

DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

Regional
Belice, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua y Perú

Alianza Internacional para el Mercadeo y Comercialización de Servicios de Turismo Sostenible

(RG-M1103)

MEMORANDO DE DONANTES

Este documento fue preparado por el equipo de proyecto integrado por: Betsy Murray, FOMIN/CR, Jefe de Equipo; Santiago Soler, FOMIN/OPS; Trond Norheim, RE2/EN2; Diego Buchara, LEG/OPS; Ileana Pinto, COF/CCR; Edgar Zamora, FOMIN/CR y Gustavo Segura, Consultor.

ÍNDICE

I.	RESUMEN EJECUTIVO.....	1
II.	ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	2
A.	TURISMO, GENERADOR DE DIVISAS Y DESARROLLO ECONÓMICO	2
B.	LA CADENA DE VALOR EN TURISMO Y LAS TENDENCIAS DE SOSTENIBILIDAD.....	2
C.	NECESIDAD DE UN ENFOQUE MULTI-PAÍS PARA EL PROYECTO.....	3
D.	VALOR AGREGADO DEL APOORTE DEL FOMIN	4
III.	OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
A.	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	4
B.	COMPONENTES Y ACTIVIDADES.....	4
IV.	COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	7
A.	COSTO Y FINANCIAMIENTO	7
B.	SOSTENIBILIDAD DEL PROGRAMA.....	7
V.	EJECUCIÓN DEL PROGRAMA	8
A.	ORGANISMO EJECUTOR Y MECANISMO DE EJECUCIÓN	8
B.	ADQUISICIÓN DE BIENES Y SERVICIOS.	10
VI.	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	10
VII.	BENEFICIOS Y RIESGOS	11
A.	BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	11
B.	RIESGOS	11
VIII.	ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES.....	11

ANEXOS

ANEXO I	Matriz de Marco Lógico
ANEXO II	Presupuesto Resumido
ANEXO III	Lista de Proyectos del Clúster del FOMIN

APÉNDICES

Apéndice 1	Proyecto de Resolución
------------	------------------------

INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LOS ARCHIVOS

Documento I: Reglamento Operativo

Documento II: Presupuesto Detallado

Documento III: Gráfico GANTT de plan de ejecución

Documento IV: Plan de Adquisiciones

Documento V: Estatutos de Asociación Alianza del Bosque Lluvioso

Documento VI: Carta de compromiso de contrapartida

Documento VII: Análisis de Riesgos

Documento VIII: Evaluación Institucional

SIGLAS Y ABREVIATURAS

RA-CR	Asociación Alianza del Bosque Lluvioso (<i>Rainforest Alliance</i>), oficina de Costa Rica
CESI	Comité de Impacto Ambiental y Social
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
GEF	Fondo para el Medio Ambiente Mundial (<i>Global Environment Facility</i>)
MiPyMEs	Micro, pequeña y medianas empresas
OMT	Organización Mundial de Turismo
PIB	Producto Interno Bruto
POA	Plan Operativo Anual
RCTSA	Red de Certificación del Turismo Sostenible de las Américas
RO	Reglamento Operativo
UC	Unidad Coordinadora

**Alianza Internacional para el Mercadeo y Comercialización
de Servicios de Turismo Sostenible
(RG-M1103)**

I. RESUMEN EJECUTIVO

Países Beneficiarios: Belice, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua y Perú

Agencia Ejecutora: Asociación Alianza del Bosque Lluvioso (Rainforest Alliance), en Costa Rica -en adelante RA-CR.

Beneficiarios: Los beneficiarios directos serán: a) 300 MiPyMEs que adoptan buenas prácticas de turismo sostenible y b) 80 operadoras de turismo receptivo en los países participantes, que harán negocios con MiPyMEs ejecutando buenas prácticas. Beneficiarios indirectos incluyen: a) 5.200 proveedores de servicios turísticos que suplen a estas 80 operadoras, que adoptarán criterios de sostenibilidad; b) 40 operadores de turismo en mercados emisores, que incluyen MiPyMEs proveedores que implementan prácticas de turismo sostenible; c) los empleados, comunidades y destinos turísticos donde están estas MiPyMEs.

Monto y fuente:	FOMIN ¹	US\$ 2,987,596 (50%)
	Aporte de contrapartida	US\$ <u>2,915,715 (50%)</u>
	Total:	US\$5,903,312 (100%)

Objetivos y descripción El **fin** del proyecto es incrementar la competitividad y reconocimiento internacional de las MiPyMEs que adoptan buenas prácticas de turismo sostenible en los países participantes. El **propósito** es crear y fortalecer relaciones comerciales entre los canales internacionales de comercialización y MiPyMEs que implementan buenas prácticas de turismo sostenible. Los **componentes** son: 1) consolidación de la oferta de servicios de turismo sostenible; 2) fomento de vínculos entre operadoras de turismo receptoras y emisoras para comercializar el turismo sostenible; 3) mercadeo y comunicación internacional; y 4) evaluación y difusión de lecciones aprendidas.

Plazos:	Período de Ejecución:	48 meses
	Período de Desembolso:	54 meses

Condiciones contractuales especiales: **Condiciones previas al primer desembolso de los recursos del Banco:** que haya entrado en vigencia el Reglamento Operativo del Programa, de conformidad con los términos previamente acordados con el Banco.

Excepciones a las políticas del BID Ninguna.

¹ La contribución del FOMIN incluye fondos que serán administrados por el Banco sin necesidad de solicitud de desembolso de parte del Beneficiario: i) US\$25.000 para el seguimiento al Clúster de Turismo Sostenible como Estrategia de Desarrollo, de conformidad al Documento MIF/GA-14-1, y ii) el equivalente del 0,5% de la contribución para cubrir los gastos relacionados con las actividades del Sistema de Evaluación de Impacto del FOMIN que serán acreditados en la "Cuenta de Evaluación de Impacto".

Impacto social y ambiental:	CESI revisó el Proyecto en su sesión 08-07 del 1 de marzo de 2007 y no presentó observaciones.
Coordinación con otras instituciones financieras de desarrollo	Se coordinarán con otras entidades de cooperación internacional, principalmente USAID, y con el GEF.

II. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

A. Turismo, generador de divisas y desarrollo económico

- 2.1 Existe una clara relación entre el desarrollo turístico y económico local en América Latina, reflejado en lo siguiente: i) turismo es la principal fuente de generación de divisas para el 83% de los países en vías de desarrollo, y es la principal actividad de “exportación” para un tercio de los países más pobres; ii) para los 40 países más pobres del mundo, el turismo es la segunda fuente más importante de generación de divisas; iii) durante la última década, el turismo ha sido el único sector donde los países pobres han tenido consistentemente un superávit de cuenta comercial. Además de servir como un importante generador de divisas para los países de la región, el turismo también ha sido una fuente importante de empleo para las zonas más remotas de los mismos.
- 2.2 Para poder combinar el concepto de turismo sostenible con el desarrollo económico de las MiPyMEs, muchas organizaciones han promovido la implementación de las buenas prácticas en turismo sostenible². El principal esfuerzo ha consistido en trabajar con las MiPyMEs oferentes de servicios turísticos, para que adopten principios de sostenibilidad en sus prácticas empresariales diarias.³ Sin embargo, el desarrollo del turismo sostenible en América Latina requiere complementar este fortalecimiento de la oferta con interesar y ampliar la demanda. Sin ambos elementos no es posible lograr la competitividad de las MiPyMEs turísticas con prácticas sostenibles, ni asegurar su acceso a los mercados internacionales.

B. La cadena de valor en turismo y las tendencias de sostenibilidad

- 2.3 Gran parte de los turistas se movilizan por medio de mayoristas. La cadena productiva del sector turismo y la participación de diferentes actores en la misma (proveedores, operadores, etc.)⁴ está muy consolidada dentro de sus estándares y clasificaciones actuales. Para incorporar elementos de sostenibilidad, y modificar la situación actual, se deben enfocar los esfuerzos en enseñar a los intermediarios el valor de trabajar con aquellas MiPyMEs aplicando mejores prácticas de turismo

² El “turismo sostenible” se aplica a cualquier viaje, que puede incluir hasta el “turismo de masas”, que hace un intento de reducir sus impactos ambientales y socio culturales adversos (OMT).

³ Los principios de sostenibilidad en turismo se refieren a los aspectos ambiental, económico y socio cultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. El turismo sostenible debe: i) dar un uso óptimo de los recursos naturales; ii) respetar la autenticidad socio-cultural de las comunidades anfitrionas; iii) reeditar a todos los actores con beneficios socio-económicos.

⁴ Operadoras de turismo receptivo – mayorista, minorista o intermediario local que recibe turistas en grupo o individuales (inbound operador); Operadoras de turismo emisora – mayorista o intermediario en los países que envían turistas (outbound operador); Proveedores – hoteles, restaurantes, tours locales, etc.

sostenible, de forma que amplíen sus oportunidades en la cadena de comercialización.

