Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL)

ENERO 2011 - JUNIO 2011

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Promoción del Turismo de las Misiones en el Mundo Guaraní

Nro. Proyecto: PR-M1008 - Nro. Operación: ATN/ME-10095-PR

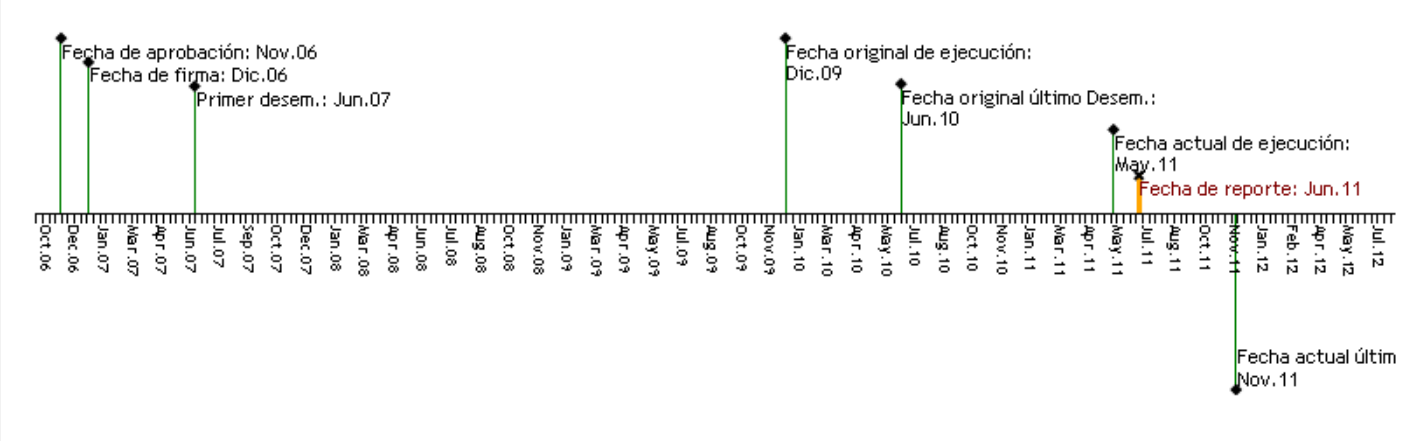
Propósito: Desarrollar en la región de las misiones, una red de MiPyMEs para el impulso del turismo que, con una visión histórica y actual asociada a la cultura Guraní común, desarrollen y comercialicen productos y servicios turísticos acordes a las demandas del mercado nacional e internacional.

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

Agencia Ejecutora: Fundación Tierranuestra

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

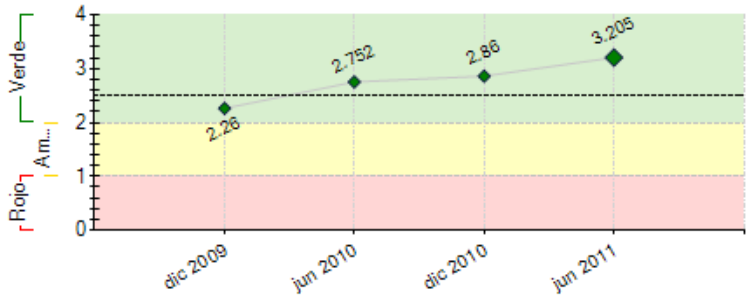
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	$795,471.00	$16,276.06	$779,194.94
Contrapartida	$0.00	$0.00	$1,000,263.93

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



----- Promedio desempeño FOMIN

SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

El desempeño fue altamente satisfactorio. Los principales logros en forma acumulada son (i) Esta en proceso la implementación del plan de marketing operativo,**(ii)** Se ha iniciado la comercialización de 3 productos turísticos y se cuenta con el apoyo de un sponsor para los fam tours y concursos. **(iii)** Se han capacitado a 100 personas de 43 Mipymes . **(iv)** Se ha capacitado a 304 trabajadores .y 32 formadores **(v)** Se han definido 6 productos turísticos bajo la marca PYPORE-LA HUELLA FRANCISCANA **(vi)** Se ha conformado la red COTUR LTDA de 55 Mipymes prestadoras de servicios turísticos bajo la forma legal de una cooperativa El proyecto tuvo dificultados al inicio para compatibilizar prioridades e intereses de dos agencias ejecutoras distintas puesto que formaba parte de un programa compuesto de dos (2) proyectos en diferente estado de desarrollo, lo que demando un tiempo adicional.y la separación de los dos proyectos se produjo como consecuencia final Es de destacar que como resultado de la evaluación intermedia, se procedió a fortalecer la capacitación de las mipymes de la Red con el enfoque para la aplicación de las buenas prácticas en turismo sostenible mediante las posibilidades de intercambio ofrecidas por el cluster de tuismo sostenible del FOMIN. Para mitigar el principal riesgo de debilitamiento de la Red COTUR por falta de recursos, se agregó la actividad de fortalecimiento de la gestión El Proyecto está finalizando y logrando el propósito planteado

