Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2012 - JUNIO 2012

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Gestión Turística basada en Recursos Culturales - Puerto Plata

Nro. Proyecto: DR-M1021 - Nro. Operación: ATN/ME-11293-DR

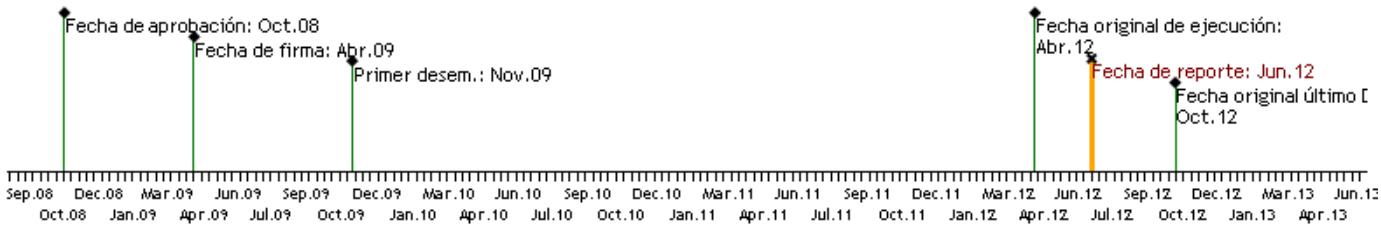
Propósito: El propósito es organizar y facilitar la gestión privada-pública para la renovación del destino turístico Puerto Plata que promueva una oferta turística competitiva con base en atractivos culturales.

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

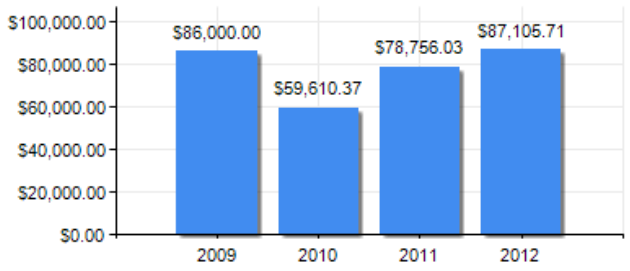
Agencia Ejecutora: Fundación Atlántica

Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Ramirez, Smeldy

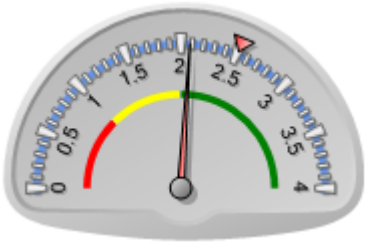
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



