

FOMENTO DEL TURISMO

El Rama, La Libertad y San Pedro de Lovago

FUNDACION CENTRO EMPRESARIAL PELLAS

1.	<u>RESUMEN:</u>	<u>3</u>
2.	<u>OBJETIVO:</u>	<u>4</u>
3.	<u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</u>	<u>4</u>
4.	<u>JUSTIFICACIÓN:</u>	<u>5</u>
5.	<u>LOCALIZACIÓN Y ÁREA DE INFLUENCIA:</u>	<u>6</u>
6.	<u>PROBLEMA QUE ORIGINA EL PROYECTO:</u>	<u>6</u>
7.	<u>LA PROPUESTA</u>	<u>7</u>
8.	<u>EL TURISMO EN NICARAGUA:</u>	<u>8</u>
9.	<u>FUNDACION CENTRO EMPRESARIAL PELLAS:</u>	<u>9</u>
10.	<u>ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO:</u>	<u>10</u>
9.1	<u>ARTICULACION ENTRE EL PROYECTO Y LAS ACTIVIDADES PLANIFICADAS POR LOS MUNICIPIOS.</u>	<u>12</u>
11.	<u>DESCRIPCION DEL PROYECTO:</u>	<u>13</u>
12.	<u>BENEFICIARIOS DEL PROYECTO:</u>	<u>15</u>
13.	<u>TIEMPO DE EJECUCIÓN:</u>	<u>15</u>
14.	<u>RESULTADOS ESPERADOS DEL PROYECTO:</u>	<u>15</u>
15.	<u>PRESUPUESTO:</u>	<u>24</u>
16.	<u>MARCO LÓGICO:</u>	<u>25</u>

1. RESUMEN:

El proyecto se emplaza en tres municipios situadas en la franja central del territorio nicaragüense, en un extenso paisaje de planicies y mesetas interrumpidas por elevaciones escarpadas, como la serranía de Amerrisque y los cerros de la cordillera Chontaleña, estas conforman una auténtica región de paso entre el Océano Atlántico, Océano Pacífico, el Norte del país y el Río San Juan.

El objetivo del proyecto es Contribuir a diversificar la oferta turística, de los Municipios de San Pedro del Lóvago, La Libertad y el Rama, mediante el fortalecimiento de los prestadores de servicios turísticos y la identificación de nuevos productos, desarrollando las condiciones necesarias para ofertar, servicios de calidad, información y capacitación, que permitan el desarrollo de empresas turísticas competitivas que estén en capacidad de satisfacer las demanda de los segmentos de mercados emergentes como el Ecoturismo, Turismo Rural y Turismo de Aventura.

El proyecto está orientado al fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresas turística, para lograr que los tres municipio, adopten al turismo como un factor de desarrollo económico, contribuyendo al alivio de la pobreza, generando empleo y permitiéndole a la población participar en las diversas actividades vinculadas a la prestación de servicios turísticos.

El proyecto se promueve en el marco de una alianza de colaboración con el **Consejo de Hermanamientos Holanda Nicaragua (LBSNN)**, la **Fundación Centro Empresarial Pellas (FCEP)**, quien será la entidad administradora del proyecto, se encargara de la ejecución de una serie de actividades de acompañamiento técnico, formación, desarrollo de capacidades, que permitirán el fortalecimiento de las Mipymes que conforman la cadena de valor del turismo.

Se conciben como principales grupos metas al sector MIPYME vinculada con el sector turismo de la región central del país, a los gobiernos municipales que participen del proyecto y a propietarios de fincas productivas tradicionales establecidas en la región; Los beneficiarios podrán ser miembros de cooperativas de agricultores y campesinos, asociaciones gremiales y artesanos locales.

2. OBJETIVO:

Contribuir a diversificar la oferta turística, de los Municipios de San Pedro del Lóvago, La Libertad y el Rama, mediante el fortalecimiento de los prestadores de servicios turísticos y la identificación de nuevos productos

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Fortalecer la gestión empresarial de los prestadores de servicios turísticos de los municipios de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago
2. Fomentar la articulación y sensibilización de los principales actores dinamizadores del turismo en los municipios de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago.
3. Identificar y fomentar nuevos productos turísticos

4. JUSTIFICACIÓN:

Los tres municipios a ser intervenidos presentan muchas similitudes en cuanto a su falta de evolución turística, no existe en la práctica un desarrollo integral ejecutado por las autoridades municipales, los gabinetes o los mismos empresarios, lo cual plantea la construcción de agendas locales de desarrollo turístico que sean ágiles y de fácil operativización.

Si bien es cierto existe una demanda de servicios de hospedaje y alimentación, sobre todo en El Rama y La Libertad no ha sido del todo aprovechada por los empresarios para mejorar su calidad y su competitividad, atendiendo las necesidades que plantean los visitantes por negocios que llegan constantemente, las necesidades de capacitación son muchas especialmente ligadas al servicio propio de los negocios intentos de negocios conexos de brindar y manejar atención a sus clientes. Igualmente se identifica una deficiencia en la infraestructura turística, en la señalización y promoción de los municipios.

Para la ejecución de esta fase proponemos capacitaciones puntuales a los dueños de establecimientos turísticos y a sus colaboradores, para que eleven el nivel de los servicios ofertados y maximicen sus oportunidades de inversión, es también necesario abrir los cupos de capacitación a otras personas que pudieran estar interesados en aprender oficios para la empleabilidad aumentando la capacidad de personas con conocimientos mínimos asociados al turismo.

La primera fase de capacitaciones pretende dotar de los conocimientos y habilidades mínimas para oficios turísticos a los dueños de los negocios colaboradores y personas interesadas para que empiecen a formar una masa crítica y permita la rotación de personal capacitado básico.

La propuesta de la contratación de asesores técnicos es para implementar la metodología de la Fundación Centro Empresarial Pellas de Gestión Empresarial y asistencia técnica con el objeto de guiar y acompañar a los empresarios en el proceso de implementación de nuevas técnicas y conocimientos en sus empresas.

