

PLAN DE OPERACIONES*
PROYECTO PROTOTIPO¹
DELEGACIÓN DE AUTORIDAD A LAS OFICINAS DE PAÍS²
VENEZUELA
(VE-T1102)

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título	Innovación turística para generar oportunidades en comunidades indígenas de la Amazonía venezolana		
Área temática / vertical BID Lab:	Educación, Talento y Empleo / Agricultura y Capital natural		
Beneficiarios del proyecto:	Se beneficiará de manera directa a 320 personas (buscando alcanzar al menos un 50% mujeres) desde las capacitaciones y la generación de ingresos, ubicadas en 8 comunidades de la región amazónica de Venezuela con poblaciones indígenas de diferentes etnias. Como beneficiarios indirectos, se espera impactar positivamente en la población general al abrir este nuevo mercado de oportunidades y como clientes/turistas virtuales poder alcanzar y concientizar a más de 11.000 personas.		
Financiación:	Cooperación Técnica de BID Lab:	US\$ 150.000	50%
	Contraparte:	US\$ 150.000	50%
	PRESUPUESTO TOTAL DEL PROYECTO:	US\$ 300.000	100%
Período de ejecución y desembolso:	18 meses de ejecución y 24 meses de desembolso.		
Objetivo:	El objetivo del proyecto es probar productos para el mercado del turismo virtual experiencial, en comunidades indígenas de la Amazonía venezolana, que promuevan el desarrollo de habilidades digitales de las poblaciones locales, la generación de ingresos económicos y la concientización sobre la preservación de la biodiversidad.		
Revisión de Impacto Ambiental y Social	Esta operación fue examinada y clasificada según lo requerido por la política de salvaguardia del BID (OP-703) en la fecha 07 de noviembre de 2022. Dados los impactos y riesgos limitados, la categoría propuesta para el proyecto es C.		
Equipo del proyecto	Juan Pablo López Gross (MIF/MSM), Líder de equipo, Smeldy Ramirez Rufino (DIS/CDR), Cristina Parilli Lozada (DSP/DVF), Rafael Labrador (DSP/DVF), Claudia Piras (SCL/GDI), Elena Heredero (LAB/DIS), Fermín Vivanco (MIF/MSM), Christian Díaz Ordóñez (GCL/FML), Andrea Villamizar (CAN/CAN) Jossette Hernández (LAB/FIA) y Patricia Guevara (LAB/DIS)		
Unidad responsable de desembolsos	LAB/DIS		

*De conformidad con la excepción de divulgación "información específica de países" contemplada en el párrafo 4.1 i de la Política de Acceso a Información del Banco (GN-1831-28) y a solicitud del país, el documento original no se divulgará, en su lugar se divulga el presente resumen.

- ¹ Este proyecto sigue los lineamientos de los proyectos prototipo conforme a lo aprobado en los documentos MIF/AT-1565, y MIF/AT-1565-1, pero no está vinculado a la facilidad RG-O1676.
- ² La delegación de autoridad para la aprobación de operaciones de prototipos de CT de hasta 150.000 dólares EE. UU. se establece en el marco del MIF-GN-123.

II. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

A. Descripción del problema

- 2.1. La región de Venezuela ubicada al sur del río Orinoco, con una extensión de más de 490.000 km², pertenece a la Amazonía, una inmensa selva de unos 8 millones de km² que con cerca del 40% del territorio de Suramérica y presencia en 9 países es considerado el pulmón del mundo con carácter de bien público global. La región amazónica de Venezuela, que ocupa los estados Bolívar y Amazonas (los más extensos del país), así como el estado Delta Amacuro y una porción del estado Apure, es única y de gran valor para este ecosistema global no solo por su tamaño, sino por contar con unas 29 áreas protegidas, una enorme riqueza y diversidad cultural (con al menos 24 pueblos indígenas de diferentes etnias) y por tener algunos de los paisajes más hermosos y megadiversos del mundo.
- 2.2. Sin embargo, **esta región viene enfrentado durante décadas enormes presiones ambientales, sociales y económicas** que han puesto en riesgo su biodiversidad, equilibrio ecológico y los derechos colectivos de sus habitantes, especialmente de las vulnerables poblaciones indígenas³. Los impactos del complejo desafío económico y social que ha vivido Venezuela⁴, han generado en la región amazónica una situación humanitaria compleja que ha impactado en la proliferación de actividades irregulares de extracción de recursos naturales y de agricultura de subsistencia, sin una política de protección del ecosistema y conservación de la fauna y flora. De toda la Amazonía, Venezuela tiene la mayor proporción de territorios indígenas (TI) y áreas naturales protegidas (ANP) afectados por estas actividades⁵.
- 2.3. Ante este difícil contexto, ha venido surgiendo en el país no solo un movimiento de organizaciones de la sociedad civil que impulsan programas de monitoreo y asistencia social para estas poblaciones vulnerables, sino también un ecosistema de emprendimiento y empresas privadas quienes, de la mano con las comunidades locales, exploran nuevas alternativas y actividades comerciales, especialmente desde la **innovación turística**.
- 2.4. **Potencial turístico no aprovechado.** Sin duda, existe un gran potencial turístico en la región amazónica de Venezuela, por su invaluable patrimonio natural/cultural y el gran talento local⁶. Sin embargo, es un ecosistema muy frágil, amenazado y donde la actividad turística presencial, tradicional y masiva se hace actualmente inviable, no sólo por los desafíos económicos y sociales del país, las dificultades logísticas para los operadores turísticos y los altos costos de bienes y servicios, sino especialmente por los riesgos de afectación a la biodiversidad o el impacto en el uso de los recursos naturales. Ante esta realidad, existe una iniciativa privada pionera en el país que, desde la tecnología, y de la mano con comunidades indígenas en la Amazonía que cuentan con una infraestructura existente de servicios básicos, como conectividad a internet satelital y acceso a electricidad, están logrando abrir camino y pilotear productos comerciales rentables para el **nuevo mercado del turismo virtual experiencial**.
- 2.5. El **turismo virtual experiencial es una nueva modalidad turística** que, a partir el uso de dispositivos tecnológicos y plataformas digitales, permite a turistas individuales, familias, empresas o grupos de interés, en cualquier parte del mundo y de forma remota, conocer un lugar, recorrerlo de forma inmersiva y vivir experiencias interactivas, personalizadas y auténticas de disfrute y/o aprendizaje.