- 2.4 Se requieren productos nuevos, auténticos y diferenciados para satisfacer la nueva demanda, y los prestadores de servicios turísticos requieren estrategias y herramientas adecuadas para cumplir con las expectativas de esos mercados. Algunos intermediarios en la cadena de comercialización han respondido a la dinámica del mercado y han incorporado criterios de sostenibilidad en sus procesos de selección de proveedores.⁵ Para lograr lo anterior con más mayoristas, es necesario integrar estos conceptos activamente en los procesos de selección de proveedores, tanto de los operadores de turismo receptivo al nivel nacional como las emisoras internacionales.
- 2.5 Es fundamental asegurar la credibilidad de la ejecución de criterios de sostenibilidad en la operación de las empresas proveedoras. Se debe proporcionar a las operadoras de turismo receptoras y emisoras los medios eficientes, sencillos y veraces de asegurar que los servicios ofertados cumplen criterios de sostenibilidad. La línea de base de criterios de la existente Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas (RO- Anexo I) y su verificación sería la herramienta para proveer la garantía adecuada de la sostenibilidad de los productos disponibles en el mercado. Estos criterios incluyen, entre otros, respeto a las culturas y costumbres autóctonas, el uso racional de agua y energía, disposición de desechos, el trato a los animales silvestres, la capacitación y empleo de personal local.
- 2.6 En resumen, el desconocimiento por parte de los mayoristas y los turistas sobre los beneficios de la implementación de buenas prácticas de turismo sostenible y la certificación hace que actualmente no se reconozca su valor ni en la selección de proveedores ni con un premio en términos de precio.

C. Necesidad de un enfoque multi-país para el proyecto

- 2.7 Existen razones importantes para incluir a los siete países beneficiarios en este proyecto, y los sitios han sido seleccionados con base en los siguientes criterios: (i) el turismo representa una industria clave en términos del producto interno bruto y cantidad de empleos; (ii) existen estrategias de desarrollo turístico establecidas de manera que puedan ofrecer un marco de trabajo para el desarrollo de este Proyecto; (iii) las iniciativas de certificación u otros servicios de verificación de sostenibilidad están funcionando en los sitios turísticos o pronto iniciarán operaciones; (iv) el crecimiento de operaciones de turismo no sostenible amenaza los ecosistemas frágiles y el bienestar de las comunidades locales. Además, es necesario tener suficientes países participando en el Proyecto para alcanzar una masa crítica de MiPyMEs a fin de que el mercadeo y la comercialización internacional del turismo sostenible funcionen. La mayoría de las MiPyMEs turísticas en América Latina tienen capacidad limitada para realizar acciones eficaces y eficientes de mercadeo, y la ejecución de una estrategia de mercadeo conjunta les facilitaría la presencia en los mercados que no podrían obtener en forma individual. Será importante incluir tanto países que están bien posicionados en el mercado turístico (como México), junto con destinos incipientes (como

⁵ Experiencia del proyecto ATN/ME-8382-RG en Costa Rica, Ecuador, Guatemala y Belice.

Nicaragua); la presencia de los primeros hará que los operadores de turismo consideren también otros destinos, los cuales se beneficiarán y aprovecharán entonces la reputación de los consolidados. Se planea diversificar las modalidades de turismo promovidas, que irían desde un turismo basado en la naturaleza (como Costa Rica), hasta un turismo basado más en la cultura (como Perú). Finalmente, el proyecto debe tener un enfoque regional para aportar valor agregado a los proyectos del Clúster de Turismo Sostenible del FOMIN y a la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas (RCTSA) en funcionamiento desde 2004.

- 2.8 Varios gobiernos trabajan en posicionamiento regional de turismo, (e.g. Mundo Maya), y se coordinará los esfuerzos con cada una de estas campañas en marcha en los países participantes.

D. Valor Agregado del aporte del FOMIN

- 2.9 El valor agregado del proyecto entre RA-CR y FOMIN está basado en trabajar de forma integral con la cadena de comercialización de los operadores en la industria de turismo desde el proveedor local hasta la operadora de turismo emisora internacional. Se diferencia a otros proyectos enfocados en un eslabón de la cadena de suministro, ya que esta alianza pretende trabajar a través de toda la cadena de valor, con un énfasis especial en los operadores mayoristas internacionales, los cuales son actores principales en la conformación final del producto turístico ofrecido al turista, consumidor final. Se creará un efecto demostrativo para otras empresas sujetas de incorporarse al proceso en el futuro. Otro valor agregado será la consolidación de una red regional que incluya todos los proyectos de turismo sostenible financiados por el FOMIN en la RCTSA (que cuenta actualmente con 75 entidades miembros de 25 países) y eventualmente a otros proyectos del clúster de turismo de FOMIN. Esto facilitará la apropiación de la estrategia del proyecto por parte de colaboradores clave de turismo, líderes de proyectos y organizaciones de turismo sostenible en las Américas y, otorgará gran apoyo a los objetivos del Plan de Acción del Clúster de Turismo Sostenible del FOMIN.

III. OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

A. Objetivos del proyecto

- 3.1 El **fin** del proyecto incrementar la competitividad y reconocimiento internacional de las MiPyMEs que adoptan buenas prácticas de turismo sostenible en los países participantes. El **propósito** es crear y fortalecer relaciones comerciales entre los canales internacionales de comercialización y MiPyMEs que implementan buenas prácticas de turismo sostenible. Para lograr esto se incluyen cuatro componentes:

B. Componentes y actividades

- 3.2 **Componente 1: Consolidación de la Oferta de Servicios de Turismo Sostenible (MIF US\$487.350; Contraparte US\$690.782).** El objetivo de este componente es consolidar la oferta de servicios de turismo sostenible por parte de MiPyMEs, reduciendo su fragmentación en este eslabón de la cadena de valor con una integración horizontal, de forma tal que se facilite tanto los negocios con operadores de turismo, como el mercadeo de destinos (RO Sección 4.4). El

- proyecto financiará consultorías de largo y corto plazo para llevar a cabo, entre otros, las siguientes actividades: i) identificar organizaciones nacionales clave para el turismo y facilitar la formación de instructores y de verificadores/evaluadores locales para que brinden los servicios de verificación de cumplimiento de estándares; ii) negociar acuerdos con operadores de turismo receptivo para incluir proveedores de turismo sostenible en sus itinerarios y sus esfuerzos de mercadeo de destinos; iii) capacitar a operadores de turismo receptivo en mejores prácticas de turismo sostenible; iv) presentar anualmente el concepto y aplicación de buenas prácticas de turismo sostenible por medio de un Foro Nacional de Turismo en cada país; v) realizar foros internacionales sobre monitoreo y evaluación de impactos y herramientas de mercadeo. Este componente se implementará dentro de la RCTSA y con MiPyMEs de los proyectos en ejecución del clúster de turismo de FOMIN.
- 3.3 Como resultados se espera obtener: i) 10% de incremento anual (a partir del año 2) en el número de operaciones de turismo que implementan mejores prácticas a través de la consolidación de alianzas con actores clave (incluyendo operadores de turismo receptivo); ii) alianzas con al menos 80 operadores de turismo receptivo que beneficiarán directamente a unas 300 MiPyMEs participantes, e indirectamente a 5.200 MiPyMEs en los países participantes y iii) acuerdos de compra directa firmados con al menos 50% de las MiPyMEs participantes.
- 3.4 **Componente 2: Vínculos creados entre Operadoras de turismo receptoras y emisoras para comercializar el Turismo Sostenible (MIF US\$302.246; Contraparte US\$169.365).** El objetivo de este componente es incorporar las prácticas de turismo sostenible verticalmente a lo largo de la cadena de valor, a través del establecimiento de relaciones comerciales con intermediarios. El proyecto financiará consultorías de largo y corto plazo para: i) capacitar a operadores de turismo que son emisores y organizaciones de consumidores en temas de turismo sostenible; ii) desarrollar herramientas “*business-to-business*”⁶ para facilitar los vínculos entre operadores de turismo receptivo en los países participantes, que incluyen a las MiPyMEs con buenas prácticas en su oferta, y operadores emisores; y iii) negociar acuerdos comerciales con operadores emisores para incluir proveedores de servicios de turismo sostenible en sus itinerarios y promoción internacional.
- 3.5 Como resultados de este segundo componente se tendrán: i) 40 operadores de turismo emisores en Europa y América del Norte que incluyen operaciones de MiPyMEs sostenibles o certificadas en su oferta y ii) 20 operadores de turismo emisores que establecen relaciones comerciales con operadores de turismo receptivo en los países participantes.
- 3.6 **Componente 3: Mercadeo y comunicación internacional (MIF US\$1.122.627; Contraparte US\$808.383).** El objetivo de este componente es incrementar la presencia en medios y reconocimiento de operaciones de MiPyMEs comprometidas con prácticas de sostenibilidad, a través de comunicación y mercadeo internacional dirigido tanto al operador de turismo como al turista individual. El proyecto financiará consultorías de largo y corto plazo y servicios

