

DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO  
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

**PARAGUAY**

**PROMOCIÓN DEL TURISMO DE LAS MISIONES EN EL  
MUNDO GUARANÍ**

**(PR-M1008)**

**MEMORANDO DE DONANTES**

Este documento fue preparado por el equipo de proyecto integrado por: Santiago Soler (FOMIN/OPS), Jefe de Equipo; Carlos Ortiz (COF/CPR); Myriam Escobar (COF/CPR); Maritza Vela (FOMIN/OPS); María Elena Nawar (FOMIN/DEU); Valnora Leister (LEG); y Sergio Stumpo (Consultor).

## ÍNDICE

<b>I.</b>	<b>ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>1</b>
A.	Pueblos Jesuíticos y Franciscanos.....	1
B.	La Demanda y Oferta Turística.....	2
C.	Limitantes del Sector y Respuesta del Programa .....	2
<b>II.</b>	<b>OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA .....</b>	<b>4</b>
A.	Objetivos del Programa .....	4
B.	Componentes y actividades .....	4
<b>III.</b>	<b>COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROGRAMA .....</b>	<b>6</b>
A.	Costo y financiamiento.....	6
B.	Sostenibilidad del programa .....	7
<b>IV.</b>	<b>EJECUCIÓN DEL PROGRAMA.....</b>	<b>8</b>
A.	Organismo Ejecutor y Mecanismo de Ejecución .....	8
B.	Adquisición de bienes y servicios. ....	9
<b>V.</b>	<b>SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>VI.</b>	<b>BENEFICIARIOS Y RIESGOS.....</b>	<b>10</b>
A.	Beneficiarios del Programa .....	10
B.	Riesgos .....	11
<b>VII.</b>	<b>ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES .....</b>	<b>11</b>

## **ANEXOS**

ANEXO I	Matriz de Marco Lógico
ANEXO II	Presupuesto detallado
ANEXO III	Lista de proyectos similares y del cluster del FOMIN

## **APÉNDICES**

### **Proyecto de Resolución**

## INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LOS ARCHIVOS

Documento I:	Presupuestos detallados.
Documento II:	Reglamentos Operativos.
Documento III:	Análisis de la Situación del Sector.
Documento IV:	Otros Proyectos de Cooperación.
Documento V:	Cartas de Compromiso de los Ejecutores.
Documento VI:	Nota del Ministerio de Hacienda.
Documento VII:	Estatutos y estados financieros de los ejecutores.
Documento VIII:	Informe Target Euro: Ruta de las Misiones Jesuíticas Bolivia – Paraguay – Argentina.
Documento IX:	Informe Camino Franciscano.
Documento X:	Anexo 2 RO - TdR Unidades Ejecutoras y Consultores.
Documento XI:	Anexo 3 RO - TdR para las Redes.
Documento XII:	Anexo 4 RO - TdR puesta en valor.
Documento XIII:	Anexo 5 RO - TdR logo / marca.
Documento XIV:	Anexo 6 RO - TdR data-base.
Documento XV:	Anexo 7 RO - TdR Plan de Comunicación.
Documento XVI:	Anexo 8 RO - TdR Plan de Marketing Operacional.
Documento XVII:	Anexo 9 RO - TdR Benchmark.
Documento XVIII:	Anexo 10 RO - Modelo de Informe Semestral de Progreso.
Documento XIX:	Anexo 11 RO - Lineamientos Generales del FOMIN para el diseño y la administración de operaciones de Cooperación Técnica no Reembolsables.
Documento XX:	Anexo 12 RO - Declaración de conocimiento de políticas contra el fraude y la corrupción.
Documento XXI:	Plan de Contratación.
Documento XXII:	Acuerdo de Colaboración entre los ejecutores.

## **SIGLAS Y ABREVIATURAS**

BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CESI	Comité de Impacto Ambiental y Social
EE.UU	Estados Unidos
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
FTN	Fundación Tierranuestra
IPS	Informes de Progreso Semestrales
OMT	Organización Mundial del Turismo
OP	Oficina de País
POA	Plan Operativo Anual
MIPYMES	Micro Pequeñas y Medianas Empresas
RO	Reglamento Operativo
TACPY	Touring y Automóvil Club Paraguayo
UC	Unidad Coordinadora

## RESUMEN EJECUTIVO

<b>Agencia Ejecutora:</b>	Touring y Automovil Club Paraguayo (TACPY) y Fundación Tierranuestra (FTN)		
<b>Beneficiarios:</b>	Al menos 180 actores clave de los sectores público y privado (120 de la Ruta y 60 del Camino) se adhieren al concepto de la Ruta/Camino como miembros. Al menos 300 MiPyMEs (existentes y de nueva creación) participarán a lo largo del Programa (200 para la Ruta y 100 para el Camino). Al menos 2.000 MiPyMEs ubicadas en la zona de las misiones serán sensibilizadas al final del Programa. Al menos 40 representantes del sector público (20 para la ruta y 20 por el Camino) serán sensibilizados en los temas de desarrollo del producto turístico. Al menos 500 personas serán capacitadas al término del Programa. Al menos 300 trabajadores en MiPyMEs turísticas serán capacitados.		
<b>Monto y fuente:</b>	FOMIN (Facilidad IIIa) <sup>1</sup>	US\$ 1,816,587	(70% <sup>2</sup> )
	Aporte local	US\$ 761,800	(30%)
	<b>Total:</b>	US\$ 2,578,387	<b>(100%)</b>
<b>Objetivos y descripción</b>	El <b>fin</b> del Programa es contribuir al desarrollo turístico sostenible de la zona de las misiones y a su posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional. El <b>propósito</b> es desarrollar en la región de las misiones una red de MiPyMEs para el impulso del turismo que, con una visión histórica y actual asociada a la cultura Guaraní común, desarrollen y comercialicen productos y servicios turísticos acordes a las demandas del mercado nacional e internacional..		
<b>Plazos:</b>	Período de Ejecución:	36 meses	
	Período de Desembolso:	42 meses	
<b>Condiciones contractuales especiales:</b>	<p><b>Condiciones previas al primer desembolso de los recursos del Banco:</b> 1) la selección del Coordinador Operativo del Programa; y 2) la adopción de los respectivos reglamentos operativos, de conformidad con los términos previamente acordados con el Banco.</p> <p>Como <b>condición de ejecución</b> se incluye, dentro de los cuatro meses contados a partir de la firma del Convenio de Cooperación Técnica; y para cada semestre en lo sucesivo: la presentación del POA semestral por parte del <b>Coordinador Operativo del Programa</b>, que denote una coordinación en la contratación y ejecución de las actividades comunes de ambos ejecutores.</p> <p><b>Condición cumplida previamente:</b> la firma de un acuerdo de</p>		

<sup>2</sup> El porcentaje excluye Actividades de Clúster.

	colaboración entre TACPY y Fundación Tierranuestra, que asegura un compromiso con la coordinación del Programa.
<b>Excepciones a las políticas del Banco</b>	Ninguna.
<b>Impacto social y ambiental:</b>	El Comité Medioambiental y Social revisó el Programa en su sesión del 2 de Junio del 2006. Las recomendaciones y acciones llevadas a cabo están resumidas en el párrafo 7.1.
<b>Coordinación con otras instituciones financieras de desarrollo</b>	Se coordinará con el proyecto Plan Nacional de Exportación- Red de Exportaciones e Inversiones de la Cooperación Taiwanesa y el Proyecto de Conservación del Patrimonio Jesuítico, financiado por la Cooperación Española (AECI), detallados en 1.13.

## I. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

### A. Pueblos Jesuíticos y Franciscanos.

- 1.1 **Misiones Jesuíticas.** Del conjunto de los 30 pueblos que conforman la gran misión emprendida por los jesuitas a comienzos del siglo XVII en América Latina, en Paraguay se identifican 7 pueblos (Santiago, Santa Rosa, San Cosme y Damián, Trinidad, San Ignacio y Jesús del Tavarangué). La UNESCO ha declarado en el año 1993 “patrimonio universal” a las reducciones de la Santísima Trinidad del Paraná y a Jesús del Tavarangué. En la actualidad, la ruta jesuítica se encuentra delimitada geográficamente en dos regiones del Paraguay, comprendidas por el departamento de Misiones e Itapúa y el trayecto se origina a 226 Km. de la ciudad capital de Asunción. Las características principales de las 7 misiones están descriptas en el análisis de la situación del sector llevada a cabo durante la preparación del Programa<sup>3</sup>. Constituyen la identidad más reconocida en Paraguay y las mismas impresionan por su espectacularidad con imponentes templos en piedra.
- 1.2 **Camino Franciscano.** Hace referencia a la misión de Fray Alonso de San Buenaventura y Fray Luis de Bolaños que arribaron a la ciudad de Asunción en el año 1575. El Camino Franciscano y la Artesanía siguen las huellas de la Orden Franciscana que fundó pueblos abiertos y dejó a su paso valiosas obras de arte. El recorrido, que permite también conocer a los artesanos en sus propios pueblos, parte de Asunción y conduce a Ypané, Altos, Itá, Atyra, Yaguarón, Piribebuy, Tobatí, Caacupé, Luque, Valenzuela, Villarrica, Caazapá, Areguá, Itauguá y S. J. Nepomuceno. El más distante de ellos se encuentra a 300 Km. de Asunción. En el caso de los Franciscanos, los templos están situados en el centro de la extensa plaza y son modestas construcciones en muros de adobe, encantadores testimonios de la actitud de humildad propia de la cultura franciscana y adaptación al medio propio de la cultura indígena que siguen abiertos al culto hasta nuestros días. En el caso del Camino Franciscano, no sólo se encuentran monumentos, sino también una naturaleza, historia, artesanía, fiestas patronales, gastronomía y música muy particulares.
- 1.3 Los franciscanos y los jesuitas produjeron en Paraguay lo que seguramente es el mejor ejemplo americano de sociedad mestiza, tanto en lo antropológico como en lo cultural. La obra evangelizadora de tanto los jesuitas como los franciscanos se caracterizó por su sintonía y compenetración con los pueblos guaraníes, sus costumbres y su lengua. Más que en los países vecinos donde también hay misiones, es en Paraguay donde se identifica el corazón de la **cultura guaraní** permaneciendo hasta el día de hoy en la población en general el uso de esa lengua ancestral. De ahí que para referirse a ambas obras, en el presente documento se hará mención a las **Misiones en el Mundo Guaraní**. Ambos mundos, franciscano y jesuita, donde las culturas indígenas y la española se fundieron creativamente, son las dos caras del proceso de fusión en una civilización resultante; ésta diversificación es lo que da valor a la actual y potencial oferta turística.

