



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL) **ENERO 2014 - JUNIO 2014**

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

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

Número de 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
REPÚBLICA DOMINICANA

País Beneficiario
REPÚBLICA DOMINICANA

Grupo
ENV - Medio ambiente

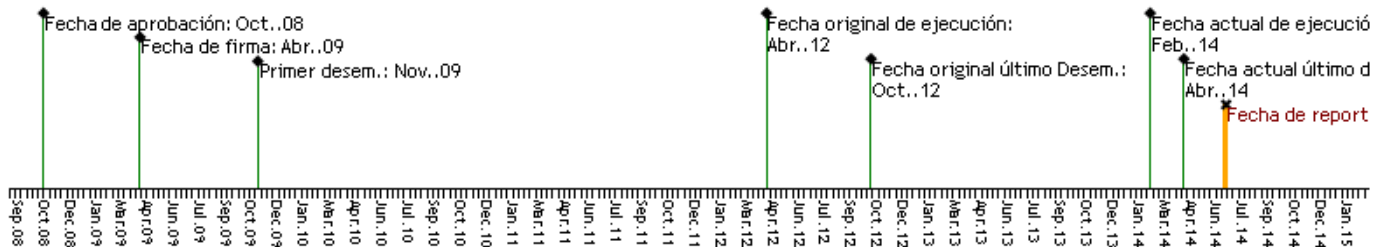
Subgrupo
TOUR - Turismo sostenible

Agencia ejecutora:

Líder equipo de diseño: Soler, Santiago

Líder equipo de supervisión: Wettstein, Mariana

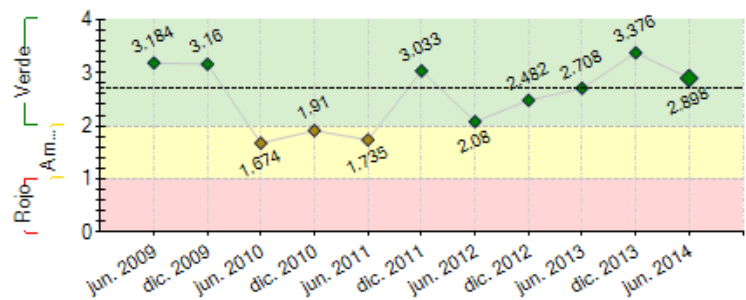
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	\$989,141.00	\$30,602.13	\$958,538.87
Contrapartida	\$844,171.00	\$0.00	\$856,894.59

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

Los principales resultados alcanzados en forma acumulada son: (i) Constitución y personalidad jurídica del Clúster Turístico del Destino Puerto Plata, y su fortalecimiento y reconocimiento tanto a nivel local y nacional, como única la Organización Gestora de Destinos del País. (ii) Georeferenciación del destino, con más de 1,200 atractivos turísticos identificados, para constituirse como el único destino georeferenciado del Caribe. (iii) Coordinación exitosa de mesa de donantes y de trabajo conjunto con otros proyectos en la provincia Puerto Plata. (iv) Puesta en valor de 17 productos turísticos y realización de acciones de mejoramiento en el Centro Histórico y en los municipios de la provincia. (v) 160 Mipymes en diferentes áreas creadas y mejoradas con apoyo directo del proyecto. (vi) Fortalecimiento de una oferta artesanal con identidad cultural puertoplataña. (vii) Creación de un mercado artesanal con frecuencia semanal. (viii) 1088 Personas capacitadas a lo largo del proyecto. (ix) 1807 personas sensibilizadas. (x) Inclusión de 11 de los 17 productos desarrollados en el catálogo de ventas de OTAS y TTOO nacionales e internacionales. (xi) Desarrollo de la Marca Destino Puerto Plata. (xii) Creación del website oficial del Destino. (xiii) Instalación de un Centro de Información Turística. (xiv) Realización de viajes de prueba (try out) y de familiarización (fam-trips) con TTOO turísticos y con medios especializados para la validación de los nuevos productos desarrollados. (xv) Promoción y comercialización del Destino en Ferias Nacionales e Internacionales. Por otro lado, el proyecto tuvo dificultades en las siguientes áreas: (i) Lentitud de avance por falta de seguimiento y supervisión. (ii) Dificultad para aunar esfuerzos con el sector público. (iii) Falta de interés de mipymes. A fin de mitigar este riesgo se realizó un cambio de coordinador, y se concretó con el soporte del FOMIN, un plan diseñado para cumplir con los hitos y metas. Para asegurar la sostenibilidad se contempla: (i) Mejorar la digitalización del Proyecto con informaciones digitales en el internet. (ii) Que el Clúster Turístico del Destino mantenga el rol articulador entre la alianza público-privada. (iii) Continuar trabajando en la inclusión social con las personas ligadas al sector. (iv) Continuar con el fortalecimiento de la página web del destino y la alimentación de la georeferenciación. (v) Dar seguimiento a la implementación del distintivo de calidad turística.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

