Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2015 - DICIEMBRE 2015

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Perú: Mercados Gastronómicos

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

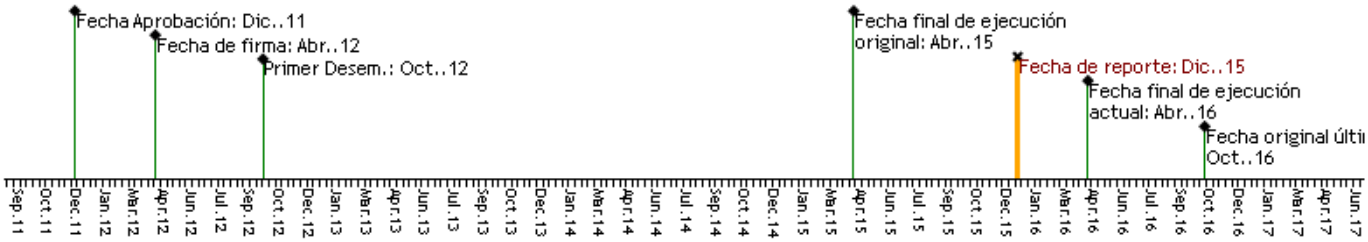
Propósito: Articular a productores y mypes con establecimientos gastronomicos a travès del desarrollo de negocios inclusivos que atiendan la provisión de productos de alta calidad demandados

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

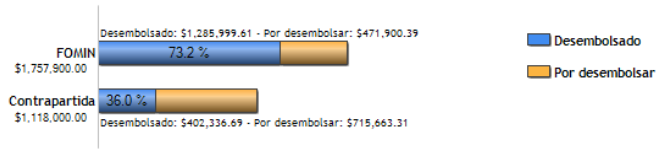
Agencia Ejecutora: Asociación Peruana de Gastronomía

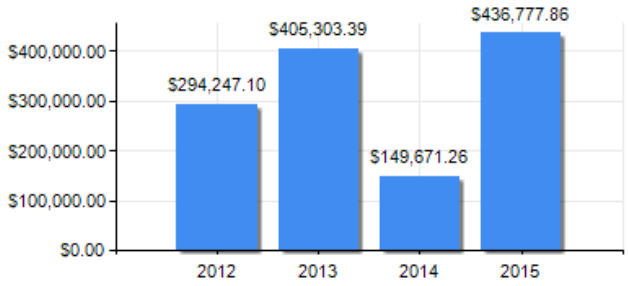
Líder equipo de diseño: CARMEN MOSQUERA
Líder equipo de supervisión: ELIZABETH MINAYA

