Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2013 - DICIEMBRE 2013

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

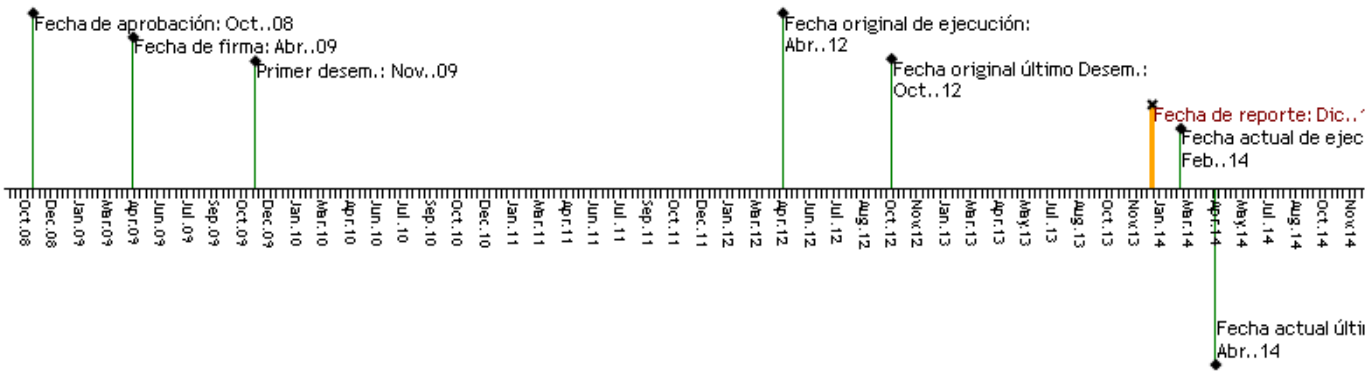
Resultado: El propósito es organizar y facilitar la gestión privada-pública para la renovación del destino turístico Puerto Plata que promueva una oferta turística competitiva con base en atractivos culturales.

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

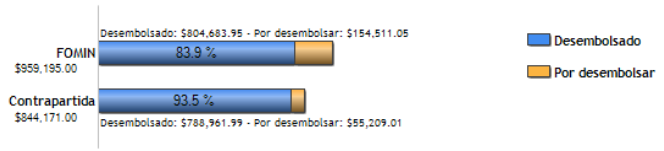
Agencia Ejecutora: Fundación Atlántica

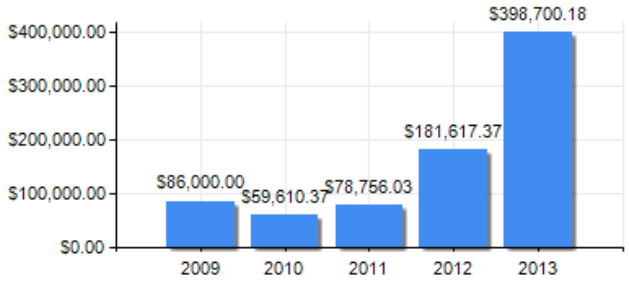
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Wettstein, Mariana

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

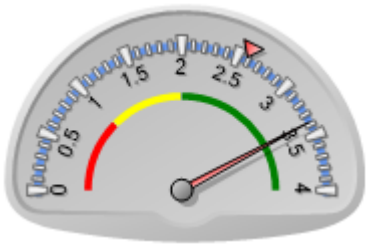


RECURSOS

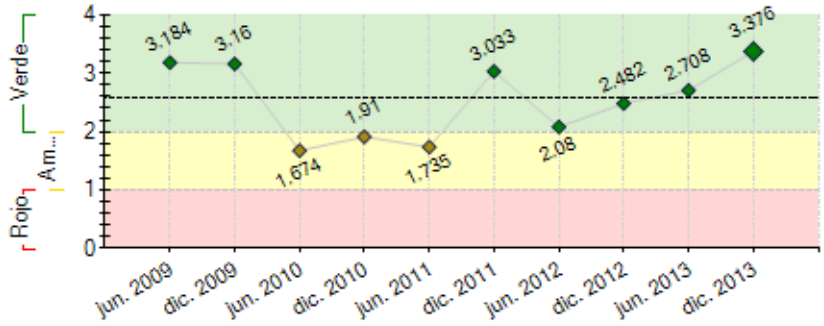




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 3.376
Promedio FOMIN: 2.586

