Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO (FINAL)

ENERO 2014 - JUNIO 2014

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Nuevos canales de distribución para PYMEs exportadoras peruanas

Número de proyecto: PE-M1063 - Nro. Operación: ATN/ME-11609-PE

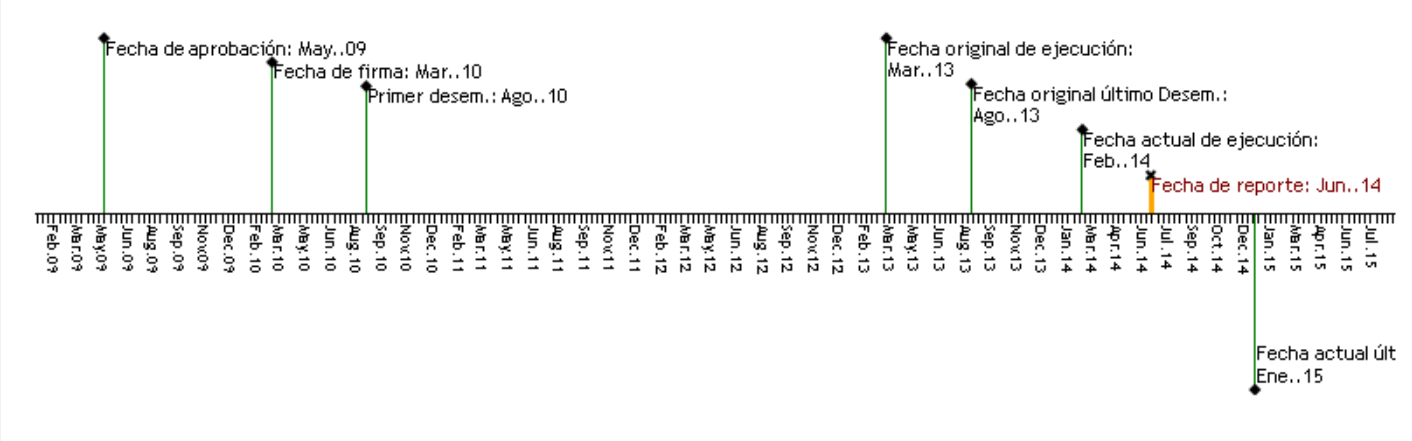
Resultado: Desarrollar e implementar un modelo de apoyo a las MIPYMEs peruanas para acceder a nuevos mercados a través del comercio electrónico.

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
PERÚ	PERÚ	SME - Desarrollo de la pequeña y mediana empresa	TECH - Tecnología para el desarrollo empresarial

Agencia ejecutora:

Líder equipo de diseño: Garcia Alba, Jaime
Líder equipo de supervisión: Giesecke, Jaime Arturo

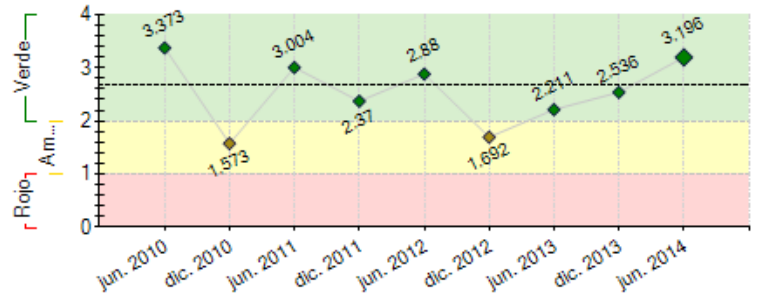
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	$897,867.00	$4,489.00	$655,791.91
Contrapartida	$1,600,600.00	$0.00	$919,851.12