⁶ Por ejemplo listas de verificación y medios para calificar el grado de sostenibilidad de la operadora; herramientas para la capacitación del personal en selección y evaluación de servicios turísticos sostenibles; diseño de productos sostenibles, clasificación y selección de proveedores sostenibles, un sistema de incentivos o premiación

para las siguientes actividades, entre otras: i) distribuir comunicados de prensa a periodistas seleccionados en Estados Unidos y América Latina de los acuerdos realizados con los operadores internacionales de turismo; ii) llevar a cabo viajes de familiarización a los sitios escogidos para operadores de turismo emisores y editores de las guías de viaje; iii) desarrollar y distribuir catálogos, CDs, panfletos, etc. con información de operaciones de turismo sostenible en los países beneficiarios y en los mercados meta; iv) participar en ferias internacionales de turismo, consolidando pabellones de turismo sostenible que representen las MiPyMEs beneficiarias y operadores asociados; v) expandir el alcance del “*Eco-Index of Sustainable Tourism*”⁷; vi) preparar acuerdos con casas editoras de guías de viaje; vii) identificar aerolíneas internacionales y negociar acuerdos para apoyar el mercadeo; viii) desarrollar itinerarios de turismo sostenible en colaboración con compañías de sitios de viajes en Internet; ix) crear videos promocionales en varios idiomas sobre operaciones de turismo sostenible de las MiPyMEs; x) crear contenidos en el sitio web para las MiPyMEs sobre cómo promocionar y mercadear sus servicios, resaltando su compromiso con la sostenibilidad; xi) preparar acuerdos comerciales con agencias de relaciones públicas y mercadeo a cargo de las campañas promocionales de los países beneficiarios, regionales o de multi-destino relevantes y xii) identificar prospectos y preparar acuerdos comerciales con organizaciones de turismo sin fines de lucro y empresas multinacionales clave.

- 3.7 Como resultados de este componente se tendrían: i) un incremento del 10% cada año de la participación de las MiPyMEs en las actividades de mercadeo y promoción del proyecto; ii) un mínimo de 20 alianzas internacionales de mercadeo y abastecimiento con compañías relevantes de viajes internacionales; iii) presencia del proyecto y los conceptos que promueve en los medios internacionales de comunicación y en la industria turística, educando a los consumidores e instituciones clave acerca del tema de turismo sostenible.
- 3.8 **Componente 4: Evaluación y difusión (MIF US\$372.971; Contraparte US\$373.258).** El objetivo de este componente es gestionar el conocimiento generado durante el proyecto y medir efectivamente los impactos del proyecto en las organizaciones involucradas, como efecto demostrativo para interesar a otros que puedan beneficiarse. El proyecto financiará consultorías de largo y corto plazo para: i) desarrollar el sistema de Monitoreo y Evaluación (MyE) para identificar, monitorear y evaluar los cambios (efectos) en los distintos segmentos del mercado (oferta, cadena de comercialización y consumidores); ii) desarrollar la línea de base de sitios (por país), con base en la información generada de las verificaciones de implementación de mejores prácticas en las empresas e información del contexto nacional; iii) capacitar a las organizaciones locales y operadores de turismo participantes para la implementación del sistema de MyE; iv) diseñar una línea de base del mercado (la cadena de comercialización y los consumidores); v) realizar evaluaciones acumulativas periódicas para la incorporación de lecciones aprendidas, optimizar estrategias de intervención y aprovechar tendencias del mercado; vi) documentar estudios de caso; vii) desarrollar un sistema de aseguramiento de calidad para las actividades del proyecto.

⁷ www.eco-index.org/tourism base de datos en Internet creado bajo ATN/ME-8382-RG que le permite a los turistas seleccionar proveedores de servicios turísticos sostenibles.

- 3.9 Como resultados de este componente, que refleja las actividades de los tres componentes anteriores, se medirá: i) crecimiento de la oferta de negocios sostenibles en los países meta; ii) cambios en la oferta seleccionada en las cadenas de comercialización participantes; y iii) aumento en la exigencia de servicios de turismo sostenible por parte de consumidores.

IV. COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

A. Costo y financiamiento

- 4.1 El costo del proyecto se estima en US\$5.903.312 de los cuales US\$2.987.596 serán aportados por el FOMIN y US\$2.915.715 de contrapartida de RA-CR, siendo al menos la mitad en efectivo.
- 4.2 El presupuesto estimado del proyecto se presenta a continuación:

Presupuesto estimado del proyecto (En dólares de los EE.UU.)			
Categorías Presupuestarias	Contribución FOMIN	Aporte Contrapartida	TOTAL
Administración	329.101	608.516	937.617
Logística	222.820	208.240	431.060
Componente 1	487.350	690.783	1.178.133
Componente 2	302.246	169.365	471.611
Componente 3	1.122.627	808.383	1.931.010
Componente 4	372.971	373.258	746.229
SUBTOTAL	2.837.115	2.858.545	5.695.660
Imprevistos	56.742	57.171	113.913
Evaluaciones externas	42.000		
Auditorías (4)	12.000		
TOTAL	2.947.857	2.915.716	5.863.573
Actividades de Clúster	25.000		25.000
Cuenta de Evaluación de Impacto	14.739		14.739
GRAN TOTAL	2.987.596	2.915.716	5.903.312
<i>Porcentajes de participación</i>	50%	50%	

B. Sostenibilidad del programa

- 4.3 La estrategia de sostenibilidad técnica del Proyecto se centra en la inclusión de prácticas de sostenibilidad como parte del *modus operandi* en las transacciones entre los eslabones de la cadena de valor en servicios turísticos. Se enfatiza la

consolidación de acuerdos comerciales y el mercadeo que buscan la permanencia de las prácticas de sostenibilidad como parte intrínseca del servicio turístico tanto de los proveedores como de los intermediarios involucrados con el Proyecto. Las herramientas creadas por el proyecto serán divulgadas entre operadores de turismo e incorporadas en sus procesos regulares de selección de proveedores, mientras que los servicios de verificación podrán ser contratadas de los evaluadores entrenados.

- 4.4 Se realizará un taller de sostenibilidad con el fin de analizar la efectividad de la estrategia del proyecto para acciones futuras. El modelo que resulte de la implementación del proyecto podría ser replicado en otros países latinoamericanos.

V. EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

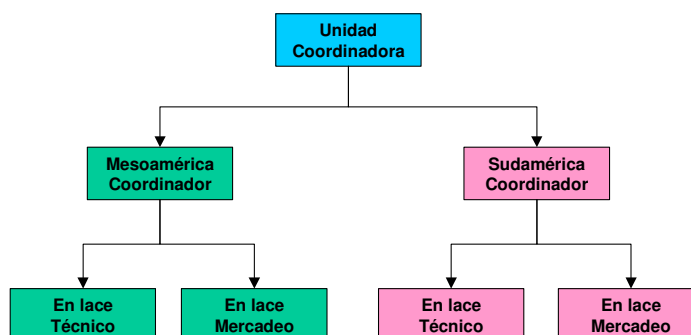
A. Organismo Ejecutor y Mecanismo de Ejecución

- 5.1 **Organismo Ejecutor.** La Agencia Ejecutora del proyecto será la Asociación Alianza del Bosque Lluvioso (*Rainforest Alliance* Costa Rica, RA-CR). Desde hace 8 años, RA-CR trabaja al nivel local, regional y mundial para aumentar y fortalecer la oferta de servicios de turismo sostenible y la demanda para estos bienes y servicios en el mercado global. Al nivel local, RA-CR ha trabajado con MiPyMEs, entrenando a más de mil empresarios y brindando asistencia técnica a operaciones turísticas en mejores prácticas para el turismo sostenible. Ha creado también enlaces con el mercado para estas MiPyMEs a través de acuerdos con más de 25 operadores de turismo al nivel nacional e internacional. Como parte del proyecto ATN/MT-8382-RG, RA-CR ha liderado la consolidación de la Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas, que incluye todos los programas de certificación operando en el continente. En el análisis de riesgos y el análisis institucional realizados por el Banco se verificó la capacidad de RA-CR para hacer frente a los requerimientos de contrapartida y la gestión del proyecto al nivel regional.
- 5.2 RA-CR alcanzará los objetivos a través de su trabajo directo, con la contratación de consultorías locales e internacionales y por medio de alianzas con proyectos del Clúster de Turismo Sostenible del FOMIN y otras iniciativas en los países participantes. Para el desarrollo de este proyecto, RA-CR utilizará y divulgará una serie de herramientas diseñadas durante el proyecto ATN/ME-8382-RG, que permitirán iniciar rápidamente hacia el logro de los objetivos.⁸
- 5.3 **Mecanismo de Ejecución.** La **Unidad Coordinadora** del proyecto (UC) estará en Costa Rica, con un Coordinador General del Proyecto, un Administrador Financiero Contable, y servicios de apoyo, quienes estarán supervisados por el Director de Turismo Sostenible. La UC funcionará con base en Planes Operativos Anuales (POA), para la coordinación técnica y la ejecución integral del proyecto. Las funciones de la UC y los términos de referencia para sus miembros se especifican en el Reglamento Operativo e incluyen: i) la gerencia integral del proyecto (financiera, administrativa y técnica); ii) la coordinación y comunicación

⁸. La lista de herramientas y documentos se incluye en el Reglamento Operativo. Por ejemplo, Buenas Prácticas para Turismo Sostenible: Una Guía para PyMEs; Buenas prácticas para turismo sostenible para Tour Operadores en Ecosistemas Marino Costeros y Bosques Tropicales; Diagnósticos de sostenibilidad; Bases de datos de medios de comunicación; Metodología para elaborar líneas base de sitios prioritarios; Demanda del Consumidor y Apoyo del Operador para Turismo Social y Ambientalmente Responsable

con los diferentes actores del Proyecto; iii) la contratación de todos las consultorías, los bienes y servicios, incluyendo las auditorías externas anuales.

