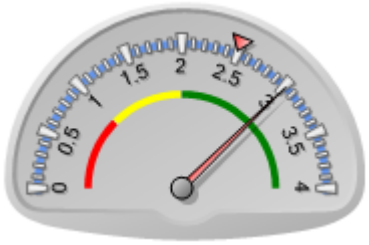


RECURSOS

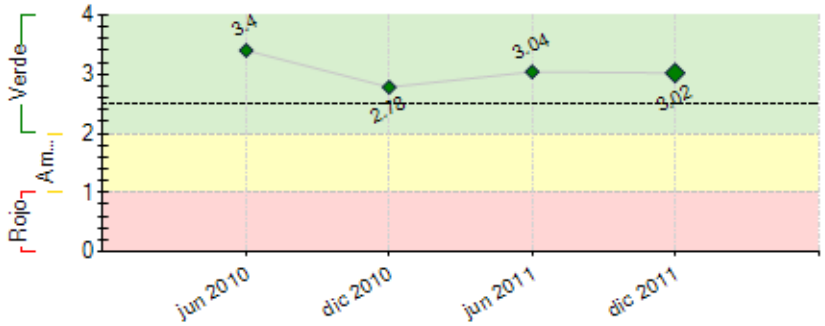




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 3.02
Promedio FOMIN: 2.492

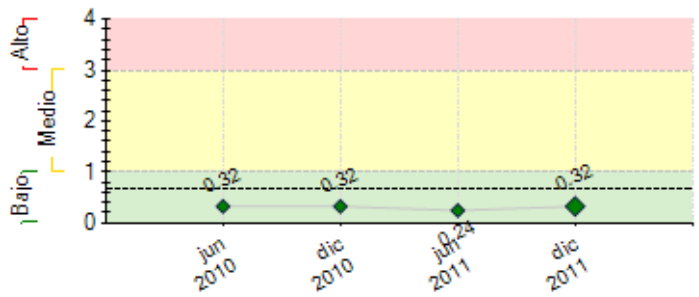


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	Bajo
Adquisiciones:	Bajo
Capacidad Técnica:	Bajo