El desempeño acumulado de la agencia ejecutora (AE) fue satisfactorio en cuanto al logro de los objetivos planteados en el proyecto, a pesar de que fue extendido por 18 meses aproximadamente. En lo que respecta al alcance de los resultados se puede afirmar que se logró el 85% del propósito planteado mediante el cumplimiento de 6 de los 7 indicadores del objetivo del programa. Como evidencia se destaca lo siguiente:

- Se constituyó una Organización Gestora del Destino (Cluster Turístico de Puerto Plata) con personería jurídica y con un plan para el desarrollo del destino;
- 115 emprendimientos fueron mejorados y 45 creados alrededor de los productos turísticos desarrollados;
- 17 productos turísticos se fueron puestos en valor con la intervención del proyecto, de los cuales 11 están siendo comercializados: 1. Carnaval y diversión, 2. Descubre POP Colonial, 3. Tiempos Victorianos, 4. POP Cultural, 5. La Isabel histórica, 6. Cayo arena y los manatíes, 7. Ecoruta Dominicana-Altamira, 8. Cacao y merengue, 9. Aventuras subterráneas-cabarete, 10. Diversión y artesanía-damajagua, 11. Ruta del ámbar y sendero del café;
- Se cuenta con una marca del destino POP y se comercializan los productos en Europa, Chile, Estados Unidos, y República Dominicana
- 11 organizaciones asociativas participaron del programa y han sido incorporadas a la actividad turística.
- 5 agentes turoperadores (Turinter, Turismo Rural, Iberoservices, Go Caribic y Caribbean Nexus Travel) incorporan los productos turísticos desarrollados en el programa dentro de sus paquetes turísticos.

Lo anterior sirve como evidencia para afirmar que el programa pudo organizar y facilitar la gestión privada-pública para la renovación del destino turístico de Puerto Plata de manera que promueva una oferta competitiva basada en atractivos culturales.

Otros logros adicionales fueron:

- Reconocimiento del cluster como OGD por todos los actores del territorio tanto público como privados (asociaciones de empresarios y el ministerio de turismo y cultura).
- Sitio web del destino www.discoverpuertoplata.com con la georreferenciación de los atractivos y productos turísticos.

Retos Principales

Desde el punto de vista de la supervisión, el reto principal lo represento el reconocimiento de contrapartida por los trabajos realizados por George Washington University, quienes habían realizado unos trabajos de identificación de potencial destinos y estudios de facilidad comercial, los cual generó dilaciones en al inicio del proyecto, puesto que se condicionaron los recursos de donación a la organización y reconocimiento por parte del Banco de los aportes de contrapartida.

Otro reto fue la falta de interés de las PYMES participantes quienes no estaban motivadas puesto que entendían que las actividades del programa respondían a promesas que no se materializarían. Para minimizar este riesgo se preparó un paquete de intervenciones que fueron combinados con la asistencia técnica y la mejora física de los pequeños negocios. Esto permitió realizar pequeños cambios de fachada en los pequeños establecimientos, resultando en una mayor colaboración y aporte por parte de los beneficiarios del proyecto.