La presencia de los asesores técnicos garantiza en mayor medida una buena implementación de la metodología a utilizar con las empresas, permitirán una mayor concientización y compromiso de los empresarios para la realización de los cambios y de la sostenibilidad en el tiempo de las mejores prácticas aprendidas.

Para el caso de la infraestructura turística se acompañará de manera inicial con lo que tiene planeado hacer el LBSNN y los municipios que son partes de esta propuesta, para ello ya cuentan con un presupuesto aprobado, estas acciones serán coordinadas con el quipo a cargo de la implementación de manera que se hagan complementarias y que con ello se pueda maximizar los resultados.

La segunda fase enfocará sus esfuerzos en consolidar el trabajo iniciado en la primera fortaleciendo a las MIPYMES turísticas y al destino, así mismo permitirá

consolidar el producto turístico identificado ello contribuirá a diversificar la oferta turística, de los municipios participantes en esta iniciativa, otra acción que se prevé impulsar para consolidar los negocios es el acercamiento de los servicios financieros de manera que les permita crecer y con ello mejorar en la prestación de los servicios, la propuesta incidirá también en mejorar los estándares de calidad mediante un proceso de asesoría personalizada de manera que estos negocios puedan alcanzar al menos una categoría en el marco del sistema nacional de calidad turística. Un aspecto importante de esta segunda fase será la promoción y comercialización la cual irá acompañada de un proceso de innovación tecnológica que le permita a las MIPYMES conectarse en forma asociativa con diferentes mercados tanto a nivel local como internacional.

5. LOCALIZACIÓN Y ÁREA DE INFLUENCIA:

El proyecto “Fomento del Turismo en los Municipios El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago” es un proyecto a ser ejecutado en dos fases partiendo de intervenciones de motivación y desarrollo de capacidades, se localiza en los municipios: El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago, situados en la parte central del país.

Estos municipios se caracterizan por ser eminentemente de vocación ganadera y donde son comunes las barreras para las corridas de toro y la presencia de antiguas casas haciendas.

6. PROBLEMA QUE ORIGINA EL PROYECTO:

La falta de una estrategia de desarrollo Económico Social y Ambiental que incluya al turismo en el territorio, es considerada la principal razón por la esta actividad no se ha podido desarrollar en esta región del país, sin embargo existen otros aspectos que es necesario considerar:

- Potencial turístico poco conocido, divulgado y por consiguiente nunca comercializado.
- Falta de financiamiento sobre todo a Pymes Turísticas de la región,
- Recursos humanos no calificados y desempleo en la zona.
- Falta de una política de diversificación de fuentes de ingreso.
- Mal estado de la infraestructura de caminos, carreteras y sitios turísticos.
- Falta de inserción del desarrollo turístico en políticas locales.
- Falta de inclusión de políticas locales en el marco de política de desarrollo turístico Nacional.

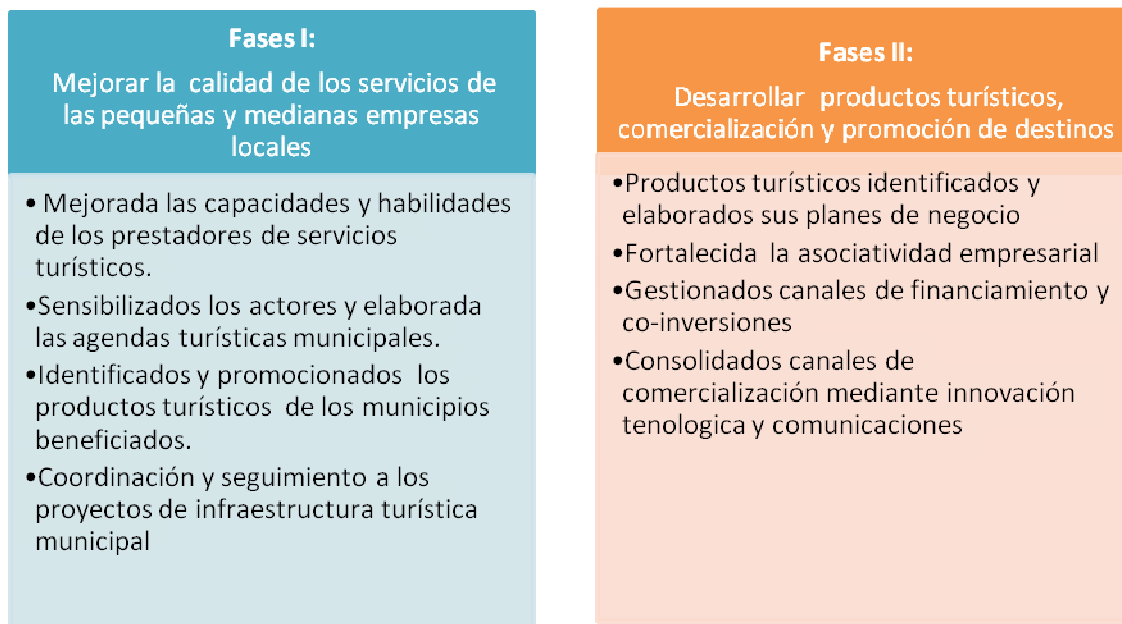
7. LA PROPUESTA

En base a los problemas identificados y a los estudios realizados el proyecto “Fomento del Turismo en los Municipios El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago” tiene como principal propósito posicionar a estos municipios en la agenda turística nacional para ello contará de dos Fases, la primera con el objetivo de mejorar la calidad y servicios de las pequeñas y medianas empresas locales y la segunda en desarrollar productos turísticos, comercializar y promocionar estos destinos que permita afianzar los alcances de la primera fase.

