Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2015 - JUNIO 2015

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Perú: Mercados Gastronómicos

Nro. Proyecto: PE-M1083 - Proyecto No.: ATN/ME-13111-PE

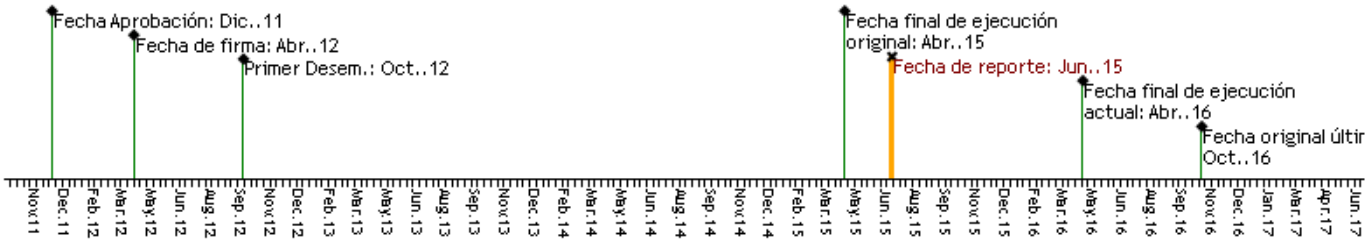
Propósito: Articular a productores y mypes con establecimientos gastronomicos a travès del desarrollo de negocios inclusivos que atiendan la provisión de productos de alta calidad demandados

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

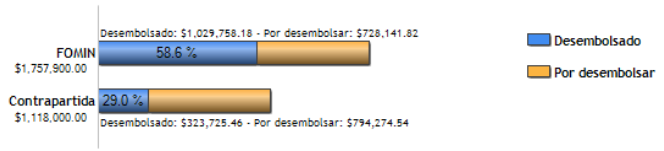
Agencia Ejecutora: Asociación Peruana de Gastronomía

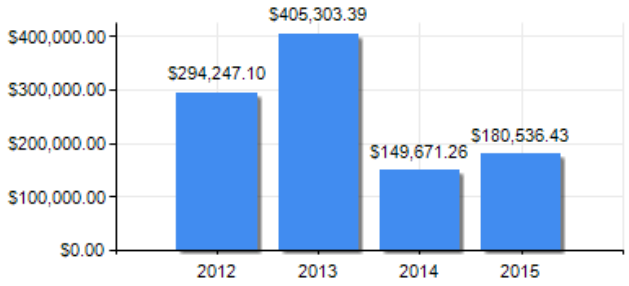
Líder equipo de diseño: CARMEN MOSQUERA
Líder equipo de supervisión: ELIZABETH MINAYA