---

<sup>3</sup> Documento Técnico III.



## **B. La Demanda y Oferta Turística.**

- 1.4 En los últimos años la tendencia general del turismo en América del Sur, y sobre todo durante el periodo 2003 – 2004, ha sido claramente positiva, registrando un aumento medio del 7% en las llegadas a los estados que forman parte del Mercosur. En 2004 Sudamérica recibió 16 millones de turistas, registrando un aumento del 16%, con un incremento respecto al período anterior de más de 2,2 millones de nuevas llegadas, superando la cifra record de 15,2 millones de turistas que se registró en el 2000. Para el caso de Paraguay, no existen datos estadísticos oficiales sobre el flujo de la demanda hotelera por parte del Gobierno o de cualquier otra institución reconocida oficialmente. Considerando el análisis de los pocos datos estadísticos disponibles y de entrevistas directas conducidas por el equipo de proyecto, se puede resumir lo siguiente: i) la llegada de extranjeros en el país ha sido de alrededor de 310 mil turistas en el 2004, y Encarnación, puerta de acceso a las misiones jesuíticas, cuenta con el 18% de las llegadas; y ii) según SENATUR, en el 2006 las llegadas internacionales aumentan y a Agosto se registran más de 104.000 turistas internacionales. La mayoría son argentinos (85,5%), mayormente grupos provenientes de Buenos Aires que visitan las ruinas jesuíticas argentinas y paraguayas antes de llegar a las Cataratas (Puerto Iguazú). La mayoría de estos pernoctan en Posadas (Argentina). Tampoco hay que ignorar el flujo turístico de Ciudad del Este, sobre todo en lo que se refiere al turismo de negocios. Con respecto a los turistas que visitan las Misiones (Jesuíticas y Franciscanas) la estadía raramente supera 1-1,5 días, si no se reduce al final a una simple excursión.
- 1.5 En las zonas específicas del Programa (Jesuítica y Franciscana) hay un limitado número de establecimientos; sin embargo, el turista tiene buenas posibilidades para pernoctar en las ciudades de Encarnación y Asunción. En cuanto a servicios turísticos y organización del producto, salvo en estas dos ciudades, en general la oferta en las áreas del Programa es muy limitada y tendría que ser mejorada en calidad. Esta situación no estimula al turista a pernoctar en el área, limitando su visita a una simple excursión. Los eventos tradicionales (festivales de la tradición misionera, los carnavales, etc.) organizados por las comunidades locales son un excelente atractivo a nivel local, pero sin impacto a nivel turístico internacional. Además, se evidencia la carencia de servicios que permitirían aprovechar los recursos turísticos, como por ejemplo el servicio de guía turística profesional, información específica de la Ruta Jesuítica y del Camino Franciscano, asistencia al turista, etc.

## **C. Limitantes del Sector y Respuesta del Programa**

- 1.6 No existe la **organización** del producto turístico, faltando una oferta articulada por parte de los actores locales que permita aprovechar los atractivos. Esta situación es más crítica en lo que refiere el Camino Franciscano, donde todavía no hay un producto turístico, sino un complejo de atractivos no explotados. A pesar de que existen algunos hoteles, restaurantes y otra **infraestructura** turística de excelencia, en la mayoría de los casos la oferta es bastante deficiente e inadecuada a los niveles de calidad requeridos por los turistas, especialmente extranjeros.
- 1.7 El nivel de **promoción** de los atractivos turísticos es limitado y no se ha ejecutado una política sistemática y sostenida para difundir estos atractivos, a excepción de

algunos ejemplos como la participación en la Promoción Turística del MERCOSUR, en Japón, y en la ITB de Berlín. En lo que se refiere al sistema de **comercialización**, la mayoría de los touroperadores y agencias de viajes del país son pequeños y débiles; pocos participan en ferias internacionales y la mayoría prefieren comercializar las Cataratas de Iguazú. Ellos organizan excursiones y paquetes de hasta 2-4 días a las misiones, esencialmente para turistas que ya están en Cataratas, sin estimular al turista directamente en los mercados de origen.

- 1.8 La conjunción del desconocimiento y desvalorización de los **recursos patrimoniales** por parte de la población local, y en algunos casos también de sus autoridades locales, son una de las principales causas de su progresivo deterioro: i) depredación por pobladores locales o vandalismo; ii) falta de mantenimiento y de actividades de puesta en valor; iii) inadecuada definición del área y/o de los elementos u objetos de valor patrimonial; y iv) falta de resolución en la ocupación del espacio urbano y asentamientos de pobreza alrededor de las ruinas, principalmente en las jesuíticas. Las intervenciones realizadas hasta hoy (gracias a fondos públicos y la cooperación internacional) están mejorando la situación, pero los problemas permanecen.
- 1.9 No obstante este marco general negativo de la demanda y oferta turística, la Organización Mundial de Turismo (OMT) prevé un aumento del 15% anual en el sector receptivo del Paraguay para los próximos años, gracias sobretudo a la mejora de las condiciones económicas de la zona de demanda cercana, representada por Argentina, además de las actividades de promoción que se están llevando a cabo en Brasil y en Chile. El desarrollo se basará fundamentalmente en el turismo de negocios y rural, en el aumento de la cantidad de oferta receptiva, en la organización de eventos y en el aumento de la calidad de los servicios.
- 1.10 El Estado ha aprobado una ley nacional sobre el turismo (ley 60/90), lo que significa que el mismo ha entrado a formar parte de las variables económicas fundamentales del país. Los productos en los que se basaría el desarrollo del país en términos turísticos son: i) La Ruta Jesuítica; ii) El Camino Franciscano y la artesanía; iii) El turismo tecnológico; iv) El inmenso territorio del Chaco y Pantanal; v) Pesca, golf y deportivo; vi) Aventura ; y vi) El Tapè Aviru.
- 1.11 El **valor agregado** del presente Programa FOMIN consiste en fortalecer la capacidad competitiva de las MiPyMEs turísticas a lo largo de la Ruta de las Misiones Jesuíticas y Camino Franciscano, organizándolas a cada una en una red de manera que desarrollen y comercialicen en forma proactiva productos adaptados a los requerimientos del mercado. Se persigue además lograr la concientización de las comunidades locales y demás actores locales para lograr una revalorización de la identidad y patrimonio cultural. La promoción del turismo de las Misiones en el Mundo Guaraní resulta entonces como un producto **único y diferenciado** que identifica un producto competitivo internacionalmente asociado con el Paraguay; y por lo tanto se transforma en una alternativa muy potente de desarrollo no sólo para las MiPyMEs participantes de la Ruta y el Camino, sino también para la economía paraguaya ampliada.
- 1.12 Este Programa se inserta bajo la iniciativa del clúster “Turismo Sostenible como Alternativa de Desarrollo” del FOMIN y fue identificado como resultado del compromiso del gobierno en el trabajo del Proyecto Mundo Guaraní, que con aportes de sus limitados recursos concesionales y fondos del BID, desarrollaron

estudios y crearon una masa crítica de personas e instituciones que se integrarán a la iniciativa propuesta en este documento. Este trabajo fue complementado por una consultoría financiada por el fondo fiduciario italiano, contratada por el FOMIN en el 2005. Dicha consultoría sugirió buscar alternativas para desarrollar un proyecto regional, pero luego de concluirse las consultorías, se aprobó el préstamo de Mejoramiento de Competitividad del Sector Turismo (AR-L1004) que incluye actividades con los beneficiarios identificados por el FOMIN; asimismo, se identificaron las dificultades de unir físicamente las rutas con Bolivia, debido a las distancias existentes entre los atractivos turísticos. Por esta razón se decidió motivar a los ejecutores identificados por la consultoría, a presentar proyectos nacionales y, durante la preparación de los mismos, buscar todos los mecanismos de coordinación posibles para apalancar la intervención del FOMIN. En este momento, el FOMIN se encuentra preparando un proyecto sobre las Misiones Jesuíticas de la Chiquitania en Bolivia. Se buscarán todas las sinergias posibles entre ellos, y también con el componente del préstamo en Argentina que trata con objetivos relacionados a los planteados en las operaciones FOMIN.