- 5.4 Para apoyo técnico de la UC, se contará con **Coordinadores Regionales del Proyecto** para dos sub-regiones, respectivamente: **Mesoamérica** (que incluirá a México, Belice, Guatemala y Nicaragua) y **Sud América** (que incluirá a Ecuador y Perú). Cada uno de estos dos Coordinadores Regionales trabajará con dos consultores especializados: **Enlace Técnico en Turismo Sostenible**, y **Enlace de Mercadeo** (ver diagrama abajo). Los términos de referencia (TDR) forman parte del Reglamento Operativo, e incluyen: i) dar asistencia técnica a organizaciones locales que ejecutan iniciativas de buenas prácticas de turismo sostenible con MiPyMEs locales; ii) reclutar y supervisar entidades que llevan a cabo las verificaciones locales de cumplimiento de buenas prácticas; iii) gestionar la firma de acuerdos de negocios del proyecto en su área geográfica respectiva, iv) coordinar consultorías para las actividades del proyecto en cada uno de los países, en las áreas de mercadeo internacional, comunicación y eventos especiales.



- 5.5 Se instalará un **Consejo Consultivo Internacional**, donde el Ejecutor participará con un representante de cada uno de los países en que opera el proyecto, que tenga reconocido prestigio y conocimiento del negocio de turismo y buenas prácticas de gestión. El Consejo tendrá reuniones presenciales o virtuales al menos una vez al año y sus principales funciones serán: (i) aportar la experiencia local en turismo, desarrollo local e integración a las diferentes iniciativas que se estén impulsando; (ii) proveer retroalimentación al Ejecutor sobre los resultados de las evaluaciones acumulativas periódicas (iii) ayudar a identificar y lograr acuerdos con potenciales beneficiarios adicionales, para expandir el impacto del proyecto.
- 5.6 **Período de ejecución.** Se estima el plazo de ejecución del Proyecto de 48 meses con un periodo de desembolso de 54 meses.
- 5.7 **Grado de preparación del Proyecto.** El proyecto ha sido acordado en términos de sus objetivos, componentes, actividades, cronograma, presupuesto y Reglamento Operativo con los términos de referencia de las consultorías principales; se hizo un análisis de los riesgos para la ejecución, y un plan de gestión de estos riesgos. El Ejecutor ha remitido una carta comprometiéndose de aportar los fondos de contrapartida.

B. Adquisición de bienes y servicios.

- 5.8 RA-CR a través de la UC, tramitará de manera centralizada las adquisiciones de bienes, servicios y consultorías contemplados en el Programa y aprobados previamente por el Banco en el Plan de Contrataciones (Archivos Técnicos-Documento IV), que se actualizará en conjunto con cada Informe Semestral de Progreso. Dichas adquisiciones se llevarán a cabo según los procedimientos establecidos en las *Políticas para la Selección y Contratación de Consultores financiados por el Banco* (GN-2350-7) y las *Políticas para la Adquisición de Bienes y Obras Financiados por el Banco* (GN-2349-7) y en los lineamientos del FOMIN del 8 de agosto de 2006.
- 5.9 Para efectos de las consultorías individuales correspondientes al Coordinador General, de Mercadeo y Comunicación del Programa, el Organismo Ejecutor podrá utilizar el método de Selección Directa (SD), con base en lo dispuesto en los párrafos 3.10(a), 3.11 y 5.4(a) del Documento GN-2350-7 (“Políticas para la selección y contratación de consultores financiados por el BID”) de julio de 2006. La justificación de la utilización de dicho método se basa en lo siguiente: (i) las tareas a ser realizadas por dichos consultores constituyen la continuación natural de los servicios realizados anteriormente en el Proyecto ATN/ME-8382-RG y la continuidad de los mismos es esencial para los servicios a ser realizados en el presente Programa, lo que fortalecerá la ejecución del mismo; (ii) el desempeño del trabajo previo realizado por los consultores ha sido calificado como más que satisfactorio (enfoque técnico, experiencia adquirida y responsabilidad profesional); y (iii) los consultores fueron contratados originalmente mediante la utilización de métodos competitivos. El monto de la contribución del FOMIN para cada contrato no superará la suma de: (i) para el Coordinador General, (US\$220,816); (ii) para el Especialista en Mercadeo (US\$173,000); y (iii) para el Especialista en Comunicaciones (US\$122,000). La contraparte contribuirá hasta alcanzar el total estimado y cualquier extensión necesaria en cada contrato conforme lo indicado en el Plan de Adquisiciones.

VI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- 6.1 **Supervisión y monitoreo.** La Representación del Banco en Costa Rica será la responsable de la supervisión y monitoreo del Programa. Un **Taller de Cierre** será programado para el final de la ejecución, para determinar los resultados alcanzados y evaluar el impacto del proyecto.
- 6.2 **Evaluación.** Se realizarán dos evaluaciones externas, las cuales serán contratadas directamente por el Banco con cargo a los recursos de la contribución FOMIN. La primera evaluación se contratará en el mes 24 de ejecución. La evaluación final se llevará a cabo tres meses antes del plazo para el último desembolso. FOMIN podrá realizar con sus recursos, una evaluación de impacto a los tres años de finalizada la operación. Para ello, el Ejecutor deberá continuar con el sistema de evaluación y monitoreo en forma permanente.

VII. BENEFICIOS Y RIESGOS

A. Beneficiarios del proyecto

- 7.1 Los beneficiarios directos serán: a) 300 MiPyMEs que están adoptando buenas prácticas de turismo sostenible en los países participantes; y b) 80 operadoras de turismo receptivo en los países donde operará el proyecto, las cuales establecerán relaciones comerciales con las MiPyMEs. Entre los beneficiarios indirectos se encuentran: a) 5.200 proveedores de servicios turísticos que suplen a los 80 operadores de turismo receptivo, los cuales incorporarán criterios de sostenibilidad en la cadena de comercialización de sus servicios; b) al menos 40 operadores de turismo en mercados emisores, a través del incremento en el número de sus proveedores, implementando prácticas de turismo sostenible; c) los empleados, comunidades (incluyendo comunidades indígenas) y destinos turísticos donde está estas MiPyMEs. Los datos recopilados por el equipo de proyecto indican que un alto porcentaje de los beneficiarios serán mujeres, lo que se confirmará durante el estudio de línea base.

B. Riesgos

- 7.2 Al no trabajar directamente con la creación de la oferta, un primer riesgo sería una demora para que las MiPyMEs con las condiciones apropiadas se incorporen en los canales de comercialización. Este riesgo estará mitigado por las actividades iniciales del primer componente, que incorporan a las organizaciones del Clúster de Turismo Sostenible del FOMIN como miembros de la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas, y utilizan la Red para identificar empresas aptas. Otro riesgo sería la complejidad de supervisión de actividades simultáneas en varios países. Para mitigar este riesgo, se ha planteado un esquema de ejecución que incluye dos Coordinadores Regionales, cada uno con un enlace técnico y otro en el área de mercadeo. Esto garantizará una adecuada comunicación y control de las actividades del proyecto.

VIII. ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES

- 8.1 El Comité de Impacto Ambiental y Social (CESI) consideró esta operación en su reunión del día 08-07 del 1 de marzo de 2007, y no tuvo comentarios.
- 8.2 La presente operación incrementará el porcentaje de operadores y emisoras de turismo sostenible, por lo que se esperan impactos ambientales positivos. También se esperan impactos socioeconómicos positivos en las regiones geográficas donde están ubicadas las MiPyMEs beneficiarias del proyecto, al aumentarse la demanda por bienes y servicios producto de un mayor número de turistas.
- 8.3 Si se promueve un desarrollo turístico sin estándares de sostenibilidad, existen varias amenazas, incluyendo la contaminación de suelos y aguas, degradación de suelos, consumo desmedido de agua y energía, pérdida de la biodiversidad y el deterioro de las comunidades tradicionales y culturas locales. Por eso, introduciendo el turismo sostenible por medio de este proyecto vendría a aportar efectos positivos en el medio ambiente y en el bienestar comunal directamente con las MiPyMEs que están implementando buenas prácticas en consonancia con los principios de sostenibilidad. Se asegurará el acceso a información sobre el

proyecto y se promoverá la participación activa por parte de los MiPyMEs beneficiarias en las regiones geográficas donde están ubicadas dichas empresas, considerando especialmente a las comunidades indígenas y grupos organizados de mujeres.