Para lograr integrar a estos municipios como destinos turísticos a nivel nacional el proyecto enfocará sus esfuerzos en mejorar la gestión de las pequeñas y medianas empresas, en promover la alianza público-privada y en identificar y diversificar el producto turístico local, acompañado de un proceso de promoción y comercialización acorde con el desarrollo de cada uno de los lugares. Especial énfasis se hará en buscar canales de gestión de financiamiento, en mejorar los estándares de calidad y en dotar a los destinos de mecanismos de innovación tecnológica y comunicaciones que les permita conectarse con el mercado nacional e internacional.

Aun que se hace un esfuerzo por visualizar toda la propuesta en esta primera fase se detallan los aspectos básicos para sentar las bases de estos municipios y de las empresas turísticas y una segunda fase para consolidar lo alcanzado sin embargo se debe tener en cuenta que sólo con los resultados de la primera fase se puede determinar con mayor precisión que se debe hacer en una segunda fase aun así esta propuesta cuenta con una visión general que incluya ya los principales aspectos de una segunda fase.

Para lograr los objetivos planteados en este proyecto se prevé que una inversión total de la propuesta sea de USD \$533,792.00 siendo la primera fase de UD\$213,792.00 y la segunda de UD\$ 320,000.00 por un período de 21 meses las dos fases.



8. EL TURISMO EN NICARAGUA:

En Nicaragua el turismo ha contribuido de manera notable en la dinamización de la economía nacional; El número de llegadas de visitantes internacionales alcanzó la cifra de 1,071,660 visitantes (61,602 mil visitantes más que en 2009), lo cual representa un incremento de 6.0 por ciento con respecto al año anterior. Los principales mercados emisores continuaron siendo Centroamérica y Norteamérica con 63.0 y 27.6 por ciento, respectivamente, seguido de Europa (5.0%), cuya cuota de mercado mostró una leve baja y Otras Regiones (4.4%).

En los últimos años se ha observado un crecimiento sostenido de las actividades turísticas, tanto por el volumen de turistas, como por el ingreso en divisas provenientes de esta actividad. Los ingresos monetarios que genera esta actividad y que provienen del gasto que los turistas internacionales realizan en diferentes ciudades, establecimientos de servicios y destinos turísticos del país representan el 22% del valor total de nuestras exportaciones; siendo en la actualidad el primer rubro económico generador de divisas, por encima del café, carne, mariscos y el azúcar.

Hoy en día el turismo es un factor muy importante para el desarrollo de las economías nacionales de la región, tanto por las actividades y bienes que origina como por el número de empleos que crea y por las repercusiones que genera en otros sectores económicos de las comunidades locales.

Esta evolución responde a una tendencia generalizada en la región turística centroamericana, que es consecuencia de un cada vez mayor interés por parte de los operadores turísticos internacionales por encontrar nuevos destinos que respondan a las demandas del nuevo turista, mucho más exigentes y en busca de espacios que les permitan disfrutar de experiencias turísticas auténticas, en los que imperen tanto los factores naturales y ecológicos, como los relacionados con el contacto directo con culturas locales de alto valor étnico.

Si bien es cierto el desarrollo turístico viene en ascenso y se perfila como uno de los principales rubros económicos del país esto no es equitativo a todas las regiones de Nicaragua en el caso de la región centro de sur este (Chontales y Rama) ha quedado a la zaga de este crecimiento pese a los escasos esfuerzos de los municipios y del INTUR en desarrollar estrategias para que esta zona se dé a conocer como un destino turístico.

Uno de los productos identificados para esta región es la Ruta de las Haciendas debido a su vocación ganadera sin embargo esta no se ha podido desarrollar por falta de recursos para ponerla en marcha.

Tomando en cuenta el potencial que tiene los municipios de Chontales y en específico La Libertada, San Pedro de Lóvago y sumando a El Rama, es audaz pensar que por sí mismos se desarrollaran turísticamente ya que la oferta que presentan es débil y con deficiente calidad por tanto para que estos lugares sean conocidos como un destino turístico tienen que aliarse y presentar un producto que los vincule y que posicione esta región, por tanto el proyecto primeramente pretende articular la visión de los diferentes actores tanto público como privados y de manera conjunta identificar esos productos.

9. FUNDACION CENTRO EMPRESARIAL PELLAS:

LA FUNDACION CENTRO EMPRESARIAL PELLAS (FCEP) es una organización privada sin fines de lucro que surge como expresión colegiada de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas que conforman el Grupo Pellas, y que tiene como principal propósito el de “Fortalecer la economía y reducir la pobreza en los países centroamericanos mediante el apoyo, la formación y el acompañamiento de Pequeñas y Medianas Empresas para que estas crezcan y sean más competitivas en los mercados locales, regionales e internacionales.”

A partir del 2009 LA FUNDACIÓN CENTRO EMPRESARIAL PELLAS, ejecuta el proyecto “Ruta Triángulo del Sur” con el apoyo financiero las empresas que conforman el Grupo Pellas y El Programa de Cooperación de la Embajada del Reino de los Países Bajos; el proyecto ha logrado fortalecer la calidad y capacidad de

gestión de más de 1,000 pequeñas y medianas empresas turísticas en los departamentos de Granada y Rivas. Así mismo ha fortalecido emprendimientos de agronegocios e iniciativas de turismo rural mediante un proceso de acompañamiento, asistencia técnica y co-inversiones que mejoren la calidad de los productos que estos grupos ofrecen.

El proyecto se desarrolla por tres componentes: Gestión empresarial, cadenas de valor y promoción y comercialización, a través de acciones contempladas en los mismos, se fortalece las capacidades de las empresas en los aspectos organizaciones, conocimiento y capacitación de los recursos humanos y la implementación de los planes de mejora, se incide en el entorno a través del segundo componente provocando y estrechando vínculos entre los diferentes actores de la cadena y se da a conocer los productos tanto de las empresas como los destinos mediante las acciones de promoción y comercialización.