CICLO DEL PROYECTO

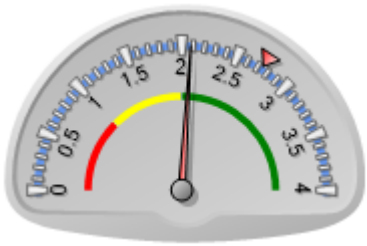


RECURSOS

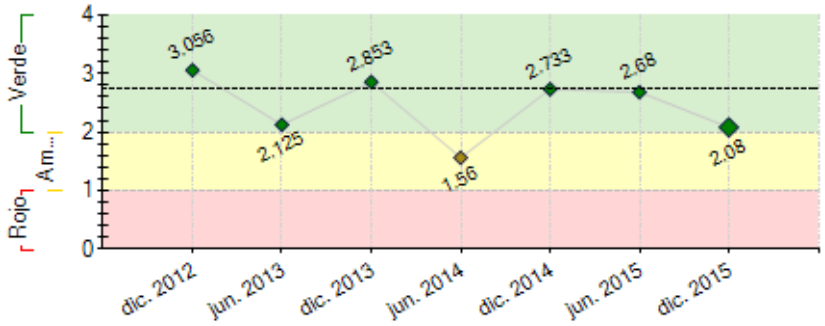




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.08
Promedio FOMIN: 2.742

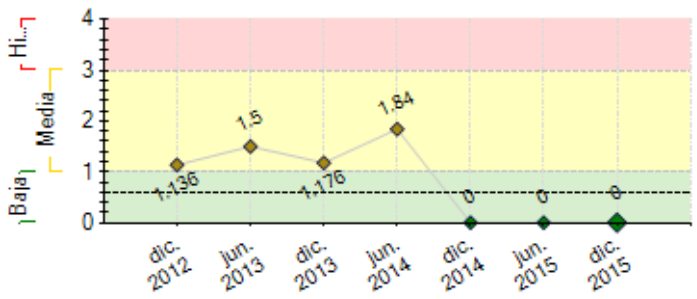


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.609

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

LOGROS: 1. 3 ferias de productores operando permanente con ventas totales por S/. 6.07 millones. **2**. Consolidación del modelo de ferias de productos del campo replicándose en diversas ferias de Lima. **3**. Desarrollo de la campaña "Casera" en 66 mercados de Lima con la participación de 582 comerciantes de frutas y verduras 4. Campaña comunicacional exitosa en medios masivos y digitales promoviendo el concepto de ferias de productos del campo.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El modelo se viene consolidando. Sobre el componente 1, de acuerdo a las recomendaciones de evaluación intermedia del proyecto, es pertinente elaborar un manual de buenas prácticas con el componente de Ferias. Es necesario además, sincerar los beneficiarios directos e indirectos del proyecto.

Las ferias Agropecuarias se han logrado consolidar como un modelo de espacio público donde se encuentran los vecinos (consumidores), dueños de restaurantes y productores. La feria más consolidada es la de Magdalena. La feria MISTURA es un activo importante que ha contribuido a posicionar el componente de Ferias en el proyecto.

En cuanto al sistema de información, requiere un tiempo mayor para validarse, se sugiere que APEGA pueda administrarlo seis meses después de concluido el proyecto

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

LOGROS: 1. 188 productores en el Gran Mercado Mistura han mejorado su oferta. 45 productores de Huancayo, 145 de Cusco y 91 de Ayacucho han recibido asistencia técnica sobre la base del manual de gestión de ferias. **2**. Realización de feria piloto en Cusco con 50 productores .**3**. Edición y publicación de "Los 10 mandamientos para vender mejor en ferias agropecuarias".**4.** Implementación del 1er. taller del módulo de transferencia y sostenibilidad de la feria con 76 participantes. **5**. Implementación de la campaña "Casera, mejoro mi puesto, mejoro mi venta" con 582 comerciantes de 66 mercados de Lima implementando las 7 reformas de bajo costo y alto impacto. **6.** Versión en línea del sistema de información piloto y su difusión en 270 productores de Junín, Cusco, Ayacucho y Arequipa. **RETRASOS:** Desarrollo de la plataforma web para la comercialización debido a los requerimientos de diseño y usabilidad planteados por APEGA y **RETOS:** Lograr la trasferencia y sostenibilidad del componente ferias y sistema de información. 2. Desarrollar mecanismos para aminorar el impacto del Fenómeno el Niño en los precios y comercialización de productos en ferias y mercados.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

La consolidación del modelo esta en proceso. Consideramos que en el próximo semestre del proyecto, debe afianzarse la sostenibilidad del componente de FERIAS, la marca MISTURA, genera un posicionamiento importante en dicho componente.

Para el componente 2, ha sido importante consolidar la estrategia de intervención en los Centros de Abastos, pequeños cambios de alto impacto, viene generando un movimiento que interesante en los comerciantes. Es necesario hacer visible los cambios logrados e incidir en la esfera publica.

El sistema de premiación y reconocimiento ha sido muy efectivo en el componente de mercados de abastos.

Una tarea pendiente para el próximo semestre será incorporar las recomendaciones de la Evaluación intermedia y consolidar la transferencia y sostenibilidad del

modelo.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

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

	Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	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: Muy Satisfactorio

C1.I1	Modelo de gestion de ferias implementado, probado, replicable y escalable	0				1	1	En curso
						Mar. 2016	Sep. 2013	
C1.I2	Ferias funcionando permanentemente de acuerdo a estandares establecidos	0				2	3	Finalizado
						Mar. 2016	Jun. 2015	
C1.I3	Pequeños productores capacitados	0				800	872	En curso
						Mar. 2016	Oct. 2014	