Anexo I

Alianza Internacional para el Mercadeo y Comercialización de Servicios de Turismo Sostenible RG-M1103

Marco Lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p><u>Objetivo</u> Incrementar la competitividad y el reconocimiento internacional de las MiPyMEs que adoptan buenas prácticas de turismo sostenible en los países participantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 3 años después del proyecto, 10% de incremento en las ventas de las MiPyMEs proveedoras de servicios turísticos sostenibles 10% de incremento en la ocupación promedio de las MiPyMEs proveedoras de servicios turísticos sostenibles. 20% de incremento en la cantidad de proveedores de servicios turísticos sostenibles en sitios meta. 	<ul style="list-style-type: none"> Dirección General de Estadísticas de los países involucrados. Evaluación expost llevada a cabo por el ejecutor. Encuestas expost llevadas a cabo por el ejecutor. Estudios externos, OMT. 	<ul style="list-style-type: none"> No se presentan catástrofes naturales o relacionadas con terrorismo en América Latina. Se mantiene la estabilidad social, política y económica en América Latina.
<p><u>Propósito</u> Crear y fortalecer relaciones comerciales entre canales de comercialización internacional y MiPyMEs que implementan buenas prácticas de turismo sostenible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Relaciones comerciales establecidas, que organizan la oferta de servicios turísticos implementando prácticas de sostenibilidad en los países beneficiarios¹ y que benefician a más de 5,200 MiPyMes al mes 48: 30 acuerdos de negocios firmados entre 	<p>Línea base y monitoreo de indicadores.</p> <p>Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Existen suficientes empresas con las condiciones apropiadas para incorporarse a los canales de comercialización.

¹ Los países beneficiarios son: México, Belice, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, Ecuador y Perú.

	<p>Alianza para Bosques (RA-CR) y operadores locales de turismo receptivo para incluir al menos 40% operaciones sostenibles en su oferta, para el mes 24.</p> <p>80 de estos acuerdos de negocios firmados para el mes 42.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones de negocios establecidas entre operadores de turismo receptivo y actores de los mercados emisores para que al menos 30% de su oferta sea sostenible: <ul style="list-style-type: none"> ○ 15 acuerdos de negocios firmados entre RA-CR y tour operadores emisores (en los mercados meta de Estados Unidos y Europa) para el mes 24. ○ 40 de estos acuerdos de negocios firmados para el mes 42. • Al menos 20 alianzas internacionales de mercadeo y abastecimiento firmados entre RA-CR y entidades internacionales importantes de mercadeo turístico (aerolíneas, ONGs, medios impresos, medios electrónicos, etc.) para el mes 30. • Al menos 60 tour operadores receptivos y emisores mercadeando proactivamente servicios de turismo sostenible e involucrados en el desarrollo de actividades de turismo sostenible. <ul style="list-style-type: none"> ○ 30 tour operadores incluyendo servicios de turismo sostenible en su oferta para el mes 24 	<p>Informe PCR.</p> <p>ISDP.</p> <p>Informes de progreso y final del ejecutor.</p> <p>Encuestas a nivel de canales comerciales.</p> <p>Acuerdos firmados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación e interacción entre los responsables del proyecto en cada país es completa y efectiva. • La complejidad de supervisión de actividades dispersas en varios países es administrada de forma adecuada. • Existen suficientes donantes interesados en aportar los fondos de contrapartida de manera oportuna.
--	--	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 60 acuerdos de negocios firmados para el mes 42. 		
<u>Componente 1</u> – Oferta de Productos y Servicios de Turismo Sostenible Organizada	<ul style="list-style-type: none"> • 10% de incremento anual (a partir del año 2) en el número de operaciones de turismo que implementan mejores prácticas a través de la consolidación de alianzas con actores clave (incluyendo tour operadores receptivos) • Alianzas con al menos 80 tour operadores receptivos que beneficiarán al 300 MiPyMEs participantes para el mes 48. • Acuerdos de compra directa firmados con al menos 50% de las MiPyMEs participantes para el mes 48. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales firmados entre los participantes del proyecto. • Reportes de las actividades de mercadeo. • Acuerdos comerciales firmados con tour operadores receptivos proactivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen suficientes empresas con las condiciones apropiadas para incorporarse a los canales de comercialización. • El nivel de implementación de estándares de turismo sostenible de la oferta es lo suficientemente homogéneo. • Otros proyectos del cluster de turismo del BID/FOMIN poseen disponibilidad de tiempo y recursos para participar en las actividades de verificación y apoyo a la implementación. • Es posible consolidar la oferta de servicios de turismo sostenible para actividades de mercadeo.

<p>Actividades Componente 1: Vinculando iniciativas relacionadas:</p> <p>1.1 Incorporar a las organizaciones que se encuentran ejecutando proyectos del cluster de turismo sostenible del FOMIN como miembros de la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas (RCTSA).</p> <p>1.2 Trabajar con los miembros actuales de la RCTSA en los países beneficiarios para identificar a los actores clave y organizar los foros nacionales de turismo sostenible.</p> <p>1.3 Ejecutar actividades anuales de turismo sostenible con el Foro Nacional de Turismo de cada país.</p> <p>1.4 Desarrollar e implementar un plan de asistencia técnica dirigido a fortalecer la capacidad de la Red para apoyar la implementación de buenas prácticas entre las MiPyMEs.</p> <p>1.5 Organizar 21 foros internacionales (virtuales o presenciales) sobre monitoreo y evaluación de impactos y herramientas de mercadeo.</p> <p>1.6 Fomentar la apropiación en campo de representantes de otros proyectos del Cluster de Turismo Sostenible del FOMIN para el uso de herramientas de sostenibilidad a través de pasantías.</p> <p>Estableciendo alianzas locales:</p> <p>1.7 Identificar (aplicando criterios predefinidos de selección) las organizaciones clave turísticas, ambientales y socio-culturales para trabajar en los 7 países beneficiarios (proceso reiterativo durante los 4 años)</p> <p>1.8 Facilitar la capacitación (incluyendo la formación de formadores), asistencia técnica así como las actividades anuales de reforzamiento técnico para entidades seleccionadas con base en los resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Foros Nacionales de Turismo Sostenible establecidos en todos los países beneficiarios para el mes 36. • Actividades anuales en cada país organizadas con el Foro Nacional de Turismo Sostenible correspondiente para los meses 24, 36 y 48. • 1 plan de asistencia técnica para los miembros de la Red implementado a lo largo de los 4 años del proyecto. • 3 foros internacionales (virtuales o presenciales) sobre monitoreo y evaluación de impactos y herramientas de mercadeo realizados en cada país para los meses 24 y 36. • 12 organizaciones clave identificadas en los sitios meta con sus correspondientes evaluaciones organizacionales realizadas para el mes 12. 		
---	--	--	--

<p><u>Componente 2</u> – Vínculos creados entre Operadoras Receptoras y Emisoras para comercializar Turismo Sostenible.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 40 Tour operadores emisores incluyen operaciones sostenibles o certificadas en su oferta para el mes 48 • 20 tour operadores emisores establecen relaciones comerciales con tour operadores receptivos para el mes 48. 	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales promocionales de las tour operadoras. • Acuerdos comerciales firmados con los tour operadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • El universo de tour operadores interesados en el proyecto es suficiente • Las herramientas “business to business” actuales de las tour operadoras son compatibles con las del proyecto. Cuando no lo sean, hay disposición a adoptar las herramientas del proyecto. • Existe una voluntad de los proveedores a nivel local de trabajar por una causa común en todos los países
<p>Actividades Componente 2: Preparando el proyecto: 2.1 Brindar seminarios de mejores prácticas a agentes de tour operadores emisores y organizaciones de consumidores. 2.2 Desarrollar herramientas “business-to-business” para facilitar los vínculos entre tour operadoras receptoras y emisoras. Vinculando tour operadoras comprometidas con las agencias emisoras: 2.3 Negociar acuerdos comerciales con</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 840 participantes en seminarios de turismo sostenible para el mes 48. • 40 tour operadores emisores incluyen operaciones sostenibles o certificadas en su oferta para el mes 42. • 20 tour operadores emisores establecen relaciones comerciales con operadores 		<ul style="list-style-type: none"> • Existe una suficiente cantidad de consultores capacitados o con competencias de instructor • El universo de tour operadores interesados en el proyecto es suficiente

operadores emisores para incluir proveedores de servicios de turismo sostenible en sus itinerarios y esfuerzos promocionales.	<p>receptivos para el mes 42.</p> <ul style="list-style-type: none"> Al menos 10 acuerdos firmados con tour operadores emisores para desarrollar actividades de mercadeo en conjunto para el mes 36. 		
<u>Componente 3</u> –Mercadeo y comunicación internacional	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de 10%² cada año la participación de las MiPyMEs en las actividades de mercadeo y promoción del proyecto. Un mínimo de 20 alianzas internacionales de mercadeo y abastecimiento con compañías relevantes de viajes internacionales para el mes 36. 	<ul style="list-style-type: none"> Acuerdos firmados con compañías relevantes de viajes internacionales. Reportes de progreso sobre la totalidad del proyecto, Guías de viaje publicadas. Inventario de publicaciones y eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> Existe una suficiente cantidad de consultores en mercadeo adecuados Los beneficiarios tienen interés en participar en los mecanismos de mercadeo Se mantiene o crece el interés del mercado por consumir servicios de turismo sostenible
<p>Actividades Componente 3:</p> <p>Mercadeo y comunicaciones:</p> <p>3.1 Distribuir comunicados de prensa dirigidos a periodistas seleccionados en Estados Unidos y América Latina y conducir actividades rigurosas de alcance con medios de comunicación (“<i>media outreach</i>”) para dar seguimiento a cada comunicado de prensa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 300 comunicados de prensa enviados para el mes 48. 		<ul style="list-style-type: none"> Existe compatibilidad de intereses con los posibles aliados clave

² Este porcentaje se refiere a un incremento con respecto al año anterior teniendo como línea base la cantidad de empresas que se involucren en mecanismos de mercadeo el primer año.

