**CONCURSO PARA OBRAS DE INFRAESTRUCTURA PÚBLICA TURÍSTICA MUNICIPAL**

**FICHA DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE PROYECTOS**

**Datos Generales del Proyecto**

* **Nombre del Proyecto:** (Denominación clara y concisa que identifica la iniciativa)
* **Municipio Presentante:** (Organismo impulsor)
* **Geolocalización:** (Ubicación geográfica específica donde se desarrollará el proyecto)
* **Duración del Proyecto:** (Tiempo estimado en meses o años para la ejecución completa del proyecto)
* **Presupuesto total de la inversión:** (monto total de Proyecto)
* **Monto Solicitado:** (Cantidad de fondos requeridos)
* **Actividades Económicas Implicadas:** (Descripción de sectores económicos que se verán directa o indirectamente beneficiados o involucrados en el proyecto como son gastronomía, alojamiento, transporte, otros)
* **Cadena de valor a la que aportará:** (Segmento o eslabón productivo específico dentro del sector turístico al que el proyecto generará valor o fortalecerá tales como agricultura, ganadería, minería, industrias culturales, Tecnologías de la Información y la Comunicación, comercio, otros)

**Evaluación del Proyecto**

1. **Necesidad específica del territorio a la que responde. Objeto y metas del Proyecto:** (Justificación clara de cómo el proyecto aborda una carencia, problema u oportunidad identificada en la zona de influencia del Proyecto).

|  |
| --- |

**1.1.** Deberá indicar en forma clara el objetivo general del proyecto, los objetivos específicos y metas (cuantificación).

|  |
| --- |

**1.2.** Cada proyecto de financiamiento que se presente deberá estar articulado con el ordenamiento territorial, describiendo detalladamente cómo el mismo se vincula y cumple con la normativa urbanística, así como determinar su impacto territorial positivo. Será esencial demostrar su alineación con las estrategias, objetivos, planes, programas y proyectos definidos en el Plan Provincial de Ordenamiento Territorial (PPOT), en los planes de ordenamiento territorial municipales y con el Plan Provincial de Gestión Turística.

|  |
| --- |

1. **Viabilidad Técnica y Operativa**: (Evaluación de la factibilidad de ejecución del proyecto desde el punto de vista tecnológico, de recursos humanos y de infraestructura).

**2.1** Cronograma de Trabajos (Identificación de las actividades a realizar y la secuencia cronológica de las fases del proyecto. Incorporar diagrama de Gantt).

|  |
| --- |

1. **Análisis de la oferta y demanda Turística**

Mencionar las fuentes estadísticas o estudios de mercado confiables utilizadas para sustentar el análisis, con preferencia por datos oficiales de la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas de Mendoza y del Observatorio Turístico del Ente Mendoza Turismo.

|  |
| --- |

**3.1. Análisis de la oferta turística** (Descripción de capacidad y características de los atractivos, servicios, productos e infraestructura disponibles en el espacio turístico del destino, entendiéndose éste último como aquel que concentra atractivos turísticos de distintas jerarquías en un área o zona turística y que en conjunto pueden conformar un recorrido o circuito, complementandose y generando sinergias entre sí, para multiplicar su capacidad de atracción de visitantes.)

|  |
| --- |

**3.1.1. ¿Cómo se integra el proyecto al espacio turístico, su infraestructura y a su vez cómo se vincula el mismo con otras actividades económicas del territorio?** (Debe incluir descripción de cómo prevé resolver el impacto de los visitantes en la infraestructura del sector de influencia.)

|  |
| --- |

**3.1.2.** **¿Cómo contribuye a fortalecer un circuito, recorrido u otro atractivo del área?** (Análisis de cómo el proyecto complementa o mejora una ruta turística o un tipo de producto ya consolidado).

|  |
| --- |

**3.1.3. ¿Articula con actores locales?** (Asociaciones público-privado, emprendedores, comercios, otros organismos del sector público).

|  |
| --- |

**3.2**. **Análisis de la demanda turística:** (Características, preferencias, motivaciones y comportamientos de los potenciales visitantes).