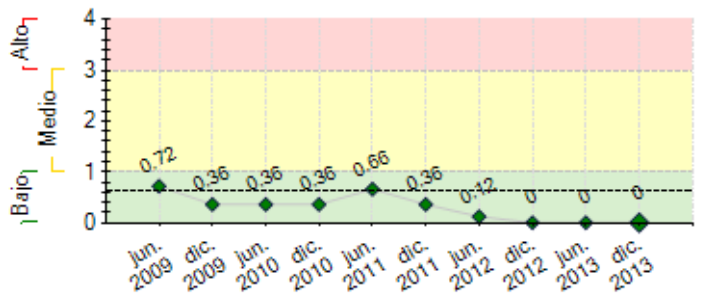


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.624

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Los principales resultados alcanzados en forma acumulada son:(i)Plan de acción de la OGD documentado. (ii)Estudio georeferenciado validado. (iii)917 individuos y mipymes sensibilizados. (iv)160 Individuos y mipymes capacitados. (v)Marca Destino POP. (vi)Más de 150 emprendimientos reciben fondos no reembolsables para mejorar sus negocios. (vii) Un proyecto de inversión presentado al gobierno local. (viii)Puesta en valor y prueba de 17 productos turísticos. (ix)11 productos son incluidos en los medios promocionales del Destino fortaleciendo la oferta turística sostenible de PP.(x) Inicio programa implementación de un sello de calidad turística. Finalmente se están viendo los avances del proyecto con los logros alcanzados en este último trimestre. Aunque el proyecto tuvo dificultades en varias áreas, con el compromiso asumido para sacar los trabajos y concluir las acciones, las perspectivas futuras del proyecto en cuanto al logro de sus objetivos finales son muy optimistas, durante el período de extensión de 6 meses otorgado al proyecto para concluir con la fase de comercialización de los productos. Estimamos que no hay riesgos para concluir con los objetivos finales. En lo que resta de la ejecución, la unidad coordinadora del proyecto y el CTDPP se enfocarán primordialmente en la Comercialización nacional e internacional de los productos turísticos desarrollados.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El Proyecto ha experimentado un avance muy importante en el último año.
Se recomienda explorar opciones para continuar fortaleciendo las capacidades de los actores involucrados en cada uno de los productos desarrollados.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Los principales logros del semestre fueron:(i)Puesta en valor de 17 prod. turísticos identificados para el destino. (ii)Realización tryout de los 17 productos turísticos basados en recursos culturales, naturales e históricos.(iii)Continuación del ciclo de capacitaciones en diversos niveles a más de 160 mipymes. (iv)Fortalecimiento, apoyo con recursos financieros y asesoría técnica a mipymes identificadas alrededor de los productos. (v)Desarrollo de un plan de marketing para el destino. (vi)Marca Destino POP. (vii)Inicio promoción de los productos en viajes de comercialización y en la Feria turística Discover Puerto Plata. (viii)Inicio implementación sello de calidad en al menos 30 proveedores de servicios. En general el avance del proyecto ha sido muy satisfactorio con la puesta en valor de los productos identificados. Las mayores dificultades fueron el volumen de acciones necesarias versus el tiempo disponible para poder ejecutarlas, además de continuar enfrentando dificultades en la obtención de permisos y colaboración por parte de autoridades para aprobación de algunos planes que requieren labores conjuntas. Las perspectivas futuras del proyecto en cuanto al logro de sus objetivos finales son muy optimistas ya que el CTDPP y el equipo, se encuentra trabajando arduamente para su finalización. En lo que resta de ejecución,se pondrá especial énfasis en: (i)Comercialización de los prod. turísticos.(ii)Seguimiento sello de calidad. (iii)Completar ciclo capacitaciones mipymes.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El reto ahora es avanzar en la comercialización de los productos turísticos. Sería importante explorar otras alternativas para la comercialización.
En el próximo semestre se realizará la Evaluación Final del Proyecto, que además de analizar los resultados obtenidos hará recomendaciones concretas de cara a la sostenibilidad.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Resultado: 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.	**R.1**	• Una OGD/CGD funcionando activamente						Sí	
							Abr. 2012	Ene. 2012	
	R.2	Numero de nuevos emprendimientos creados y/o mejorados (prestatarios de servicios turísticos y no turísticos), de los cuales el 50% son nuevos.	0				150	150	
							Oct. 2013	Ago. 2013	
	R.3	Numero de organizaciones asociativas que han sido incorporadas a la actividad turística.	0				10	11	
							Abr. 2012	Sep. 2012	
	R.4	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	
	R.5	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	
							Oct. 2013	Feb. 2011	
	R.6	Número de canales alternativos donde el destino PoP esta presente (Online Travel Agentes-OTAs, National Geographic), para el mes 14.	0				2	0	
							Oct. 2013	Feb. 2011	
	R.7	Número de comités territoriales (Cabarete, Sosúa, Luperón) en funcionamiento activo	0				3	0	
							Oct. 2013	Feb. 2011	
Componente 1: Creación de un modelo de gestión público-privado	**C1.I1**	Modelo de Gestión Sistematizado promocionandose y replicándose.	0				1	1	
							Abr. 2011	Jun. 2011	