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.666

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Durante 2010-2011 el proyecto ha ejecutado el 41.7% de sus actividades.Su ejecución ha impactado a instituciones y empresarios de los sectores estratégicos de la ciudad.Entre los principales hitos e indicadores cumplidos se destacan la intervención de 430 empresas de los cluster estratégicos,las cuales han sido fortalecidas en su modelo de negocio,procesos asociativos y cadena de abastecimiento.Se han desarrollado activos territoriales como la realización de los estudios de benchmarking que han permitido identificar las potencialidades y brechas de la ciudad frente al turismo de negocios,y han sido carta de navegación para el desarrollo de planes estratégicos de importantes instituciones del sector turístico de la ciudad,se cuenta hoy con un inventario turístico de servicios relacionados con el turismo de negocios para la ciudad y 3 subregiones del departamento.Cinco instituciones del sector turístico han firmado un acuerdo público-privado para e implementar una metodología de atracción de eventos.Cinco instituciones universitarias han asumido el reto de generar cambios en 6 programas de formación,para estar a la altura de los estándares internacionales.Importantes representantes de sectores estratégicos de la ciudad y del país han sido capacitados entorno al posicionamiento de la ciudad como destino de negocios y han reflexionado sobre el papel que juegan en el logro de este objetivo.Se ha realizado el levantamiento de un estudio de línea base de las empresas intervenidas.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Se acordó hacer la evaluación intermedia por un experto en el cluster MICE en el primer semestre de 2012.
Es importante revisar si la capacitación general en los temas indicados, son los adecuados para preparar a las empresas para atraer y beneficiarse de los nuevos eventos de turismo de negocios que se definan traer a la ciudad.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Logros alcanzados semestre 2/2011: (i)Implementación de la campaña de comunicaciones con boletines electrónicos y plan de relaciones(hito1); (ii)Firma de Acuerdo Público-Privado para la Implementación de la Metodología de Atracción de Eventos(hito3). (iii)Estudio de línea base del programa(hito4). (iv)Estudio de benchmarking internacional(hito5); (v)Consultoría para identificar las brechas de 5 programas de formación en turismo de la ciudad frente a referentes internacionales. La institución universitaria Colegio Mayor de Antioquia presentó en el semestre II-2011 la reforma curricular ante el Ministerio de Educación Nacional, para un total de 6 programas intervenidos(hito6); (vi)Finalización de intervenciones empresariales con 430 MIPYMES en programas de fortalecimiento de mecanismos de asociatividad, modelo de negocio y cadena de abastecimiento. (vii)Eventos de capacitación realizados, contando en su primera fase, con la participación de 85 personas en promedio de los cluster estratégicos de la ciudad (Componente I–I4). Con el objetivo de incrementar los impactos y garantizar la adecuada articulación entre las actividades; en el semestre II-2011 la unidad ejecutora presentó solicitud de no objeción para la modificación programática del proyecto, razón por la cual actividades programas para el año 2011 pasaron a ser ejecutadas durante el 2012.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Se realizó una reunión de consejo directivo en el que se revisaron los temas del proyecto y se definió la importancia de incluir información sobre el desarrollo de los cluster MICE a nivel internacional.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Propósito: Fortalecer la estructura empresarial e institucional para posicionar a Medellín y su área Metropolitana como destino turístico de negocios, eventos y convenciones bajo un modelo de concertación público	**P.I1**	MIPYMES se han beneficiado integralmente de las acciones del proyecto.	0				300	430	
							Dic 2012	Oct 2011	
	P.I2	Porcentaje promedio del aumento de ventas de 15 grupos de MIPYMES, con respecto a la línea de base.	0				15	0	
							Dic 2012		
	P.I3	Porcentaje promedio de aumento de la productividad de los 15 grupos de MIPYMES, a partir de la línea base.	0				5	0	
							Dic 2012		
	P.I4	Porcentaje de aumento en el número de eventos y convenciones de negocios en Medellín y su Área Metropolitana.	0				30	0	
							Dic 2012		

privado y un enfoque de desarrollo territorial.