Evaluación final

5.1 A nivel de diseño del Proyecto: del punto de vista de los componentes fue adecuado, ha permitido pasar de cinco componentes a un modelo y a un plan a largo plazo con potencial de cumplimiento si se realiza la articulación institucional necesaria.

5.2 A nivel de la Unidad Ejecutora: los aspectos clave para el logro de las metas fueron: a) el cambio de coordinadora; b) el soporte del FOMIN en los cambios y el plan diseñado para cumplir con los hitos y metas; c) la institucionalidad del Proyecto es adecuada si la FA y el Cluster cumplen con su misión; logran apalancamiento de recursos; mantienen lo esencial del equipo y los beneficiarios y actores de Puerto Plata reconocen su representatividad. El Cluster se ha posicionado de forma clave en el Destino y ha sido uno de los grandes logros del Proyecto. "La sensibilización ha sido un proceso largo; casi un año, pero esencial para el logro de la consolidación del Cluster como articulador, según lo manifestado por el Especialista FOMIN Smeldy Ramírez. Sobre todo en la unificación de criterios en los actores del Destino y el brindarle una dirección y una estrategia". Según lo manifestado por el Ministerio de Turismo " ahora tenemos con quién hablar que convoca a todos y concentra los intereses".

5.3 Desde el punto de vista de la administración del Proyecto: se debe resaltar la dinámica impulsada en el último año con la incorporación de una nueva Coordinadora y la capacidad para coordinar los procesos administrativos con los beneficiarios. El peso relativo de la Administración no ha variado a pesar de la extensión del plazo. FA ha cumplido con el compromiso asumido en cuanto a sus aportes económicos, en efectivo o como en contrapartida local. Los costos del proyecto no fueron modificados en los componentes, cumpliendo con las directivas definidas en el Memorando de Donantes.

Para ver mas detalle, puede acceder al informe presioando el vínculo anexo a este reporte final.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios del evaluador

[Evaluación final](#)

<http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=39476709>

SECCIÓN 3: INDICADORES

	Indicadores	Línea de base	Planeado	Logrado	Porcentaje
Resultado: El propósito es organizar y facilitar la gestión privada-pública para la renovación	R.1 • Una OGD/CGD funcionando activamente			Si	100 %
	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	100 %

del destino turístico Puerto Plata que promueva una oferta turística competitiva con base en atractivos culturales. Clasificación: Satisfactorio	R.3	Número de organizaciones asociativas que han sido incorporadas a la actividad turística.	0	10	11	110 %
	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	100 %
	R.5	Número de agencias emisoras en los Estados Unidos y Europa y receptoras nacionales y regionales (Puerto Plata, Santo Domingo), de las ofertas del destino para el mes 14.	0	5	5	100 %
	R.6	Número de canales alternativos donde el destino PoP está presente (Online Travel Agentes-OTAs, National Geographic), para el mes 14.	0	2	4	200 %
	R.7	Número de comités territoriales (Cabarete, Sosúa, Luperón) en funcionamiento activo	0	3	0	0 %

Componente 1: Creación de un modelo de gestión público-privado Peso: 18% Clasificación: Muy Satisfactorio	C1.11	Modelo de Gestión Sistematizado promocionándose y replicándose.	0	1	1	100 %
	C1.12	Número 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	3	100 %

Componente 2: Obtención de conocimiento para la planificación turística y gestión del Destino Peso: 9% Clasificación: Muy Satisfactorio	C2.11	Se ha desarrollado un plan de desarrollo turístico del destino PoP	0	1	1	100 %
	C2.12	Se cuenta con una base de datos de las MiPyMEs, servicios, productos y atractivos del destino POP	0	1	1	100 %
	C2.13	Los atractivos del destino se encuentran georeferenciados			Si	100 %