- 1.13 Adicionalmente, el Programa FOMIN se coordinará con: i) el préstamo del Banco PR-100, que busca mejorar la competitividad de las PyMEs mediante el aumento de la pertinencia, eficiencia y sostenibilidad de los Servicios de Desarrollo Empresarial; ii) el proyecto Plan Nacional de Exportación- Red de Exportaciones e Inversiones (REDIEX) financiado por la Cooperación Taiwanesea y ejecutado por el Ministerio de Industria y Comercio, que tiene como cometido la promoción de las exportaciones e inversiones extranjeras directas en sectores seleccionados, entre los cuales se incluye el turismo; y iii) el Proyecto de Conservación del Patrimonio Jesuítico, financiado por la Cooperación Española (AECI) y ejecutado por la SENATUR, que tiene como propósito el mantenimiento del sitio arqueológico de Jesús<sup>4</sup>.

## II. OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

### A. Objetivos del Programa

- 2.1 El **fin** del Programa es contribuir al desarrollo turístico sostenible de la zona de las misiones y su posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional. El **propósito** es desarrollar en la región de las Misiones, una red de MiPyMEs para el impulso del turismo, que con una visión histórica y actual asociada a la cultura Guaraní común, desarrollen y comercialicen productos y servicios turísticos acordes a las demandas del mercado nacional e internacional. Para lograr esto se incluyen cinco componentes.

### B. Componentes y actividades

- 2.2 **Componente 1: Definición de la Ruta y Camino en las zonas de las Misiones y modelo de organización.** (MIF US\$186.800; Contraparte US\$8.000). El propósito de este componente es definir el concepto de Ruta y Camino en todos sus alcances (normativa de adhesión y estándares de buenas prácticas en turismo sostenible, delimitación, entre otros); dotarla de una organización definida y participativa y sensibilizar a los diferentes actores de su importancia estratégica. Se

---

<sup>4</sup> En el Documento Técnico IV se ilustran los proyectos relacionados en ejecución y en diseño.

- financiarán las siguientes actividades: i) Asistencia técnica para la definición de la Ruta y Camino y plan de negocios (incluyendo la identificación y selección de atractivos); modelo de organización y manual de funcionamiento; ii) Un seminario de lanzamiento con presentación de casos de éxito internacionales; y iii) Seminarios de sensibilización para los participantes de la Ruta y Camino en los diferentes municipios que la integran.
- 2.3 Como resultado se contará con un plan de negocios y manual de funcionamiento de la Ruta y el Camino y al menos 300 MiPyMEs adheridas y participando activamente.
- 2.4 **Componente 2: Desarrollo de productos turísticos y capacitación (FOMIN: US\$283.300 y Contraparte: US\$55.000).** El propósito de este componente es que se cuente con una cartera de productos y servicios turísticos comercializables a corto y mediano plazo, y se capacite a las MiPyMEs participantes en la gestión de los mismos. Se financiarán las siguientes actividades: i) Estudios con recomendaciones para la puesta en valor (posibilidad de concesiones de atractivos públicos como museos, servicios anexos a ruinas y sitios: centro de interpretación, venta de artesanías, servicios higiénicos, etc.); ii) Definición de los paquetes turísticos comercializables por operadores mayoristas nacionales e internacionales (alternativa de públicos, costos, agendas, etc.); iii) Definición de un calendario unificado de eventos de la Ruta y el Camino; iv) Capacitación de las MiPyMEs en la gestión de estos productos y servicios considerando lo existente y estructurando la cadena de valor; v) Capacitación en gestión turística para estimular la población local a la creación de nuevas MiPyMEs; y vi) Educación a los integrantes de la Ruta y Camino tendiente a elevar el conocimiento de la riqueza que ofrecen los mismos desde el punto de vista histórico, natural y cultural.
- 2.5 El resultado incluye al menos 20 productos definidos, y 300 personas y 100% de las MiPyMEs adheridas a la Ruta y Camino capacitadas.
- 2.6 **Componente 3: Desarrollo de competencias laborales en los sectores de alojamiento, gastronomía, guiatura y touroperadores. (FOMIN: US\$177.200 y Contraparte: US\$0).** El propósito de este componente es capacitar formadores-evaluadores en las normas y en los procesos de evaluación; y elaborar material didáctico y cursos para la capacitación del personal de las MiPyMEs participantes en el Camino y Ruta. Se financiarán las siguientes actividades: i) Elaboración de material didáctico y cursos de capacitación; ii) Capacitación de formadores-evaluadores en las normas y en los procesos de evaluación; y iii) Capacitación de trabajadores.
- 2.7 Como resultado del componente se espera contar con al menos 1.000 trabajadores capacitados en los sectores de alojamiento, gastronomía, touroperación y guiatura.
- 2.8 **Componente 4. Posicionamiento, promoción y comercialización (FOMIN: US\$499.000 y Contraparte: US\$554.500).** El propósito de este componente es que la Ruta y Camino (incluyendo sus atractivos) estén posicionados y presentes en los canales comerciales de venta, generando demanda efectiva. Se financiarán las siguientes actividades: i) Asistencia técnica para el desarrollo de un plan de marketing estratégico y operacional (promoción y comercialización); ii) Asistencia

- técnica para el diseño de marca, identidad corporativa, y manual de uso; iii) Famtrips y Presstours locales e internacionales (touroperadores y agencias de viajes especializados, periodistas, entre otros); iv) Participación en ferias; v) Diseño de materiales de promoción, publicidad y comercialización: una guía y un folleto promocional; vi) Diseño y mantenimiento de sitio web; vii) Diseño del plan de comunicación y relaciones públicas; viii) Desarrollo de base de datos de contactos de clubs, asociaciones y medios de comunicación especializados en turismo cultural, de naturaleza y otros, en diferentes mercados internacionales; y ix) Eventos y diseño de concursos y premios.
- 2.9 Como resultado se espera contar con un plan de marketing operacional implementándose, la marca “Misiones en el Mundo Guaraní” en uso, y al menos 80% de los operadores locales y 5 operadores internacionales ofreciendo la Ruta y Camino entre sus destinos.
- 2.10 **Componente 5. Proyecto piloto de coordinación (FOMIN: US\$199.400 y Contraparte: US\$0).** El propósito de este componente es desarrollar un sistema de comparación entre circuitos internos (FTN) y con oferta similar en países como Argentina, Brasil y Bolivia (TACPY). Se financiarán las siguientes actividades: i) Asistencia técnica para la definición del sistema de *benchmark* relacional de excelencia (incluyendo la identificación y selección de los *items* de atractivos e *items* por cada categoría: empresa pública y privada); modelo de organización y manual de funcionamiento; y ii) Proyecto Piloto de Coordinación: Circuitos nacionales (FTN), y Foro con los actores de los otros destinos de las misiones en Argentina y Brasil buscando sinergias/complementación (TACPY).
- 2.11 Como resultado se espera contar con un modelo de comparación para la valoración del crecimiento y las diferencias entre las áreas que ofrecen el producto Misiones; y retroalimentación de lecciones y la incorporación de mejores prácticas.

### III. COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROGRAMA

#### A. Costo y financiamiento

- 3.1 El costo del programa se ha estimado en el equivalente de US\$2.578.387 de los cuales US\$1.816.587 serán aportados por el FOMIN y US\$761.800 de contraparte, siendo al menos la mitad en efectivo. La Contribución del FOMIN incluye US\$ 30.000 para actividades del Cluster de Turismo. Un resumen del presupuesto se observa a continuación (el presupuesto detallado se presenta en el Anexo II):

(en dólares de los EE.UU.)

Categorías	FOMIN US\$	Local US\$	TOTAL US\$
Administración	126.000	42.000	168.000
Logística	15.960	39.600	55.560
Componente 1	89.850	4.000	93.850
Componente 2	117.900	35.000	152.900
Componente 3	88.600		88.600
Componente 4	336.250	307.000	643.250

Componente 5	145.550		145.550
<b>Subtotal TACPY</b>	<b>920.110</b>	<b>427.600</b>	<b>1.347.710</b>
Imprevistos 5%	46.006		46.006
Línea de Base y Evaluaciones	30.000		30.000
Auditorías (4)	10.000		10.000
<b>TOTAL TACPY</b>	<b>1.006.116</b>	<b>427.600</b>	<b>1.433.716</b>
Actividades de Clúster	15.000		15.000
<b>GRAN TOTAL TACPY</b>	<b>1.021.116</b>	<b>427.600</b>	<b>1.448.716</b>
	<b>70%</b>	<b>30%</b>	
Administración	126.000	42.000	168.000
Logística	11.660	20.700	32.360
Componente 1	96.950	4.000	100.950
Componente 2	165.400	20.000	185.400
Componente 3	88.600		88.600
Componente 4	162.750	247.500	410.250
Componente 5	53.850		53.850
<b>Subtotal FTN</b>	<b>705.210</b>	<b>334.200</b>	<b>1.039.410</b>
Imprevistos 5%	35.261		35.261
Línea de Base y Evaluaciones	30.000		30.000
Auditorías (4)	10.000		10.000
<b>TOTAL FTN</b>	<b>780.471</b>	<b>334.200</b>	<b>1.114.671</b>
Actividades de Clúster	15.000		15.000
<b>GRAN TOTAL FTN</b>	<b>795.471</b>	<b>334.200</b>	<b>1.129.671</b>
	<b>70%</b>	<b>30%</b>	
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>1.816.587</b>	<b>761.800</b>	<b>2.578.387</b>
	<b>70%</b>	<b>30%</b>	