Componente 1: Desarrollo de una metodología para la atracción de eventos de negocios para Medellín. **Peso:** 21% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	Metodología consensuada, definida.	0				1	0.1	En curso
							Dic 2012	Dic 2011	
	C1.I2	Convenio de colaboración público-privado para la implementación de la metodología, con un mínimo de 5 entidades vinculadas.	0				1	1	Finalizado
							Ago 2011	Ago 2011	
	C1.I3	Eventos de sensibilización realizados, con 600 actores.	0				4	4	Finalizado
							Dic 2010	Oct 2010	
	C1.I4	Eventos de capacitación realizados, con grupos de 30 personas en promedio.	0				8	0	Finalizado
							Mar 2012	Dic 2010	
	C1.I5	Porcentaje de cumplimiento de la agenda comprometida para el proyecto.	0				90		
							Dic 2012		
	C1.I6	Plan de trabajo, a partir de la agenda comprometida.	0				1		
							Dic 2012		
Componente 2: Articulación de los sectores económicos estratégicos definidos para Medellín y Antioquia con el sector de turismo de negocios. **Peso:** 52% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	Iniciativas conjuntas financiadas de los sectores económicos estratégicos.	0				5	0.1	En curso
							Jun 2012	Dic 2011	
	C2.I2	Propuesta curricular para implementar programas de formación en las Universidades.	0				1	0.8	En curso
							Jun 2012	Dic 2011	
	C2.I3	Iniciativas conjuntas financiadas de los sectores económicos estratégicos.	0				5		
							Ago 2012		
	C2.I4	Porcentaje de ejecución del plan de trabajo de 15 grupos asociativos.	0				90		
							Jun 2012		
	C2.I5	Universidades han iniciado un programa de formación relacionado con turismo de negocios.	0				3	0.8	En curso
							Jun 2012	Dic 2011	
	C2.I6	Porcentaje de ejecución del plan.	0				90		
							Dic 2012		
	C2.I7	Porcentaje promedio de incremento en las ventas de 15 grupos asociativos.	0				15		
							Dic 2012		
	C2.I8	Porcentaje promedio del incremento en la productividad de 15 grupos asociativos.	0				5		
							Dic 2012		
Componente 3: Desarrollo de Iniciativas público-privadas para el posicionamiento de Medellín como destino de negocios. **Peso:** 14% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Consultorías se han terminado, para revisión de la normatividad.	0				5	0.1	En curso
							Jun 2012	Jun 2011	
	C3.I2	Normatividad turística se ha ajustado.	0				1		
							Dic 2012		
	C3.I3	Diseño de los contenidos turísticos finalizado y se tienen definidas las empresas que se incluirán en la plataforma tecnológica de la ciudad.	0				1		
							Dic 2012		
	C3.I4	Iniciativas público-privadas innovadoras.	0				2		
							Dic 2012		
	C3.I5	Diseño de los productos turísticos de Medellín.	0				1		
							Dic 2012		
	C3.I6	Política pública aprobada por el Concejo de Medellín, en materia de turismo.	0				1		
							Dic 2012		
	C3.I7	Municipio de Antioquia, adicional a Medellín, que se acoge a la política pública.	0				1		
							Dic 2012		
	C3.I8	Propuesta de política pública, presentada a la Gobernación de Antioquia.	0				1		
							Dic 2012		
	C3.I9	Porcentaje de Ejecución del Plan Regional Público-Privado para posicionar a la ciudad-región como destino de negocios.	0				90		
							Dic 2012		
Componente 4: Monitoreo, lecciones aprendidas y difusión. **Peso:** 13% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Proyecto se ha dado a conocer al público en todos los niveles.	0				1	0.8	En curso
							Dic 2012	Dic 2011	
	C4.I2	Evento ha sido realizado en Antioquia, para la divulgación de resultados de impacto.	0				1		
							Dic 2012		
	C4.I3	Documento con la metodología diseñada en el proyecto, ha sido socializado ante el sector público y privado.	0				1		
							Dic 2012		
	C4.I4	Evento internacional de cierre, ha sido programado para mostrar los beneficios del programa.	0				1		
							Dic 2012		

	Hitos	**Planeado**	**Fecha de cumplimiento**	**Logrado**	**Fecha alcanzada**	**Estado**
H0	[*] Condiciones previas	7	Jun 2010	7	Jun 2010	Logrado
H1	[*] Diseño e Implementación de la Campaña de Comunicación.	1	Ago 2010	0	Ago 2010	Logrado
H2	[*] Adecuación del Sistema de Monitoreo al Programa.	1	Dic 2010	0	Ene 2011	Logrado tarde
H3	[*] Acuerdo Público Privado para la Implementación de la Metodología de Atracción de Eventos firmado.	1	Oct 2011	1	Ago 2011	Logrado
H4	[*] Desarrollo de la Línea Base del Programa.	1	Dic 2011	1	Dic 2011	Logrado
H5	[*] Benchmarking Nacional e Internacional de Ciudades exitosas en realización de Eventos de Negocios.	1	Jun 2012			
H6	[*] Instituciones de Educación Superior implementan modificaciones a sus programas de formación entorno al turismo de negocios.	4	Jun 2012	1	Nov 2011	
H7	[*] Propuesta de Política Pública para implementar una nueva normatividad entorno al turismo de negocios.	1	Jul 2012			
H8	[*] Iniciativas seleccionadas para recibir cofinanciación en el desarrollo de productos o servicios entorno al turismo de negocios.	10	Ago 2012			
H9	[*] Iniciativas público- privadas en implementación.	2	Ago 2012			
H10	[*] Plataforma Tecnológica de la Ciudad a la que se articulan las instituciones de fomento al turismo de negocios y empresas del sector.	1	Dic 2012			
H11	[*] Portafolio de productos turísticos de ciudad/región.	1	Dic 2012			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Otros, cuáles?: Expertise en el tema MICE a nivel internacional