**3.2.1.** **¿Cuáles son las principales motivaciones turísticas que satisface este proyecto?** (Por ejemplo: búsqueda de aventura, cultura, placer, gastronomía, naturaleza, negocios, incentivos, entre otros).

|  |
| --- |

**3.2.2.** **Determinación del o de los segmentos de mercado y perfil o perfiles a los que puede satisfacer.** (Especificar segmento geográfico y caracterización del visitante: edad, nacionalidad, nivel socioeconómico, tipo de viaje -familiar, individual, pareja, grupos-, duración de la estadía esperada, gasto promedio).

|  |
| --- |

**3.2.3. ¿Qué actividades y/o experiencias ofrece este proyecto para satisfacer las motivaciones del punto 3.2.2?** (Detallar si priorizan actividades al aire libre, visitas a bodegas, eventos culturales, contacto con la comunidad, otras).

|  |
| --- |

**3.2.4. ¿Existen tendencias de demanda emergentes que el proyecto busca capitalizar?** (Por ejemplo: turismo sustentable, nómades digitales, turismo de bienestar, otros).

1. **Presupuesto y Financiamiento**

**4.1. Presupuesto total del proyecto:** (Costo total estimado de todas las actividades y recursos necesarios para la implementación del proyecto).

|  |
| --- |

**4.2. Monto solicitado:** (Cantidad de fondos requeridos al Fideicomiso).

|  |
| --- |

**4.3. Fuentes adicionales de financiamiento identificadas:** (Descripción de otros recursos financieros, ya sean de origen estatal o particular, que complementarán la financiación del proyecto).

|  |
| --- |

**4.4. Porcentaje de cofinanciamiento asegurado: \_\_\_\_\_ %** (Proporción del costo total del proyecto que ya cuenta con compromiso de financiación por parte del municipio o de otras entidades).

**4.5.** **Claridad, nivel de detalle y coherencia de la estructura presupuestaria con los objetivos propuestos:** (Evaluación de qué tan comprensible, desglosado y lógicamente conectado está el presupuesto con las metas que se desean alcanzar).

|  |
| --- |

**4.6. Mecanismo de repago de la inversión:** (Indicar cómo se devolverán los fondos provistos por el Fideicomiso en caso de ser en un plazo menor al indicado en las bases del concurso).

|  |
| --- |

1. **Ventaja Competitiva**

**5.1. Identificación de imperfecciones de mercado.** (Reconocimiento de fallas en el mercado local que el proyecto busca corregir o aprovechar, como monopolios, falta de financiamiento o información limitada, otras)

|  |
| --- |

**5.2. Barreras de entrada:** (Análisis de los obstáculos que podrían dificultar la entrada de nuevos competidores al mercado y cómo el proyecto se integra o crea agrupaciones estratégicas de empresas o instituciones).

|  |
| --- |

1. **Plan de Negocios**

**6.1. Estructura y componentes esenciales:** (Descripción de los elementos clave que conforman el plan de negocios, incluyendo los costos de operación y mantenimiento, y los beneficios esperados, entre otros).

|  |
| --- |

**6.2. Flujo de fondos:** (Proyección de los ingresos y egresos de efectivo del proyecto a lo largo del tiempo para determinar su liquidez y rentabilidad).

|  |
| --- |

**6.3. Recupero de la inversión:** (Descripción de cómo se generarán los ingresos o ahorros que permitirán recuperar la inversión realizada en el proyecto en un plazo no mayor a 10 años).

|  |
| --- |

**6.4.Involucramiento del sector privado:** (Evaluación de si el proyecto tiene la capacidad de atraer capital y recursos de inversores privados).

|  |
| --- |

***Alineación con los Objetivos Estratégicos***

**Descripción de cómo el proyecto contribuye específicamente al Plan de Gestión Turística Provincial.** (Detalle de las formas en que el proyecto apoya coherentemente los ejes y programas establecidos en el plan turístico de la provincia).