CICLO DEL PROYECTO

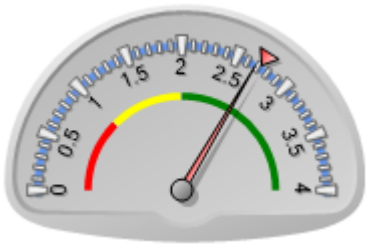


RECURSOS

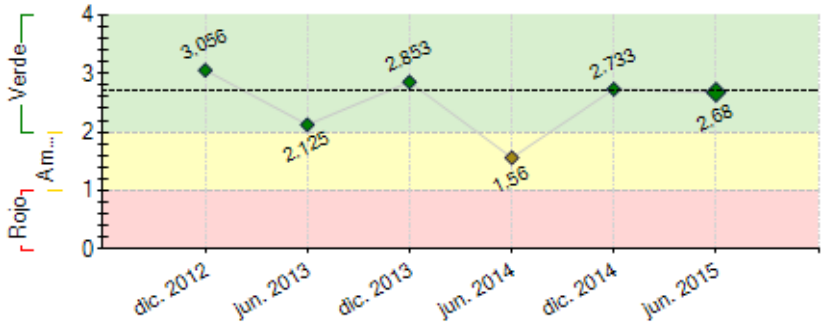




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.68
Promedio FOMIN: 2.727

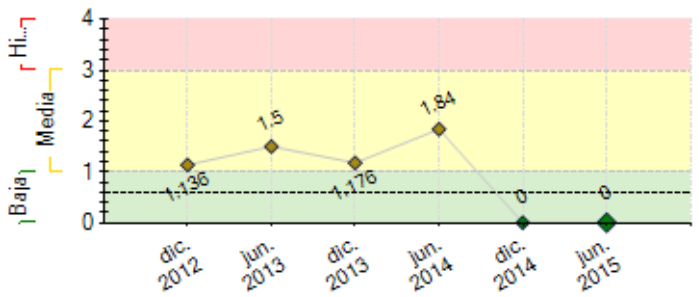


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.602

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

LOGROS: 1. Tres ferias (dos semanales y una mensual) operando bajo un sistema de gestión comercial con ventas acumuladas por S/. 4.4 millones. **2**. Crecimiento de ferias que han incorporado conceptos y elementos similares a los desarrollados por el proyecto así como la aceptación de los vecinos. **3.** Esto permite afirmar que se ha logrado posicionar en Lima un modelo de ferias de productores en un contexto adverso para la utilización de espacios públicos. 4. Campaña comunicacional exitosa en medios masivos y digitales promoviendo el concepto de ferias de productos del campo. **RETOS**: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad y transferencia para garantizar que los resultados del proyecto sigan una vez finalizada la intervención.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El proyecto fue afectado por el incumplimiento de los compromisos establecidos por la Municipalidad Metropolitana de Lima, el equipo del proyecto ha debido doblegar esfuerzos no solo para conseguir fondos para apalancar la contrapartida local, sino para reestructurar el proyecto en el componente 2, referido al Mercado Gastronómico. Ahora reenfocado el proyecto, mantiene una buen nivel de gestión con altas probabilidades de lograrse el objetivo del proyecto. La sostenibilidad y el proceso de transferencia, consideramos que tenemos un modelo poderoso de revaloración de la gastronomía, revitalizando los eslabonamientos hacia atrás, beneficiando al pequeño productor agrícola.

Tal como lo manifiesta Iguiñiz, debemos pensar en que el Perú debe producir mucos productos de poco, por nuestra bio-diversidad, hay que darle valor a nuestros productos.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

LOGROS: 1. Operación de la segunda feria en los Olivos y de una tercera feria mensual piloto en la Punta. **2**. Las 3 ferias con ventas acumuladas por S/. 4.4 millones. **3.** Articulación de pequeños productores con otros actores de la cadena agroalimentaria como: Apapa-Tottus, Campo Verde - Grupo Acurio, Asociación Piñas VRAEM - Mercado Mayorista de Lima. **4.** Diagnóstico elaborado sobre los mercados de abastos en Lima. **5.** Una estrategia de promoción en 50 mercados de abastos con llegada a 600 comerciantes de productos perecibles. Basada en la implementación de siete reformas básicas de bajo costo y alto impacto. 6. Una propuesta de sistema de información presentada a empresas de desarrollo informático lista a ser implementada. **6.** 176 apariciones en redes sociales con una llegada máxima de 378,352 usuarios. **8.** Convenio con Indecopi para el trabajo en mercados. **RETRASOS:** Implementación de la segunda y tercera feria ha retrasado el proceso de sistematización de lecciones aprendidas. **RETOS:** Lograr la trasferencia y sostenibilidad del componente ferias y sistema de información con el apoyo de gobiernos locales, ministerio de agricultura y asociaciones de productores.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El componente de ferias en el proyecto ha representado una estrategia acertada de eslabonamiento entre el pequeño productor agrícola, cocinero- restaurante consumidor. Empaquetar el modelo y las estrategia de incidencia entre diversas municipalidades ha generado que el modelo sea replicado por municipalidades tales como; La Punta y Los Olivios (pertenecientes al sector de clase media).

En este semestre se desarrolló la consultoría que permitió el diagnóstico y una estrategia definida para posibilitar la ejecución del componente 2 del proyecto. La estrategia de bajo costo y alto impacto para los mercados de abastos, no sólo resulta pertinente, sino que puede representar un ícono en el modelo de gestión y promoción de desarrollo económico territorial. Dicha estrategia actualmente se viene ejecutando.

El sistema de información culminado durante este semestre, perfilándose los últimos aspectos a ser engarzado en un sistema mayor del MINAGRI. Está pendiente la sistematización y evaluación intermedia, así como un plan de incidencia a efectivizar el próximo semestre, buscando la sostenibilidad de la operación.

