Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2014 - DICIEMBRE 2014

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Perú: Mercados Gastronómicos

Número de proyecto: PE-M1083 - Nro. Operación: ATN/ME-13111-PE

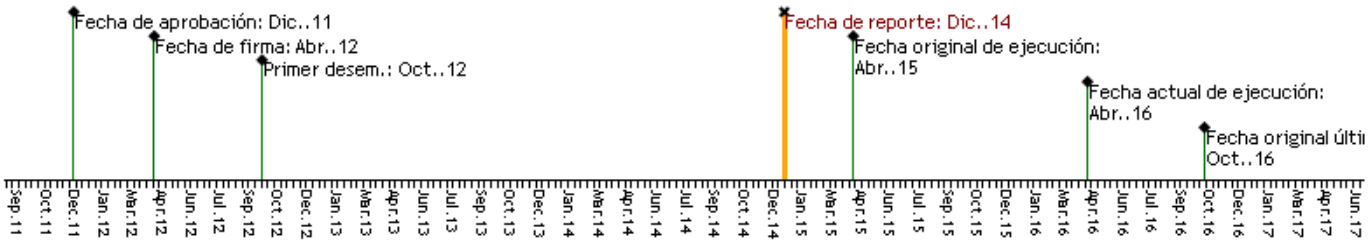
Resultado: Articular a productores y mypes con establecimientos gastronomicos a travès del desarrollo de negocios inclusivos que atiendan la provisión de productos de alta calidad demandados

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
PERÚ	PERÚ	MIC - Desarrollo de la microempresa	BDEM - Servicios para el desarrollo de la microempresa

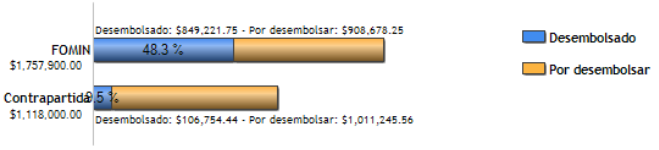
Agencia ejecutora: Asociación Peruana de Gastronomía

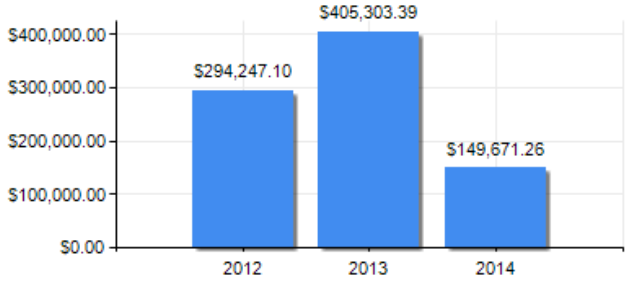
Líder equipo de diseño: Mosquera, Carmen Cecilia
Líder equipo de supervisión: Minaya, Elizabeth