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Tiempo de Ejecución: Gran parte de las actividades del proyecto serán ejecutadas durante el último año de ejecución 2012, lo cual representa una aceleración en el desarrollo de actividades. Esto se ve afectado a demás por procesos que requieren de tiempo para llevar a feliz término la ejecución y dar cumplimiento a los hitos en fechas establecidas, ejemplo: convocatorias, procesos de contratación, sensibilización a actores.	Bajo	Cumplimiento del cronograma establecido para garantizar el cierre de actividades en diciembre de 2012. Agilizar procesos internos que permitan cumplir el cronograma con efectividad.	Coordinador del proyecto
2. Ambiente Político: Las condiciones políticas de la ciudad referidas al cambio de administración, pueden generar retrasos en la vinculación de actores del sector público en temas referidos a la normatividad y el desarrollo de política pública de turismo.	Bajo	Plan de relacionamiento con los nuevos actores de la administración pública para dar a conocer el proyecto y sus alcances.	Coordinador del Proyecto
3. Riesgo de demanda: la dificultad por parte de los empresarios para concordar acciones colectivas, con la consecuente escasez de demanda para los fondos concursables	Bajo	Se incluyeron en el primer componente unas actividades específicas, en particular acciones para la generación de confianza, y soporte para la formación de la red intersectorial.	Coordinador del Proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 5 **RIESGOS VIGENTES:** 3 **RIESGOS NO VIGENTES:** 1 **RIESGOS MITIGADOS:** 1

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:

(i)El Plan de Desarrollo Turístico de Medellín 2011-2016,acoge los principales resultados del Benchmarking Nacional y plantea dentro de sus líneas de acción la ejecución y sostenibilidad de actividades programadas desde el proyecto.El plan de desarrollo turístico será presentado como política pública durante el 2012.(ii)Como acción de sostenibilidad y luego de desarrollar la consultoría para el diagnóstico de los programas de formación en turismo, se ha propiciado la creación de una Red de Instituciones Universitarias con programas de formación en turismo, liderada por el Cluster de Turismo, Ferias y Convenciones, cuyos objetivos son: -Contribuir a que los programas educativos de la ciudad/región en torno al turismo sean referentes internacionales. -Desarrollar una Unidad de integración misional (I+D+I) que motive a la investigación en el sector.-Generar espacios de confianza entre las instituciones universitarias de la ciudad. -Desarrollar convenios de movilidades de homologación entre las instituciones, alumnos y docentes que conforman la red.-Brindar a los docentes la oportunidad de formarse en España para complementar sus conocimientos en materia de turismo.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. No hay que subestimar el nivel dentro de la OE que necesita estar al frente de este tipo de proyectos que requiere negociación con muchos otros actores de alto nivel de la ciudad. El pasar el proyecto a la Vicepresidencia de Planeación en el segundo semestre de 2011, parece en estos momentos del proyecto, como una decisión acertada.	Implementation	Ternent, Christine Marie *[FOMIN]*
2. Es mejor comenzar el proyecto con la definición del plan de la ciudad para atraer nuevos eventos de negocios y luego definir a qué empresas afectará y cómo mejor se preparen para atender y aprovechar esos eventos.	Design	Ternent, Christine Marie *[FOMIN]*
3. La vinculación de otros sectores estratégicos no pertenecientes directamente a la cadena turística genera confusión entre los actores, pues no tienen claridad de cómo le aportan al posicionamiento de ciudad como destino turístico de negocios. Las intervenciones empresariales, si bien fortalecen a las empresas sobre temáticas importantes como asociatividad, modelo de negocio y demás, debe enfocarse hacia temas más estratégicos que brinden herramientas de vanguardia y permitan a las empresas estar mejor preparadas para el futuro.	Implementation	Restrepo, Natalia