.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

El Proyecto logró su propósito, *desarrollar en la región de las misiones una red de MIPYMES para el impulso del turismo*, y ayudó significativamente con el logro del fin, contribuir *al desarrollo turístico sostenible de la zona de las misiones*. Esto fue posible a pesar de que la concepción original como Programa no logró

materializarse, al no poder articularse una estrategia compartida entre el Camino Franciscano y la Ruta Jesuítica. Sin embargo, es de destacar que, hacia el final del Programa, se desarrolló con una misma metodología, bajo el liderazgo de la Fundación Tierranuestra, la capacitación de los trabajadores y de los empresarios, elaborándose una serie de manuales para la formación del personal que trabaja en el sector Turístico que constituye un aporte clave para el turismo paraguayo.

Es de destacar el excelente trabajo realizado por Fundación Tierranuestra para conciliar los objetivos de desarrollo económico con la conservación y el trabajo responsable con las MIPYMES, mediante la elaboración de métodos y técnicas útiles para la planificación y la gestión del desempeño. Se logró integrar el concepto de buenas prácticas medioambientales con objetivos de tipos ecológicos, sociales y económicos-financieros.

A pesar de lo incipiente del desarrollo turístico en el Camino, cuando se inició el Proyecto, y la intangibilidad de muchos de los atractivos existentes, fue posible conformar y consolidar una red de MIPYMES y la creación y el diseño de una serie de productos turísticos de muy alta calidad.

Algunos indicadores previstos al diseñar el Proyecto fueron ajustados, de común acuerdo entre el Banco y el Ejecutor: los productos comercializables pasaron de 10 a 6; las MIPYMES que participan del Camino a lo largo del Proyecto pasaron de 100 a 50; los trabajadores capacitados pasaron de 350 a 300 (de 150 de gastronomía a 120, de 90 en hotelería a 100, de 110 turoperadores y guías a 84, pero es de destacar que se formaron 32 instructores. Con respecto a las personas capacitadas de las 150 establecidas inicialmente se pasó a 100. Pero se definieron y señalizaron más atractivos de los previstos (10 en lugar de 8). Pero todas las nuevas metas fueron logradas y varias de ellas se superaron.

Evaluación final

Esta podría ser una solución, ya que para dar inicio a la promoción de Paraguay en los mercados internacionales se desarrolló la marca país para posicionarlo turísticamente; se establecieron además algunos criterios básicos para ayudar a fortalecer el turismo, y se ha concretado un plan maestro a través de un trabajo conjunto entre la Mesa Sectorial de Turismo de Rediex y la Secretaría Nacional de Turismo (Senatur).

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios del evaluador

Excelente

Evaluación final http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=36839187

SECCIÓN 3: INDICADORES

Propósito:

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 Guraní común, desarrollen y comercialicen productos y servicios turísticos acordes a las demandas del mercado nacional e internacional.

Clasificación: Muy Satisfactorio

	Indicadores	Línea de base	Planeado	Logrado	Porcentaje
P.I1	Numero minimo de MiPyMEs en red que ofrecen sus productos/servicios a lo largo de la Ruta y Camino.	0	50	50	100 %
P.I2	Imagen y asociación de "Mundo Guaraní", u otra marca nacional, como destino turístico de calidad.	0	1	1	100 %
P.I3	Camino Franciscano: Numero 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).	0	8	10	125 %
P.I4	Camino Franciscano: Número mínimo de líneas de productos comercializables e integrados bajo el concepto de Camino.	0	6	6	100 %

Componente 1: Definición de la Ruta y Camino en las zonas de las Misiones y modelo de organización.

Peso: 40%

Clasificación: Satisfactorio

C1.I1	Camino Franciscano: Número de eventos de sensibilización de las MiPyMEs y demás actores.	0	12	0	100 %
C1.I2	Camino Franciscano: Número de actores clave (privado / público) que se adhieren al concepto de Camino como miembros.	0	60	0	100 %
C1.I3	Número minimo de MiPyMEs en red que ofrecen sus productos/servicios a lo largo del Camino.	0	50	0	100 %
C1.I4	Atractivos identificados y su recomendación para puesta en valor.	0	8	8	100 %

Componente 2: Desarrollo de productos turísticos y capacitación.