|  |
| --- |

***Evaluación Estratégica***

***Cumplimiento de Objetivos Estratégicos***

Valoración de cómo el proyecto se alinea y contribuye a los objetivos de alto nivel definidos.

| **Objetivo Específico** | **Ejes sobre los que trabaja** | **Puntaje Máximo** | **Puntaje Asignado** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Productos Turísticos que desarrolla**  **(Evaluación del proyecto en función al producto turístico que potenciará)** | **Turismo de naturaleza**  Forma de turismo orientada a la apreciación y disfrute de entornos naturales, paisajes, flora y fauna, que promueve la conservación ambiental, la educación ambiental y el desarrollo sostenible de las comunidades locales a través de experiencias responsables. | **1** |  |
| **Turismo aventura**  Turismo basado en experiencias físicas, deportivas o de riesgo controlado en entornos naturales, que combinan desafío, exploración, contacto directo con la naturaleza y la participación activa del visitante. | **1** |  |
| **Turismo de nieve**  Tipo de turismo que se desarrolla en áreas de montaña con nieve, centrado en actividades recreativas como esquí, snowboard o paseos, integrando servicios complementarios y generando beneficios económicos y sociales para regiones con climas fríos o estaciones invernales. | **0.5** |  |
| **Turismo de bienestar**  Actividad turística motivada por el cuidado personal, la salud y la búsqueda de equilibrio físico, mental y espiritual a través de servicios médicos, terapias alternativas, spas, termas u otras prácticas vinculadas al bienestar integral. | **0.5** |  |
| **Enoturismo**  Turismo vinculado al mundo del vino, que comprende visitas a bodegas, viñedos y eventos relacionados, donde los visitantes participan de experiencias sensoriales de orden cultural, educativo y gastronómico vinculado a la producción vitivinícola, su historia y su entorno. | **1** |  |
| **Turismo gastronómico**  Modalidad turística centrada en el descubrimiento, disfrute y conocimiento de la cultura alimentaria de un destino, incluyendo técnicas y productos locales, recetas tradicionales, festivales, mercados, talleres y experiencias sensoriales ligadas a la identidad culinaria del lugar. | **1** |  |
| **Turismo Rural**  Actividad turística que se desarrolla en áreas rurales, pequeñas comunidades o zonas agropecuarias, donde los visitantes experimentan modos de vida tradicionales, actividades productivas, oleoturismo, gastronomía local y paisajes y preservación cultural. | **1** |  |
| **Turismo cultural**  Actividad turística que tiene como motivación principal conocer, descubrir y disfrutar el patrimonio material e inmaterial de un destino, incluyendo arte, arquitectura, historia, credos, tradiciones, festividades y estilos de vida que expresan la identidad cultural del destino. | **1** |  |
| **Turismo educativo**  Turismo cuya motivación principal es el aprendizaje, formal o informal, a través de experiencias en otros contextos geográficos o culturales, con fines académicos, lingüísticos, profesionales o personales, generando intercambio de conocimientos y enriquecimiento mutuo | **1** |  |
| **Turismo MICE**  Turismo que comprende reuniones, incentivos, congresos y exposiciones, dirigido principalmente a profesionales y empresas, generando movilidad por motivos laborales, comerciales o asociativos. | **0.5** |  |
| **Turismo deportivo**  Modalidad turística motivada por la participación o asistencia a eventos deportivos, o por la práctica de deportes en entornos naturales o urbanos, generando oportunidades de desarrollo económico, integración social, promoción del destino y una vida saludable a través del deporte. | **0.5** |  |
| **Impacto en Cadena de valor en las actividades económicas que dinamiza**  (Evaluación del grado en que el proyecto potencia o mejora los eslabones productivos, la calidad y la diversidad de la oferta, desde la producción de insumos hasta el servicio final al turista) | **Tecnologías de la Información y Conocimiento** | **0.5** |  |