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



----- Promedio desempeño FOMIN

SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

1).- Las PYMEs beneficiarias del programa reciben apoyo para su inserción en el comercio internacional mediante el uso de la herramienta del comercio electrónico. Se logró sentar las bases para un modelo de apoyo a la PYME, al implementar una red de capacitación a nivel de Lima y otras regiones del país, que implicó la realización de diversos talleres y eventos sobre comercio exterior, talleres prácticos, apoyo para la exposición en eventos y ferias, y asesoría personalizada en el uso de comercio electrónico.
- El registro de 25,000 empresas en el PPM, de las cuales 6,000 dan visibilidad a sus productos mediante el comercio electrónico, se logro la inscripción de 32,485 empresas peruanas.
- Las exportaciones de las empresas beneficiarias del Programa, que exhiben sus productos en Alibaba.com, muestran un crecimiento de 12%.

2).- ***Principales actividades:***

-160 seminarios, con 25,849 asistentes/ 245 talleres, con 3,424 asistentes
-32, 485 empresas inscritas al programa / 6,728 empresas con al menos un producto en exposición en la plataforma alibaba.com / 28,837 productos expuestos en la plataforma.

Productos que se obtuvieron del trabajo del programa:
- Las PYME que acceden al PPM, cuentan con sistema de apoyo para ser parte del sistemas de comercio internacional mediante el uso del comercio electrónico que los acerca a los mercados y a los clientes potenciales.
-Las exportaciones de las empresas beneficiarias del Programa, que exhiben sus productos, muestran un crecimiento de 12%

-A través de estos eventos, se atendió a un total de **38,743 participantes** en 13 regiones,

3).- Inseguridad y desconfianza en comercio electrónico, plataformas virtuales y formas de pago: Se realizaron talleres de trabajo, seminarios, conferencias para brindar información, sensibilizacion y educación sobre el uso de la herramienta de Comercio electrónico.

4).- Talleres prácticos en Comercio electrónico y comercio exterior

-Seminarios y conferencias gratuitas de sensibilización sobre E-commerce

-Convenio Institucional entre COMEXPERU y PROMPERU para seguir con el trabajo de difusión y enseñanza,ya que el comercio electrónico es una herramienta de inclusión social y muchas PYME pueden beneficiarse de esta herramienta a muy bajo costo.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

Efectivamente el proyecto logró las metas en cuanto a la participación de las Pymes en el comercio exterior a través de la plataforma electrónica de ALIBABA. Destaca el estudio de impacto que las Pymes que utilizaron el sistema para sus exportaciones no solo no se vieron afectadas por la reducción de la demanda internacional si no que experimentaron un crecimiento del 12%.
Comexperu ha desarrollado un conocimiento al detalle de las oportunidades y dificultades del comercio exterior a través de los medios electrónicos y esta en capacidad de seguir brindando algunos de los servicios iniciados con el programa, mientras otros servicios podrán ser entregados por PROMPERU. El éxito de este proyecto también se debió al importante apoyo que dio la plataforma de ALIBABA, no solo facilitando el acceso a los usuarios sino compartiendo con COMEXPERU data de la base de datos que resulta muy útil para comprender el comportamiento de las pymes y el impacto del programa.

Evaluación final

? La evaluación muestra que el Programa PPM logró sentar las bases iniciales de un modelo de apoyo a las MYPE peruanas para acceder a nuevos mercados del exterior, para exportación e importación de productos y servicios, a través del comercio electrónico provisto por la plataforma Alibaba.com.
? Se logró registrar 32,485 empresas peruanas (la meta fue 25,000) en el portal de Alibaba.com; cerca de 12,758 MYPE, recibieron algún tipo de apoyo del Programa; 6,728 beneficiarios (la meta fue 6,000), estuvieron activos en la plataforma Alibaba en los últimos 6 meses y 815 beneficiarios exhiben nuevos productos en los últimos 90 días; cumpliendo de esta forma con las metas de indicadores del Marco Lógico.
? Las exportaciones de las empresas beneficiarias consideradas “exitosas” señala que las empresas más consolidadas y con mayor monto exportado (mayores a US$10,000 anuales) mantienen una tendencia creciente en sus exportaciones; versus las empresas con montos menores que tienden a tener experiencias de exportación puntual, se extinguen o reducen en el corto plazo, especialmente en el caso de empresas unipersonales o con condición legal de persona natural.
? Las exportaciones no tradicionales, en las que se incluye a las MYPE, registran a la fecha una caída de 5%, debido fundamentalmente a los efectos de la crisis financiera internacional; condición que ha afectado el logro de la meta de crecimiento de exportaciones en 12%.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios del evaluador