## B. Sostenibilidad del programa

- 3.2 A través del Programa se buscará que la capacidad competitiva de las redes turísticas permita atraer el interés de los emprendedores privados a participar en las mismas; de este manera se podría estimular la colaboración de otros actores privados y públicos del territorio. En este sentido, luego de finalizado el Programa las principales posibles fuentes de fondos podrían ser: i) cuota de suscripción de los participantes en las Redes; ii) ventas de espacios publicitarios en el sitio Internet de las Redes y auspicios a desarrollarse en la señalización, entre otros; iii) posibles contribuciones o donaciones de instituciones de apoyo; y iv) venta directa de los paquetes turísticos por medio de los operadores participantes en las redes y el sitio Internet. A este efecto, el Programa financiará un plan de marketing que deberá guiar las actuaciones de la Ruta y el Camino una vez finalice el período de ejecución. TACPY y FTN presentarán su estrategia de sostenibilidad en un **Taller de Sostenibilidad** en el que participarán representantes del Banco, un año antes de la finalización del Programa, el cual tendrá como objetivo examinar las

posibilidades para que la gestión de lo propuesto continúe de forma autónoma luego de concluido el apoyo del FOMIN.

#### IV. EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

##### A. Organismo Ejecutor y Mecanismo de Ejecución

- 4.1 Las **dos agencias ejecutoras** del presente Programa son el Touring y Automóvil Club Paraguayo (TACPY) y la Fundación Tierranuestra (FTN). Cada agencia ejecutora firmará un convenio con el Banco. A los efectos de la implementación del Programa se suscribirá un acuerdo de colaboración entre los dos ejecutores que incluirá, entre otros aspectos, la contratación conjunta del Coordinador Operativo del Programa mencionado en el siguiente párrafo<sup>5</sup>.
- 4.2 Cada agencia ejecutora constituirá una **Unidad Coordinadora**, la cual estará localizada en las oficinas de cada uno de los ejecutores y estará compuesta por un Coordinador de Proyecto y un Administrativo/Contable. A su vez habrá un **Coordinador Operativo del Programa** encargado de coordinar el trabajo de los ejecutores en el cumplimiento de las cláusulas de informes técnicos y financieros, elaboración de los planes operativos y de adquisiciones, términos de referencia, selección y contratación de consultores, bienes y servicios, especialmente aquellos que se hagan en forma conjunta. Los términos de referencia para sus miembros y el Coordinador Operativo del Programa se especifican en los documentos técnicos.
- 4.3 Cada UC se encargará, con la supervisión del Coordinador Operativo del Programa, de: i) la gerencia integral de su propio proyecto (financiera, administrativa y técnica); ii) la preparación, ejecución y monitoreo de Planes Operativos Anuales (POA); iii) la contratación de bienes y servicios; iv) el seguimiento de la ejecución de las actividades de su propio Proyecto; v) gestión del presupuesto; vi) el trámite de las solicitudes de desembolsos de la contribución del FOMIN; vii) la preparación de los estados de cuenta de los recursos utilizados; viii) la presentación de informes administrativos al Banco; ix) la organización y mantenimiento del archivo administrativo del Proyecto; x) la coordinación y comunicación con los diferentes actores del Proyecto; xi) la contratación y realización de las auditorías requeridas por el Banco; y xii) el trámite de cualquier propuesta de cambios al Reglamento Operativo.
- 4.4 Se instalará un **Consejo Asesor** donde, además de los dos ejecutores, participará un representante de cada una de las instituciones de reconocido prestigio y conocimiento de la temática turística y misionera como ser: SENATUR, REDIEX, ASATUR, la Comisión de Arte Sacro (custodios de los bienes patrimoniales de la iglesia), la Compañía Provincial de Jesús (propietarios de algunos museos y sitios patrimoniales), la Orden Franciscana y otros privados. Tendrá reuniones

---

<sup>5</sup> La razón de ejecutar el Camino y la Ruta separadamente pero de forma coordinada, es la siguiente: i) son dos destinos turísticos territorialmente distintos; ii) aunque de la fusión de la cultura indígena y española en ambos resultó una civilización guaraní única, sólo en el Camino se mantiene la cultura viva como atractivo, siendo el patrimonio arquitectónico el atractivo de la Ruta; y iii) basado en los argumentos anteriores los ejecutores propuestos se han especializado metodológicamente de forma separada en cada uno de los tipos de atractivos y territorios involucrados en el presente Programa.

trimestrales 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 guía sobre asuntos específicos de la temática; (iii) establecer grupos de trabajo o comités técnicos especiales para apoyar su labor, a los que podrán incorporar los especialistas y técnicos que se estime necesario; y (iv) ayudar a identificar y desarrollar acuerdos con instituciones privadas y públicas que contribuyan a la coordinación nacional de las intervenciones sobre la Ruta y el Camino y a la sostenibilidad del Programa.

- 4.5 El Touring y Automóvil Club Paraguay (TACPY) fue creado en 1924, y es una organización de carácter privado y sin fines de lucro, brindando servicios integrales a sus socios, los automovilistas y a la población en general, incluyendo turismo, constituyéndose en la institución líder del sector privado en el sector turismo. Cuenta con 12.000 miembros y su operación se financia con las cuotas mensuales y extraordinarias de sus miembros, donaciones y servicios prestados. TACPY tiene 130 empleados.
- 4.6 Fundación Tierranuestra (FTN) es una entidad privada, sin fines de lucro constituida en el año 1998. Su misión es trabajar por el desarrollo humano sostenible fortaleciendo la capacidad de aprender y organizarse de personas y grupos que buscan mejorar sus condiciones de vida. FTN está trabajando en el desarrollo de diversas comunidades locales a lo largo del Camino Franciscano. Tiene experiencia en la administración de proyectos de desarrollo comunitario con fondos de agencias internacionales. Para sus actividades, FTN se financia con aportes de socios y empresas privadas. FTN cuenta con 12 empleados.
- 4.7 En el análisis institucional previo desarrollado por el Banco se revisaron los documentos financieros y administrativos de las dos instituciones, mostrando capacidad adecuada para hacer frente a las necesidades presupuestarias y de gestión del Programa.
- 4.8 **Período de ejecución.** Se espera que el Programa sea ejecutado en 36 meses con un periodo de desembolso de 42 meses.
- 4.9 **Grado de preparación del Programa.** El Programa ha sido acordado en términos de sus objetivos, componentes y actividades. Los ejecutores han remitido cartas comprometiéndose a aportar los fondos de contraparte y ya han firmado el acuerdo de colaboración propuesto. También se ha redactado el Reglamento Operativo y acordado los términos de referencia de las consultorías principales.

## **B. Adquisición de bienes y servicios.**

- 4.10 TACPY y FTN, a través de sus UCs, realizarán las adquisiciones de bienes y servicios contemplados en el Programa y aprobados previamente por el Banco en el Plan de Contrataciones Semestral. Dichas adquisiciones se llevarán a cabo a precios de mercado y mediante métodos competitivos, en consonancia con los procedimientos establecidos en las *Políticas para la Selección y Contratación de Consultores financiados por el Banco* (GN-2349-7) y las *Políticas para la Adquisición de Obras y Bienes Financiados por el Banco* (GN-2349-7), y en los lineamientos del FOMIN del 8 de agosto de 2006.



## V. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- 5.1 **Supervisión y monitoreo.** La Representación del Banco en Paraguay será la responsable de la supervisión y monitoreo del Programa. Un **Taller de Cierre** será programado para el final de la ejecución, para evaluar los resultados alcanzados y las acciones requeridas para aumentar el impacto del Programa.
- 5.2 **Evaluación.** En un plazo no mayor a los tres meses desde la vigencia de la operación, el Banco contratará, con acuerdo de los Organismos Ejecutores, una consultoría para el diseño del sistema de evaluación y monitoreo, y la construcción de la línea de base. El sistema de evaluación se basará en el Marco Lógico, y deberá tener un criterio de calidad total, permitiendo el análisis de los siguientes aspectos: (i) pertenencia, vigencia y grado de cumplimiento de los objetivos del Programa; (ii) calidad de los servicios ofrecidos; (iii) sostenibilidad (en términos técnicos, económico-financieros, sociales e institucionales) del Programa, una vez finalizada la contribución del FOMIN; (iv) posibilidades de expansión o replicabilidad de la experiencia; y (v) impactos alcanzados.
- 5.3 El Programa contempla dos evaluaciones que serán realizadas por una consultoría individual especializada, la cual será seleccionada y contratada directamente por el Banco. La primera evaluación se contratará una vez desembolsado el 50% del total o cumplidos los primeros 24 meses desde el primer desembolso, lo que ocurra primero. La evaluación final se llevará a cabo una vez desembolsado el 90% de la Contribución, o tres meses antes del plazo para el último desembolso, lo que ocurra primero. De existir interés por parte del FOMIN, se podrá realizar – con recursos del FOMIN- una evaluación de impacto a los tres años de finalizada la operación. Para ello, el Ejecutor deberá alimentar el sistema de evaluación y monitoreo en forma permanente.
- 5.4 **Contabilidad y auditoría:** El Organismo Ejecutor deberá presentar los estados financieros auditados anualmente.