³ https://www.wwf.org.co/donde_trabajamos/amazonas/las_seis_grandes_amenazas_de_la_amazonia/

⁴ En Venezuela se produjo una contracción de la economía del 77% durante 2013-2021 (FMI) y niveles de pobreza multidimensional en 65,2% de los hogares. Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI), Universidad Católica Andrés Bello, 2021

⁵ [Venezuela, el país amazónico con mayor proporción de territorios indígenas, afectados por minería ilegal \(biodiversidadla.org\)](https://biodiversidadla.org/Venezuela_el_pa%C3%ADs_amazonico_con_mayor_proporci%C3%B3n_de_territorios_ind%C3%ADgenas_afectados_por_miner%C3%ADa_ilegal/)

⁶ <https://eldiario.com/2022/10/12/amazonia-orinoquia-venezolana-importancia-ecologica-etnicocultural/>

Este turismo se apoya en diversos productos tecnológicos como son: experiencias en video 2D, formatos 3D, formatos inmersivos de 360 grados, así como la Realidad Aumentada (AR) y la Realidad Virtual (VR). El turismo virtual ha surgido no para sustituir al turismo presencial sino para complementarlo e innovar en la oferta, hacerla más accesible y sostenible, desplazando algunos modelos tradicionales de desarrollo turístico masivo depredadores con el entorno y las comunidades.

- 2.6. **Antes de la pandemia del COVID-19, el sector turístico ya se encontraba inmerso en una profunda transformación digital**, con un efecto disruptivo en sus procesos productivos y de consumo⁷. Actualmente, y por los impactos de la pandemia, ese proceso de digitalización, reinención y exploración tecnológica en el mercado turístico viene avanzado aceleradamente⁸ y, tal como afirma el Foro Económico Mundial⁹, podría reavivar la industria turística y ayudar a construir un modelo económico más sostenible.
- 2.7. **El mercado del turismo virtual viene creciendo** gracias al importante impulso de plataformas globales de distribución como, por ejemplo, [Amazon Explore](#), [Airbnb Online Experiences](#), el incipiente mercado del Metaverso¹⁰ y la inversión de grandes empresas como Google, Samsung, Microsoft o Meta. También, desde este enfoque, han surgido [estrategias turísticas virtuales de países como el de las Islas Feroe](#), escuelas online de innovación turística experiencial como [Hosperience](#), así como el surgimiento de interesantes startups latinoamericanas. Esta oportunidad de mercado también se enmarca en un contexto donde se estima que, durante la próxima década, el turismo genere más de 5.5 millones de empleos en ALC¹¹.
- 2.8. En el complejo contexto de la Amazonía venezolana, y entendiendo las potencialidades turísticas de esta región, se hace propicio explorar soluciones que prueben **productos y servicios en este nuevo mercado turístico virtual**, de la mano con las comunidades indígenas, que permitan desarrollar sus habilidades digitales, generar oportunidades económicas y crear conciencia sobre la importancia de preservar la biodiversidad de esta región.
- 2.9. Consideramos que la Amazonía venezolana **tiene gran potencial para generar interés turístico internacional en el mercado virtual** por sus impresionantes paisajes, un patrimonio cultural de enorme riqueza y comunidades organizadas con enorme talento.

III. LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

A. Descripción de la solución que se está probando

- 3.1. **El objetivo del proyecto** es probar productos para el mercado del turismo virtual experiencial, en comunidades indígenas de la Amazonía venezolana, que promuevan el desarrollo de habilidades digitales de las poblaciones locales, la generación de ingresos económicos y la concientización sobre la preservación de la biodiversidad.
- 3.2. Para alcanzar este objetivo, el proyecto (prototipo) buscará: (i) definir y diseñar, de la mano con las comunidades y líderes indígenas, ideas para productos que puedan probarse en el mercado del turismo virtual experiencial, (ii) desarrollar e implementar una plataforma digital para la comercialización de los productos turísticos y de artesanía local, (iii) capacitar a las comunidades en habilidades

⁷ [La ineludible apuesta tecnológica del sector turístico de América Latina y el Caribe \(BID, 2021\)](#)

⁸ <https://www.smarttravel.news/repensando-el-turismo-en-la-era-post-covid-la-digitalizacion-como-motor-de-un-sector-resiliente/>

⁹ [Virtual tourism can rebuild travel for a post-pandemic world | World Economic Forum \(weforum.org\)](#)

¹⁰ [Metaverse Tourism: Overview, Benefits, Examples, and More... \(revfine.com\)](#)

¹¹ [Why the metaverse \(really\) matters for travel \(Accenture, 2022\)](#)

¹¹ [La industria del turismo generará 5,5 millones de nuevos empleos en América Latina en una década - Forbes Argentina](#)