Peso: 18% **Clasificación:** Muy Satisfactorio	**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 May. 2011	
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	
	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	
	C2.I3	Los atractivos del destino se encuentran georefernciados					Nov. 2010	Si Jun. 2011	
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	17 Oct. 2013	Atrasado
	C3.I2	Número de productos turísticos cuturales novedosos son creados y comercializados internacionalmente	0				5 Sep. 2011	5 Oct. 2013	
	C3.I3	Número de proveedores de servicios conformados e integrados en red en los nuevos productos	0				20 May. 2011	25 Jul. 2013	
	C3.I4	Número de informes de investigación de mercados estratégicos USA, EUROPA (España, Francia, Alemania e Italia)	0				3 May. 2011	3 Jun. 2013	
	C3.I5	Número de informes específicos de microsegmentos (grupos de afinidad) ecológico, deportivo/aventura, turismo cultural	0				3 May. 2011	3 Oct. 2013	
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	150 Ago. 2013	
	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	35 Oct. 2013	
	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:** Insatisfactorio	**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	
	C5.I2	Número de canales alternativos de comercialización	0				4 Oct. 2011	0 Jun. 2011	
	C5.I3	Número de agentes receptivos nacionaes que ofrecen 10 productos ofertados por el destino	0				5 Oct. 2011	0 Jun. 2011	
	C5.I4	Monto minimo de ventas de los emprendimientos participantes en el proyecto	0				600000 Oct. 2012	0 Jun. 2011	
	C5.I5	Apariciones en medios televisivos nacionales	0				5 Oct. 2011	0 Jun. 2011	
	C5.I6	Apariciones en medio internacional televisivo	0				1 Oct. 2011	0 Jun. 2011	
	C5.I7	Plan de marketing del destino POP	0				1 Oct. 2011	1 Sep. 2013	
	C5.I8	Plan de acción en mercados identificados	0				1 Oct. 2011	1 Sep. 2013	
	C5.I9	Se ha implementado un programa de capacitación del destino dirigido a Wholesalers nacionales e internacionales	0				1 Oct. 2011	1 Oct. 2013	
	C5.I10	Se cuenta con la marca destino PoP	0				1 Oct. 2011	1 Ago. 2013	