## VI. BENEFICIARIOS Y RIESGOS

### A. Beneficiarios del Programa

- 6.1 Los beneficiarios directos del Programa son: i) al menos 180 actores privados/ públicos (120 de la Ruta y 60 del Camino) que se adhieren al concepto de la Ruta / Camino como miembros; ii) al menos 300 MiPyMEs (existentes y nuevas) que participarán a lo largo del Programa (200 para la Ruta y 100 para el Camino); iii) al menos 2.000 MiPyMEs que se ubican en la zona de las misiones que serán sensibilizadas; iv) al menos 40 representantes del sector público (20 por la ruta y 20 por el Camino) que serán sensibilizados en los temas de desarrollo del producto turístico; v) al menos 500 personas que serán capacitadas en las normas turísticas para el desarrollo de calidad de los servicios turísticos; y vi) por lo menos 300 trabajadores en MiPyMEs turísticas que serán capacitados.
- 6.2 A nivel indirecto se beneficiarán todos los otros pobladores que habitan los territorios de influencia del Camino y la Ruta, los cuales disfrutarán de los

beneficios tangibles e intangibles de una mayor integración económica, cultural y social, complementada con una racional y ordenada actividad turística. Finalmente, otros emprendedores, que no participarán del Programa, se beneficiarán del consumo adicional generado por un mayor número de turistas y su mayor tiempo promedio de permanencia.

## **B. Riesgos**

- 6.3 Los dos productos turísticos considerados en el Programa están en un estado de desarrollo diferente. En particular, la Ruta parece más organizada que el Camino y existe el riesgo de que esto afecte la organización y venta de paquetes turísticos. Como medida de mitigación se incluyen actividades como el *benchmark* relacional y asistencia técnica para la organización del producto turístico que asistirán en la organización del Camino Franciscano. Un segundo riesgo es la posible falta de coordinación en la implementación de actividades conjuntas entre las dos UCs. Para mitigar esto se ha colocado la figura de un Coordinador Operativo del Programa, el mismo que coordinará tanto las actividades conjuntas de la Ruta y el Camino como las actividades a ser realizadas separadamente.

## **VII. ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES**

- 7.1 El Comité de Impacto Ambiental y Social (CESI) consideró esta operación en su reunión del día 2 de Junio del 2006. A continuación se describen las respuestas a las recomendaciones del CESI. En el RO se incluyen criterios de participación de los beneficiarios en la capacitación y sensibilización para asegurar una igual participación de hombres y mujeres en todas las instancias -talleres y cursos de capacitación. En la actividad 2.6. del Componente 2 se incluyeron talleres de información/formación respecto al valor patrimonial e historia de sus comunidades a fin de que la comunidad en su conjunto pueda operar como una "guía" para los futuros turistas, aumentando además el capital humano de los miembros de la comunidad. Finalmente, como parte de los criterios de elegibilidad de los beneficiarios en el RO, y a través de actividades de lanzamiento y sensibilización del Componente 1, se promueve la participación de empresarias locales.

**ANEXO I**  
**MARCO LOGICO**  
**PR-M1008**

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<u>FIN</u>			
Contribuir al desarrollo turístico sostenible de la zona de las misiones y su posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional	<p>Al quinto año de finalizado el Programa se espera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un aumento de al menos 200% visitas de turistas.</li> <li>• Un aumento de al menos 70% pernoctaciones de turistas.</li> <li>• Un aumento en al menos 300 % del gasto local en productos y servicios ofrecidos por el producto turístico de las misiones.</li> <li>• 1.500 nuevos empleos directos a nivel de MiPyMEs.</li> </ul> <p><i>* Definición y estimación proyectada del valor de los indicadores, a ser desarrollados por el consultor en evaluación, que será contratado el comienzo del Programa.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ DGEEC</li> <li>▪ Encuestas expost llevadas a cabo por el Ejecutor.</li> <li>▪ Evaluación expost llevadas a cabo por el Ejecutor.</li> </ul>	No hay acontecimientos extremos que impacten negativamente sobre la industria turística de Paraguay.
<u>PROPÓSITO</u>			
Desarrollar en la región de las misiones, una red de MiPyMEs para el impulso del turismo que, con una visión histórica y actual asociada a la cultura Guaraní común, desarrollen y comercialicen productos y servicios turísticos acordes a las demandas del mercado nacional e internacional.	<p><b>Al final del Programa:</b></p> <p><u>General:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de al menos 300 MiPyMEs ofreciendo productos/servicios a lo largo de la Ruta y Camino</li> <li>• Señalización turística de rutas y caminos de aproximadamente 800kms</li> <li>• Imagen y asociación de “Mundo Guaraní”, u otra marca nacional, como destino turístico de calidad</li> </ul> <p><u>Ruta Jesuítica:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ruta con 8 tipos de atractivos definidos y señalizados (construcciones misioneras, sitios arqueológicos, museos, talleres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea de base y monitoreo de indicadores</li> <li>• Evaluaciones intermedias y final por consultor externo</li> <li>• Informe PCR</li> <li>• ISDP</li> <li>• Informes de progreso y final del ejecutor.</li> <li>• Actas del taller de sostenibilidad y de terminación</li> <li>• Encuestas a nivel de canales comerciales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gobierno realiza las inversiones y mantenimiento de infraestructura, promoción y servicios públicos, de acuerdo al Programa</li> <li>▪ Existe un compromiso de participación de los actores principales que influyen sobre el funcionamiento de la Ruta y el Camino.</li> </ul>

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>artesanales, fiestas patronales, fiestas religiosas, visitas educativas escolares, deporte aventura; turismo académico/científico)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea de al menos 10 productos comercializables e integrados bajo el concepto de RUTA</li> <li>• Sostenibilidad operativa y financiera de la Ruta.</li> </ul> <p><u>Camino Franciscano:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Camino con 8 tipos de atractivos definidos y señalizados (construcciones misioneras, deporte aventura, eventos de música con jóvenes, talleres artesanales, fiestas patronales, fiestas religiosas, visitas educativas escolares, turismo académico/científico)</li> <li>• Línea de al menos 10 productos comercializables e integrados bajo el concepto de Camino</li> <li>• Sostenibilidad operativa y financiera del Camino.</li> </ul> <p>A los 18 meses de ejecución:</p> <p><u>Camino Franciscano:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 circuitos definidos en términos turísticos</li> <li>• 5 productos turísticos comercializables</li> </ul>		
<u>COMPONENTES</u>			
<b>1. Definición de la Ruta y Camino en las zonas de las Misiones y modelo de organización.</b>	<p><u>General:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% de la MiPyMES de la Ruta y Camino y al menos 1000 sensibilizadas al final del Programa.</li> </ul> <p><u>Ruta Jesuítica:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plan de negocios y Manual de funcionamiento elaborado y aprobado en mes 9 del año 1.</li> <li>▪ MiPyMES y demás actores sensibilizados vía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes del sistema de M&amp;E y línea de base.</li> <li>• Informes de Progreso e informe final del ejecutor.</li> <li>• Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</li> <li>• ISDP.</li> <li>• Informe PCR.</li> </ul>	<p>Las instituciones y MIPYMES mantienen interés de su participación en la ruta</p>

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>8 eventos en los primeros 18 meses.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 8 atractivos identificados para el mes 12.</li> <li>▪ 120 actores clave privado / público se adhieren al concepto de la Ruta como miembros.</li> <li>▪ Al menos 200 MiPyMEs (existentes y nuevas) participan de la Ruta a lo largo del proyecto.</li> </ul> <p><u>Camino Franciscano:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plan de negocios y Manual de funcionamiento elaborado y aprobado en mes 9 del año 1.</li> <li>▪ MiPyMEs y demás actores sensibilizados vía 12 eventos en los primeros 18 meses.</li> <li>▪ Al menos 8 atractivos identificados y su recomendación para puesta en valor en el mes 12.</li> <li>▪ 60 actores clave privado / público se adhieren al concepto de la Camino como miembros.</li> <li>▪ Al menos 100 MiPyMEs (existentes y nuevas) participan del Camino a lo largo del proyecto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registros de asistencia en la base de datos del Programa y actas de los eventos.</li> <li>• Visitas del Especialista FOMIN del país.</li> </ul>	
<p><b>2. Desarrollo de productos turísticos comercializables y capacitación.</b></p> <p>El propósito de este componente es que se cuente con una cartera de productos y servicios turísticos comercializables a corto y mediano plazo, y se capacite a las MiPyMEs participantes en la gestión de los mismos.</p>	<p><u>Ruta Jesuítica:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al menos 10 productos definidos y comercializables al mes 24.</li> <li>• 100% de la MiPyMEs de la Ruta y al menos 150 personas capacitadas al final del proyecto.</li> <li>• 20 representantes del sector público sensibilizados al mes 12.</li> <li>• Gestores de los atractivos disponen de recomendaciones para su puesta en valor al mes 12.</li> </ul> <p><u>Camino Franciscano:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al menos 10 productos definidos y comercializables al mes 24.</li> <li>• 100% de la MiPyMEs del Camino y al menos 150 personas capacitadas al final del proyecto.</li> <li>• 20 representantes del sector público</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de Progreso e informe final del ejecutor.</li> <li>• Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</li> <li>• Informe PCR.</li> <li>• ISDP.</li> <li>• Visitas del Especialista FOMIN del país.</li> <li>• Registros en la base de datos del Programa de los eventos de capacitación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las instituciones y MiPyMEs involucradas, participan y brindan información en tiempo y forma.</li> <li>• Existe una masa crítica de miembros suficiente para permitir el desarrollo de paquetes turísticos.</li> </ul>