- digitales y en el mercado del turismo virtual, así como en prácticas de turismo sostenible y concientización para la preservación de la biodiversidad (buscando alcanzar al menos un 50% de mujeres participantes), (iv) impulsar estrategias de comunicación y mercadeo y, (v) evaluar y difundir conocimiento sobre los productos prototipo del proyecto, a través de eventos, encuestas y publicaciones.
- 3.3. Este proyecto (prototipo) se enmarca en la labor y experiencia de una reconocida organización venezolana. Ha sido pionera en Venezuela al abrir e impulsar, en distintas regiones del país, oportunidades en el mercado del turismo virtual experiencial de la mano con comunidades rurales, afrodescendientes e indígenas. Dicha institución ha creado e implementado de forma exitosa un modelo para el desarrollo de productos de turismo virtual únicos (desde un enfoque B2B y B2C) y con demanda en el mercado internacional.
- 3.4. Hasta la fecha, ha desarrollado productos turísticos inmersivos en tecnología 2D (en formato audiovisual pregrabados y en vivo, con duración de horas o días) que incluyen, por ejemplo, experiencias musicales, artesanales, agrícolas, gastronómicas, excursiones, cursos técnicos de oficios o lenguas indígenas, talleres culturales, entre otros. Han alcanzado hasta la fecha más de 2.300 clientes/viajeros virtuales de 21 países con un mercado que ha incluido, por ejemplo, empresas, universidades, colegios, grupos de afinidad, familias, organizaciones de la diáspora venezolana, entre otras. Con el apoyo de BID Lab, y en el marco de este proyecto prototipo, se buscará crear una plataforma digital para escalar la comercialización y venta, así como probar el desarrollo de nuevos productos de turismo virtual en formatos 2D, 3D, tecnología inmersiva de 360 grados y en tecnología de Realidad Virtual.
- 3.5. **Esta propuesta es innovadora en múltiples niveles:** (i) por impulsar un mercado inédito en el país, que busca generar oportunidades económicas rentables en comunidades rurales e indígenas de la Amazonía venezolana, a través de productos para el turismo virtual experiencial; (ii) por crear la primera plataforma digital para el turismo virtual en Venezuela; (iii) al potenciar la participación comunitaria y la concientización sobre la preservación de la biodiversidad en la Amazonía venezolana a través de la innovación turística; (iv) al fortalecer las capacidades en turismo sostenible y promover el desarrollo de habilidades digitales de poblaciones rurales e indígenas, que permitan cerrar las brechas existentes; y (v) por impulsar, dentro de una actividad económica inédita, un modelo de negocio que pueda generar oportunidades de ingresos y fortalecimiento de las comunidades partiendo del respeto de su identidad y su cultura.
- 3.6. **Enfoque ambiental:** En regiones de ecosistema frágil, como la Amazonía venezolana, el turismo tradicional de masas representa una importante amenaza para la biodiversidad, los recursos naturales y genera implicaciones sociales y culturales para las comunidades. Además, el turismo tradicional requiere importantes infraestructuras que usualmente implican afectar la preservación de los bosques y otros recursos naturales de la región, poniendo en peligro el hábitat de algunas especies. Pero, especialmente, este proyecto prototipo busca generar oportunidades económicas para la población local como alternativa viable frente a actividades irregulares de extracción de recursos naturales que atentan contra el ecosistema y crear conciencia en los clientes/turistas virtuales sobre la importancia de preservar la biodiversidad de la Amazonía.
- 3.7. **Enfoque en diversidad y género:** El proyecto, desde una perspectiva de respeto a la identidad, las costumbres y la autodeterminación de los pueblos, tendrá su enfoque de acción en generar oportunidades e ingresos económicos para comunidades rurales e indígenas en la Amazonía venezolana, ubicadas al sur del río Orinoco. Estas son comunidades donde conviven poblaciones mayoritariamente indígenas de distintas etnias, como pemones (taurepán,

kamarakotos y arekunas), piaroas, panare, entre otras. Estas comunidades, que son guardianes ancestrales de sus tierras, viven de actividades como la caza, la pesca, la agricultura o la artesanía, las cuales se han visto severamente afectadas por el desafío económico y social que vive el país. Desde la perspectiva de género, las actividades del proyecto vinculadas a la identificación de líderes turísticos, la formación de guías virtuales, las capacitaciones y la creación de una oferta de productos en la plataforma digital, motivarán e impulsarán la participación activa de las mujeres, siempre respetando el contexto, las costumbres y la autodeterminación de cada comunidad, pero buscando poner en valor el rol de liderazgo de las mujeres como protectoras y guardianas de los valores culturales y ancestrales de sus pueblos.

B. Descripción de los beneficiarios

- 3.8. El proyecto tendrá 18 meses de implementación y su enfoque de intervención serán **8 comunidades de la región amazónica de Venezuela**, entre las que destacan Kamarata, Canaima y Maniapure. Las comunidades seleccionadas para este proyecto prototipo ya son parte de la red de trabajo o son comunidades cercanas con interés en involucrarse. Estas comunidades cuentan con liderazgos consolidados, modelos de gobernanza definidos y una infraestructura existente de servicios básicos, gestionados por la misma comunidad, como acceso a electricidad y conectividad satelital estable, que son esenciales para esta actividad comercial.
- 3.9. El proyecto espera **beneficiar de manera directa a 320 personas** que serán capacitadas en turismo virtual y preservación de biodiversidad, buscando alcanzar al menos un 50% mujeres¹², las cuales participen en la creación y comercialización de los tours virtuales y otros productos en la plataforma digital. Como **beneficiarios indirectos**, se espera impactar positivamente en la población general de las comunidades seleccionadas, a partir de las oportunidades económicas y de empleo que puede generar el mercado del turismo virtual, y como clientes/turistas virtuales poder alcanzar y concientizar a más de 11.000 personas.