Componente 3: Desarrollo de Productos Turísticos Peso: 28% Clasificación: Satisfactorio	C3.11	Número de productos temáticos culturales desarrollados que están siendo creados y comercializados nacionalmente	0	20	17	85 %
	C3.12	Número de productos turísticos culturales novedosos son creados y comercializados internacionalmente	0	5	5	100 %
	C3.13	Número de proveedores de servicios conformados e integrados en red en los nuevos productos	0	20	25	125 %
	C3.14	Número de informes de investigación de mercados estratégicos USA, EUROPA (España, Francia, Alemania e Italia)	0	3	3	100 %
	C3.15	Número de informes específicos de microsegmentos (grupos de afinidad) ecológico, deportivo/aventura, turismo cultural	0	3	3	100 %

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	C4.11	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	150	100 %
	C4.12	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	35	117 %
	C4.13	Se ha diseñado el programa de mejores prácticas de manejo de la OGD	0	1	1	100 %

Componente 5: Comercialización (directa o con intermediación) y Promoción Comercial Peso: 31% Clasificación: Insatisfactorio	C5.11	Número de mayoristas internacionales, uno en cada mercado emisor (Norteamérica y Europa) están incluyendo la nueva oferta de productos desarrollados en el Destino	0	2	2	100 %
	C5.12	Número de canales alternativos de comercialización	0	4	4	100 %
	C5.13	Número de agentes receptivos nacionales que ofrecen 10 productos ofertados por el destino	0	5	5	100 %
	C5.14	Monto mínimo de ventas de los emprendimientos participantes en el proyecto	0	600000	2859280	477 %
	C5.15	Apariciones en medios televisivos nacionales	0	5	5	100 %
	C5.16	Apariciones en medio internacional televisivo	0	1	1	100 %
	C5.17	Plan de marketing del destino POP	0	1	1	100 %
	C5.18	Plan de acción en mercados identificados	0	1	1	100 %
	C5.19	Se ha implementado un programa de capacitación del destino dirigido a Wholesalers nacionales e internacionales	0	1	1	100 %
	C5.110	Se cuenta con la marca destino PoP	0	1	1	100 %

Hitos	Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0 Condiciones previas al primer desembolso.	1	Oct. 2009	4	Oct. 2009	Logrado
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

[X] Capacidad institucional de la Agencia Ejecutora
[X] Desempeño inadecuado de proveedores de servicios/contratistas
[X] Dificultades en adquisiciones
[X] Falta de un sistema de seguimiento y evaluación
[X] Insuficiencia de fondos de contrapartida
[X] Demoras en el cumplimiento de condiciones contractuales

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **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

La sostenibilidad del proyecto se ha generado por la integración de los elementos de identidad cultural local que garantizan la sostenibilidad de los impactos del proyecto en la comunidad. La creación de la OGD como un centro operacional con un enfoque de gestión comercial, productiva y de rendimientos económicos, facilita el desarrollo de nuevos negocios y los planes de mercadeo alternativo. Otro punto importante de cara a la sostenibilidad son las alianzas establecidas entre la OGD y el gobierno, lo cual permite canalizar recursos del ministerio de turismo hacia el cluster, así como de otros donantes locales.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

Trabajar en mejorar la digitalización del Proyecto, a través de informaciones e internet.
Continuar el rol del CTDPP como ente articulador entre los sectores público-privado.
Acercamientos con los actores del destino para conocer sus puntos de vista y trabajar de la mano en pro del desarrollo de Puerto Plata.
Seguir trabajando con los Tour Operadores para que muevan los productos desarrollados.
Continuar trabajando la inclusión social.
Seguir alimentando la geo-referenciación del destino para mantenerlo actualizado.
Acciones de coordinación con otras instituciones para el seguimiento al sello de calidad.
Trabajar con los artesanos de Puerto Plata, para mejorar el manejo, diseño y empaque de sus productos para brindar una mejor oferta.