| **Industrias culturales** | **0.5** |  |
| **Ganadería** | **0.5** |  |
| **Agricultura** | **0.5** |  |
| **Minería** | **0.5** |  |
| **Comercio** | **0.5** |  |
| **Jerarquía del atractivo**  (evaluación del proyecto en función al producto acerca de su capacidad de atraer visitantes y su relación con otros atractivos cercanos. ) | **Jerarquía 3**  Atractivos excepcionales con gran significación para el mercado turístico internacional, capaces de generar un flujo importante de visitantes. | **2** |  |
| **Jerarquía 2**  (Atractivos con rasgos excepcionales en un área específica, capaces de generar flujos turísticos internos o externos.) | **1.5** |  |
| **Jerarquía 1**  Atractivos con algún rasgo llamativo que puede interesar a visitantes de larga distancia. | **1** |  |
| **Jerarquía 0**  (Atractivos que forman parte del patrimonio turístico pero no tienen la misma relevancia que los anteriores, aunque pueden complementar a otros de mayor jerarquía). | **0.5** |  |
| **Desarrollo sostenible ambiental y social)**  (Análisis de cómo el proyecto integra y balancea los aspectos sociales y ambientales para garantizar la viabilidad a largo plazo y el respeto por los recursos y la comunidad) | **Generación de Empleo**  Capacidad del proyecto para transformar o generar oportunidades laborales directas o indirectas para la comunidad local. | **2** |  |
| **Capacitación**  Detalle de acciones tendientes a incluir o fomentar el desarrollo de habilidades, conocimientos y competencias en el capital humano local, mejorando la calidad del servicio y la empleabilidad en el sector turístico. | **1** |  |
| **Accesibilidad Física/comunicacional**  Evaluación de las facilidades incluidas en el proyecto, mediante las cuales las personas pueden acceder y utilizar un espacio, producto o servicio, eliminando barreras arquitectónicas, incluyendo a su vez, la utilización de formatos o métodos de comunicación que permitan que la información y la comunicación sean comprensibles y accesibles para todos, independientemente de sus capacidades sensoriales o cognitivas. | **2** |  |
| **Manejo de residuos y efluentes**  Incorporación de prácticas que minimicen el impacto ambiental de la generación de desechos, tanto sólidos como líquidos, que reduzcan su toxicidad a lo largo de todo el ciclo de vida del proyecto, previendo, en la medida de lo posible, la reutilización de materiales y el reciclaje como alternativa. | **1.25** |  |
| **Manejo de Flora y Fauna**  Planificación de acciones y/o estrategias tendientes a la conservación, regeneración, protección y aprovechamiento sostenible sin comprometer la disponibilidad futura de las especies vegetales y animales, y de sus hábitats, dentro del área de influencia del proyecto. | **1** |  |
| **Uso de materiales locales, ecológicos o reciclados**  Elección de materiales para la construcción o para la elaboración de productos que minimicen el impacto ambiental y social, priorizando insumos obtenidos en las cercanías donde se desarrollará el proyecto, con bajo consumo de energía en su producción y/o que provengan de procesos de reciclaje. | **1.25** |  |
| **Diseño de Bajo Impacto Visual y Territorial**  Planificación de intervenciones que minimicen el impacto sobre el paisaje y el entorno, para lo cual se considera la escala, forma, materiales y ubicación del proyecto para la integración armoniosa al territorio. | **1** |  |
| **Utilización de energías limpias**  (Adopción de fuentes de energía alternativas al consumo tradicional que no generen emisiones contaminantes o residuos perjudiciales para el medio ambiente durante su uso) | **1.5** |  |
| **Creatividad e innovación**  (Valoración de la originalidad, novedad y aplicación de ideas o tecnologías nuevas en el diseño, desarrollo o implementación del proyecto, que generen valor añadido o una ventaja competitiva) | **Utilización de nuevas tecnologías**  (Incorporación de nuevas herramientas o tecnologías destinadas a acciones tales como optimizar procesos, desarrollo de nuevos productos o servicios, gestión eficiente de recursos.) | **2** |  |