IV. LAS ETAPAS de ejecución del prototipo

A. Etapa de definición:

- 4.1. En esta etapa se definirán y diseñarán, de la mano con las comunidades indígenas y sus líderes, ideas de productos turísticos experienciales que puedan probarse en el mercado del turismo virtual, así como la definición de un modelo de negocio rentable, sostenible y equitativo que permita generar oportunidades económicas en las comunidades.
- 4.2. La cadena de valor para definir y diseñar los productos a comercializar en el mercado del turismo virtual tendrá como elemento central, para sus actividades primarias y de apoyo, la sostenibilidad y concientización sobre la preservación de la biodiversidad, poner en valor el patrimonio natural y cultural de la región, fortalecer las capacidades turísticas y desarrollar las habilidades digitales de las comunidades, así como priorizar la contratación de proveedores y prestadores de servicios locales.
- 4.3. Durante la etapa de definición se llevarán a cabo las siguientes actividades:

¹² Se desea alcanzar al menos este porcentaje buscando poner en valor el rol de liderazgo de las mujeres como protectoras y guardianas de los valores culturales y ancestrales de sus pueblos, pero podrá variar al respetar siempre el contexto, las costumbres y la autodeterminación de cada comunidad.

- i. **Diagnóstico de factibilidad técnica.** Esto incluye definir estrategias logísticas y comerciales, confirmar a las comunidades seleccionadas¹³, ofrecer asesoría estratégica sobre el mercado del turismo virtual a las comunidades, seleccionar a los líderes comunitarios que coordinarán el proyecto, definir a proveedores y prestadores de servicio locales, así como identificar aliados estratégicos (del sector privado y la sociedad civil) para los procesos de producción, comercialización, mercadeo y venta. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora.
- ii. **Diagnóstico y captación de talento** (para selección de líderes turísticos y guías de experiencias). Esto incluye realizar un proceso de identificación de talentos, habilidades destacadas en las comunidades y las principales brechas de habilidades existentes (especialmente digitales), costumbres ancestrales, atractivos culturales y naturales de la comunidad que tengan potencial turístico. Se buscará alcanzar al menos un 50% de mujeres. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora.
- iii. **Coordinación general y operativa del proyecto.** Esto incluye poder incluir en el equipo, con dedicación al proyecto, a un/a Coordinador/a General, Personal de administración, Gerente de proyectos, Gerente de Mercadeo y Coordinador de comunicaciones y socialización.
- iv. **Definición de protocolos logísticos, cronograma de actividades y manuales de procedimiento para la ejecución.** Esto incluye acordar con las comunidades un cronograma de ejecución de actividades para cada componente del proyecto, creación de esquemas logísticos (de la cadena de valor) y manuales de procedimientos por cada comunidad seleccionada. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora.
- v. **Asesoría legal para acuerdos de entendimiento (MOUs), modelo de negocio y procedimiento con líderes de las comunidades indígenas.** Esto incluye tener un marco legal sobre el tipo de productos turísticos virtuales a producir y un modelo de negocio con un acuerdo sobre la distribución de ingresos, incluyendo la creación de un fondo operativo de sostenibilidad del proyecto, administrado conjuntamente por la Agencia Ejecutora y la comunidad, que permita cubrir costos logísticos y reinvertir en nuevos equipos o servicios para mejorar la calidad de la oferta turística y su alcance. El modelo de negocio, en el marco del proyecto, no considera un acuerdo exclusivo de comercialización entre la Agencia Ejecutora y las poblaciones locales, lo cual permite a las comunidades potencialmente ofrecer también sus productos turísticos virtuales a otras empresas o plataformas de distribución. Para esto se desarrollará un acuerdo legal de referencia que pueda servir para formalizar acuerdos entre empresas o tour operadores y la comunidad organizada. Además, esto busca promover que otras empresas del sector turístico en el país puedan conocer el modelo y replicarlo, buscando escalar el impacto en más comunidades y aumentar la oferta nacional en este nuevo mercado. Adicionalmente, en el marco de esta actividad, se busca garantizar el cumplimiento a la legislación comercial y turística venezolana, acordar buenas prácticas comerciales, definir procedimientos y responsabilidades sobre el contenido de los productos, así como la preservación del ecosistema y el resguardo de los equipos humanos y técnicos. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora, con la colaboración especializada de una organización aliada externa.

4.4. **Como resultados de esta etapa se espera:** (i) la realización de un diagnóstico sobre el liderazgo femenino en comunidades indígenas para incentivar la

¹³ Los criterios básicos para seleccionar a las comunidades podrán incluir, por ejemplo, la vinculación o trabajo previo con la Agencia Ejecutora, el acceso a servicios básicos (como energía y conectividad), un patrimonio natural o cultural con potencial turístico, entre otros.

participación en la plataforma digital; (ii) definir y firmar al menos 8 Memorandos de Entendimiento (MOUs) (uno por comunidad) y acordar el modelo de negocio para la generación de los productos turísticos virtuales y la distribución de ingresos; y (iii) conceptualizar y diseñar la plataforma digital y el paquete prototipo de productos turísticos virtuales que incluiría: 1 Mundo/Interfaz de Realidad Virtual, 10 tours en formato inmersivo de 360 grados, 1 plataforma digital para la comercialización de los productos, 1 juego interactivo y 20 cápsulas en formato 2D y 3D interactivas. Se estima que la etapa de definición del proyecto durará aproximadamente 4 meses.

B. Etapa de implementación:

4.5. Esta etapa se centrará en implementar el proceso de producción, capacitación, comercialización, mercadeo y venta de los productos turísticos virtuales prototipo a través de la plataforma digital y otros canales de distribución.