Estos esfuerzos, han generado un impacto positivo en el fortalecimiento de una sociedad empoderada que contribuye con la reducción de la pobreza y la generación de más y mejores empleos, mediante intervenciones a nivel de la cadena de valor de servicios turísticos, permitiendo que las pequeñas empresas turísticas sean más competitivas y obtengan mayor participación de los mercados de interés.

Con el propósito de transmitir las lecciones de éxito aprendidas con la ejecución del proyecto “Ruta Triangulo del Sur”, y ampliar la cobertura geográfica de intervención de la Fundación Centro Empresarial Pellas (CEP), se promueve el acercamiento con el Consejo de Hermanamientos Holanda Nicaragua (LBSNN); para colaborar con la ejecución de proyectos orientados al desarrollo económico de las comunidades mediante la promoción y desarrollo del turismo sostenible.

10. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

El proyecto se ha planificado para ejecutarse en dos Fases secuenciales, a partir de los resultados y hallazgos obtenidos durante la Misión de expertos LBSNN en el Marco del programa Caminando Juntos en el área de desarrollo turístico elaborado por Bob Nederveen y Tessa Groenen, febrero de 2012.

También son parte de la presente propuesta la visión y pautas para el desarrollo turístico elaboradas en colaboración de la delegación departamental de turismo

de Chontales, para los municipios hermanados con ciudades de Holanda: El Rama (Maastricht), La Libertad (Doetinchem), y San Pedro de Lóvago (Gennepe).

En concordancia con las recomendaciones de la misión de expertos, la propuesta de proyecto, parte de la implementación de una primera fase que se centra en mejorar la calidad de los servicios de la pequeña y mediana empresas locales, que estén en capacidad de reflejar la "Autenticidad" de cada municipio. La segunda fase estaría enfocada a la diversificación y desarrollo de productos turísticos y a la comercialización y promoción de estos destinos, las mismas que están en sinergia con las otras dos líneas propuestas por B. Nederveen y T. Groenen, que son "Complementariedad y Oportunidades".

Esa importante destacar que el desarrollo turísticos de estos municipios en bastante incipiente y que para lograr posicionarlos en el mercado turístico se requiere fortalecer la gestión empresarial, ampliar y diversificar la oferta turística, mejorar la calidad del recurso humano que ya laborar en el sector turístico, mejorar los servicios complementarios y la infraestructura no solo turística sino de manera general por ello esta propuesta pretende dotar de las bases iniciales para un desarrollo turístico con mayor integralidad.

La administración del proyecto estará a cargo de la unidad ejecutara de proyectos de la Fundación Centro Empresarial Pellas (CEP), a cargo de la gerencia y vicegerencia; para su ejecución contará con un equipo técnico especializados en desarrollo de productos y comercialización turística, que estarán a cargo de facilitar los procesos contratación y conducir el desarrollo de las actividades requeridas para el eficiente cumplimiento de los objetivos del proyecto.

La unidad ejecutora depende en su forma estructural de la dirección ejecutiva del CEP y su máximo organismo directivo lo constituye el Consejo Directivo de la Fundación Centro Empresarial Pellas, cuenta con un Dirección Administrativa Financiera y auditoría interna, una Dirección de Planificación y Desarrollo.

Se lleva un registro continuo de las operaciones financieras, basado en las Normas de Contabilidad Generalmente Aceptadas en Nicaragua, para este fin nos apoyamos además en el Sistema de Normas de Control Interno de la Contraloría General de la República.

Los Estados Financieros son certificados mediante Auditoría Externa que es practicada a los Estados Financieros anualmente, siendo el más reciente cortado al 31 de diciembre del 2012. Adicionalmente la información financiera es monitoreada internamente por el Financiero del Grupo Pellas.

El efectivo se maneja en cuentas corrientes y los desembolsos requieren dos firmas, en la unidad ejecutora contamos con una firma y la Fundación CEP tiene el

control sobre la otra firma, esto garantiza el control permanente de la FCEP sobre el uso de los fondos.

Es importante señalar que mensualmente realizamos conciliaciones bancarias, periódicamente se practican arqueos a la caja general y a caja chica, así mismo contamos con Manual de organización y funciones, catálogo de cuentas, manual de caja chica, control de activo fijo, manual de adquisiciones entre otros.

Para dar seguimiento al proyecto en el territorio, se conformará un pequeño comité consultivo, conformado por representantes de cada municipio que actúen como contraparte del proyecto, integrado por la alcaldía municipal, el sector privado, el instituto Nicaragüense de turismo, el Consejo de Hermanamiento Holanda Nicaragua y el Centro Empresarial Pellas.

10.1 ARTICULACION ENTRE EL PROYECTO Y LAS ACTIVIDADES PLANIFICADAS POR LOS MUNICIPIOS.

Como ya se menciona anteriormente la propuesta tiene sus bases en los problemas identificados en estos municipios, en el estudio realizado por la misión de expertos Nederveen & Groenen aunado a ello la carencia de atención de parte de las políticas nacionales para esta zona ya que es una de las pocas regiones del país que no cuenta con un programa de gobierno que potencie decididamente el sector turismo.

Las Alcaldías de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago y el Concejo de Hermanamientos Holanda Nicaragua así como cada una de las ciudades hermanadas con ellos, han iniciado pequeñas acciones en pro del turismo en cada uno de estos lugares. Es por ello que ya cuentan con presupuesto para la realización de actividades como:

- Elaboración de material promocional (brochure, mapas)
- Rotulación
- Pequeña infraestructura turística (kiosko de información turística)

El fondo destinado para la ejecución de estas actividades se ha incorporado al presupuesto de este proyecto con el propósito de hacer coherente las inversiones de los municipios con lo que se plantea en esta propuesta además las actividades que aquí se desarrollen servirán de insumo para la realización del material promocional que se piensa elaborar con estos fondos.

El proyecto incidirá en mejorar la oferta turística actual y lograr con ello al menos un mínimo de calidad de estos negocios ya que no es conveniente hacer publicidad de la misma si no se ha realizado inversiones en fortalecer tanto los recursos humanos así como la infraestructura turística por tanto es de sumo interés mantener coordinación y una alianza estratégica entre los municipios y la unidad ejecutora de este proyecto para maximizar las inversiones y oportunidades y disminuir los riesgos que conlleva el desarrollo turístico.