Evaluación final http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=39376911

SECCIÓN 3: INDICADORES

Resultado:

Desarrollar e implementar un modelo de apoyo a las MIPYMEs peruanas para acceder a nuevos mercados a través del comercio electrónico.

Clasificación: Satisfactorio

	Indicadores	Línea de base	Planeado	Logrado	Porcentaje
R.1	Las MIPYMEs peruanas cuentan con un sistema de apoyo a la exportación mediante comercio electrónico que resuelve sus dudas y los prepara para dar respuesta a la demanda internacional.	0	1	1.2	120 %
R.2	Número de MIPYMEs peruanas que dan visibilidad a sus productos y servicios mediante el comercio electrónico.	0	6000	6000	100 %
R.3	Empresas que conocen el proyecto	0	150000	559605	373 %
R.4	Empresas registradas en el proyecto	0	25000	32485	130 %
R.5	Empresas que ofrecen sus productos y servicios por internet	0	6000	6000	100 %

Componente 1: Prueba piloto

Peso: 1%

Clasificación: Satisfactorio

C1.I1	Número de empresas que promocionan sus productos a través de internet.	0	1000	6000	600 %
C1.I2	Proyecto piloto evaluado y parametros criticos conocidos para el dimensionamiento del proyecto a escala masiva.	0	1	1	100 %

Componente 2: Difusión y capacitación general de los beneficiarios

Peso: 45%

C2.I1	Número de empresas peruanas que conocen el programa.	0	150000	559605	373 %
C2.I2	Número de MIPYMEs que estan inscritas en el programa.	0	25000	32485	130 %

Clasificación: Satisfactorio

Componente 3: Capacitación y servicios de apoyo **Peso:** 19% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	Las MIPYMEs peruanas cuentan con un servicio de apoyo a la exportacion a traves de comercio electronico que aporta direccion y resuelve las barreras que vayan encontrando de cara a responder sus pedidos.	0	1	1	100 %
	C3.I2	Número de MIPYMEs peruanas que comercializan sus bienes y servicios a traves de internet.	0	6000	6728	112 %
	C3.I3	Las MIPYME beneficiarias habrán recibido capacitación específica sobre comercio electrónico y comercio exterior	0	25000	29273	117 %
Componente 4: Estrategia de replicacion y sostenibilidad. **Peso:** 18% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Metodologia de sistematizacion de la experiencia desarrollada.	0	1	3	300 %
	C4.I2	Número de paises de la región en los que se han compartido las lecciones aprendidas y el aprendizaje del proyecto.	0	5	4	80 %
	C4.I3	Se cuenta con un plan de sostenibilidad del proyecto	0	1	1.2	0 %