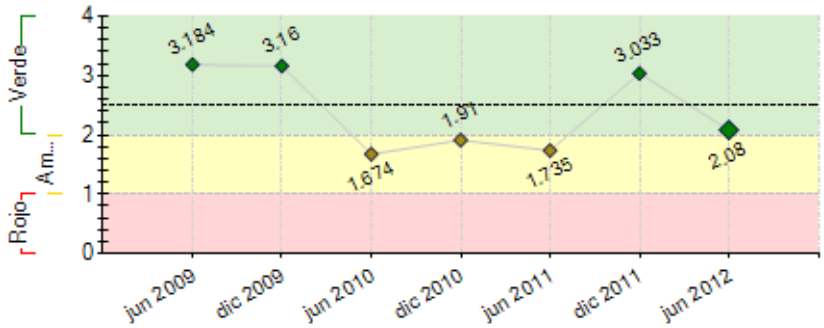
RECURSOS



PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.08
Promedio FOMIN: 2.512

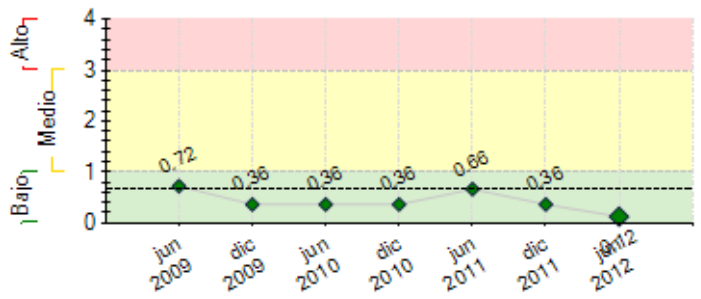


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.65

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Los principales resultados alcanzados en forma acumulada son:(i)OGD legalizada (ii)Plan de desarrollo del destino presentado;(iii)Georeferenciacion en linea(iv) 20 Productos turísticos culturales identificados (v) Distintivo de calidad en marcha. En general el avance del proyecto ha sido lento. Por otro lado, el proyecto tuvo dificultades en las siguientes áreas:(i)recepción de soportes de contrapartida, y(ii)participación de MYPES en el programa del distintivo. Los principales obstáculos encontrados fueron:(i) falta de interés de los giftshops en el programa. Las razones de dichos retrasos se deben a; que la comunidad no confia en el sector turístico y el desinterés por parte de las instituciones del gobierno local. Entre los riesgos más importantes identificados está la generación de nuevos emprendimientosdebido al desinterés, la falta de programas de apoyo y de fondos. A fin de mitigar este riesgo el CTDPP hará un convenio con el banco ADEMI y otras instituciones financieras para que estos apoyen el proyecto. Las perspectivas futuras del proyecto en cuanto al logro de sus objetivos finales son medianamente optimistas. La razón de esta afirmación es que los actores que son parte de la OGD están comprometidos con el proyecto. En lo que resta de la ejecución, la unidad coordinadora del proyecto pondrá especial énfasis en las siguientes acciones (i) acelerar la asistencia técnica a las MYPES;(ii) asegurar la implementación del sello de calidad y el desarrollo de los productos.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Los principales logros alcanzados durante el semestre fueron:(i) cierre de consultoría a desarrollar productos turísticos y sello de calidad; y (ii) cierre de la evaluación intermedia. Por otro lado, se presentaron dificultades y/o retrasos en el cumplimiento del Hito 1, la marca destino. La razón de dicho retraso es que esta contratación será realizada por MITUR. Por lo que se estará realizando a través de ASHONORTE. Los principales obstáculos encontrados durante el semestre fueron: (i) el retraso en la aprobación de las consultoría de productos turísticos; y (ii) el des-interés por parte de algunas MYPES en participar del proyecto. Para solucionar estos obstáculos se han identificado MYPES líderes, para trabajar con estos y se hizo un plan de trabajo que no requiera aprobación de cada proceso. El próximo semestre, la unidad coordinadora del proyecto espera lograr lo siguiente: (i) contar con la marca destino; (ii) tener los productos de la ruta Centro Histórico; (iii) completar la asistencia técnica a las MYPES.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

Parcialmente de acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El desempeño de la AE en el pasado semestre ha sido medianamente satisfactorio. Los principales logros estuvieron relacionados con el inicio y cierre de dos consultorías cuyos entregables presentan: (i) la guía para la implementación de un programa de calidad; y (ii) la identificación para la puesta en valor de 8 productos turísticos alrededor del Centro Histórico de Puerto Plata. No obstante lo anterior, no se evidenciaron avances en cuanto a las actividades del proyecto. Entre las razones principales, se identificó claramente la dilación de la directiva del clúster en tomar las decisiones respecto de la aprobación o rechazo de los informes de las consultorías. Esta dilación provoco un retraso de por lo menos 90 días en la ejecutoria del proyecto, por tanto convirtiéndose en el principal riesgo de la operación. Para minimizar el riesgo se convocó una reunión para pasar balance al estado de la ejecución del programa y como resultado se elaboró un plan de acción para poner en valor por lo menos 8 productos turísticos culturales y el establecimiento del programa de calidad en por lo menos 60-80 micro y pequeñas empresas. Cabe destacar que una extensión del programa y/o los desembolsos futuros de los recursos de la contribución, estarán sujetos al cumplimiento del plan de acción validad. De cara al próximo semestre la entidad estará enfocada en dar cumplimiento al plan de acción, iniciar los procesos de comercialización de los productos identificados e incorporar los avances al nivel de los indicadores de propósito del proyecto.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Propósito: El **propósito** es organizar y facilitar la gestión privada-pública para la renovación del destino turístico Puerto Plata que promueva una oferta turística competitiva con base en atractivos culturales.	**P.I1**	• Una OGD/CGD funcionando activamente						Si	
							Abr 2012	Ene 2012	
	P.I2	Numero de nuevos emprendimientos creados y/o mejorados (prestatarios de servicios turísticos y no turísticos), de los cuales el 50% son nuevos.	0				150	0	
							Jul 2010	Feb 2011	
	P.I3	Numero de organizaciones asociativas que han sido incorporadas a la actividad turística.	0				10	9	
							Abr 2012	Ene 2012	
	P.I4	Modelo de gestión del Destino POP documentado y difundido en el marco de las políticas sectoriales del SECTUR y CNC difundido a nivel nacional	0				1	1	
							Oct 2012	Jun 2011	
	P.I5	Número de agencias emisoras en los Estados Unidos y Europa y receptivas nacionales y regionales (Puerto Plata, Santo Domingo), de las ofertas del destino para el mes 14.	0				5	0	
							Jul 2011	Feb 2011	
	P.I6	Número de canales alternativos donde el destino PoP esta presente (Online Travel Agentes-OTAs, National Geographic), para el mes 14.	0				2	0	
							Jul 2011	Feb 2011	