11. DESCRIPCION DEL PROYECTO:

El objetivo del proyecto es Contribuir a diversificar la oferta turística, de los Municipios de San Pedro del Lóvago, La Libertad y el Rama, mediante el fortalecimiento de los prestadores de servicios turísticos y la identificación de nuevos productos; Se pretende aprovechar turísticamente los recursos naturales y culturales que se encuentran en la zona, desarrollando las condiciones necesarias de servicios, información y capacitación, que permitan el desarrollo de empresas turísticas competitivas.

Se considera Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas, como el elemento central de intervención del proyecto, estas son el motor del desarrollo económico de las localidades de intervención, representan el 92% de la oferta turística, son las encargadas de atender a los turistas nacionales y extranjeros que visitan es todo el país.

El proyecto se implementa en base a un “Enfoque empresarial, este pone su énfasis en el análisis de los factores que se encuentran en el interior de las empresas como determinantes de sus éxitos competitivo; este enfoque considera que si bien los factores macroeconómicos del entorno en general y los factores sectoriales, del entorno inmediato, pueden influir en los beneficios de las empresas no son los que, en última instancia, los determinan. En este caso, tomando como unidad de análisis a las empresas, consideramos que los factores críticos de su éxito se encuentran, por tanto, en el interior de las mismas, y no fuera de éstas. Por tanto, considera que la competitividad no es una cualidad que pueda atribuirse genéricamente a un país ni a un sector industrial, sino que una nación o una industria, serán competitivos en la medida en que lo sean las empresas que acoge (Camisión, 1997: 81), de ahí que considere que la unidad económica fundamental para analizar la competencia sea la empresa.”

El propósito del proyecto es apoyar a las Mipymes para que se encaucen en un proceso de transformación que les permita mejoren la calidad de sus servicios, ampliar y diversificar los productos, acorde a las tendencias de los mercados, que

se encuentren en condiciones de formar parte de los canales de comercialización; solamente de esta manera los turistas que visitan estos destinos podrán ampliar su estadía promedio y el gasto diario.

Una vez que el proyecto esté funcionando se pretende que las Mipymes turísticas, puedan brindar servicios tales como: Recorrido por senderos de las haciendas y sus alrededores, charlas y presentaciones de los productores sobre las diferentes actividades productivas que llevan a cabo en sus haciendas, así como también demostraciones de los procesos de elaboración de derivados lácteos como el queso, quesillo y cuajada, servicio de alimentación y hospedaje para el turista donde se resalte las costumbres culturales de alimentación que predominan en la zona, recorridos turísticos, rodeos, venta de artesanía, etc.

Este proyecto permitirá estimular el mantenimiento y conservación de las áreas naturales en las fincas, y de que los productores procuren tener un proceso productivo ordenado y ejemplar para poder mostrarlo a los turistas, También se pretende incidir en los productores para que amplíen el valor agregado que obtienen de los subproductos de las diferentes actividades productivas.

El proyecto se ejecuta en base a una alianza entre el Centro Empresarial Pellas (CEP) y el Consejo de Hermanamientos Holanda Nicaragua (LBSNN), que se basa en la asociación de capacidades y de recursos, que permitan ejecutar de manera eficiente los proyectos orientados al desarrollo económico de las comunidades mediante la promoción del turismo sostenible, contribuyendo de esta manera al cumplimiento de los objetivos de la cooperación internacional municipal de los Países Bajos en Nicaragua.

El CEP dispondrá de un equipo técnico y administrativo, que estará a cargo de las coordinaciones y la conducción de las diferentes actividades requeridas para la ejecución del proyecto, todas las actividades se ejecutarán en los municipios de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago.

El monto total de esta fase del proyecto es de U\$213,792.00 dólares, de los cuales U\$ 47,400.00 correspondientes al 22% del monto total son aportados por el CEP, cubriendo los costos de la Articulación de actores, taller de apertura y cierre, gastos Logística y costos operativos, la unidad administrativa y el seguimiento y administración del proyecto, Las alcaldías de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago aportan U\$ 41,846.00 que corresponden al 20% del monto del proyecto.

12. Beneficiarios del proyecto:

- 400 personas capacitadas en diferentes temática turística.
- 100 familias rurales y urbanas, originarias del área de influencia del proyecto
- 50 pequeñas y medianas empresas prestadoras de servicios turísticos establecidas en los municipios: El Rama (20), La Libertad (20) y San Pedro de Lóvago (10): hoteles, bares, restaurantes, comedores, Discotecas, Fincas Turísticas, guías turísticos, otros.
- Alcaldías Municipales de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago.

13. Tiempo de ejecución:

Se estima que para la ejecución de la primera fase del proyecto se invertirán nueve meses calendario, iniciando su ejecución una vez firmado el convenio de colaboración entre el CEP y el LBSNN.

14. RESULTADOS ESPERADOS DEL PROYECTO:

El proyecto Fomento del Turismo en los Municipios de El Rama, La Libertas y San Pedro de Lóvago, está diseñado para ser ejecutarse en base a tres componentes, fundamentales que garantizan el cumplimiento de sus objetivos:

1. Mejorada las capacidades y habilidades de los prestadores de servicios turísticos.
2. Sensibilizados los actores y elaborada las agendas turísticas municipales.
3. Identificados y promocionados los productos turísticos de los municipios beneficiados.
4. Coordinación y seguimiento a los proyectos de infraestructura turística municipal.

RESULTADO I.	Mejorada las capacidades y habilidades de los prestadores de servicios turísticos:
---------------------	--

Se brindara asistencia técnica a pequeñas y medianas empresas que ofertan servicios turísticos en los tres municipios; En base a la metodología de asistencia técnica desarrollada por la Fundación Centro Empresarial Pellas (FCEP). Desarrollada en base a un acompañamiento técnico personalizado in situ, de manera prolongada y de la mano con el empresario.