4.6. Durante la etapa de implementación se llevarán a cabo las siguientes actividades:

i. **Realización de viajes aéreos y terrestres.** Esto incluye visitas y trabajo con las comunidades para los procesos de pre-producción, capacitación, producción de los productos turísticos y seguimiento/evaluación. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora

ii. **Capacitación en habilidades técnicas y digitales para el mercado del turismo virtual.** Este proceso de formación, en el marco del proyecto, será implementado en diferentes fases desde una metodología teórica-práctica y de la mano con los líderes comunitarios, técnicos especialistas, organizaciones aliadas y un programa de voluntariado individual y corporativo que promueve la Agencia Ejecutora. El desarrollo de las habilidades técnicas y digitales de las comunidades estarán enfocadas y contextualizadas para promover la creación de productos comercializables en el mercado global del turismo virtual, inicialmente para el público de habla hispana (aunque se espera puede incluir en algunos productos subtítulos en inglés o en otros idiomas). Desde un enfoque diverso, ético, contextualizado y respetuoso de la cultura y valores propios de las comunidades, se buscará cerrar la brecha digital existente para estas poblaciones rurales e indígenas y promover el uso responsable de la tecnología para generar oportunidades en este mercado. Esto incluye, por ejemplo, habilidades técnicas y digitales básicas para el uso de dispositivos tecnológicos esenciales (como cámaras de video, computadoras portátiles, teléfonos inteligentes, tabletas, proyectores de video, equipos de iluminación y sonido, entre otros), el funcionamiento de las plataformas digitales de venta y comercialización turística, así como entender el mejor uso y potencial de la conectividad satelital, así como las formas de navegar, gestionar e interactuar de forma segura y responsable con las redes sociales y el contenido digital. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora con organizaciones aliadas.

iii. **Capacitación en habilidades blandas, prácticas de turismo sostenible y preservación de la biodiversidad.** Esta actividad buscará el fortalecimiento y/o desarrollo de habilidades blandas (motivacionales y de liderazgo), que despierten el interés en la innovación turística y que a su vez motiven a las comunidades a comprender las oportunidades económicas que puede generarles este mercado, la comprensión del modelo de negocio, marco legal y conceptos básicos de administración y sostenibilidad financiera. También se

buscará fortalecer los mecanismos de participación comunitaria, el desarrollo de los liderazgos locales y de habilidades como empatía, oratoria, *storytelling*, formación de guías turísticos virtuales, el manejo de protocolos de emergencia e imprevistos, entre otras. Adicionalmente, se capacitará en comprender e impulsar prácticas de turismo sostenible y estrategias para crear conciencia y generar contenido sobre la preservación de la biodiversidad de la Amazonía. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora.

- iv. **Adquisición de kits básicos de producción audiovisual, así como equipos para las capacitaciones y logística.** Esto incluye la compra de equipos necesarios para la producción de los productos (como cámaras de video, computadoras portátiles, teléfonos inteligentes, tabletas, proyectores de video, equipos de iluminación y sonido, entre otros). También la adquisición de equipos necesarios para las capacitaciones (como *videobeam*, láminas, pizarras, entre otros) así como material logístico variado para las jornadas de producción, incluyendo equipos de bioseguridad. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora y no podrá superar un 30% de recursos BID Lab.
- v. **Conceptualización y diseño de plataforma digital para turismo virtual y del paquete de productos turísticos prototipo.** Esto incluye la implementación de un prototipo de universo virtual para el turismo en tecnología metaverso (Universe EposApp), así como la conceptualización y diseño de la plataforma digital y de cada uno de los productos de turismo virtual seleccionados, que incluiría: Mundo de Realidad Virtual, cápsulas en formato 360, 1 juego turístico interactivo en dos comunidades (Kamarata y Canaima) y cápsulas en formato 2D y 3D). Los términos de referencia de esta contratación se encuentran en el Anexo V.
- vi. **Producción y postproducción de los productos turísticos virtuales prototipo en formatos 360, 3D y 2D.** Esto incluye el proceso de ejecutar el *storytelling* (guión), filmación, edición visual, edición de sonido, entre otros, de los productos turísticos virtuales en formato inmersivo de 360 grados y como cápsulas virtuales en formato 2D y 3D. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora.
- vii. **Campana de comunicación y mercadeo.** Esto incluye impulsar una estrategia de promoción, comunicación y mercadeo de los productos turísticos virtuales y de la plataforma digital que contenga la producción de material audiovisual y gráfico para medios de comunicación, contenido web y redes sociales. Para priorizar los mercados internacionales la Agencia Ejecutora ya cuenta con una base importante de clientes. Sin embargo y como estrategia en el marco de este proyecto para potenciar la sostenibilidad y escalar la base de clientes, se propone realizar un foco de comercialización en (i) el sector corporativo de América Latina, Estados Unidos y España; (ii) universidades, colegios y sector académico internacional, con interés en temas de preservación medioambiental, diversidad, cohesión social y patrimonio cultural/natural de la Amazonía; (iii) grupos de afinidad, familias y grupos turísticos internacionales con interés en conocer destinos remotos y de difícil acceso; (iv) organizaciones de la diáspora venezolana; (v) empresas y cámaras de comercio nacionales y extranjeras con interés en obtener contenido y experiencias únicas asociadas a sus negocios o clientes; (vi) exposiciones en la Feria internacional de Turismo FITUR, entre otras. Por ejemplo, empresas o industrias en el sector gastronómico pueden comprar

paquetes turísticos virtuales vinculados a conocer de forma experiencial las costumbres gastronómicas, técnicas culinarias y productos de comunidades en la Amazonía venezolana. Asimismo, se podrían segmentar contenidos deportivos, artísticos, culturales, de bienestar, entre otros. Para esta actividad se realizará la contratación de un proveedor a definir a través de un proceso de selección competitivo. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora.

- 4.7 Como resultados de esta etapa se espera:** (i) el funcionamiento de un mundo prototipo de Realidad Virtual en tecnología Metaverso; (ii) al menos 5 productos turísticos inmersivos en formato 360 comercializados en plataforma digital y otros canales de distribución; (iii) al menos 20 productos turísticos en formato 2D y/o 3D comercializados en plataforma digital y otros canales de distribución; (iv) 1 plataforma digital de la Agencia Ejecutora en funcionamiento; (v) al menos un 70% de mujeres de las comunidades (del total de ofertantes) liderando y ofreciendo productos para la venta en la plataforma digital (vi) 320 miembros de las comunidades capacitados en habilidades técnicas y digitales para el mercado del turismo virtual; (vii) 320 miembros de las comunidades capacitados en habilidades blandas, prácticas de turismo sostenible y preservación de la biodiversidad; (viii) al menos un 50% de mujeres de las comunidades capacitadas (del total de personas capacitadas). Se estima que la etapa de implementación del proyecto durará aproximadamente 14 meses.