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
	<p>sensibilizados al mes 12.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestores de los atractivos disponen de recomendaciones para su puesta en valor al mes 18.</li> </ul>		
<b>3. Desarrollo de competencias laborales en los sectores de alojamiento, gastronomía, guiatu y touroperadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Al menos dos convenios de cooperación firmados con instituciones de formación para el desarrollo de programas de capacitación en el primer año.</li> <li>1.000 trabajadores capacitados en los sectores de alojamiento, gastronomía, touroperadores y guías (350 para FTN: 150 gastronomía, 90 hotelería, 10 touroperadores, 100 guías) (650 para TACP: 150 gastronomía, 150 hotelería, 150 touroperadores y 200 guías).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes de Progreso e informe final del ejecutor.</li> <li>Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</li> <li>Informe PCR.</li> <li>ISDP.</li> <li>Visitas del Especialista FOMIN del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los formadores logran asimilar las normas de manera que pueden transmitir las de manera eficaz a los trabajadores.</li> </ul>
<b>4. Posicionamiento, promoción y comercialización.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de marketing operacional implementándose a partir del año 3.</li> <li>40 touroperadores (20 nacionales y 20 internacionales), 30 agencias de viajes nacionales, 30 periodistas (20 locales y 10 internacionales) participaron al final del Programa.</li> <li>Marca “<u>Misiones en el Mundo Guaraní</u>”, u otra marca, en uso a partir del año 3.</li> <li>Penetración y posicionamiento de la marca en mercado nacional en el año 4.</li> <li>80% de los operadores locales ofrecen la Ruta y Camino entre sus destinos a partir del mes 24.</li> <li>5 operadores internacionales ofrecen la Ruta y Camino entre sus destinos en el mes 36.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes de los análisis</li> <li>Informes de Progreso e informe final del ejecutor</li> <li>Evaluaciones intermedias y final por consultor externo</li> <li>Informe PCR</li> <li>ISDP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los actores involucrados participan y brindan información en tiempo y forma.</li> <li>El mercado es informado adecuadamente de la Ruta y Camino y se genera la demanda de los paquetes disponibles</li> </ul>

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<b>5. Proyecto piloto de coordinación</b>	<p>A la fin del Programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Modelo de <i>benchmark de excelencia</i> para la valoración del crecimiento y las diferencias entre las áreas que ofrecen las misiones en términos turísticos en funcionamiento</li> <li>Lecciones y retroalimentación para la incorporación de mejores prácticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes del sistema de Benchmark y línea de base.</li> <li>Informes de Progreso e informe final del ejecutor.</li> <li>Registros y evaluaciones en la base de datos del Programa</li> <li>Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existe un compromiso de participación de los actores principales de los tres países confinates</li> </ul>
<b><u>ACTIVIDADES</u></b>			
<b>1. Definición de la Ruta y Camino en las zonas de las Misiones y modelo de organización.</b>			
<p>1.1 Asistencia técnica para la definición de la Ruta y Camino y plan de negocios (incluyendo la identificación y selección de atractivos); modelo de organización y manual de funcionamiento (50%:TACPY y FTN)</p> <p>1.2 Un seminario de lanzamiento con presentación de casos de éxito internacionales (ej: ruta de vino, clubs de producto) (50%:TACPY y FTN)</p> <p>1.3 Seminarios de sensibilización para los participantes de la Ruta y Camino en los diferentes municipios que la integran, para los distintos actores privados y públicos involucrados. (50%:TACPY y FTN)</p>	<p>1.1 Consultorías para plan de negocios, modelo de organización y manual de funcionamiento contratadas e implementadas en mes 12.</p> <p>1.2 Seminario de lanzamiento realizado en mes 6.</p> <p>1.3 14 eventos de sensibilización organizados y realizados en los diferentes municipios que integran la Ruta (2) y el Camino (12), contando con 1.000 sensibilizadas al mes 12.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes financieros.</li> <li>Informes de Progreso.</li> <li>Contratos de consultoría.</li> <li>Informes Semestrales y final del ejecutor.</li> <li>Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</li> <li>Informe PCR</li> <li>ISDP.</li> </ul>	<p>Las instituciones y MiPyMEs mantienen el interés.</p> <p>Se cuenta con disponibilidad de expertos calificados.</p>
<b>2. Desarrollo de productos turísticos comercializables y capacitación.</b>			

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>2.1 Estudios con recomendaciones para la puesta en valor (posibilidad de concesiones de atractivos públicos; Ej: museos, servicios anexos a ruinas y sitios: centro de interpretación, venta de artesanías, servicios higiénicos, etc.) (50%:TACPY y FTN)</p> <p>2.2. Definición de los paquetes turísticos comercializables por operadores mayoristas nacionales e internacionales (alternativa de públicos, costos, agendas, etc.) (50%:TACPY y FTN);</p> <p>2.3. Definición de un calendario unificado de eventos de la Ruta y el Camino (50%:TACPY y FTN);</p> <p>2.4. Capacitación de las MiPyMEs en la gestión de estos productos y servicios considerando lo existente y estructurando la cadena de valor (50%:TACPY y FTN);</p> <p>2.5. Capacitación en gestión turística para estimular la población local a la creación de nuevas MiPyMEs (50%:TACPY y FTN);</p> <p>2.6. Educación a los integrantes de la Ruta y Camino tendiente a elevar el conocimiento de la riqueza que ofrece la misma desde el punto de vista histórico, natural y cultural (50%:TACPY y FTN).</p>	<p>2.1 Consultoría para la puesta en valor de los atractivos turísticos de la Ruta y del Camino realizada en el segundo año.</p> <p>2.2. Consultoría para la definición de los paquetes turísticos realizada en mes 24.</p> <p>2.3. Consultoría para desarrollar un calendario de eventos, realizada en el tercer año.</p> <p>2.4., 2.5 y 2.6. Cursos diseñados y dictados entre los meses 6 y 18. Serán capacitados: 300 emprendedores turísticos y 500 personas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes financieros.</li> <li>• Informes de Progreso.</li> <li>• Contratos de consultoría.</li> <li>• Informes Semestrales y final del ejecutor.</li> <li>• Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</li> <li>• Informe PCR</li> <li>• ISDP.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las MiPyMEs mantienen el interés.</li> <li>• Se cuenta con disponibilidad de expertos calificados.</li> </ul>



OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<b>3. Desarrollo de competencias laborales en los sectores de alojamiento, gastronomía y touroperadores</b>			
<p>3.1. Elaboración de material didáctico y cursos de capacitación (50%:TACPY y FTN)</p> <p>3.2. Capacitación de formadores-evaluadores en las normas y en los procesos de evaluación (50%:TACPY y FTN)</p> <p>3.3. Capacitación de trabajadores (50%:TACPY y FTN)</p>	<p>3.1. Un curso de capacitación (módulos, material didáctico y evaluación) estructurado para la formación de <i>formadores-evaluadores</i> en las normas turísticas del País en segundo semestre del primer año y primer semestre del año 2. 3.000 guías de orientación para trabajadores editadas y publicadas en el segundo año.</p> <p>3.2. 60 instructores de instituciones de formación seleccionadas son formados como instructores y evaluadores en el segundo año del programa (30 FFTN y 30 TACPY)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes financieros.</li> <li>• Informes de Progreso.</li> <li>• Contratos de consultoría.</li> <li>• Informes Semestrales y final del ejecutor.</li> <li>• Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</li> <li>• Informe PCR</li> <li>• ISDP.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las MiPyMEs mantienen el interés.</li> <li>• Se cuenta con disponibilidad de expertos calificados.</li> </ul>
<b>4. Posicionamiento, promoción y comercialización.</b>			