| **Optimización de experiencia digital en oferta y demanda**  (Incorporación de tecnologías capaces de brindar una experiencia sensorial innovadora al consumidor que resulte atractivo o mejore la percepción del producto que se ofrece.) | **2** |  |
| **Innovación social**  (implementación de estrategias, que contribuyan a resolver problemas sociales identificados previamente por el postulante, generando un impacto positivo en la comunidad, tendiente a la mejora de la calidad de vida de las personas y su involucramiento con el proyecto.) | **2** |  |
| **Gobernanza**  (Examen de cómo el proyecto promueve la inclusión de diversos actores (comunidad, sector privado, organizaciones, academia, etc.) en la toma de decisiones y la gestión, fortaleciendo la colaboración y la transparencia) | **Coherencia con el Plan de Gestión Turística Provincial**  (Vinculación de su proyecto con uno o más ejes estratégicos del Plan.) | **2** |  |
| **Articulación con la sociedad civil**  (Planificación de acciones que permitan la participación de organizaciones o grupos de ciudadanos desde la planificación, diseño e implementación del proyecto.) | **1** |  |
| **Plan de Gestión del Proyecto**  (Detalle de gestión del proyecto a partir de su implementación con indicación de perfiles profesionales o especialistas requeridos, estrategias de comunicación, mecanismos de control para ejecución de gastos, etc.) | **1** |  |
| **Fortalecimiento de la demanda**  (Evaluación de la capacidad del proyecto para generar un mayor demanda de productos o servicios turísticos o una nueva demanda por nuevos productos o servicios a ofrecer) | **Contribución a la proyección de la Marca Mendoza**  (Indicación de acciones o estrategias mediante las cuales el proyecto refuerza la imagen e identidad de la provincia de Mendoza a nivel regional, nacional o internacional.) | **2** |  |
| **Generación de nuevos productos turísticos**  (Diversificación de la oferta turística mediante la creación de nuevos productos o la innovación en servicios.) | **2** |  |
| **Atracción de mayor cantidad de Turistas**  (Estrategias de posicionamiento, y acciones de promoción y comercialización, que contribuyan a un aumento en el flujo de visitantes y/o el nivel de gasto de los mismos.) | **2** |  |
| **Aumento del promedio de estadías**  (Indicación del impacto proyectado en el potencial aumento de estadías en los visitantes a partir de la ejecución del Proyecto.) | **2** |  |
| **Aportes al Desarrollo:** puede sermediante generación de empleo directo e indirecto, mejoras en infraestructura, accesibilidad, inclusión, incorporación tecnológica, promoción del destino, sostenibilidad ambiental y social, etc. | **Aporte al desarrollo integral de la zona inmediata turística a la que pertenece.** | **1** |  |
| **Aporte al desarrollo integral municipal.** | **1** |  |
| **Aporte al desarrollo Integral del Territorio Provincial.** | **2** |  |

***Evaluación General***

***Conclusión sobre viabilidad y recomendación de financiamiento:***

| **ÍTEM EVALUADO** | **PUNTAJE MÁXIMO** | **PUNTAJE ASIGNADO** |
| --- | --- | --- |
| **1. Necesidad específica del territorio a la que responde. Objeto y metas del Proyecto** | **8** |  |
| **2. Viabilidad Técnica y Operativa** | **8** |  |
| **3. Segmento de Mercado** | **8** |  |
| **4. Presupuesto y Financiamiento** | **9** |  |
| **5. Ventaja Competitiva** | **8** |  |
| **6. Plan de Negocios** | **9** |  |
| **7. Evaluación Estratégica** | **50** |  |
| **TOTAL** | **100** |  |

* **Puntaje final obtenido:**
* **Recomendación Final:**
  + Proyecto aprobado para financiamiento completo
  + Proyecto aprobado con ajustes recomendados
  + Proyecto rechazado (justificación)

**Comentarios adicionales:**

**Nombre del evaluador:**

**Fecha:**

**Firma:**