<p>3.2 Ejecutar actividades y trabajo promocional con los medios de comunicación, acerca de los acuerdos realizados con los tour operadores internacionales.</p> <p>3.3 Organizar y llevar a cabo viajes de familiarización a los sitios escogidos en los países beneficiarios para tour operadores emisores y editores de las guías de viaje.</p> <p>3.4 Desarrollar y distribuir catálogos, CD ROMs, panfletos y otros materiales de mercadeo con operaciones de turismo sostenible en los países beneficiarios y en los mercados meta.</p> <p>3.5 Participar en ferias de turismo internacionales consolidando pabellones de turismo sostenible que representen todas las MiPyMEs beneficiarias y tour operadoras asociadas.</p> <p>3.6 Aumentar el alcance del “Eco-Index of Sustainable Tourism”, y mejorar su funcionalidad para que pueda crecer e incrementar el número de idiomas en el que está disponible.</p> <p>3.7 Crear boletines de noticias informativos para los actores interesados del turismo en la región.</p> <p>3.8 Negociar acuerdos con casas editoras de guías de viaje e invitar a los editores en viajes de familiarización.</p> <p>3.9 Identificar y contactar aerolíneas internacionales y negociar acuerdos para apoyar el mercadeo del turismo sostenible.</p> <p>3.10 Desarrollar itinerarios de turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 7 viajes de prensa (“<i>press trips</i>”) realizados para el mes 36. • 7 viajes de familiarización para operadores y editores clave realizados para el mes 36. • 3 ediciones de un catálogo ampliamente diseminado, en formato impreso y electrónico, publicados (cada uno) para los meses 24, 36 y 48. • Participación en 2 eventos nacionales por año en los países meta, y en 4 ferias turísticas importantes internacionales o regionales por año, para el mes 48. • 1,200 MiPyMEs añadidas o actualizadas a la base de datos del “Eco-Index of Sustainable Tourism” para el mes 48. • Boletines de noticias publicados y distribuidos al menos a 5,000 interesados para el mes 36. • Al menos 2 guías de viaje ofreciendo información sobre servicios de turismo 		
--	---	--	--

<p>sostenible en colaboración con compañías de sitios de viajes en Internet.</p> <p>3.11 Crear un video promocional de operaciones de turismo sostenible en inglés (norteamericano), inglés (británico), español, alemán, italiano, holandés y francés.</p> <p>3.12 Páginas Web del proyecto en inglés, español, alemán, holandés, italiano y francés.</p> <p>3.13 Crear videos promocionales para publicar en el sitio Web www.rainforest-alliance.org para promocionar a las MiPyMEs.</p> <p>3.14 Crear contenidos en el Web site del proyecto que le dé formación a las MiPyMEs sobre cómo promocionar y mercadear sus servicios resaltando su compromiso con la sostenibilidad.</p> <p>3.15 Establecer alianzas y negociar acuerdos comerciales con agencias de relaciones públicas y agencias de mercadeo a cargo de las campañas promocionales de los países beneficiarios, durante los 4 años.</p> <p>3.16 Establecer alianzas y negociar acuerdos comerciales con las direcciones de las campañas promocionales regionales o de multi-destino.</p> <p>3.17 Desarrollar videos de testimonios de beneficiarios para ser utilizados en Internet y eventos especiales.</p> <p>3.18 Desarrollo de materiales promocionales como unifolios y otros para dar a conocer los impactos del proyecto.</p> <p>3.19 Realizar intercambios entre tomadores de decisiones de empresas intermediarias</p>	<p>sostenible en su edición impresa y electrónica para el mes 48.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al menos 1 acuerdo firmado con 1 aerolínea para apoyar el mercadeo del turismo sostenible para el mes 24. • Al menos dos alianzas firmadas con empresas de mercadeo de turismo por Internet para el para el mes 36. • 1 video promocional desarrollado en varios idiomas para el mes 24. • Páginas Web del proyecto traducidas y “en línea” para el mes 12. • Dos videos promocionales publicados en el sitio Web de RA-CR para el mes 24. • Contenidos desarrollados y publicados en el sitio Web del proyecto, y 250 usuarios registrados, para el mes 24. • 5 acuerdos de negocios firmados con agencias de publicidad y relaciones públicas para el mes 36. • Al menos 2 acuerdos firmados con la dirección de campañas promocionales multi-destino para el mes 24. • 35 videos realizados y publicados en Internet para el mes 48. 		
---	---	--	--

<p>(incluyendo tour operadoras) de países meta. Comprometer a actores “sin fines de lucro” y corporativos:</p> <p>3.20 Identificar y contactar “<i>non-profit in travel organizations</i>” (organizaciones de viajes sin fines de lucro) y negociar acuerdos comerciales.</p> <p>3.21 Identificar y negociar acuerdos comerciales con empresas multinacionales clave.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Al menos 12,000 unifolios impresos para el mes 48. • Eventos de intercambio realizados para el mes 48 involucrando por lo menos 12 beneficiarios por actividad. • Al menos 3 organizaciones de viajes sin fines de lucro (universidades, museos, ONGs internacionales, etc.) incluyen operaciones de turismo sostenible en sus itinerarios de viaje. para mes 36 • 5 empresas multinacionales definen políticas de turismo sostenible y adquieren itinerarios de turismo sostenible para sus conferencias, viajes corporativos o programa de reconocimiento a sus empleados, para el mes 48. 		
<p><u>Componente 4</u> – Evaluación y Difusión – Cambios en el Mercado de Turismo Sostenible medidos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento en la oferta de negocios sostenibles en los países meta medidos para el mes 48 • Cambios en la oferta seleccionada en las cadenas de comercialización participantes para el mes 48. • Aumento en la exigencia de servicios sostenibles por parte de los consumidores para el mes 48. 	<p>Información de verificadores de 300 empresas y de programas de certificación</p> <p>Reportes anuales de operadoras de turismo sobre la inclusión de oferta sostenible</p> <p>Reportes de operadoras de turismo emisora sobre</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las empresas tienen cultura de medir y registrar sus indicadores de sostenibilidad. • Información relevante de los impactos a nivel de país está sistematizada o disponible.

		tendencias Reportes de OMT y otros externos	
<p>Actividades Componente 4:</p> <p>4.1 Desarrollo del sistema de Monitoreo y Evaluación (MyE) para identificar, monitorear y evaluar los cambios (efectos) en los distintos segmentos del mercado (oferta, cadena de comercialización y consumidores)³</p> <p>4.2 Desarrollo de línea base de sitio (por país), con base en la información generada de las verificaciones de implementación de mejores prácticas en las empresas e información del contexto nacional.</p> <p>4.3 Diseño de una línea de base del mercado (contemplando la cadena de comercialización y los consumidores)</p> <p>4.4 Diseño de las herramientas necesarias para la implementación del sistema de MYE (encuestas, diagnósticos de mercadeo, herramientas para procesamiento estadístico de datos, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 sistema de MYE para evaluar los cambios en los tres segmentos del mercado mencionados, aplicable en todos los países meta, desarrollado para el mes 12. • Estudio de línea base de sitio por país elaborado para el mes 12. • Estudio de línea de base del mercado (contemplando la cadena de comercialización y los consumidores) elaborado para el mes 48. • 3 Paquetes de herramientas para evaluación (oferta, cadena de comercialización y consumidores) desarrollados para el mes 12. 		

³ Sistema de MYE con al menos los siguientes elementos: línea de base, matrices de efectos esperados por componente, indicadores y otros medios de medición específicos, plan de monitoreo de indicadores, métodos para el procesamiento de datos, matrices de efectos no esperados y contingencias, evaluaciones sumativas de resultados y tendencias.