<p>4.1 Asistencia técnica para el desarrollo de un plan de marketing operacional (promoción y comercialización) (50%:TACPY y FTN)</p> <p>4.2 Asistencia técnica para: diseño de marca, identidad corporativa, y manual de uso</p> <p>4.3. Famtrips y Presstours locales e internacionales (touroperadores y agencias de viajes especializados, periodistas, entre otros) (50%:TACPY y FTN);</p> <p>4.4. Participación en ferias</p> <p>4.5 Diseño de materiales de promoción, publicidad y comercialización: una guía y un folleto promocional (50%:TACPY y FTN);</p> <p>4.6 Diseño, mantenimiento de sitio web (50%:TACPY y FTN);</p> <p>4.7 Diseño del plan de comunicación y relaciones públicas (50%:TACPY y FTN);</p> <p>4.8 Desarrollo de base de datos de contactos de clubs, asociaciones y medios de comunicación especializados en turismo cultural, de naturaleza y otros, en diferentes mercados internacionales (50%:TACPY y FTN).</p> <p>4.9 Eventos y diseño de concurso y Premios</p>	<p>4.1 Consultoría para la definición de <i>briefings</i> y el plan de marketing realizado en año 2;</p> <p>4.2 Marca e identidad definidas y manual de uso editado y en funcionamiento en el año 2.</p> <p>4.3 Un viaje de tour-operadores, agencias de viajes especializados, periodistas nacionales e internacionales realizados en el año 3; Invitación de periodistas en el año 3.</p> <p>4.4. Viaje y participación a 3 ferias en el año 3.</p> <p>4.5 Consultoría para diseño de materiales de promoción, publicidad y comercialización, realizada para el mes 24;</p> <p>4.6 Consultoría para el diseño y mantenimiento de sitio web realizada para el mes 24;</p> <p>4.7 Consultoría para el diseño del plan de comunicación y relaciones públicas contratada realizada para el mes 24;</p> <p>4.8 Consultoría para el desarrollo de base de datos realizada en mes 8.</p> <p>4.9. Cuatro premios establecidos al año 2: premios al mejor “evento de música” y “fachada de casa” (FTN); trabajador del año (gastronomía, hotelería, guiatura, a la empresa turística) (FTN y TACPY)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes financieros.</li> <li>• Informes de Progreso.</li> <li>• Contratos de consultoría.</li> <li>• Informes Semestrales y final del ejecutor.</li> <li>• Evaluaciones intermedias y final por consultor externo.</li> <li>• Informe PCR</li> <li>• ISDP.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con disponibilidad de expertos calificados.</li> <li>• Las instituciones y MiPyMEs mantienen el interés.</li> </ul>
---	--	--	--

5. Proyecto piloto de coordinación regional			
<p>5.1 Asistencia técnica para la definición del sistema de <i>benchmark</i> relacional de excelencia (incluyendo la identificación y selección de los ítems de atractivos e ítems por cada categoría empresa pública y privada); modelo de organización y manual de funcionamiento</p> <p>5.2 Proyecto Piloto de Coordinación:</p> <p>a) Circuitos Nacionales (FTN)</p> <p>b) Foro con los actores de los otros destinos de las misiones en Argentina y Brasil buscando sinergias/ complementación (TACPY)</p>	<p>5.1 Consultoría para la definición del <i>sistema de benchmark relacional de excelencia</i> contratada a los 6 meses de inicio del Programa.</p> <p>5.2 FTN: seminario de lanzamiento del Proyecto Piloto de Coordinación; talleres de cierre del Proyecto Piloto de Coordinación; y foro anual para buscar sinergia /complementación TACPY: a realizarse en los últimos seis meses del Programa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informes financieros.</li> <li>• Informes de Progreso.</li> <li>• Contratos de consultoría.</li> <li>• Informes Semestrales y final del ejecutor.</li> <li>• Evaluaciones intermedias y final por consultor externo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con disponibilidad de expertos calificados</li> </ul>

**RESUMEN DEL PRESUPUESTO**  
**PARAGUAY: PROMOCIÓN DEL TURISMO DE LAS MISIONES EN EL MUNDO GUARANÍ**  
**(PR-M1008).**

CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS	FOMIN US\$	Local US\$	TOTAL US\$
<b>Coordinación y Logística</b>	<b>141,960</b>	<b>81,600</b>	<b>223,560</b>
Administración TACPY	126,000	42,000	168,000
Logística TACPY	15,960	39,600	55,560
<b>1. Definición de la Ruta y Camino en las zonas de las Misiones y modelo de organización (TACPY).</b>	<b>89,850</b>	<b>4,000</b>	<b>93,850</b>
1.1 Asistencia técnica para la definición de la Ruta y Camino y plan de negocios (incluyendo la indentificación y selección de atractivos); modelo de organización y manual de funcionamiento .	77,850	-	77,850
1.2 Un seminario de lanzamiento con presentación de casos de éxito internacionales	-	4,000	4,000
1.3 Seminarios de sensibilización para los participantes de la Ruta en dos Departamentos (Misiones e Itapua), para los distintos actores privados y públicos involucrados.	4,500	-	4,500
1.4 Asesores Tecnicos	7,500	-	7,500
<b>2. Desarrollo de productos turísticos y capacitación (TACPY)</b>	<b>117,900</b>	<b>35,000</b>	<b>152,900</b>
2.1 Estudios con recomendaciones para la puesta en valor	7,800	-	7,800
2.2.Definición de los paquetes turísticos comercializables por operadores mayoristas nacionales e internacionales	26,750	-	26,750
2.3.Definición de un calendario de eventos de la Ruta	1,700	-	1,700
2.4.Capacitación de las MiPyMEs en la gestión de estos productos y servicios considerandolo existente y estructurando la cadena de valor	8,700	-	8,700
2.5 Capacitación en gestión turística para la creación de nuevas MiPyMEs	8,700	-	8,700
2.6.Educación a los integrantes de la Ruta tendiente a elevar el conocimiento de la riqueza que ofrece la misma desde el punto de vista histórico, natural y cultural	12,300	-	12,300
2.7AsesoresTecnicos	51,950	35,000	86,950

<b>3.Desarrollo de competencias laborales en los sectores de alojamiento, gastronomía y touroperadores (TACPY)</b>	<b>88,600</b>	<b>-</b>	<b>88,600</b>
3.1.Elaboración de material didáctico	6,500	-	<b>6,500</b>
3.2.Capacitación de formadores-evaluadores en las normas y en los procesos de evaluación	28,600	-	<b>28,600</b>
3.3 Capacitación de Trabajadores	47,250	-	<b>47,250</b>
3.4 Asesores Tecnicos	6,250	-	<b>6,250</b>
<b>4. Posicionamiento, promoción y comercialización (TACPY).</b>	<b>336,250</b>	<b>307,000</b>	<b>643,250</b>
4.1 Asistencia técnica para el desarrollo de un plan de marketing operacional (promoción y comercialización)	20,250	-	<b>20,250</b>
4.2 Asistencia técnica para: diseño de marca, identidad corporativa, y manual de uso	12,500	-	<b>12,500</b>
4.3 Famtrips y Presstours locales e internacionales (touroperadores y agencias de viajes especializados, periodistas)	22,000	22,000	<b>44,000</b>
4.4 Participacion en ferias	25,000	124,500	<b>149,500</b>
4.5 Diseño de materials de promoción, publicidad y comercialización: una guía y un folleto promocional	75,000	93,000	<b>168,000</b>
4.6 Diseño, mantenimiento de sitio web	15,000	5,400	<b>20,400</b>
4.7 Plan de comunicación y relaciones públicas	25,000	-	<b>25,000</b>
4.8 Desarrollo de base de datos de contactos de clubs, asociaciones y medios de comunicación especializados en arqueología y gastronomía en diferentes mercados internacionales	20,000	3,600	<b>23,600</b>
4.9 Eventos y diseño de concurso y Premios	106,500	58,500	<b>165,000</b>
4.10 Asesores Tecnicos	15,000	-	<b>15,000</b>
<b>5. Proyecto Piloto de Coordinación (TACPY)</b>	<b>145,550</b>	<b>-</b>	<b>145,550</b>
5.1 Asistencia técnica para la definición de sistema de benchmark relacional de excelencia	94,800	-	<b>94,800</b>
5.2 Foro con los actors de los diferentes Ruta Jesuitica en Argentina, Bolivia y Brasil	40,000	-	<b>40,000</b>
5.3 Asesores Tecnicos	10,750	-	<b>10,750</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>920,110</b>	<b>427,600</b>	<b>1,347,710</b>
<b>Imprevistos5%</b>	<b>46,006</b>	<b>-</b>	<b>46,006</b>
<b>Línea de Base y Evaluaciones intermedia y</b>	<b>30,000</b>		<b>30,000</b>

<b>final</b>			
<b>Auditorías(4)</b>	<b>10,000</b>		<b>10,000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,006,116</b>	<b>427,600</b>	<b>1,433,716</b>
<b>Actividades de Cluster</b>	<b>15,000</b>		<b>15,000</b>
<b>GRANTOTAL TACPY</b>	<b>1,021,116</b>	<b>427,600</b>	<b>1,448,716</b>
<b>Porcentaje (excluyendo actividades de cluster)</b>	<b>70%</b>	<b>30%</b>	<b>100%</b>