Componente 2: Desarrollo de un modelo de Mercado Gourmet

Peso: 30%

Clasificación: Insatisfactorio

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	1	Finalizado
						Mar. 2016	Feb. 2015	
C2.I2	Comerciantes de perecibles en mercados de abastos sensibilizados y registrados en una base de datos	0				800	601	En curso
						Mar. 2016	Dic. 2015	
C2.I3	Comerciantes comprometidos con las reformas básicas e implementan por lo menos 2 de ellas	0				400	582	Finalizado
						Mar. 2016	Dic. 2015	
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: Satisfactorio

C3.I1	Un sistema de información desarrollado y funcionando de manera sostenible	0				1	0.3	En curso
						Mar. 2016	Dic. 2014	
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	1	En curso
						Mar. 2016	May. 2015	
C3.I5	productores concretan acuerdos comerciales por medio del sistema de información	0				75	53	En curso
						Mar. 2016	May. 2015	
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	8377	En curso
						Mar. 2016	Dic. 2014	
C4.I2	Instrumentos diseñados para la difusión de los aprendizajes y actividades realizadas	0				3	3	En curso
						Mar. 2016	Ene. 2015	

	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 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	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	1	Sep. 2015	Logrado tarde
H15	Diseño e implementación de mejoras en mercados de abasto	1	Ago. 2015	1	Ago. 2015	Logrado
H17	Comerciantes implementan por los menos 50% de las reformas básicas y comparten con el proyecto indicadores económicos	80	Nov. 2015	80	Nov. 2015	Logrado
H14	[*] Plataforma de información en funcionamiento con un grupo de al menos 50 productores, 10 productos y 25 potenciales compradores	1	Dic. 2015	1	Dic. 2015	No aceptado
H16	[*] Comerciantes comprometidos con las reformas básicas e implementan por lo menos 2 de ellas	300	Dic. 2015	322	Dic. 2015	Logrado
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	Abr. 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	Acción de mitigación	Responsable
1. Riesgos climatológicos que afecten la producción	Baja	diversificación geográfica de los productos emblemáticos con los que se trabajará	Coordinador del proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 8 **RIESGOS VIGENTES:** 1 **RIESGOS NO VIGENTES:** 6 **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:

Se ha intercambiado el modelo de gestión de ferias con el Gobierno Regional del Cusco. Se realizó una feria piloto de productores, en la que participaron 50 puestos de asociaciones y productores individuales.

Se ha desarrollo y sociabilizado una breve guía “Los 10 mandamientos para vender mejor en ferias agropecuarias”

Se ha diseñado y se viene poniendo en marcha la estrategia de sostenibilidad con miras a tranferir y grantizar la operación de la feria con la participación de las asociaciones de feriantes. Se ha desarrollado el primer taller del módulo “gestión comercial orientado a la transferencia y autosostenibilidad”. Participaron 76 feriantes s de las 03 FAM (95% de los feriantes). Asimismo, se ha acordado con los feriantes una escala de pagos que cubran los gastos de operación de la feria.

Con relación al sistema de información, se viene ralizando consultas con el Ministerio de Agricultuta y Riego para operar la platafora una vez finalizado el proyecto.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. El uso de nombres ligados a la protección del medioambiente y biodiversidad ha demostrado tener una mayor efectividad en la implementación de las Ferias en Lima que la utilización de vocablos ligados al pequeño productor agropecuario.	Sustainability	Negron, Federico
2. La campaña “Casera” contratada basada en activaciones lúdicas, musicales y el uso de redes sociales que muestran el agradecimiento al esfuerzo de los comerciantes así como la implementación de las mejoras guiadas por un equipo de promotores jóvenes y ligadas a un esquema de premios ha resultado ser por mucho más efectiva que un modelo de capacitación tradicional basado en talleres y clases tradicionales.	Implementation	Negron, Federico
3. Los mercados emblemáticos de los distritos de la Lima Tradicional son los más reacios a participar en proyectos de mejora y remodelación. Esto debido a poca unidad de los comerciantes así como reducida visión empresarial y desconfiaza. A esto se suma que el valor inmobiliario de estos mercados y la condición de arrendatarios los hace poco propensos a invertir en mejoras de servicios.	Implementation	Negron, Federico
4. La severidad del Fenómeno El Niño (FEN) y su impacto en la producción, los precios y el transporte de los productos comrecializados en mercados y ferias es una variable importante a cuantifcar en este tipo de proyectos.	Risk	Negron, Federico