[Plan de Sostenibilidad](#)

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lecciones Aprendidas

1. En proyectos donde se involucra emprendedores, se deben generar resultados de corto plazo, evitando la pérdida de interés de los beneficiarios. Para minimizar este riesgo se preparó un paquete de intervenciones que fueron combinados con la asistencia técnica y la mejora física de los pequeños negocios
2. En caso de ser posible, se debe implementar un programa de transferencia de conocimientos desde una institución a otra en el mismo país o desde otros países, para facilitar la ejecución de los proyectos.
3. La evaluación intermedia debe consensuarse para realizarse cuando sea más necesaria en el transcurso del desarrollo del proyecto. De esta forma se puede contar con tiempo suficiente para poder realizar acciones correctivas y que encaminen el proyecto en la dirección adecuada.
4. Es preferible que el coordinador del proyecto sea una persona local, porque el nivel de compromiso con el desarrollo territorial es mayor. Igualmente el coordinador debería participar en el proyecto desde su diseño y creación para conocer el mismo desde sus inicios.
5. Tanto la unidad ejecutora como el FOMIN, deben ser flexibles a la hora de la ejecución del proyecto, y realizar ajustes si es necesario para poder cumplir con el desarrollo de los mismos. ya que lo planteado en un documento muchas veces difiere de la práctica.

Relativa a
Implementation

Autor
Ramírez, Smeldy [FOMIN]

Implementation

abbott, karina

Implementation

abbott, karina

Design

abbott, karina

Sustainability

abbott, karina

Indique cuáles son los principales productos, dónde se encuentran y cómo podrían aplicarse o "compartirse" con otras entidades o proyectos similares.

Los estudios se encuentran en los vínculos anexo a esta publicación y en los archivos electrónicos de la Representación del BID en RD.

Productos principales del proyecto

[Mar. 2008] PRACTICUM (Technical publications)

Autor: UNIVERSIDAD G.W.

[Abr. 2008] PROYECTO DE CULTURA Y TURISMO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA REPUBLICA DOMINICANA (Methodologies/training materials)

Autor: CNC Y UNIVERSIDAD DE BARCELONA

[Abr. 2008] PROYECTO DE CULTURA Y TURISMO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA REPUBLICA DOMINICANA (Methodologies/training materials)

Autor: CNC Y UNIVERSIDAD DE BARCELONA

[Abr. 2008] EDUCACION Y DESARROLLO DE LA FUERZA LABORAL TURISTICA DE LA PUERTO PLATA. (Methodologies/training materials)

Autor: UNIVERSIDAD G.W.

[Sep. 2008] ESTUDIO DE NICHOS DE MERCADO (Methodologies/training materials)

Autor: FUNDACION ATLANTICA

[Jun. 2010] ESTUDIO LINEA DE BASE Y SISTEMA DE MONITOREO (Handbooks/Procedure guides)

Autor: DIEGO ANDRADE

[Ago. 2010] MEMORIAS TALLERES TURISOP (Technical publications)

Autor: TURISSOP

[Ago. 2010] CONTENIDOS HISTORICOS (Methodologies/training materials)

Autor: JULIO ALBERTO GARCIA K.

[Nov. 2010] INFORME 2 CONSULTORIA ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ALTERNATIVAS DE TRANSPORTE INTRA DESTINO (DIAGNOSTICO) (Methodologies/training materials)

Autor: MARBELLIS MIRABAL

SECCIÓN 7: DOCUMENTOS

16/OCT./2008 [Memorando de Donantes](#)

[<http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=1709931>]

11/MAR./2015 [Informe de Evaluación Intermedia](#)

[<http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=39476695>]

14/MAY./2014 [Informe de Evaluación Final](#)

[<http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=38796896>]

11/MAR./2015 [Informe de Evaluación Final](#)

[<http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=39476709>]

[Ficha del proyecto](#)

<http://apps.fomin.org/public/psr/projectprofile.aspx?proj=DR-M1021&lg=SP>