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

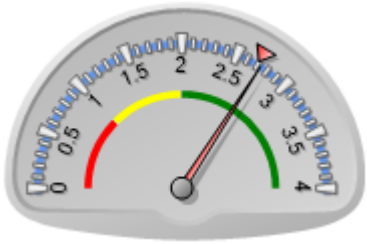


RECURSOS

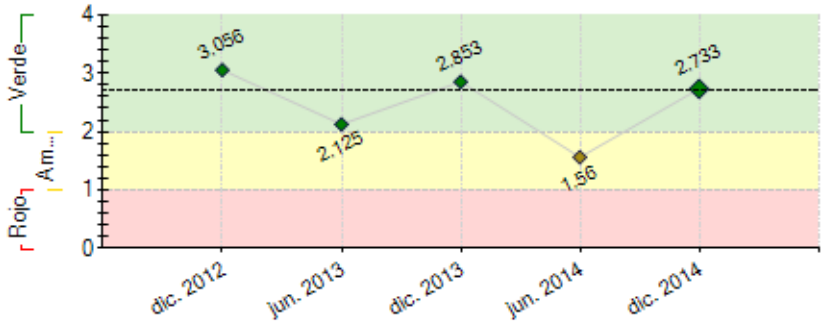




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.733
Promedio FOMIN: 2.697

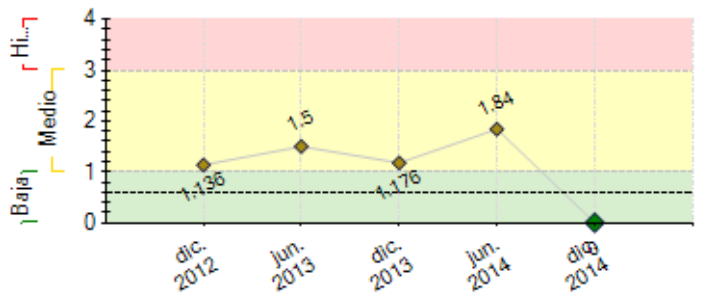


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	Medio
Adquisiciones:	Baja
Capacidad Técnica:	Baja



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.6

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

LOGROS: 1.Operación de la feria de Magdalena con ventas totales de S/. 3,009,657,un aumento de ventas promedio de 49,8% con relación al 2013 y con aceptación de vecinos, autoridades y visitantes internacionales. 2. Reconocimiento de la experiencia del proyecto en el Gran Mercado Mistura 2014 y la Feria de la Agricultura Familiar que sumadas a las ferias de Magdalena se han convertido en referentes del comercio de productos del campo. 3. Asistencia técnica con 350 pequeños productores para mejorar sus habilidades comerciales, de promoción y buenas prácticas. 4. Desarrollo de mecanismos audiovisuales en medios de comunicación masiva y redes sociales. 18 publicaciones en el sitio Mistura con 50,000 vistas en promedio por publicación. Creación del perfil en Facebook de las Ferias con 70 publicaciones y con más de 8900 seguidores orgánicos y un alcance de 79,800 personas. 5. Diseño de la campaña "Come rico, come sano come Peruano" para generar una corriente de opinión a favor del consumo de productos de la pequeña agricultura. 6.Primera versión del Sistema de Comercialización Agropecuaria (SICA). **RETRASOS:** Externalidades en el componente Mercados han obligado a replantear conjuntamente con el FOMIN la estrategia de intervención teniendo como inicio la elaboración de un diagnóstico estratégico que ya está en ejecución. **RETOS:** Consolidación de las lecciones aprendidas del proyecto de cara a su diseminación y sostenibilidad de los componentes ferias y sistema de información.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El componente 2 del proyecto referido a la intervención de mercados de Abastos, ha sido una de las mayores dificultades debido en gran medida al incumplimiento de la Municipalidad metropolitana de Lima para recuperar el mercado Central de Lima. Sin embargo, las acciones de mitigación encaminadas (Diagnóstico y redefinición estrategia de intervención en los mercados de abastos) nos permiten vislumbrar un cambio positivo en la estrategia de intervención. La estrategia de comunicación, la visibilizarían del proyecto en los medios han sido muy efectivos.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

1. Un modelo de gestión de ferias aplicado en feria piloto con la participación 305 pequeños productores y probado en 3 formatos de ferias logrando el reconocimiento de los vecinos, compradores y autoridades. **2.** Módulo de capacitación con la participación de 327 pequeños productores. **3**. Aplicación de mejoras en gestión de ferias en talleres descentralizados en Lima y Junín. **4.** Alianza estratégica con el Ministerio de Agricultura para impulsar el modelo de ferias. **5**. Realización de 8 vídeos sobre la experiencia de ferias desde el punto de vista de los consumidores y feriantes en redes sociales con un alcance de 36,304 usuarios y más de 2,000 vistas.**6**.Realización de la feria de la Agricultura Familiar aplicando el modelo de gestión de ferias,con 120 participantes y ventas de 173,000 soles en tres días. **8.** Diseño de la primera versión del Sistema e Información para la Comercialización de Alimentos. **RIESGOS:** Replanteamiento de la estrategia de intervención del Componente 2 ante la dificultades que no hacen posible realizar una capacitación tradicional y requiere contar con un diagnóstico más profundo. **ACCIONES: 1**.Realizar una adecuación de las herramientas de capacitación para su difusión masiva en redes de información**.2.** Terminar el diagnóstico estratégico del componente mercado. **3**. Consolidar las alianzas institucionales para ampliar la transferencia de conocimiento del proyecto.**4.** Asegurar el segundo espacio ferial y la sostenibilidad de la feria y sistema de información.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Durante el semestre pasado se ha venido trabajando de manera intensa la redefinición del componente 2 (mercados de Abastos), así como el enfoque del sistema de información. Asimismo, se han establecido reuniones de trabajo quincenales con el FOMIN a fin de monitorear los avances de estas dos actividades. El FOMIN participó directamente con voz pero sin voto del proceso de selección del consultor para la elaboración del diagnóstico y estrategia de intervención con los mercados de Abastos.
Los resultados del proyecto en el componente de ferias son altamente satisfactorios, la presencia de la feria agropecuaria en el gran mercado Mistura ha sido un aspecto ha relevar durante este último semestre.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