Este resultado se logrará a través del asesoramiento permanente de los propietarios de negocios, dotándolos de planes de gestión empresarial en tanto instrumento que ordena la acción de estos, respecto a la organización del negocio, su inserción en los mercados, su crecimiento y sus posibilidades financieras. Este esfuerzo se consolida a través de acciones orientadas al desarrollo del empresarialismo por medio de conferencias, talleres e intercambios empresariales.

Actividad 1.1	Caracterización, Identificación y Diagnóstico de los prestadores de servicios turísticos por municipio.									
Tarea 1.1.1	Caracterización de la oferta vinculada a la cadena de valor de servicios turísticos en los tres municipios y su área de influencia, incluye: Hoteles, Restaurante, cafeterías, hospedajes, bares y guías turísticos, clubes campestres, fincas con vocación turística, artesanías, transporte, cyber cafés, escuelas de español, centros de retiro, museos, centros de información turística; diagnósticos de necesidades de capacitación									
Inversión:	US\$ 4,500.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

Actividad 1.2	Implementación del programa de Asistencia Técnica en Gestión Empresarial.									
Tarea 1.2.1	Contratación de equipo de consultores (3) que estará a cargo de elaborar Plan de Gestión Empresarial (PGE) instrumento requerido para brindar asesoría y acompañamiento técnico a las empresas beneficiarias.									
Inversión:	US\$ 16,000.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

Actividad 1.3	Elaboración y ejecución de Plan de Formación en servicios turísticos.									
Tarea 1.3.1	Ejecutado un programa de capacitación para cada municipio, diseñado en base a las necesidades particulares de cada territorio, se pretende impartir 20 módulos introductorios orientados a las buenas prácticas en servicios turísticos: Administración de pequeños negocios, atención al cliente, etiqueta y protocolo, cultura Turística, sostenibilidad Turística, educación Ambiental, Prevención de la Explotación Sexual, Comercial de niños, niñas y adolescentes, Patrimonio Histórico y Cultural y Primeros Auxilios, Contabilidad básica, Buenas prácticas de Cocina, Mesero, Barman, Manejo higiénico de los alimentos, Inglés técnico, entre otros.									
Inversión:	US\$ 26,000.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

Actividad 1.4	Intercambios Empresariales.									
Tarea 1.4.1	Con el propósito de que los empresarios de cada municipio conozcan experiencias exitosas y escuchen el testimonio de empresarios emprendedores que actúen como motivadores de cambio, se han planificado una serie de intercambios municipales e interregionales, considerados estos, como una acción estratégica porque permiten un acercamientos y una convivencia entre los empresarios mismos, esta experiencia se convierte en un punto de partida de futuras alianzas.									
Inversión:	US\$ 7,000.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

RESULTADO II.	Sensibilizados los actores y elaborada las agendas turísticas municipales:
----------------------	--

Con el objetivo de que los empresarios, las alcaldías municipales, las instituciones de gobierno y resto de los actores claves en cada territorio, conozcan la importancia de la actividad turística y se dispongan a un proceso de transformación orientado a mejorar la calidad de los servicios ofertados en cada municipio, se impartirá un programa de sensibilización turística.

Es muy importante hacer comprender a todos los actores involucrados que la actividad turística depende fundamentalmente de la existencia de recursos naturales, históricos y culturales, así como de actividades recreativas suficientemente interesantes para atraer el interés de los turistas nacionales y/o extranjeros a un lugar determinado.

El primer paso es la detección y comprobación objetiva del potencial que tiene ésta actividad en una determinada localidad; una vez identificada esta oportunidad, los actores y comunidades locales que participan en el sector tendrán mayores posibilidades de desarrollar el turismo en los sitios de interés.

El potencial turístico se aprovecha de acuerdo a la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales.

En este sentido, el turismo debe considerarse como un “sistema integrado, el cual se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de un proceso de venta llamado producto turístico”, territorialmente se estructura por elementos internos y externos que tienen que ser tomados muy en cuenta al momento de diseñar un determinado producto.

Entendemos por producto turístico, al conjunto de bienes y servicios, materiales e inmateriales, que se ponen a disposición de los turistas a través de un proceso de comercialización para su consumo directo; bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista los percibe como uno sólo.

Actividad 2.1	Desarrollo de talleres de sensibilización e inducción turística.									
Tarea 2.1.1	Con el objetivo de que los empresarios y los actores claves en cada territorio, conozcan la importancia de la actividad turística y se dispongan a un proceso de transformación orientado a mejorar la calidad de los servicios ofertados en cada municipio se han programado una serie de talleres (6) de acuerdo a las siguientes temáticas: Importancias de las alianzas empresariales; La cadena de valor del turismo; Calidad turística; El sistema turístico; Marketing para Pequeños Negocios Turísticos; Comercialización para Pequeños Negocios.									
Tarea 2.1.2	Se pretende capitalizar la experiencia del proceso de sensibilización, mediante una documentación y sistematización de la experiencia, con el propósito de que los resultados del proceso de sensibilización se conviertan en insumos para la toma de decisiones, al momento de construir las agendas de turismo a nivel municipal.									
Inversión:	US\$ 6,000.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

Actividad 2.2	Construcción participativa de agendas de desarrollo turístico por municipio.									
Tarea 2.2.1	<p>Con el propósito de contar con un documento que oriente el desarrollo turístico del territorio a corto plazo, se elaborarán una agenda de desarrollo turístico por municipio, estas son instrumentos fundamentales mediante las cual se pretende que cada actor involucrado como las Alcaldía, El sector privado, las instituciones de gobierno, entre otras, se involucren y asuman el rol que les corresponde, en función del desarrollo turístico de cada municipio.</p> <p>Para facilitar el proceso y construcción de las agendas de desarrollo turístico, se contratará a un facilitador que conduzca una series de sesiones de trabajo con los actores claves, se sistematizarán los resultados y se publicarán las agendas para facilitar su apropiación.</p>									
Tarea 2.2.2	Se han planificado la realización de seis talleres, dos por cada municipio, para la facilitar la construcción de las agendas de desarrollo turística en cada territorio.									
Inversión:	US\$ 4,900.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

RESULTADO III.