Finalmente es importante mencionar que la visibilidad de la feria Mistura es un activo para colocar en valor las ferias agropecuarias en la zona del Gran Mercado.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
Propósito: 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	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 Mar. 2016	0	
	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 Mar. 2016	482 Jul. 2014	
Componente 1: Desarrollo de un modelo sostenible de ferias gastronómicas **Peso:** 30% **Clasificación:**	**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	3 Jun. 2015	Finalizado
	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:**	**C2.I1**	Un diagnóstico de acción rápida que evalúe la factibilidad de la intervención y sirva de guía de la estrategia de intervención del componente 2	0				1 Mar. 2016	1 Feb. 2015	Finalizado
	C2.I2	Comerciantes de perecibles en mercados de abastos sensibilizados y registrados en una base de datos	0				800 Mar. 2016		
	C2.I3	Comerciantes comprometidos con las reformas básicas e implementan por lo menos 2 de ellas	0				400 Mar. 2016		
	C2.I4	Comerciantes implementan por lo menos el 50% de las reformas básicas y comparten con el proyecto indicadores económicos	0				100 Mar. 2016		
	C2.I5	Comerciantes califican al concurso al haber implementado al 100% las reformas básicas	0				50 Mar. 2016		
	C2.I6	Informe de línea de base que permita medir la implementación de las reformas	0				1 Mar. 2016		
	C2.I7	Alianzas con instituciones públicas y/o medios de comunicación para del desarrollo del proyecto	0				3 Mar. 2016		
	C2.I8	Estrategia de comunicaciones implementada y con alcance en mercados de abasto	0				1 Mar. 2016		
	C2.I9	Comerciantes y productores participan en el Gran Mercado Mistura consolidado como un referente de la comercialización de productos emblemáticos de la cadena agroalimentaria	0				200 Mar. 2016		
Componente 3: Desarrollo de un mecanismo de gestión de información y comercialización de productos emblemáticos **Peso:** 30% **Clasificación:**	**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	1 May. 2015	En curso
	C3.I5	productores concretan acuerdos comerciales por medio del sistema de información	0				75 Mar. 2016	53 May. 2015	En curso
	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:**	**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	3 Ene. 2015	En curso

	Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	Estado
H0	Condiciones previas	5	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	1	Jul. 2014	305	Sep. 2014	Logrado tarde

	mejora de la ventas y la comercialización. registro de costos de producción y registro de costos de comercialización.					
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	1	Mar. 2015	Logrado
H12	Ferias funcionando permanentemente de acuerdo a estándares establecidos	2	May. 2015	3	Jun. 2015	Logrado tarde
H13	[*] Sistematización del modelo de ferias	1	Jul. 2015			
H14	Plataforma de información en funcionamiento con un grupo de al menos 50 productores, 10 productos y 25 potenciales compradores	1	Ago. 2015			
H15	Diseño e implementación de mejoras en mercados de abasto	1	Ago. 2015			
H16	Comerciantes comprometidos con las reformas básicas e implementan por lo menos 2 de ellas	300	Sep. 2015			
H17	Comerciantes implementan por los menos 50% de las reformas básicas y comparten con el proyecto indicadores económicos	80	Nov. 2015			
H18	Convocatoria y realización de concurso en mercados de abasto	1	Feb. 2016			
H19	Sistematización de lecciones aprendidas del componente de mercados de abasto	1	Mar. 2016			

[*] 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: MP - Muy 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:

Al encontrarse el proyecto en la última fase de implementación se viene desarrollando una estrategia de sostenibilidad basada en dos componentes:
1. Diseño e implementación del módulo de transferencia y sostenibilidad de la Feria que ha la fecha a logrado generar los ingresos necesarios para cubrir los gastos de armado, desarmado, transporte, alamacenamiento y mantenimiento de la infrasestructura. Asimismo, se ha logrado hacer una estimación de los recursos requeridos para gestionar la feria una vez terminado el proyecto.
2. Establecer contacto con la Dirección de Negocios Agrarios (DIGNA) del Ministerio de Agricultura para operar de forma conjunta el Sistema de Información para el Apoyo a la Comercialización de los pequeños productores Agrarios.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	**Autor**
1. El éxito de la ubicación de una feria radica en el hecho que el espacio público debe tener una dinámica previa de uso común para actividades de esparcimiento de los vecinos. Cambiar la dinámica de cualquier espacio público (parque, área libre) puede generar potenciales conflictos. En tal sentido la realización de una feria periódica requiere de un riguroso estudio previo que analice variables como percepción de los vecinos, tráfico. Este estudio debe estar acompañado de una intensa campaña de comunicación sobre los beneficios de la feria para los vecinos, así como el uso de estándares de calidad y respeto con el entorno.	Risk	Negron, Federico