C. Etapa de Evaluación y Difusión de Conocimientos:

- 4.8.** Esta etapa se enfocará en evaluar, difundir conocimiento y lecciones aprendidas sobre las diversas etapas de este proyecto prototipo y sus resultados. Esta etapa será clave para validar el impacto, la rentabilidad del modelo de negocio, las potencialidades del turismo virtual en el país, la optimización de procesos, así como las potenciales estrategias de sostenibilidad y escalabilidad del proyecto.
- 4.9.** Durante la etapa de evaluación y difusión de conocimientos se llevarán a cabo las siguientes actividades:

- i. Evaluación de impacto, difusión de conocimiento y supervisión técnica del proyecto.** Esto incluye impulsar actividades para la generación de conocimiento, realizar evaluación de impacto y la supervisión técnica del proyecto. Se realizarán encuesta de línea base sobre el impacto potencial de proyecto (a nivel social, cultural y económico), la organización de eventos presenciales y virtuales para compartir conocimiento y lecciones aprendidas, así como el seguimiento y supervisión técnica del proyecto. La audiencia de los eventos incluirá actores relevantes como, por ejemplo, Google, Meta (Facebook), Booking.com y BCD Travel, así como crear nuevas relaciones con plataformas turísticas globales de distribución como Amazon Explore, Airbnb Online Experiences, plataformas de realidad virtual y el Metaverso. Además, los eventos podrán incluir workshops o talleres con otras iniciativas del sector privado y la sociedad civil en la Amazonía para promover el trabajo colaborativo, ampliar o mejorar la oferta de productos y movilizar apoyos para mejorar las necesidades logísticas u operativas. Por último, se contempla el diseño y redacción de informes mensuales del proyecto, así como un reporte final (con potencial de publicarse) de resultados y cierre de ejecución.
- ii. Producto de conocimiento audiovisual.** Esto incluye la producción de un documental que ofrezca testimonios, experiencias y lecciones aprendidas del proyecto como una pieza audiovisual emotiva, inspiradora y que pueda

sensibilizar sobre su impacto, el valor y patrimonio de las comunidades en la Amazonía venezolana, así como las potencialidades del mercado del turismo virtual experiencial en el país. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora.

iii. Diseño, impresión y entrega de certificados de capacitación. Esto incluye la entrega de certificados oficiales de asistencia y cumplimiento de requisitos de los ciclos de capacitación en el desarrollo de habilidades para los miembros de las comunidades. Esta actividad será ejecutada directamente por el equipo de la Agencia Ejecutora.

4.10. **Como resultados de esta etapa se espera:** (i) el diseño y redacción de un reporte final de resultados, lecciones aprendidas y cierre de ejecución del proyecto; (ii) la realización de 4 eventos presenciales y/o virtuales para compartir conocimiento y lecciones aprendidas buscando escalabilidad en el mercado con potenciales clientes (grupos de interés), (iii) la realización y publicación de un documental sobre el prototipo, testimonios y lecciones aprendidas publicado y; (iv) que al menos 800 miembros de las comunidades, que han formado parte del proyecto (100 personas por comunidad), participen del proceso de encuestas para definir línea base y medición de impacto.

V. AGENCIA EJECUTORA Y ARREGLOS PARA LA EJECUCIÓN:

A. Agencia Ejecutora

5.1. Una organización venezolana será la Agencia Ejecutora de este proyecto prototipo. Fundada hace más de una década esta organización se ha especializado en impulsar proyectos de turismo sostenible con impacto social en comunidades rurales y remotas con gran potencial turístico.

5.2. La Agencia Ejecutora tiene un equipo multidisciplinario de gran experiencia y capacidad, que ha demostrado tener la credibilidad y la confianza de las comunidades para implementar de manera efectiva este proyecto prototipo.

B. Mecanismo de Aplicación

5.3. La Agencia Ejecutora de esta Cooperación Técnica Prototipo será responsable de implementar todas las actividades descritas en las etapas de definición, implementación, evaluación y difusión de conocimiento.

- 5.4. La Agencia Ejecutora será la encargada de los procesos de selección, contratación y supervisión de los proveedores de servicios. La función de cada proveedor está incluida en los TDRs y que consisten en forma resumida en: (i) la conceptualización y diseño de una plataforma digital para turismo virtual y del paquete de productos turísticos prototipo; (ii) la producción y post producción de productos turísticos prototipos en formatos inmersivos 360, 2D y 3D y; (iii) la evaluación de impacto, difusión de conocimiento y supervisión técnica del proyecto.
- 5.5. Criterios Específicos para Prototipos de Tecnología Digital. Las contrataciones para el desarrollo de la plataforma digital y gestión de datos contemplarán la aplicación de los Principios para el Desarrollo Digital¹⁵ que han sido respaldados por el Grupo BID.