Identificados y promocionados los productos turísticos competitivos de los municipios beneficiados:

Para que sea posible que los municipios de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago, se perfilen como destinos turísticos emergentes a nivel nacional e internacional, es necesaria orientar el crecimiento de un destino turísticos competitivo, esto se logrará en la medida que los actores claves como las alcaldías, el sector privado, las instituciones de gobierno y las demás sectores se involucren en la gestión de los recursos turísticos de manera decidida y juntos puedan incidir en la imagen y capacidad de atracción del destino, influyendo de esta manera en el comportamiento de los turistas.

El mercado turístico ha evolucionado mucho en los últimos años, los turistas se hacen más exigentes y quieren una mejor calidad en el servicio, la actividad turística constantemente experimenta cambios, en la actualidad los turistas denominados turistas de tercera generación están en busca de experiencias enriquecedoras durante sus viajes, además, quieren sentirse parte de la vida cotidiana, las costumbres y la cultura de un lugar a través del contacto con la gente local.

La “Tercera Generación de Viajeros” a como lo denomina la organización Mundial de Turismo (OMT) se caracteriza por ser altamente tecnificados, muy tecnológicos e hiperconectado, que utiliza los smartphones o las tabletas, o internet en general, en todos los momentos del proceso del viaje: para buscar, para comparar, para elegir, para compartir, para opinar, para recomendar.

Esta tendencia de mercado turístico nos obliga a promover productos turísticos innovadores que respondan a los nuevos segmentos de mercado, cada vez más complejos y por los que compiten cientos de nuevos destinos en todo el mundo.

Para identificar estos productos se contratara una consultoría especializada, con el propósito de fomentar se desarrollo y se conviertan estos, en productos estrellas capaces de actuar como detonantes de la actividad turística en los municipios beneficiarios.

Se identificarán las necesidades de mejoras en equipamientos e infraestructura que faciliten el aprovechamiento de los recursos y generen valor al recurso; También se identificarán los mercados a los que vender la oferta existente ligeramente modificada u organizada de diferente manera.

Adicionalmente, se propone invertir en la promoción de estos productos, en busca del incremento de la demanda de servicios turísticos en segmentos de consumo intermedios y bajo, consistentes con los establecimientos existentes en la zona

fuera de los desarrollos turísticos. La interacción entre mejoras en la oferta y el incremento de la demanda constituye el eje de la sostenibilidad de las acciones promovidas por el proyecto.

Actividad 3.1	Realización de mapeo para la identificación de oportunidades de desarrollo de productos turísticos competitivos por cada municipio.									
Tarea 3.1.1	Para la identificación de productos turísticos competitivos se contratara un equipo especializado, que haga un levantamiento por cada territorio del potencial turístico, su descripción y ubicación con el propósito de fomentar su desarrollo,									
Inversión:	US\$ 6,100.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

Actividad 3.2	Elaboración de cartera proyecto y sus perfiles con los productos competitivos encontrados en cada municipio									
Tarea 3.2.1	Una vez que se realice el mapeo y e tengan identificados los principales productos turísticos se identificarán las necesidades de mejoras en equipamientos e infraestructura que faciliten el aprovechamiento de los recursos y generen valor al recurso; También se identificarán los mercados a los que vender la oferta existente ligeramente modificada u organizada de diferente manera.									
Inversión:	US\$ 7,300.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

Actividad 3.2	Acciones de apoyo inicial para el fomento de productos interés turístico.									
Tarea 3.2.1	Desarrollo de perfiles de proyectos priorizados y ejecución de inversiones iniciales por cada municipio:									

	<ul style="list-style-type: none"> a. Establecimiento de las coordinaciones para Turismo Rural en el Rama. b. Establecimiento de la alianza para la creación de un Museo del Oro en La Libertad. c. Establecimiento de las coordinaciones y alianzas para el desarrollo de acciones de Turismo aventura / turismo religioso en San Pedro de Lóvago. 									
Inversión:	US\$ 10,200.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

RESULTADO IV.	Coordinación y seguimiento a los proyectos de infraestructura turística municipal
----------------------	---

El resultado IV es producto de una alianza con los municipios sujetos de este proyecto, si bien es cierto que es responsabilidad directa de cada alcaldía ejecutar y cumplir con esas acciones que ya están programadas, mediante este proyecto se dará seguimiento y orientación para que estas inversiones vayan acorde con los productos y resultados de esta propuesta.

Actividad 4	Proyectos de infraestructura turística municipal									
	Coordinación para la ejecución de los proyectos de infraestructura turística municipal <ul style="list-style-type: none"> a. El Rama. b. La Libertad. c. San Pedro de Lóvago. 									
Inversión:	US\$ 40,046.00									
Programación:	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	

