Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2016 - JUNIO 2016

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Perú: Mercados Gastronómicos

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

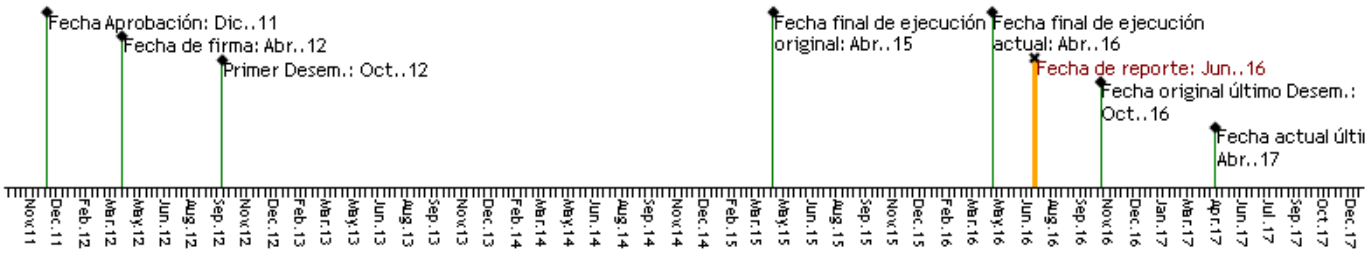
Propósito: Articular a productores y mypes con establecimientos gastronomicos a travès del desarrollo de negocios inclusivos que atiendan la provisión de productos de alta calidad demandados

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

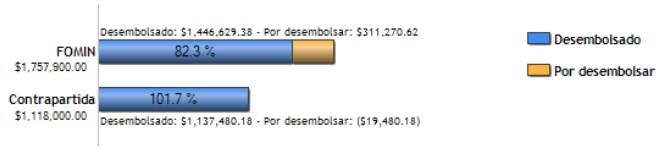
Agencia Ejecutora: Asociación Peruana de Gastronomía

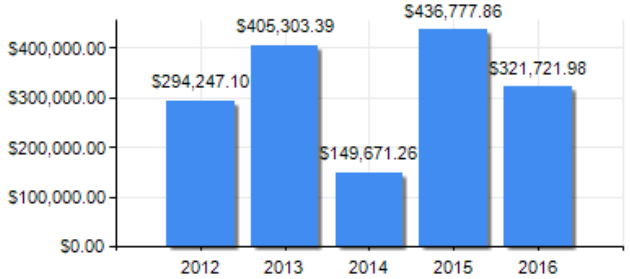
Líder equipo de diseño: CARMEN MOSQUERA
Líder equipo de supervisión: ELIZABETH MINAYA

CICLO DEL PROYECTO

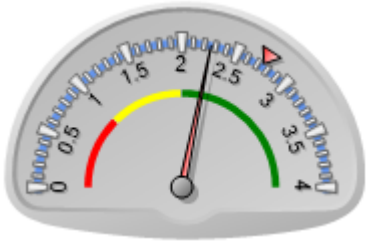


RECURSOS

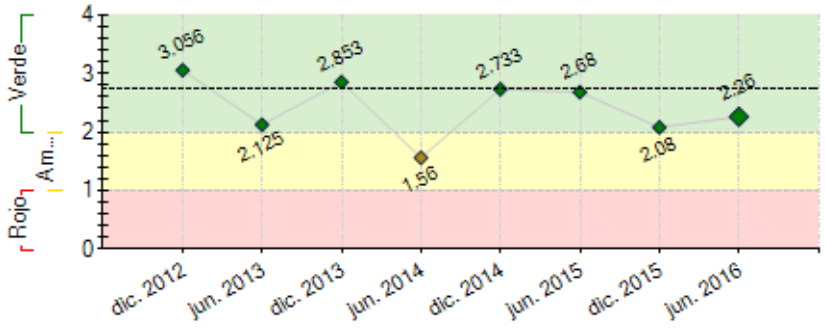




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.26
Promedio FOMIN: 2.75

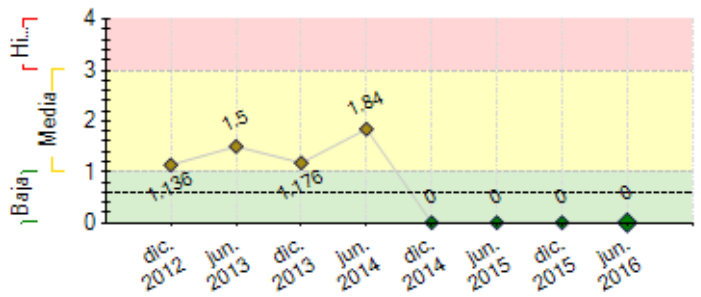


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.598

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

LOGROS: 1. 4 ferias de productores han funcionado exitosamente con altos estándares de calidad logrando la satisfacción de los vecinos, autoridades así como el incremento de ingresos de pequeños productores con ventas acumuladas por S/. 7 millones. 2. Realización exitosa de la campaña "Casera, mejoro mi puesto, mejoro mis ventas" dirigida a promover la adopción de mejoras básicas en la atención. 3. Culminación de la campaña "Casera" en 66 mercados de Lima con la participación de 582 comerciantes de frutas y verduras de 67 mercados 4. 159 pequeños productores de 8 organizaciones ofrecen sus productos en la plataforma comercial http://www.granmercadoapega.pe/. DIFICULTADES: El uso de espacios públicos requiere siempre de un esfuerzo coordinado entre la UE, las autoridades, productores y encargados de logística para minimizar posibles impactos negativos en el área de influencia de la feria. PERSPECTIVAS: Se ha logrado consolidar un modelo exitoso de gestión de ferias de productores que viene siendo replicado en diversas regiones del país. ACCIONES FUTURAS: Desarrollo del proceso de lecciones aprendidas del proyecto así como lograr la sostenibilidad del componente Ferias y Sistema de Información.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