VI. ALINEACIÓN CON EL GRUPO BID, ESCALABILIDAD Y RIESGOS

A. Alineación con el Grupo BID

- 6.1. El proyecto está enmarcado dentro dos verticales BID Lab (áreas temáticas): Educación, talento y empleo; y la vertical de agricultura y capital natural, incluyendo el enfoque transversal de género y diversidad. El proyecto se alinea a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente a: (i) ODS 5: Igualdad de género, a los sub-objetivos 5.5 sobre uso de tecnología como medio de empoderamiento femenino, y 5.5 sobre la participación de las mujeres en roles de liderazgo, (ii) ODS 8: Trabajo decente, sub-objetivo 8.9 enfocado en promover turismo sostenible y creación de empleo, y (iii) ODS 13: Acción climática, específicamente al sub-objetivo 13.3 sobre concientización en mitigación y adaptación al cambio climático.
- 6.2. También se alinea a otros esfuerzos impulsados por el Grupo BID, como el Programa Turismo Futuro (RG-T3660) y el equipo de la representación para Venezuela en la Gerencia de los Países Andinos (CAN/CVE), estando alineado al documento 'Hoja de Ruta Venezuela 2021-2023'. También se ha socializado con la Iniciativa de Amazonía BID para ver su viabilidad y potencial de escalamiento.
- 6.3. Desde el enfoque de diversidad y género, el proyecto se ha diseñado de la mano y con el aporte técnico de la División de Género y Diversidad del BID, para alinearlos a los esfuerzos del Grupo BID de promover el cierre de brechas y la generación de oportunidades para las mujeres, así como impulsar la inclusión económica de poblaciones indígenas, desde una perspectiva de respeto a la identidad, las costumbres y la autodeterminación de los pueblos.
- 6.4. El equipo de proyecto ha definido y alineado los indicadores apropiados para medir los productos y resultados del proyecto en consonancia con los 'Indicadores clave de rendimiento' (FOMIN/GN-217-2), así como la presentación más reciente de alineación estratégica, centrándose en los temas transversales. El proyecto también se alinea a los Principios de Desarrollo Digital y ha consultado los recursos de FAIRLAC para orientar el uso ético de datos y la IA en caso de requerirse.

B. Capacidad de Escalabilidad / Replicabilidad

- 6.5. La sostenibilidad financiera, capacidad de escala y replicabilidad del proyecto será impulsada por la Agencia Ejecutora a partir de su modelo de negocio, rentabilidad y alcance de mercado internacional en la actividad turística virtual, reinvertiendo fondos propios y apalancando financiamiento de aliados del sector privado y organizaciones internacionales.

¹⁵ <https://digitalprinciples.org/>

Adicionalmente, se tiene previsto poder presentar esta propuesta a la Iniciativa de Amazonía del Grupo BID para explorar su elegibilidad y potencial escalamiento con recursos adicionales.

- 6.6. Como parte de la estrategia de escalabilidad, la Agencia Ejecutora está impulsando el involucramiento y compromiso de aliados comerciales del sector privado y la sociedad civil.

C. Riesgos

- 6.7. La ejecución de este proyecto prototipo puede enfrentar diversos riesgos potenciales:

- 6.8. **Riesgo de participación.** Existe el riesgo de que miembros de algunas de las comunidades pudieran tener baja participación o involucramiento en el proyecto por falta de interés o de información. Entre las acciones principales para mitigar este riesgo se propone, por ejemplo, (i) la realización de jornadas explicativas y de sensibilización sobre el proyecto; (ii) talleres de capacitación sobre el mercado del turismo virtual, aclarando el modelo, las actividades y los potenciales beneficios; (iii) compartir testimonios y experiencias de líderes en otras comunidades que han participado previamente de actividades similares con la Agencia Ejecutora; entre otras acciones.

- 6.9. **Riesgo tecnológico.** Existe el riesgo de que puedan surgir dificultades para el acceso, resguardo y uso adecuado de los dispositivos tecnológicos, esenciales para el desarrollo de los productos turísticos virtuales. Entre las acciones principales para mitigar este riesgo se propone, por ejemplo: (i) la adquisición por parte de la Agencia Ejecutora de kits básicos para la producción audiovisual, que sean entregados, resguardados y gestionados directamente por las comunidades; (ii) impulsar el desarrollo de habilidades digitales en las comunidades y la capacitación para la utilización adecuada de los equipos; entre otras acciones.

- 6.10. **Riesgo operativo de implementación.** Existe el riesgo de que la Agencia Ejecutora enfrente retos operativos y logísticos de implementación, vinculados a dificultades por el contexto económico y social de la región amazónica y el país. Entre las acciones principales para mitigar este riesgo se propone, por ejemplo: (i) enfocar el desarrollo de actividades en comunidades que ya cuentan con servicios básicos esenciales para el proyecto (ej. acceso a energía y conectividad); (ii) priorizar la contratación de proveedores locales, que cuenten con experiencia previa de trabajo en la región amazónica; (iii) coordinar y sumar esfuerzos con otras organizaciones privadas, de sociedad civil y aliados estratégicos que estén activas en las comunidades; (iv) tomar en consideración las experiencias y lecciones aprendidas de otros proyectos BID Lab y operaciones

del Banco en el país, así como de otros organismos internacionales; entre otras acciones.

D. Condiciones especiales y excepciones

- 6.11. La Agencia Ejecutora será la encargada de los procesos de selección, contratación y supervisión de los proveedores de servicios, realizando en el marco del proyecto un máximo de 3 contrataciones competitivas o directas (en el caso de justificarse por la existencia de proveedores únicos el mercado con la experiencia requerida). La función de cada proveedor está incluida en los TDRs.

VII. PRESUPUESTO RESUMIDO

- 7.1. El proyecto tiene un coste total de US\$300.000, de los cuales US\$150.000 (50%) será proporcionado por BID Lab y US\$150.000 (50%) por la contraparte.
- 7.2. El instrumento que se utilizará es una cooperación técnica no reembolsable, dada la necesidad de responder con agilidad a la demanda para prototipar esta solución innovadora con alto impacto potencial, la diseminación de conocimiento y la validación del modelo de negocio.