	P.I7	Número de comités territoriales (Cabarete, Sosúa, Luperón) en funcionamiento activo	0				3 Abr 2012	0 Feb 2011	
Componente 1: Creación de un modelo de gestión público-privado **Peso:** 18% **Clasificación:** Muy Satisfactorio	**C1.I1**	Modelo de Gestión Sistematizado promocionandose y replicándose.	0				1 Abr 2011	1 Ene 2012	Finalizado
	C1.I2	Númoer de proyectos de inversión pública consensuados por la OGD y el Gobierno Local en servicios de infraestructura básicos enfocados a los propósitos del proyecto (accesos viales y señalización, saneamiento ambiental, centros culturales educativos), y/o de empresas mixtas de servicios al Centro Histórico,	0				3 Abr 2011	3 Ene 2012	Finalizado
Componente 2: Obtención de conocimiento para la planificación turística y gestión del Destino **Peso:** 9% **Clasificación:** Muy Satisfactorio	**C2.I1**	Se ha desarrollado un plan de desarrollo turístico del destino PoP	0				1 Feb 2011	1 Abr 2011	Finalizado
	C2.I2	Se cuenta con una base de datos de las MiPyMEs, servicios, productos y atractivos del destino POP	0				1 Nov 2010	1 Jun 2011	Finalizado
	C2.I3	Los atractivos del destino se encuentran georefernciados					Nov 2010	Si Jun 2011	Finalizado
Componente 3: Desarrollo de Productos Turísticos **Peso:** 28% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Número de productos temáticos culturales desarrollados que estan siendo creados y comercializados nacionalmente	0				20 Oct 2011	0 Ene 2012	Atrasado
	C3.I2	Número de productos turísticos cuturales novedosos son creados y comercializados internacionalmente	0				5 Sep 2011	0 Ene 2012	Atrasado
	C3.I3	Número de proveedores de servicios conformados e integrados en red en los nuevos productos	0				20 May 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C3.I4	Número de informes de investigación de mercados estratégicos USA, EUROPA (España, Francia, Alemania e Italia)	0				3 May 2011	0 Ene 2012	Atrasado
	C3.I5	Número de informes específicos de microsegmentos (grupos de afinidad) ecológico, deportivo/aventura, turismo cultural	0				3 May 2011	1 Mar 2012	Atrasado
Componente 4: Mejora e incremento de la oferta de servicios, a través de la capacitación, asistencia técnica y apoyo con recursos financieros **Peso:** 14% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Número de MiPyMEs del destino POP creadas y/o mejoradas con apoyo directo de proyecto. Al menos el 30% (45 MiPyMEs) apoyadas por el proyecto son nuevos emprendimientos, las cuales ofertan servicios de calidad bajo los parámetros del programa de mejores prácticas de manejo del proyecto	0				150 Oct 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C4.I2	Número de empresas que han recibido su distinción de cumplimiento del Programa de Mejores Prácticas en el destino POP (ambiental, social, económico y calidad)	0				30 Ene 2012	0 Jun 2011	Atrasado
	C4.I3	Se ha diseñado el programa de mejores prácticas de manejo de la OGD	0				1 Abr 2011	0 Jun 2011	Atrasado
Componente 5: Comercialización (directa o con intermediación) y Promoción Comercial **Peso:** 31% **Clasificación:** Satisfactorio	**C5.I1**	Número de mayoristas internacionales, uno en cada mercado emisor (Norteamérica y Europa) están incluyendo la nueva oferta de productos desarrolladas en el Destino	0				2 Ene 2012	0 Jun 2011	Atrasado
	C5.I2	Número de canales alternativos de comercialización	0				4 Oct 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C5.I3	Número de agentes receptivos nacionaes que ofrecen 10 productos ofertados por el destino	0				5 Oct 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C5.I4	Monto minimo de ventas de los empredimientos participantes en el proyecto	0				600000 Oct 2012	0 Jun 2011	En curso
	C5.I5	Apariciones en medios televisivos nacionales	0				5 Oct 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C5.I6	Apariciones en medio internacional televisivo	0				1 Oct 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C5.I7	Plan de marketing del destino POP	0				1 Oct 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C5.I8	Plan de acción en mercados identificados	0				1 Oct 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C5.I9	Se ha implementado un programa de capacitación del destino dirigido a Wholesalers nacionales e internacionales	0				1 Oct 2011	0 Jun 2011	Atrasado
	C5.I10	Se cuenta con la marca destino PoP	0				1 Oct 2011	0 Ene 2012	Atrasado

