

GESTIÓN POR RESULTADOS (GPR)

Comentarios sobre el Modelo Lógico – Travolution Chile

Mayo 2015

Se propone a continuación algunas sugerencias para mejorar el diseño de la iniciativa y reforzar la capacidad para monitorear los resultados previstos.

Acerca de los Resultados

- Los resultados son los cambios previstos que se proponen lograr durante la ejecución de la iniciativa. Por lo tanto, se deben expresar con claridad en cuanto a ¿qué se quiere cambiar? En el impacto, el ¿para quién? está bien planteado (i.e. emprendedores de turismo de comunidades rurales), pero nos parece que su redacción actual: *Emprendedores de turismo de comunidades rurales generan modelos de gestión turística local que respetan su patrimonio cultural, social y natural* podría traducir mejor la dirección del cambio deseado agregándole al enunciado de resultado un modificador tal como: **Aumento, Fortalecimiento, Mayor, Realzado**, etc. Ayuda preguntarse al redactar los resultados “¿porqué hacemos eso?”. Entonces, ¿porqué Travolution quiere que las *comunidades rurales generan modelos de gestión turística local que respetan su patrimonio cultural, social y natural*? Quizás la respuesta es algo que va en este sentido y podría servir para el impacto: “Incrementados para comunidades rurales los beneficios (económicos, sociales, ambientales, etc.) generados a partir de modelos de gestión turística local que respetan su patrimonio cultural, social y natural.” Es solo una sugerencia para ayudarles a definir mejor el cambio/el impacto al cual desean contribuir con su iniciativa. El riesgo con un impacto que se enfoca en “lo hecho” (i.e. generación de modelos de gestión turística” es que el indicador sólo mide el “número de modelos de gestión generados en las comunidades” y lastimosamente eso informa poco acerca de los cambios más sistemáticos que se generaron a partir de estos modelos mejorados.
- Lo mismo aplica para los efectos planteados. ¿Qué es lo que se quiere cambiar?
 - o Efecto 1: ¿Por qué es importante generar redes de aprendizaje? ¿Cuáles serán los beneficios? ¿Y para quiénes? ¿Cuál es el problema que han identificado cuando decidieron llevar a cabo estas redes de aprendizajes? ¿Era la ausencia de consultación con las comunidades rurales acerca de sus intereses, prioridades de desarrollo con los emprendedores de turismo que les parecía problemático? Si es así, el cambio/efecto podría escribirse de tal forma: “Fortalecimiento de oportunidades y mecanismos para la participación pública en el desarrollo de modelos de gestión turística local”/“Aumento de la participación pública en el desarrollo de modelos de gestión turística local.”, por ejemplo.
 - o Como hemos mencionado, los resultados son los cambios y/o beneficios que se esperen de la implementación de la iniciativa. Nos parece que el efecto 3 se acerca más a un producto (bien o servicios que la organización ejecutora prevé) que a un efecto como tal. Se propone estas reformulaciones para ayudar transmitir mejor el cambio y ayudar con la medición de tales cambios: “Acceso mejorado a mercado (comercialización) para las propuestas turísticas respetuosa del patrimonio cultural, social y natural de la comunidad”.
- Los productos son los bienes o servicios que resultan de la iniciativa/que se requiere que se produzca. También se deben expresar claramente. Podría definirse más adelante lo que se espera hacer con algunos productos para que queda más claro para el lector que no está familiarizado con la iniciativa. Por ejemplo



“Red Nacional de turismo comunitario **funcional**”/“Redes regionales de turismo comunitario **establecidas**”/ etc.

Próximos Pasos

- Definir indicadores. Se proponen algunos a continuación para ayudarles con esta tarea. Los indicadores deben de estar vinculados con los resultados que tienen que medir.

Título del proyecto: Travolution.org: Una red para el desarrollo local a través del turismo comunitario		
Organización (país): Travolution (Chile)		
	Resumen Narrativo (Narrative Summary)	Indicadores / Metas (Performance Indicators)
Impacto :	<p>Mide el cambio en las condiciones o estado.</p> <p>Entonces, si hablamos de beneficios (económicos, sociales, ambientales) para comunidades rurales, tal como se sugiere arriba, entonces algunos indicadores podrían ser:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de ingresos de los emprendedores turísticos apoyados por la iniciativa Travolution • Ingreso promedio de las comunidades apoyadas • Nivel de satisfacción de las comunidades acerca de su desarrollo local • Cantidad de nuevos empleos formales generados atribuibles al apoyo de Travolution
Efectos	<p>Mide el cambio en el sistema de comportamiento o práctica. Puede también ser una medida de la capacidad, conocimiento, habilidades o acceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de interacción entre comunidades • Nivel de calidad de los modelos de gestión de los emprendedores turísticos apoyados por la iniciativa Travolution • Nivel de interés e involucramiento de los grupos de interés. • % de emprendedores turísticos con incremento en la calidad de producto/servicio, atribuibles al apoyo de Travolution • % emprendedores turísticos con políticas, programas y prácticas de igualdad de género, y/o que respeten el patrimonio cultural, social y natural • % emprendedores turísticos que re-utilizan/ reciclan basura • % emprendedores turísticos con prácticas de ahorro de energía • Variación en Kwh/cuarto ocupado/huésped



Producto	Describe lo que ha sido producido. Mide la actividad que ha sido completada. Son frecuentemente tangibles.	<ul style="list-style-type: none"> ● No. de encuentros nacionales/territoriales realizados ● No. de participantes a los encuentros (hombre/mujer) ● Evidencia de la red nacional construida ● Nivel de participación en la red nacional ● No. de informes conteniendo aprendizajes ● Nivel de satisfacción de los emprendedores con la asesoría directa recibida ● No. de viajes a terreno realizados ● Cantidad/cualidad de información/datos recopilados durante los viajes ● Cantidad de emprendedores capacitados(desagregado por sexo) ● Nivel de satisfacción de los emprendedores acerca de las capacitaciones ● No. de agencias de turismo contactadas ● No. de alianzas con operadores turísticos concretizadas/firmadas ● No. de emprendedores involucrados en las alianzas
-----------------	---	--

- Recopilación de los datos de línea de base – ¿Tienes una idea de cuando estos van a recopilarse/confirmarse? Esperamos que los datos de línea de base puedan confirmarse lo antes posible para poder usar esta información para mirar los cambios desde un punto de partida hasta el transcurso del programa de la Red.
- Estrategia de seguimiento y recopilación de los datos a lo largo de la vida del proyecto. Acaso necesites ayuda para desarrollar algunas herramientas de seguimiento y recolección de los datos (ej. Encuestas de satisfacción o de campo), no dudes en involucrarnos en el diseño de estas herramientas si es oportuno, y mandárnoslas una vez creadas para nuestros comentarios/sugerencias.
- Completar y mandar a los facilitadores el MMR finalizado.

¡Muchas gracias por su participación en el taller de GPR! Esperamos estar en contacto y seguir nuestro trabajo colaborativo dentro del marco de la Red de Pathways Challenge con todo el equipo Travolution Chile.

Le Groupe-conseil baastel ltée
85 Victoria Street
Gatineau (Québec) Canada, J8X 2A3
Tel: +(1) 819-595-1421 x :240
Fax: +(1) 819-595-8586
www.baastel.com
Contacto: elodie.roy@baastel.com