Categorías de proyecto	BID Lab	Contraparte	Total
1. Etapa de Definición	US\$ 0	US\$ 56.520	US\$ 56.520
2. Etapa de Implementación	US\$ 112.409	US\$ 52.380	US\$ 164.789
3. Etapa de Evaluación y Difusión de Conocimientos	US\$ 32.091	US\$ 34.600	US\$ 66.691
4. Auditoría e Imprevistos	US\$ 5.500	US\$ 6.500	US\$ 12.000
Gran Total	US\$ 150.000	US\$ 150.000	US\$ 300.000
% de financiación	50%	50%	100%

VIII. CUMPLIMIENTO DE LOS HITOS, ARREGLOS FIDUCIARIOS E INFORMES

- 8.1. **Desembolso por resultados.** La Agencia Ejecutora se adherirá al desembolso estándar de BID Lab según los resultados establecidos en las “Directrices operativas para la gestión de hitos y la supervisión financiera para proyectos de cooperación técnica de BID Lab y PES” (actualizado en 2019). El monitoreo se llevará a cabo de acuerdo con las políticas de desempeño y gestión de riesgos (cumplimiento de hitos) establecidas en estas Directrices Operativas. Los desembolsos del proyecto dependerán de la verificación del logro de los hitos. Estos hitos se verificarán utilizando sus medios de verificación, que se acordarán entre la Agencia Ejecutora y el Laboratorio del BID. El logro de los hitos no exime a la Agencia Ejecutora de la responsabilidad de alcanzar los indicadores del marco lógico y los objetivos del proyecto.
- 8.2. **Supervisión del proyecto.** El proyecto estará asociado a la línea de actividad RG-O1676 en los sistemas del Banco. Será supervisado por el Especialista de BID Lab para Venezuela desde la sede principal del Banco (Washington D.C.), en coordinación con el equipo de la representación para Venezuela en la Gerencia de Países Andinos (CAN/CVE) y ejecutado en coordinación con el equipo de proyecto para RG-O1676.
- 8.3. **Adquisiciones.** La Agencia Ejecutora deberá contar con una política de adquisiciones de tal manera que las adquisiciones vinculadas al Proyecto se realicen a precios de mercado competitivos. Asimismo, deberá preparar un plan de compras y contrataciones (el “Plan de Compras y Contrataciones”) aceptable para el Banco, que detallará los contratos de adquisición de bienes y servicios necesarios para la ejecución del Proyecto, incluyendo el costo estimado de cada contrato y los métodos propuestos para la adquisición de bienes y servicios,

- incluyendo servicios de consultoría. El Banco podrá pedir informes anuales de la ejecución del Plan de Compras y Contrataciones por la Agencia Ejecutora. La aplicación de las políticas de adquisiciones, los términos de referencia y contratos para la adquisición de bienes y servicios, el Plan de Compras y Contrataciones y su cumplimiento podrán ser revisados ex ante o supervisados por el Banco en forma ex post, a su discreción.
- 8.4. **Gestión financiera.** Los desembolsos se realizarán de conformidad con las Directrices de gestión financiera para proyectos financiados por el BID (OP-273-12) del 2 de julio de 2019 o futuras actualizaciones. La Agencia Ejecutora deberá mantener los datos financieros y los sistemas de control interno contable y administrativo aceptables para el Banco, a fin de proporcionar la documentación necesaria para permitir la verificación por parte del Banco de las adquisiciones y gastos del Proyecto y facilitar la preparación oportuna de los estados financieros, presupuestos, e informes. El Banco se reserva el derecho de auditar todos los estados financieros, controles internos, adquisiciones u otros aspectos del Proyecto.
- 8.5. **Estados financieros.** La Agencia Ejecutora deberá preparar y mantener a disposición del Banco sus estados financieros anuales, los que deberán ser certificados por un auditor externo aceptable para el Banco e incluir una nota referida al uso de los recursos de la Contribución y de los Aportes para el Proyecto. Los estados financieros deberán ser presentados al Banco dentro de los 90 días calendario siguientes al cierre de cada ejercicio. Junto con la entrega de los estados financieros anuales, la Agencia Ejecutora deberá presentar al Banco una certificación de integridad, transparencia y uso de fondos, cuyo formato se entregará oportunamente.
- 8.6. **Informes de Estado del Proyecto:** La Agencia Ejecutora es responsable de presentar un Reporte de Estado del Proyecto (PSR por sus siglas en inglés) a BID Lab dentro de los 30 días siguientes al final de cada semestre o con más frecuencia si lo requiere BID Lab. El PSR debe incluir información sobre la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos y la contribución a alcanzar el objetivo del proyecto tal como se presenta en la Matriz de Resultados (Anexo I) y otros instrumentos de planificación. Además, el documento debe incluir información sobre los desafíos encontrados durante el período de implementación y posibles rutas para abordar estos desafíos. Dentro de los 90 días siguientes a la finalización del período de ejecución, la Agencia Ejecutora presentará al BID Lab un PSR Final, una estrategia de sostenibilidad y escalamiento, y lecciones aprendidas.
- 8.7. **Coordinador/a del Proyecto:** La Agencia Ejecutora nombrará un/a Coordinador/a del Proyecto entre su personal existente. Los gastos relacionados con los costos de coordinación y/o administración del proyecto no son elegibles bajo la contribución del BID Lab, sino que dichos gastos deben ser financiados por la contribución de contraparte. El coordinador del proyecto tendrá la responsabilidad general de la gestión del proyecto, incluida la presentación de informes de resultados de proyectos, el seguimiento de los hitos y resultados y la coordinación con el BID Lab.

APROBACIÓN

Este prototipo de cooperación técnica está recomendado y aprobado para su financiación en el marco de la Línea de Actividad de Prototipos de Innovación del BID Lab MIF/GN-123 (número de proyecto RG-O1676, número de documento MIF/AT-1565 y número de resolución MIF/DE-8/19).

Recomendado por: Juan Pablo López Gross, Líder de equipo BID Lab.

Fecha:

Aprobado por: _____

Miguel Coronado, Representante del Grupo BID para Venezuela

Fecha:

17 de febrero, 2023