<b>CATEGORÍAS PRESUPUESTARIAS</b>	<b>FOMIN US\$</b>	<b>Local US\$</b>	<b>TOTAL US\$</b>
<b>Coordinación y Logística</b>	<b>137,660</b>	<b>62,700</b>	<b>200,360</b>
Administración (FTN)	126,000	42,000	<b>168,000</b>
Logística (FTN)	11,660	20,700	<b>32,360</b>
<b>1. Definición de la Ruta y Camino en las zonas de las Misiones y modelo de organización (FTN).</b>	<b>96,950</b>	<b>4,000</b>	<b>100,950</b>
1.1 Asistencia técnica para la definición de la Ruta y Camino y plan de negocios (incluyendo la identificación y selección de atractivos); modelo de organización y manual de funcionamiento .	84,350	-	<b>84,350</b>
1.2 Un seminario de lanzamiento con presentación de casos de éxito internacionales	-	4,000	<b>4,000</b>
1.3 Seminarios de sensibilización para los participantes del Camino en los diferentes municipios que la integran, para los distintos actores privados y públicos involucrados.	5,100	-	<b>5,100</b>
1.4 Asesores Técnicos	7,500	-	<b>7,500</b>
<b>2. Desarrollo de productos turísticos y capacitación (FTN)</b>	<b>165,400</b>	<b>20,000</b>	<b>185,400</b>
2.1 Estudios con recomendaciones para la puesta en valor	12,050	-	<b>12,050</b>
2.2. Definición de los paquetes turísticos comercializables por operadores mayoristas nacionales e internacionales	25,500	-	<b>25,500</b>
2.3. Definición un calendario de eventos del Camino;	3,300	-	<b>3,300</b>
2.4. Capacitación de las MiPyME en la gestión de estos productos y servicios considerando lo existente y estructurando la cadena de valor	16,800	-	<b>16,800</b>
2.5 Capacitación en gestión turística para la creación de nuevas MiPyME	24,900	-	<b>24,900</b>
2.6. Educación a los integrantes del Camino tendiente a elevar el conocimiento de la riqueza que ofrece la misma desde el punto de vista histórico, natural y cultural	24,900	-	<b>24,900</b>
2.7 Asesores Técnicos	57,950	20,000	<b>77,950</b>
<b>3. Desarrollo de competencias laborales en los sectores de alojamiento, gastronomía y tour operadores (FTN)</b>	<b>88,600</b>	<b>-</b>	<b>88,600</b>
3.1. Elaboración de material didáctico	6,500	-	<b>6,500</b>
3.2. Capacitación de formadores-evaluadores en las normas y en los procesos de evaluación	28,600	-	<b>28,600</b>

3.3 Capacitación de Trabajadores	47,250	-	<b>47,250</b>
3.4 Asesores Técnicos	6,250	-	<b>6,250</b>
<b>4. Posicionamiento, promoción y comercialización (FTN).</b>	<b>162,750</b>	<b>247,500</b>	<b>410,250</b>
4.1 Asistencia técnica para el desarrollo de un plan de marketing operacional (promoción y comercialización)	20,250	-	<b>20,250</b>
4.2 Asistencia técnica para: diseño de marca, identidad corporativa, y manual de uso	12,500	-	<b>12,500</b>
4.3 Famtrips y Presstours locales e internacionales (tour operadores y agencias de viajes especializados, periodistas)	-	44,000	<b>44,000</b>
4.4 Participación en ferias	-	36,500	<b>36,500</b>
4.5 Diseño de materiales de promoción, publicidad y comercialización: una guía y un folleto promocional	75,000	72,000	<b>147,000</b>
4.6 Diseño, mantenimiento de sitio web	7,500	5,400	<b>12,900</b>
4.7 Plan de comunicación y relaciones públicas	12,500	-	<b>12,500</b>
4.8 Desarrollo de base de datos de contactos de clubs, asociaciones y medios de comunicación especializados en arqueología y gastronomía en diferentes mercados internacionales	20,000	3,600	<b>23,600</b>
4.9 Eventos y diseño de concurso y Premios	-	86,000	<b>86,000</b>
4.10 Asesores Técnicos	15,000	-	<b>15,000</b>
<b>5. Proyecto Piloto de Coordinación (FTN)</b>	<b>53,850</b>	<b>-</b>	<b>53,850</b>
5.1 Asistencia técnica para la definición de sistema de benchmark relacional de excelencia	35,600	-	<b>35,600</b>
5.2 Foro con los actores de los diferentes circuitos del Camino Franciscano	7,500	-	<b>7,500</b>
5. Proyecto Piloto de Coordinación (FTN)	10,750	-	<b>10,750</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>705,210</b>	<b>334,200</b>	<b>1,039,410</b>
<b>Imprevistos 5%</b>	<b>35,261</b>	<b>-</b>	<b>35,261</b>
<b>Línea de Base y Evaluaciones intermedia y final</b>	<b>30,000</b>		<b>30,000</b>
<b>Auditorias (4)</b>	<b>10,000</b>		<b>10,000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>780,471</b>	<b>334,200</b>	<b>1,114,671</b>
<b>Actividades de Cluster</b>	<b>15,000</b>		<b>15,000</b>
<b>GRAN TOTAL FTN</b>	<b>795,471</b>	<b>334,200</b>	<b>1,129,671</b>

**PROYECTOS RELACIONADOS**  
**PARAGUAY: PROMOCIÓN DEL TURISMO DE LAS MISIONES EN EL MUNDO GUARANÍ**  
**(PR-M1008).**

**A. Proyectos del Clúster de Turismo Sostenible.**

<b>Numero de Proyecto / Fecha de Aprobación</b>	<b>Título del Proyecto, Agencia Ejecutora y Monto</b>	<b>Fecha de Firma y Desembolso en Meses</b>	<b>Porcentaje Desembolsado</b>	<b>Comentarios: Ejecución Satisfactoria o problemas en la ejecución, incluyendo demoras, extensiones, reformulación, cambio ejecutor, etc.</b>
ATN/ME-8382-RG July 30, 2003	Sistema de acreditación internacional y consolidación en turismo sostenible para facilitar la competitividad de las PYME y su acceso al mercado.  Asociación Alianza del Bosque Lluvioso (Rainforest Alliance)  US\$3,020,000	October 27, 2003  49 months	61.5%	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	Competitividad de MiPyMEs Consolidando el Desarrollo del Destino CTN - Circuito Turístico Nororiental.  CARETUR Cajamarca and ALAC  US \$798,431	March 18, 2005  54 months	10.00%	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  Conservation International Suriname (CIS)  US \$845,000	March 10, 2005  36 months	10.00%	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.  Fundación CODESPA  US\$2,028,190	March 11, 2005  54 months	6.00%	Aunque presenta una clasificación insatisfactoria en general, porque el nivel de desarrollo del proyecto es muy lento, se espera poder contar con un plazo para cumplir con las actividades estipuladas en el mismo.



ATN/ME-9211-BR May 25, 2005	Estrada Real Red de PyMES Turísticas Estado de Minas Gerais  Estrada Real  \$1,701,740	July 14, 2005  42 months	12.00%	Continúa ejecutándose positivamente.
ATN/ME-9273-BL June 30 <sup>th</sup> , 2005	Aumento de la Competitividad de las Pequeñas Empresas del Sector Turístico.  Belize Tourism Industry Association  \$580,000	September 7, 2005  42 months	10.00%	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  Cámara Provincial de Turismo de Galápagos (CAPTURGAL)  \$1,863,616	November 29th, 2005  48 months	5.00%	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  Bahamas Hotel Association  \$1,301,000	March 17, 2006  48 months	24.00%	El proyecto acaba de ser firmado y se encuentra en ejecución. Primer semestre de ejecución satisfactoriamente.
ATN/ME-9512-DR November 16, 2005	Modelo de Gestión Turística en Bayahibe  Asociación de Hoteles Romana Bayahibe  \$1,302,480	January 4, 2006  48 months	10.35%	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 Fundación Carvajal \$845,000	March 31, 2006 36 months	10.00%	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% y presenta una calificación satisfactoria en general.
ATN/ME-9588-GU December 14, 2005	Desarrollo Competitivo del Turismo Cultural con Comunidades Indígenas Cámara de Turismo de Guatemala \$1,157,737	January 24, 2006 48 months	10.00%	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 Consejo Regulador del Tequila \$1,572,370	April 27th, 2006.	10.00%	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 <sup>st</sup> , 2006	Turismo Rural Comunitario en Costa Rica y su Proyección a Centroamérica COOPRENA \$ 1,092,048	August 15th, 2006 48 months	0.00%	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

Paraguay. Cooperación Técnica No Reembolsable ATN/ -PR  
Promoción del Turismo de las Misiones en el Mundo Guaraní

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 necesarios con el Touring y Automóvil Club Paraguayo, y a adoptar las demás medidas necesarias para la ejecución de la propuesta de proyecto contenida en el Documento AT- sobre cooperación técnica para la promoción del turismo de las misiones en el mundo guaraní.
2. Destinar, para fines de esta resolución, hasta la suma de US\$1.021.116, o su equivalente en otras monedas convertibles, con cargo a los recursos de la Facilidad de Promoción de la Pequeña Empresa del Fondo Multilateral de Inversiones.
3. Establecer que la suma anterior sea otorgada con carácter no reembolsable.

DOCUMENTO DEL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO  
FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

PROYECTO DE RESOLUCIÓN

Paraguay. Cooperación Técnica No Reembolsable ATN/ -PR  
Promoción del Turismo de las Misiones en el Mundo Guaraní

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 necesarios con la Fundación Tierranuestra, y a adoptar las demás medidas necesarias para la ejecución de la propuesta de proyecto contenida en el Documento AT- sobre cooperación técnica para la promoción del turismo de las misiones en el mundo guaraní.
2. Destinar, para fines de esta resolución, hasta la suma de US\$795.471, o su equivalente en otras monedas convertibles, con cargo a los recursos de la Facilidad de Promoción de la Pequeña Empresa del Fondo Multilateral de Inversiones.
3. Establecer que la suma anterior sea otorgada con carácter no reembolsable.