Hitos		Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	Condiciones previas al primer desembolso.	6	Oct 2009	6	Ene 2010	Logrado tarde
H1	Marca-ciudad y/o marca-destino definida y diseñada; estrategias de comunicación y promoción y al menos 3 piezas –materiales-comunicacionales diseñados	1	Abr 2010	0	Ene 2012	No Logrado
H2	Al menos 6 productos son incluidos en los medios promocionales del Destino	6	Abr 2010	0	Ene 2012	No Logrado
H3	Al menos 50 expresiones de interés de PyMEs para participar en el proyecto	50	Abr 2010	0	Ene 2012	No Logrado
H4	[*] Plan de Gestión de la OGD documentado	1	Jul 2010	1	May 2011	Logrado tarde
H6	Presentación de al menos 1 proyecto de inversión a ser presentados al gobierno local	1	Oct 2010	3	May 2012	Logrado tarde
H7	Al menos 10 proveedores de servicios capacitados y activos	10	Oct 2010	31	Ene 2011	Logrado tarde
H8	Al menos 500 individuos y MiPyMEs/ Comunidades sensibilizados	500	Oct 2010	0	Ene 2012	No Logrado
H9	[*] Estudio georeferenciado validado	1	Nov 2010	1	Ene 2012	Logrado tarde
H11	[*] Plan de desarrollo del destino turístico validado	1	Abr 2011	1	Mar 2011	Logrado
H13	[*] A menos 100 emprendimientos (MiPyMEs / Comunidades-Bandera Azul) reciben asistencia técnica a la medida	100	Oct 2012			
H12	[*] Al menos 300 individuos y 100 MiPyMEs/ Comunidades capacitados	300	Oct 2012			
H10	[*] Al menos 15 productos con try-out realizados	15	Oct 2012			
H15	[*] Al menos 50 emprendimientos reciben fondos no reembolsables competitivos para inversión en ideas de negocio	50	Feb 2013			
H14	[*] Al menos 50 emprendimientos de los segmentos turísticos reciben un microcrédito	50	Feb 2013			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Capacidad institucional de la Agencia Ejecutora

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Una masa crítica de empresas e instituciones no participen en la construcción de la nueva identidad del Destino POP.	Bajo	4 actividades de sensibilización con los actores principales del destino: Cluster turístico de PoP, Centro de Gestión Conjunta, Centro del Gestión del Destino y Asociación de Hoteles de Puerto Playa y Representantes de los MIPYMES de PoP.	Ejecutor

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 2 **RIESGOS VIGENTES:** 1 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 1

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	Comentarios
[X] Existe **oposición o falta de interés** de actores relevantes para continuar con los servicios y/o actividades del proyecto	Algunos microempresarios no tienen interes en participar. Para esto la AE, ha identificado nuevos participantes que se funjan como lideres de cambio antes los demás micro y pequeños empresarios donde estarán ubicados los productos turísticos.
[X] Ausencia de un **plan de sostenibilidad** o inadecuada implementación del mismo	Si se otorga una extensión, se hara necesario la implemnetación de un plan de sostenibilidad.

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

A la fecha la OGD esta implementando su plan de membrecia. Se han afiliado 6 miembros nuevos a los que se han sumado los participantes del programa del distintivo.

El programa del distintivo tambien incurre en un costo para las MYPES con la finalidad de que este sea sostenible a futuro.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. Dilación en la toma de desciciones. Durante el pasado semestre la toma de desciciones respecto de las diferentes consultorías se prolongó más allá del tiempo prudente, ocasionando un retraso de por lo menos 90-120 días en la ejecución del proyecto. Para mititar lo re-ocurrencia en la dilación de las actividades, se elaboró un plan de acción, al cual se sujetaron los desembolsos y una eventual extensión del programa, manera que puedan demostrar recuperar parte del tiempo perdido en el pasado semestre.	Implementation	Ramirez, Smeldy *[FOMIN]*