LOGROS: 1. Realización de ferias piloto de productores en Jesús María y La Perla. Estas ferias fueron realizadas de manera exitosa a solicitud de los vecinos y autoridades de ambos distritos. Esto demuestra la amplia aceptación del modelo de feria puesto en marcha por el proyecto. 2. Constitución del comité de Gestión de la feria de cara a lograr el proceso de transferencia y sostenibilidad de la feria. 3 La plataforma virtual para el apoyo comercial de pequeños productores desarrollada por el proyecto resultó ser finalista en el concurso INTALENT que reconoce innovaciones de carácter tecnológico que impulsen el desarrollo de la Economía Naranja en América Latina y el Caribe. INTALENT es organizado por el Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL), la unidad del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que tiene como misión fomentar la integración entre los países de la región. 4. Realización de la segunda fase de la campaña con la premiación 12 comerciantes de mercados de abastos que mejor lograron implementar mejoras de bajo costo y alto impacto en mercados de Lima. Esta campaña contó con el apoyo de las Municipalidades de Magdalena del Mar y de los Olivos.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Muy buena performance de este proyecto al interior de la cartera del FOMIN, un aspecto clave del proyecto será generar la estrategia de sostenibilidad para el caso de las ferias Agropecuarias y del sistema información, componentes muy exitosos del proyecto.

Asimismo compartir la experiencia de la intervención en mercados de abastos, contribuir con la agenda política, y presentar su reciente publicación "El futuro de la gastronomía peruana", son aspectos claves para el próximo periodo.

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	400 Abr. 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 Mar. 2016	700 Abr. 2016	
Componente 1: Desarrollo de un modelo	**C1.I1**	Modelo de gestion de ferias implementado, probado,	0				1	1	En curso

sostenible de ferias gastronómicas **Peso:** 30% **Clasificación:** Muy Satisfactorio		replicable y escalable					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:** Satisfactorio	**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	800	Finalizado
							Mar. 2016	Jun. 2016	
	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	100	Finalizado
							Mar. 2016	Dic. 2015	
	C2.I5	Comerciantes califican al concurso al haber implementado al 100% las reformas básicas	0				50	50	Finalizado
							Mar. 2016	Jun. 2016	
	C2.I6	Informe de línea de base que permita medir la implementación de las reformas	0				1	1	Finalizado
							Mar. 2016	Abr. 2016	
	C2.I7	Alianzas con instituciones públicas y/o medios de comunicación para del desarrollo del proyecto	0				3	3	Finalizado
							Mar. 2016	Mar. 2016	
	C2.I8	Estrategia de comunicaciones implementada y con alcance en mercados de abasto	0				1	1	Finalizado
							Mar. 2016	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	343	En curso
							Mar. 2016	Ene. 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	1	En curso
							Mar. 2016	Mar. 2016	
	C3.I2	Establecimientos gastronómicos capacitados en el uso del sistma de información	0				50	70	En curso
							Mar. 2016	May. 2016	
	C3.I3	Pequeños productores capacitados en el uso del sistema de información	0				500	411	En curso
							Mar. 2016	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	523	Finalizado
							Mar. 2016	Mar. 2016	
	C3.I7	participantes del Gran Mercado Mistura que promocionan y comercializan sus productos a través del sistema de información	0				120	188	En curso
							Mar. 2016	Oct. 2015	
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
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	1	Ene. 2016	Logrado
H19	[*] Sistematización de lecciones aprendidas del componente de mercados de abasto	1	Jun. 2016			No Logrado

[*] 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:

I. Con relación al componente ferias de pequeños productores se viene realizando las siguientes actividades: 1. Elaboración del plan de sostenibilidad de la feria. 2. Conformación del comité de gestión de la feria en el cual participan lo feriantes. 3. Particiáción en ferias alternativas para garantizar la masa crítica que garantice la sostenibilidad de los ingresos.

II. Con relación al sistema de información se vienen realizando las coordinaciones con el Ministerio de Agricultura y Riego para implementar una estrategia de sostenibilidad que garantice la operación de la plataforma.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. La estrategia de asistencia técnica individualizada dirigida a los comerciantes de mercados de abastos sobre la base de cumplimiento de mejoras básicas resultó generar más interés en los comerciantes que un proceso de capacitación tradicional basado en talleres y charlas.	Implementation	Negron, Federico
2. La estrategia de asistencia técnica individualizada dirigida a los comerciantes de mercados de abastos sobre la base de cumplimiento de mejoras básicas resultó generar más interés en los comerciantes que un proceso de capacitación tradicional basado en talleres y charlas.	Implementation	Negron, Federico
3. El uso de redes sociales con criterios de segmentación de consumidores por ámbito geográfico así como el diseño de una linea gráfica profesional resultan ser claves en la promoción de las ferias de productores.	Implementation	Negron, Federico
4. El uso de redes sociales con criterios de segmentación de consumidores por ámbito geográfico así como el diseño de una linea gráfica profesional resultan ser claves en la promoción de las ferias de productores.	Implementation	Negron, Federico