Resultado:

Articular a productores y mypes con establecimientos gastronomicos a travès del desarrollo de negocios inclusivos que atiendan la provisión de productos de alta calidad demandados

	Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
R.1	Comerciantes de mercados de abasto (MYPES) se han articulado con los otros actores de la cadena agroalimentaria y gastronómica (familias, establecimientos gastronómicos, bodegas, procesadores, exportadores)	0				400	0	
						Mar. 2016		
R.2	Pequeños productores agrarios se han articulado con los otros actores de la cadena agroalimentaria y gastronómica (familias, establecimientos gastronómicos, bodegas, procesadores, exportadores)	0				800	482	
						Mar. 2016	Jul. 2014	

Componente 1: Desarrollo de un modelo sostenible de ferias gastronómicas **Peso:** 30% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	Modelo de gestion de ferias implementado, probado, replicable y escalable	0				1 Mar. 2016	1 Sep. 2013	En curso
	C1.I2	Ferias funcionando permanentemente de acuerdo a estandares establecidos	0				2 Mar. 2016	1 May. 2013	En curso
	C1.I3	Pequeños productores capacitados	0				800 Mar. 2016	872 Oct. 2014	En curso
Componente 2: Desarrollo de un modelo de Mercado Gourmet **Peso:** 30% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C2.I1**	Un modelo de gestion de mercado gourmet implementado, probado, replicable y escalable	0				1 Mar. 2016		
	C2.I2	Mercados gourmet en funcionamiento permanentemente	0				2 Mar. 2016		
	C2.I3	MyPEs capacitadas en estándares de calidad integrales	0				400 Mar. 2016	40 Nov. 2013	En curso
	C2.I4	Diagnóstico de mercados - Estrategia de Intervención	0				1 Dic. 2014		
	C2.I5	Número de Mypes participantes del Gran Mercado Mistura como propuesta de revaloración comercial de los productos emblemáticos de la cadena agroalimentaria	0				260 Sep. 2014		Atrasado
	C2.I6	Número de Mypes participantes del Gran Mercado Mistura como propuesta de revaloración comercial de los productos emblemáticos de la cadena agroalimentaria	0				260 Sep. 2014		Atrasado
Componente 3: Desarrollo de un mecanismo de gestión de información y comercialización de productos emblemáticos **Peso:** 30% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Un sistema de información desarrollado y funcionando de manera sostenible	0				1 Mar. 2016	0.3 Dic. 2014	En curso
	C3.I2	Establecimientos gastronómicos capacitados en el uso del sistma de información	0				50 Mar. 2016		
	C3.I3	Pequeños productores capacitados en el uso del sistema de información	0				500 Mar. 2016		
	C3.I4	Una unidad de negocios operando el sistema de información	0				1 Mar. 2016		
	C3.I5	productores concretan acuerdos comerciales por medio del sistema de información	0				75 Mar. 2016		
	C3.I6	Número mínimo de visitas mensuales al sistema de información	0				500 Mar. 2016		
	C3.I7	participantes del Gran Mercado Mistura que promocionan y comercializan sus productos a través del sistema de información	0				120 Mar. 2016		
Componente 4: Comunicación y transferencia de conocimiento **Peso:** 10% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Instituciones relevantes que conocen la metodología y resultados del proyecto	0				200 Mar. 2016	8377 Dic. 2014	En curso
	C4.I2	Instrumentos diseñados para la difusión de los aprendizajes y actividades realizadas	0				3 Mar. 2016		