15. Presupuesto:

	Resultados	Aporte CEP	Aporte LBSNN	Aporte Alcaldías	TOTALES
1	Resultado 1. Mejorada las capacidades y habilidades de los prestadores de servicios turísticos	1,000.00	52,500.00	0.00	53,500.00
1.1	Caraterización, Identificación y Diagnóstico de los prestadores de servicios turisticos por municipio.	0.00	4,500.00	0.00	4,500.00
1.2	Implementación de Asistencia Técnica en Gestión Empresarial	0.00	16,000.00	0.00	16,000.00
1.3	Elaboración y ejecución de Plan de Formación en servicios turísticos	0.00	26,000.00	0.00	26,000.00
1.4	Intercambios Empresariales.	1,000.00	6,000.00	0.00	7,000.00
2	Resultado 2. Sensibilizados los actores y elaborada las agendas turísticas municipales	300.00	10,300.00	300.00	10,900.00
2.1	Desarrollo de talleres de sensibilización e inducción turística	300.00	5,400.00	300.00	6,000.00
2.2	Construcción participativa de agendas de desarrollo turística por municipio	0.00	4,900.00	0.00	4,900.00
3	Resultado 3. Identificados y promocionados los productos turísticos de los municipios beneficiados	1,600.00	21,700.00	900.00	24,200.00
3.1	Realización de mapeo para la identificación de oportunidades de desarrollo de productos turísticos competitivos por cada	300.00	5,500.00	300.00	6,100.00
3.2	Elaboración de cartera proyecto y sus perfiles con los productos competitivos encontrados en cada municipio	300.00	7,000.00	0.00	7,300.00
3.4	Acciones de apoyo inicial para el fomento de de productos interés turístico	1,000.00	9,200.00	600.00	10,800.00
4	Proyectos de infraestructura turística municipal	0.00	40,046.00	40,046.00	80,092.00
4.1	El Rama	0.00	14,521.00	14,521.00	29,042.00
4.2	La Libertad	0.00	15,023.00	15,023.00	30,046.00
4.3	San Pedro de Lovago	0.00	10,502.00	10,502.00	21,004.00
5	Ejecución, Evaluación y seguimiento del proyecto	44,500.00	0.00	600.00	45,100.00
5.1	Articulación de actores, taller de apertura y cierre	6,000.00	0.00	600.00	6,600.00
5.2	Logística y costos operativos	9,000.00	0.00	0.00	9,000.00
5.3	Medio tiempo vicegerencia y planificación y desarrollo	23,000.00	0.00	0.00	23,000.00
5.4	Seguimiento , administración y evaluación	6,500.00	0.00	0.00	6,500.00
	TOTAL	47,400.00	124,546.00	41,846.00	213,792.00

16. Marco Lógico:

	Lógica de intervención	Indicadores verificables objetivamente	Fuentes y medios de verificación	Hipótesis
Objetivos generales:	Contribuir a diversificar la oferta turística, de los Municipios de San Pedro del Lóvago, La Libertad y el Rama, mediante el fortalecimiento de los prestadores de servicios turísticos y la identificación de nuevos productos.	Se incrementan al menos en 20% la visitación de los municipios beneficiados	Estadísticas de INTUR	
Objetivo específico:	1. Fortalecer la gestión empresarial de los prestadores de servicios turísticos de los municipios de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago.	Mejorada a percepción de los visitantes hacia la prestación del servicio	Matriz de seguimiento, Encuesta de satisfacción	Disponibilidad de los empresarios
	2. Fomentar la articulación y sensibilización de los principales actores dinamizadores del turismo en los municipios de El Rama, La Libertad y San Pedro de Lóvago			
	3. Identificar y fomentar nuevos productos turísticos			

Resultados	RE2.- Mejorada las capacidades y habilidades de los prestadores de servicios turísticos	400 personas capacitadas en temas turísticos	Lista de participantes, diplomas	El personal capacitado se mantiene acorde a la formación recibida. Disponibilidad de los empresarios en mantener el personal.
	RE1.- Sensibilizados los actores y elaborada las agendas turísticas municipales	3 agendas elaboradas y consensuada	3 documentos, listas de participantes	
	RE3.- Identificados y promocionados los productos turísticos de los municipios beneficiados	Identificado y promocionado al menos un producto por cada municipio	Al menos tres perfiles de proyecto	
	Para el Resultado 1:			\$52,500
	1.1 Caracterización, Identificación y Diagnóstico de los prestadores de servicios turísticos por municipio		Documento caracterización con la información de las empresas x municipio	\$4,500
	1.2 Implementación de Asistencia Técnica en Gestión Empresarial	Elaborados al menos 30 Planes de Gestión Empresarial a los prestadores de servicios identificados Al menos 90% de las empresas implementan su Plan de Gestión en un 30%	Plan de trabajo, visitas por empresa, planes de gestión por empresa	\$16,000

	1.3 Elaboración y ejecución de Plan de Formación en servicios turísticos	Al menos se han capacitado a 4 personas por empresas, capacitas al menos 80 personas por cada municipio en diferentes oficios turísticos (meseros, camareras, guías turísticos, administración de pequeños negocios, inglés básico)	Plan de Formación , calendarios de implementación, lista de capacitados, diplomas entregados	\$26,000
	1.4 Intercambios Empresariales	Realizado al menos un intercambio por municipio	Lista de participantes, fotos	\$6,000
	Para el Resultado 2:			\$10,300
	2.1. Desarrollo de talleres de sensibilización e inducción turística	Sensibilizados al menos el 70% de los principales actores por municipio	Lista de talleres, certificados de participación entregados	\$5,400
	2.2. Construcción participativa de agendas de desarrollo turística por municipio			\$4,900
	Para el Resultado 3:			\$21,700
	10.2 Realización de mapeo para la identificación de oportunidades de desarrollo de productos turísticos competitivos por cada municipio.	Al finalizar el proyecto se habrán promocionado los principales productos turísticos por cada municipio	Documento base con el mapeo de productos, material promocional	
	10.3 Elaboración de cartera proyecto y sus perfiles con los productos competitivos encontrados en cada municipio	Al finalizar el proyecto se contará con una base de perfiles de proyectos priorizados por municipio	Perfiles de proyectos de los productos turísticos,	
	10.4 Acciones de apoyo inicial para el fomento de productos interés turístico.	Al finalizar el proyecto se habrá realizado al menos tres proyectos	Acta de Obras realizadas	

	Para el Resultado 4			40,046.00 (este presupuesto ya está aprobado, no se incluye en el total)
	11 Proyectos de infraestructura turística municipal	Al finalizar el proyecto las alcaldías de los municipios beneficiados habrán desarrollado las acciones planificadas de forma coordinada	Fotos, material promocional	
	TOTAL \$			\$84,500