Peso: 20%

C2.I1	Camino Franciscano: Número mínimo de productos definidos.	0	5	0	120 %
C2.I2	Camino Franciscano: Número de personas capacitadas.	0	100	100	100 %
C2.I3	Camino Franciscano Número Mínimo de productos comercializados.	0	2	3	150 %

Clasificación: Muy Satisfactorio

Componente 3: Desarrollo de competencias laborales en los sectores de alojamiento, gastronomía, guiatura y touroperadores. **Peso:** 15% **Clasificación:** Muy Satisfactorio	**C3.I1**	Número minimo de convenios de cooperación firmados con instituciones de formación para el desarrollo de programas de capacitación.	0	2	2	100 %
	C3.I2	Para FTN: Número de trabajadores capacitados en los sectores de alojamiento (100), gastronomía (120), turoperadores y guías (84).	0	300	300	100 %
	C3.I3	Número de instructores formados en los sectores de alojamiento, gastronomía y guiatura.	0	30	0	107 %

Componente 4: Posicionamiento, promoción y comercialización **Peso:** 20% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Plan de marketing operacional implementado.	0	1	1	100 %
	C4.I2	Marca del Camino Franciscano definida.			No	100 %
	C4.I3	Número de operadores locales que ofrecen el Camino entre sus destinos.	0	3	4	133 %
	C4.I4	Número de operadores internacionales que ofrecen El camino como sus destinos.	0	2	1	50 %

Componente 5: Proyecto piloto de coordinación **Peso:** 5% **Clasificación:** Satisfactorio	**C5.I1**	Número de intercambios de productos y servicios con la ruta e internacional.	0	5	5	100 %

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO
[No se reportaron factores para este período]

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Bajo **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 6 **RIESGOS VIGENTES:** 0 **RIESGOS NO VIGENTES:** 3 **RIESGOS MITIGADOS:** 3

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: MP - Muy Probable
Como resultado del Proyecto se creó la Red Cooperativa de Emprendedores Turísticos-COTUR, que se convirtió en operadora turística, y con apoyo de la Fundación Tierranuestra continúa prestando los servicios y promoviendo los productos del Proyecto.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

Plan de Sostenibilidad http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=36842130

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lecciones Aprendidas	**Relativa a**	**Autor**
1. Una lógica de ejecución para llevar a buen término un proyecto turístico debería seguir una secuencia de este tipo: Desarrollo del destino a través de un plan estratégico, desarrollo de productos turísticos integrados, desarrollo de servicios como segmentos importante de los productos integrados, la capacitación de los diferentes prestadores de servicios y la comercialización, del Destino, del producto y de los servicios.	Design	Wettstein, Mariana *[FOMIN]*
2. Contar desde el inicio con una clara definición de los perfiles necesarios para la unidad ejecutora favorece las posibilidades de éxito. En este proyecto, fue fundamental organizar un equipo de trabajo técnico.	Implementation	Wettstein, Mariana *[FOMIN]*
3. En el proceso de mejorar la eficiencia y la capacidad competitiva de las MiPyMEs Turísticas para lograr servicios y productos diferenciados, se desarrolló un programa de fortalecimiento APLICANDO LA METODOLOGIA DE LAS BUENAS PRACTICAS EN EL AMBITO ECONOMICO, AMBIENTAL Y SOCIO-CULTURAL ADAPTADA A LA REALIDAD LOCAL JUNTO A LA METODOLOGIA TIERRANUESTRA DE APRENDIZAJE “en la acción” y “para la acción” y ARTICULADO CON UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE APOYO.	Sustainability	ABBATE VALENZANO, LUISA

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

- Desarrollo e implementación de una metodología de servicios integrados: En el proceso de mejorar la eficiencia y la capacidad competitiva de las MIPYMES Turísticas para lograr servicios y productos diferenciados, se desarrolló un programa de fortalecimiento aplicando la metodología de buenas prácticas en el ámbito económico, ambiental y socio-cultural, adaptado a la realidad local, junto a la metodología de Tierranuestra de aprendizaje “en la acción” y “para la acción” y articulado con un programa de responsabilidad social corporativa de apoyo. (Disponible en IDBdocs, Anexo Evaluación Final)
- Manuales de capacitación para el sector Turístico. (Disponible en sitio Web COTUR y Fundación Tierranuestra)

Productos principales del proyecto

[No se encontraron productos relacionados]

SECCIÓN 7: DOCUMENTOS		
04/MAY/2012	Informe de Evaluación Intermedia	[http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=36842124]
03/MAY/2012	Informe de Evaluación Final	[http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=36839187]
04/MAY/2012	Plan de Sostenibilidad	[http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=36842130]
	Ficha del proyecto	http://www5.iadb.org/mif/apps/public/psr/projectprofile.aspx?proj=PR-M1008&lg=SP