	Hitos	Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	Condiciones previas	1	Oct. 2012	5	Ago. 2012	Logrado
H1	Desarrollo de un diagnóstico y mapeo de las ferias agropecuarias y bioferias más relevantes de Lima, que recopile y analize información de cadenas productivas, redes y productores potenciales.	1	Nov. 2012	1	Dic. 2012	Logrado tarde
H2	[*] Diseño e implementación de módulo de capacitación y asistencia técnica diseñado sobre estándares de calidad, y servicio al cliente para unidades de negocio de mercado de abasto piloto.	100	Mar. 2013	100	Mar. 2013	Logrado
H3	Diseño e implementación de módulos de sensibilización y capacitación para los productores y unidades de negocio de las ferias.	1	Mar. 2013	1	Abr. 2013	Logrado tarde
H4	[*] Una propuesta de modelo de gestión de ferias desarrollado de forma piloto, incluye los instrumentos para su funcionamiento.	1	Jul. 2013	1	Jul. 2013	Logrado
H5	[*] Desarrollo de una propuesta de modelo de gestión de mercados de abasto piloto.	1	Ago. 2013	1	Ago. 2013	Logrado
H6	[*] Elaboración y levantamiento de información de líneas de base del proyecto.	1	Jun. 2014	1	Jul. 2014	Logrado tarde
H7	Implementación de un módulo de capacitación sobre como mejorar la oferta de ferias, manejo de costos y ventajas de la promoción para la mejora de la ventas y la comercialización. registro de costos de producción y registro de costos de comercialización.	1	Jul. 2014	305	Sep. 2014	Logrado tarde
H8	Pequeños productores incorporan mejoras en los estándares de calidad de la distribución de sus productos	150	Ago. 2014	175	Sep. 2014	Logrado tarde
H9	[*] Diseño de primera versión del sistema de información	1	Nov. 2014	1	Nov. 2014	Logrado
H10	Pequeños productores incorporan mejoras en los estándares de calidad de la distribución de sus productos	300	Dic. 2014	327	Nov. 2014	Logrado
H11	Estrategia de Intervención del Componente 2 definida	1	Mar. 2015			
H12	Ferias funcionando permanentemente de acuerdo a estándares establecidos	2	May. 2015			
H13	Sistematización del modelo de ferias	1	Jun. 2015			
H14	Plataforma de información en funcionamiento con un grupo de al menos 50 productores, 10 productos y 25 potenciales compradores	1	Ago. 2015			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

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

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 8 **RIESGOS VIGENTES:** 0 **RIESGOS NO VIGENTES:** 7 **RIESGOS MITIGADOS:** 1

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

El año III de ejecución del proyecto se orientará a lograr la sostenibilidad del componente ferias y luego el Sistema de Información para la comercialización de alimentos (SICA). La estrategia de sostenible de la feria se viene implementando en su mayor parte. En tal sentido los aportes de los feriantes vienen cubriendo el 88% de los costos de operación estimados una vez terminada la ejecución del proyecto. Por el lado del sistema de información, la propuesta de diseño de la plataforma viene de la mano del diseño de un plan de negocios que estime tanto los costos de operación del sistema así como los ingresos derivados de sus intervención.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. 5. El diseño del sistema de información para la comercialización debe ir de la mano con un plan de negocios que identifique su sostenibilidad económica una vez terminada la ejecución del proyecto.	Implementation	Negron, Federico
2. 4. La compleja dinámica existente al interior de los mercados de abastos hace necesario contar con estudios profundos que den cuenta de las expectativas de los comerciantes e identifique a aquellos propensos al cambio.	Design	Negron, Federico
3. Es necesario un monitoreo continuo de los estándares de las ferias con la finalidad de ajustarlos y retroalimentar sus mejoras por medio de talleres.	Implementation	Negron, Federico
4. 2. El uso de las redes sociales y contacto con medios de comunicación masiva resulta fundamental para apuntalar las ventas y presencia de las ferias.	Implementation	Negron, Federico
5. 1. El éxito de la sostenibilidad de una feria de productores agropecuarios reside en el apoyo de la autoridad local. Esto en virtud no solo de los permisos requeridos para su operación sino también debido al subsidio implícito en el usufructo temporal de la vía así como la autoridad requerida para la gestión del tráfico, seguridad y manejo de residuos.	Sustainability	Negron, Federico