Hitos		Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	Condiciones previas al primer desembolso.	6	Oct. 2009	6	Oct. 2009	Logrado tarde
H1	[*] Plan de Gestión de la OGD documentado	1	Jul. 2010	1	May. 2011	Logrado tarde
H2	Presentación de al menos 1 proyecto de inversión a ser presentados al gobierno local	1	Oct. 2010	3	Ene. 2012	Logrado tarde
H3	Al menos 10 proveedores de servicios capacitados y activos	10	Oct. 2010	31	Ene. 2011	Logrado tarde
H4	Al menos 500 individuos y MiPyMEs/ Comunidades sensibilizados	500	Oct. 2010	917	Oct. 2012	Logrado tarde
H5	[*] Estudio georeferenciado validado	1	Nov. 2010	1	Ene. 2012	Logrado tarde
H6	[*] Plan de desarrollo del destino turístico validado	1	Abr. 2011	1	Mar. 2011	Logrado
H7	[*] Al menos 50 emprendimientos reciben fondos no reembolsables competitivos para inversión en ideas de negocio	50	Feb. 2013	50	May. 2013	Logrado tarde
H8	[*] A menos 100 emprendimientos (MiPyMEs / Comunidades-Bandera Azul) reciben asistencia técnica a la medida	100	Mar. 2013	100	Mar. 2013	Logrado
H10	[*] Al menos 50 expresiones de interés de PyMEs para participar en el proyecto	50	Jun. 2013	51	Feb. 2013	Logrado
H11	[*] Al menos 300 individuos y 100 MiPyMEs/ Comunidades capacitados	300	Jun. 2013	329	Jun. 2013	Logrado
H12	[*] Marca-ciudad y/o marca-destino definida y diseñada; estrategias de comunicación y promoción y al menos 3 piezas –materiales-comunicacionales diseñados	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado
H13	[*] Al menos 6 productos son incluidos en los medios promocionales del Destino	6	Sep. 2013	6	Sep. 2013	Logrado
H14	[*] Al menos 15 productos con try-out realizados	15	Oct. 2013	15	Sep. 2013	Logrado

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[No se reportaron factores para este período]

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

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

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] Falta de un **mercado** para los servicios y/o actividades desarrollados por el proyecto (baja capacidad de pago o demanda por tales servicios)	Será crucial el trabajo de comercialización que se haga en el próximo semestre para verificar que existe la demanda necesaria para la sostenibilidad de los productos desarrollados por el Proyecto.

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Para lograr la sostenibilidad del proyecto además del seguimiento que se dará desde el Cluster Turístico del Destino Puerto Plata, se han realizado varias charlas y talleres de capacitación para concientizar a los microempresarios apoyados a través del proyecto, de que su involucramiento resulta vital para que las acciones perduren y se mantengan en el tiempo. El involucramiento de los diversos sectores y actores es un elemento clave en el avance de los programas y en la consecución de los objetivos. Se trabajará una amplia promoción de los productos desarrollados y se trabaja en una campaña de concientización ciudadana.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. Al ejecutar proyectos turísticos ambiciosos como éste convendría analizar cuál estrategia conviene seguir, si desarrollar todos los productos en forma simultánea y luego pasar a su comercialización o ir por etapas, desarrollando los productos que se consideren más atractivos inicialmente, comercializándolos en forma piloto para testear los resultados y en base a los mismos continuar con el desarrollo y comercialización de nuevos productos.	Implementation	Wettstein, Mariana *[FOMIN]*
2. Durante el trabajo con las mipymes pudimos comprobar la gran necesidad de capacitación que existe y el deseo de los pequeños empresarios por ser capacitados. Con el apoyo con fondos no reembolsables se logra una gran credibilidad y entusiasmo por parte de los beneficiarios en participar en el proyecto. Es importante que la unidad ejecutora forme parte del proceso de coordinación del personal que integrará el equipo para agilizar el logro de los objetivos. Realizar el trabajo en equipo conlleva al logro de los hitos. Se requiere contar con una supervisión constante por parte de la unidad ejecutora y del Banco en el desarrollo de las fases del proyecto, los atrasos lesionan el desempeño.	Implementation	abbott, karina