<p>4.5 Implementación del sistema de MYE para cada segmento definido (aplicación de herramientas, plan de monitoreo de indicadores, interpretación datos, tendencias, etc.)</p> <p>4.6 Realizar evaluaciones sumativas periódicas para incorporación de lecciones aprendidas, optimizar estrategias de intervención y aprovechar tendencias del mercado</p> <p>4.7 Capacitar a las organizaciones locales y operadores turísticos participantes para la implementación del sistema de MYE</p> <p>4.8. Documentación de estudios de caso.</p> <p>4.9 Realizar actividades semestrales por país para motivar a empresas beneficiarias a utilizar el sistema de MYE con los socios locales (organizaciones verificadoras).</p> <p>4.10 Desarrollar un sistema de aseguramiento de calidad para las actividades del proyecto (incluyendo encuestas de satisfacción).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reportes de implementación del sistema elaborados para los meses 6,12, 18, 24, 30, 36, 42, 48. • 1 evaluación sumativa anual desarrollada en los meses 12, 24 36 y 48. • 300 organizaciones y operadores implementando sistemas de MYE para el mes 48. • 6 estudios de caso documentados para el mes 48. • 42 actividades de motivación para el uso del sistema de MYE realizadas para el mes 48. • Sistema de aseguramiento de la calidad para las actividades del proyecto desarrollado para el mes 12. 		
--	--	--	--

ANEXO II
Alianza Internacional para el Mercadeo y Comercialización
de Servicios de Turismo Sostenible

RG-M1103

Resumen de Presupuesto

CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS	FOMIN US\$	Local US\$	TOTAL US\$
Coordinación y Logística	551,921	816,756	1,368,677
Administración	329,101	608,516	937,617
Logística	222,820	208,240	431,060
1. Oferta de Productos y Servicios de Turismo Sostenible Organizada	487,350	690,783	1,178,133
SubTotal consultorías de coordinación para el Componente	-	324,317	324,317
1.1 Incorporar a las organizaciones que se encuentran ejecutando proyectos del cluster de turismo sostenible del FOMIN como miembros de la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas (RCTSA).	6,418	17,295	23,713
1.2 Trabajar con los miembros actuales de la RCTSA en los países beneficiarios para identificar a los actores clave y organizar los foros nacionales de turismo sostenible.	6,316	13,684	20,000
1.3 Ejecutar actividades anuales de turismo sostenible con el Foro Nacional de Turismo de cada país.	75,616	25,024	100,640
1.4 Desarrollar e implementar un plan de asistencia técnica dirigido a fortalecer la capacidad de la Red para apoyar la implementación de buenas prácticas entre las MiPyMEs (días consultor por los 4 años)	11,128	20,568	31,696
1.5 Organizar 21 foros internacionales (virtuales o presenciales) sobre monitoreo y evaluación de impactos y herramientas de mercadeo (días consultor por los 4 años)	8,278	21,910	30,188
1.6 Fomentar la apropiación en campo de representantes de otros proyectos del Cluster de Turismo Sostenible del FOMIN para el uso de herramientas de sostenibilidad a través de pasantías.	25,378	21,910	47,288
1.7 Identificar (aplicando criterios predefinidos de selección) las organizaciones clave turísticas, ambientales y socio-culturales para trabajar en los 7 países beneficiarios (proceso reiterativo durante los 4 años)	6,316	21,117	27,433

CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS	FOMIN US\$	Local US\$	TOTAL US\$
1.8 Facilitar la capacitación (incluyendo la formación de formadores), asistencia técnica así como las actividades anuales de reforzamiento técnico para entidades seleccionadas con base en los resultados de sus evaluaciones en cuanto al uso de herramientas de turismo sostenible.	49,245	80,693	129,938
1.9 Capacitar a los evaluadores locales para llevar a cabo las verificaciones de sostenibilidad usando una herramienta de diagnóstico.	42,243	37,578	79,821
1.10 Verificar implementación de buenas prácticas de turismo sostenible en MiPyMEs	105,000	-	105,000
1.11 Gestión, recopilación de información, análisis y control de calidad de las actividades de verificación durante los cuatro años	63,245	21,333	84,578
1.12 Negociar acuerdos con tour operadores receptivos para incluir proveedores de turismo sostenible en sus itinerarios y sus esfuerzos de mercadeo.	69,432	54,210	123,642
1.13 Proveer seminarios sobre mejores practicas de turismo sostenible para tour operadores receptivos.	18,735	31,144	49,879
2. Vínculos creados entre Operadoras Receptoras y Emisoras para comercializar Turismo Sostenible	302,246	169,365	471,611
SubTotal consultorías de coordinación para el Componente	-	106,317	106,317
2.1 Brindar seminarios de mejores prácticas a agentes de tour operadores emisores y organizaciones de consumidores.	136,481	38,207	174,688
2.2 Desarrollar herramientas “business-to-business” para facilitar los vínculos entre tour operadoras receptoras y emisoras.	22,205	6,218	174,688
2.3 Negociar acuerdos comerciales con operadores emisores para incluir proveedores de servicios de turismo sostenible en sus itinerarios y esfuerzos promocionales.	143,560	18,624	162,184
3. Presencia de negocios turísticos sostenibles fortalecida en acciones de mercadeo y medios de comunicación internacionales.	1,122,627	808,383	1,931,010
SubTotal consultorías para el Componente	-	286,317	286,317

CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS	FOMIN US\$	Local US\$	TOTAL US\$
3.1 Distribuir comunicados de prensa dirigidos a periodistas seleccionados en Estados Unidos y América Latina y conducir actividades rigurosas de alcance con medios de comunicación (“media outreach”) para dar seguimiento a cada comunicado de prensa.	89,690	69,594	159,284
3.2 Ejecutar actividades y trabajo promocional con los medios de comunicación, acerca de los acuerdos realizados con los tour operadores internacionales.	66,765	30,098	96,863
3.3 Organizar y llevar a cabo viajes de familiarización a los sitios escogidos en los países beneficiarios para tour operadores emisores y editores de las guías de viaje.	177,657	106,782	284,439
3.4 Desarrollar y distribuir catálogos, CD ROMs, panfletos y otros materiales de mercadeo con operaciones de turismo sostenible en los países beneficiarios y en los mercados meta (3 ediciones de catálogos)	97,667	12,901	110,568
3.5 Participar en ferias de turismo internacionales consolidando pabellones de turismo sostenible que representen todas las MiPyMEs beneficiarias y tour operadoras asociadas.	172,932	11,606	184,538
3.6 Aumentar el alcance del “Eco-Index of Sustainable Tourism”, y mejorar su funcionalidad para que pueda crecer e incrementar el número de idiomas en el que está disponible	168,950	16,145	185,095
3.7 Crear boletines de noticias informativos para los actores interesados del turismo en la región.	46,420	18,834	65,254
3.8 Negociar acuerdos con casas editoras de guías de viaje e invitar a los editores en viajes de familiarización.	21,588	3,916	25,504
3.9 Identificar y contactar aerolíneas internacionales y negociar acuerdos para apoyar el mercadeo del turismo sostenible.	10,151	13,064	23,215
3.10 Desarrollar itinerarios de turismo sostenible en colaboración con compañías de sitios de viajes en Internet.	17,613	11,750	29,363
3.11 Crear un video promocional de operaciones de turismo sostenible en inglés (norteamericano), inglés (británico), español, alemán, italiano, holandés y francés.	65,260	10,126	75,386
3.12 Páginas web del proyecto en inglés, español, alemán, holandés, italiano y francés.	29,605	24,910	54,515
3.13 Crear videos promocionales para publicar en el sitio web www.rainforest-alliance.org para promocionar a las MiPyMEs.	16,830	4,118	20,948

CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS	FOMIN US\$	Local US\$	TOTAL US\$
3.14 Crear contenidos en el website del proyecto que le dé formación a las MiPyMEs sobre cómo promocionar y mercadear sus servicios resaltando su compromiso con la sostenibilidad.	8,900	16,873	25,773
3.15 Establecer alianzas y negociar acuerdos comerciales con agencias de relaciones públicas y agencias de mercadeo a cargo de las campañas promocionales de los países beneficiarios, durante los 4 años.	19,588	3,916	23,504
3.16 Establecer alianzas y negociar acuerdos comerciales con las direcciones de las campañas promocionales regionales o de multi-destino.	21,588	5,367	26,955
3.17 Desarrollar videos de testimonios de beneficiarios para ser utilizados en Internet y eventos especiales.	27,669	5,242	32,911
3.18 Desarrollo de materiales promocionales como unifolios y otros para dar a conocer los impactos del proyecto.	14,890	8,498	23,388
3.19 Realizar intercambios entre tomadores de decisiones de empresas intermediarias (incluyendo tour operadoras) de países meta.	26,588	140,495	167,083
3.20 Identificar y contactar “non-profit in travel organizations” (organizaciones de viajes sin fines de lucro) y negociar acuerdos comerciales.	11,138	3,916	15,054
3.21 Identificar y negociar acuerdos comerciales con empresas multinacionales clave.	11,138	3,916	15,054
4. Cambios en el Mercado de Turismo Sostenible medidos	372,971	373,258	746,229
SubTotal consultorías para el Componente	-	189,517	189,517
4.1 Desarrollo del sistema de Monitoreo y Evaluación (MyE) para identificar, monitorear y evaluar los cambios (efectos) en los distintos segmentos del mercado (oferta, cadena de comercialización y consumidores)	8,231	13,735	21,966
4.2 Desarrollo de línea base de sitio (por país), con base en la información generada de las verificaciones de implementación de mejores prácticas en las empresas e información del contexto nacional.	7,756	20,183	27,939
4.3 Diseño de una línea de base del mercado (contemplando la cadena de comercialización y los consumidores)	30,406	4,520	34,926

CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS	FOMIN US\$	Local US\$	TOTAL US\$
4.4 Diseño de las herramientas necesarias para la implementación del sistema de MYE (encuestas, diagnósticos de mercadeo, herramientas para procesamiento estadístico de datos, etc.)	31,511	15,035	46,546
4.5 Implementación del sistema de MYE para cada segmento definido	87,210	42,003	129,213
4.6 Realizar evaluaciones sumativas periódicas para incorporación de lecciones aprendidas, optimizar estrategias de intervención y aprovechar tendencias del mercado	120,813	17,881	138,694
4.7 Capacitar a las organizaciones locales y operadores turísticos participantes para la implementación del sistema de MYE	22,916	15,269	38,185
4.8. Documentación de estudios de caso.	35,181	14,794	49,975
4.9 Realizar actividades semestrales por país para motivar a empresas beneficiarias a utilizar el sistema de M&E con los socios locales (organizaciones verificadoras).	21,376	15,269	36,645
4.10 Desarrollar e implementar un sistema de aseguramiento de calidad para las actividades del proyecto (incluyendo encuestas de satisfacción)	7,571	25,055	32,626
SUBTOTAL	2,837,115	2,858,545	5,695,660
Imprevistos	56,742	57,171	113,913
Línea de Base y Evaluaciones intermedia y final	42,000		42,000
Auditorías (4)	12,000		12,000
TOTAL	2,947,857	2,915,715	5,863,573
Actividades de Cluster	25,000		25,000
Cuenta de Evaluación de Impacto	14,739		
GRAN TOTAL	2,987,596	2,915,715	5,903,312

ANEXO III
Alianza Internacional para el Mercadeo y Comercialización
de Servicios de Turismo Sostenible
RG-M1103

Lista de proyectos del clúster del FOMIN

Numero de Proyecto / Fecha de Aprobación	Título del Proyecto, Agencia Ejecutora y Monto	Fecha de Firma y Desembolso en Meses	Porcentaje Desembolsado	Comentarios: Ejecución Satisfactoria o problemas en la ejecución, incluyendo demoras, extensiones, reformulación, cambio ejecutor, etc.
ATN/ME-8382-RG July 30, 2003	<p>Sistema de acreditación internacional y consolidación en turismo sostenible para facilitar la competitividad de las PYME y su acceso al mercado.</p> <p>International accreditation system and consolidation of national systems for sustainable tourism certification to facilitate SME competitiveness and market access.</p> <p>Asociación Alianza del Bosque Lluvioso (Rainforest Alliance)</p> <p>US\$3,020,000</p>	<p>October 27, 2003</p> <p>49 months</p>	73.77%	Presenta una clasificación satisfactoria en general y se mantienen los supuestos y las actividades se realizan sin problemas, superando las metas iniciales en algunos casos.
ATN/ME-8867-PE September 22, 2004	<p>Competitividad de MiPyMEs Consolidando el Desarrollo del Destino CTN - Circuito Turístico Nororiental.</p> <p>Promoting the development of the Northeast Tourist Circuit to enhance MSME competitiveness.</p> <p>CARETUR Cajamarca and ALAC</p> <p>US \$798,431</p>	<p>March 18, 2005</p> <p>54 months</p>	17.62%	Presenta una clasificación satisfactoria en general dado que el proyecto ha cumplido con las actividades previstas, ha consolidado al equipo de la unidad ejecutora y ha logrado una buena relación de trabajo con los consultores que apoyan el proyecto.

ATN/ME-8977-SU December 1, 2004	Desarrollo de Turismo Sostenible Sustainable Tourism Development Conservation International Suriname (CIS) US \$845,000	March 10, 2005 36 months	12.63%	Tiene una clasificación altamente satisfactoria ya que las elecciones presidenciales le dieron un empuje al sector turismo y por esto le da una alta probabilidad de cumplimiento de actividades al proyecto.
ATN/ME-8987-RG December 8, 2004	Desarrollo competitivo del turismo rural en los Andes. Competitive development of rural tourism in the Andes. Fundación CODESPA \$ 2,028,190	March 11, 2005 54 months	12.83%	La calificación del proyecto en el Informe de Seguimiento y Desempeño ha pasado de satisfactoria en diciembre de 2005 a bandera roja en agosto de 2006, debido al atraso en la ejecución de las actividades y en el cumplimiento de los primeros hitos gatilladores. Esta situación se discutió con CODESPA en una misión de administración reciente y como resultado de la misma, el ejecutor presentará un plan de acción para dar cumplimiento a los acuerdos de la misión. Estos acuerdos permitirán enderezar la marcha del proyecto y el logro de sus objetivos y metas.
ATN/ME-9211-BR May 25, 2005	Estrada Real–Network of Tourism SMEs State of Minas Gerais Estrada Real Red de PyMES Turísticas Estado de Minas Gerais Estrada Real \$1,701,740	July 14, 2005 42 months	21.16%	Continúa ejecutándose positivamente.
ATN/ME-9273-BL June 30 th , 2005	Aumento de la Competitividad de las Pequeñas Empresas del Sector Turístico. Improving small business competitiveness in the tourism industry Belize Tourism Industry Association \$580,000	September 7, 2005 42 months	21.82%	Clasificación satisfactoria en general. Aunque la iniciación de ejecución fue bastante lenta, presenta un progreso de ejecución hasta la fecha satisfactorio.

ATN/ME-9410-EC September 21, 2005	Desarrollo de los Sectores Productivos en Galápagos Sustainable productive sector development in Galapagos Cámara Provincial de Turismo de Galápagos (CAPTURGAL) \$1,863,616	November 29th, 2005 48 months	11.68%	Durante el primer semestre de ejecución fueron ya cumplidas las condiciones previas y se ha contratado el coordinador. El arranque ha sido favorable
ATN/ME-9466-BH October 26, 2005	Red de Turismo Sostenible para la mediana y Pequeña Empresa Sustainable Tourism Network for SMEs Bahamas Hotel Association \$1,301,000	March 17, 2006 48 months	24.37%	El proyecto acaba de ser firmado y se encuentra en el primer semestre de ejecución.
ATN/ME-9503-UR November 10, 2005	Desarrollo del Clúster de Turismo de Salto	February 20, 2006 36 months	20%	Clasificación satisfactoria en general.
ATN/ME-9512-DR November 16, 2005	Modelo de Gestión Turística en Bayahibe Model for Sustainable Tourism Management in Bayahibe Asociación de Hoteles Romana Bayahibe \$1,302,480	January 4, 2006 48 months	16.42%	Clasificación satisfactoria en general. Las acciones incluidas en los componentes forman parte del plan de actividades de la AHB y existe, a diciembre del 2005, un gran entusiasmo de parte de la comunidad local y de la AHB por la ejecución del proyecto.
ATN/ME-9563-CO December 7, 2005	Desarrollo Turístico Rural en Territorio Paraíso Rural Tourism Development in Territorio Paraíso	March 31, 2006 36 months	15.82%	El proyecto se encuentra en la etapa inicial de ejecución después de la formalización del contrato el 31 de marzo de 2006. Las condiciones previas fueron cumplidas 100%

	Fundación Carvajal \$845,000			y presenta una calificación satisfactoria en general.
ATN/ME-9588-GU December 14, 2005	Desarrollo Competitivo del Turismo Cultural con Comunidades Indígenas Competitive Development of Cultural Tourism with Indigenous Communities Cámara de Turismo de Guatemala \$1,157,737	January 24, 2006 48 months	10.27%	Cumplió satisfactoriamente con las condiciones previas y se le dio elegibilidad en abril del año en curso. El taller de arranque se llevó a cabo en julio de 2006.
ATN/ME-9720-ME March 8th, 2006	Desarrollo Turístico para MiPYMES en la Región del Tequila Tourism Development for MSMEs in the Tequila Region Consejo Regulador del Tequila \$1,572,370	April 27th, 2006. 42 months	10%	El ejecutor ha cumplido con las condiciones previas y el proyecto tiene entonces elegibilidad para comenzar con los desembolsos. Y presenta una clasificación satisfactoria en general.
ATN/ME-9832-CR May 31 st , 2006	Turismo Rural Comunitario en Costa Rica y su Proyección a Centroamérica Rural Community Tourism in Costa Rica and Replication in Central America COOPRENA \$ 1,092,048	August 15th, 2006 48 months	5.32%	Presenta una clasificación satisfactoria de implementación de actividades iniciales con probabilidad favorable de cumplimiento con los componentes propuestos.

DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

PROYECTO DE RESOLUCIÓN MIF/DE-___/07

Regional. Cooperación Técnica No Reembolsable ATN/___-___-RG
Alianza Internacional para el Mercadeo y Comercialización de Servicios de Turismo Sostenible

El Comité de Donantes del Fondo Multilateral de Inversiones

RESUELVE:

1. Autorizar al Presidente del Banco Interamericano de Desarrollo, o al representante que él designe, para que en nombre y representación del Banco, en su calidad de Administrador del Fondo Multilateral de Inversiones, proceda a formalizar los acuerdos que sean necesarios con la Asociación Alianza del Bosque Lluvioso (Rainforest Alliance Incorporated), y a adoptar las demás medidas necesarias para la ejecución de la propuesta de proyecto contenida en el documento MIF/AT-___ sobre cooperación técnica para la alianza internacional para el mercadeo y comercialización de servicios de turismo sostenible.
2. Destinar, para fines de esta resolución, hasta la suma de US\$2.987.596, o su equivalente en otras monedas convertibles, con cargo a los recursos del Fondo Multilateral de Inversiones.
3. Establecer que la suma anterior sea otorgada con carácter no reembolsable.

LEGIII/RG-972716-07
RG-M1103