Hitos		Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H1	Condiciones previas	1	Sep. 2010	2	Ago. 2010	Logrado
H0	Proceso de registro de empresarios operativo (dirigido a listado aportado por COMEXPERU)	1	Sep. 2010	1	Ago. 2010	Logrado
H2	Presentación POA 2010-2011	1	Sep. 2010	1	Sep. 2010	Logrado
H3	Conformación de unidad y de registro y soporte PYME	1	Oct. 2010	1	Oct. 2010	Logrado
H4	[*] Informe capacitacion en China	1	Nov. 2010	1	Dic. 2010	Logrado tarde
H5	[*] Empresarios con productos en Alibaba.com	800	Jul. 2011	804	Ago. 2010	Logrado
H6	[*] Registro de 4,000 empresas en el Proyecto	4000	Jul. 2011	4010	Ago. 2010	Logrado
H7	[*] Consultoria evaluacion prueba piloto	1	Oct. 2011	1	Dic. 2011	Logrado tarde
H8	[*] Número de empresas registradas (sobre un total de 90,000 que conocen el proyecto)	15000	Oct. 2012	22337	Oct. 2012	Logrado
H9	[*] Empresas capacitadas por el proyecto y que ofrecen sus productos por internet	3600	Oct. 2012	7000	Ene. 2012	Logrado
H10	[*] Plan de sostenibilidad	1	Dic. 2012	1	Ene. 2013	Logrado tarde
H11	[*] Conclusión de los eventos de capacitación con al menos 20 eventos realizados	20	Abr. 2013	292	May. 2013	Logrado tarde
H12	[*] Empresas registradas por el proyecto	20001	Jun. 2013	34474	Dic. 2012	Logrado
H13	[*] Empresas beneficiarias del proyecto que ofrecen sus productos en Internet	5000	Jul. 2013	5355	Jul. 2013	Logrado
H14	Se conocen las estrategias de replicabilidad en 5 países de la region	1	Jul. 2013	1	Ago. 2013	Logrado tarde
H15	Firma de al menos 3 nuevos convenios con socios estratégicos dentro del Perú	3	Dic. 2013	4	Dic. 2013	Logrado
H16	[*] Firma de al menos 1 nuevo convenio con socios estratégicos fuera del Perú	1	Ene. 2014	1	Sep. 2013	Logrado
H17	[*] Informe sobre el impacto generado por el proyecto FAX2445/2013	1	Jul. 2014	1	Ago. 2014	Logrado tarde
H18	[*] Plan estratégico para la sostenibilidad del proyecto culminado y aprobado por COMEXPERU fax 2445/2013	1	Ago. 2014	1	Ago. 2014	Logrado tarde

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Capacidad institucional de la Agencia Ejecutora

[X] Diseño del proyecto/Componentes

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

1. Riesgo de que las MIPYME peruanas no responda a las expectativas establecidas en el Proyecto.
Nivel: Baja **Responsable:** Coordinador del proyecto **Estado:** Vigente
Comentarios: Campaña de sensibilización en marcha. Gran esfuerzo para lograr desarrollar cultura de comercio electrónico entre PYME que muestra deseo de incursionar en esa actividad. Se avanza con buscar incorporar al proyecto a empresas con experiencia exportadora que comprende objetivos y beneficios propuestos.PYME debe identificar la oportunidad que este esfuerzo representa para ellos. Campañas de difusión y capacitación permanente, servirá para mitigar este riesgo.

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 6 **RIESGOS VIGENTES:** 1 **RIESGOS NO VIGENTES:** 2 **RIESGOS MITIGADOS:** 3

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable
En efecto, hay demanda con cierta capacidad de pago y hay programas del estado interesados en apoyar a las empresas interesadas en exportar. Cabe indicar además que la propia ALIBABA mantiene el interés en apoyar la iniciativa.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

La Unidad Ejecutora del PPM y COMEXPERU consideran que existen altas perspectivas de sostenibilidad de los objetivos del Programa, ya que existe un gran número de PYME, incluso MYPYME que tienen gran potencial para expandir su negocio al extranjero, es decir, internacionalizarse.
Actualmente, COMEXPERU y PROMPERU (Comisión de la Promoción del Perú para la Exportación y el turismo) firmaran convenio para que el programa se ejecute a nivel nacional
En las consultorías previas se llegó a la conclusión: " El comercio electrónico es una herramienta de inclusión social ya que muchas MIPYME pueden beneficiarse de esta herramienta, claro está con una base sólida de Comercio Exterior".

De la mano de PROMPERU se seguirá lanzando campañas y talleres a nivel nacional donde seguiremos el trabajo de educación y desarrollo de nuevas empresas PYME con base tecnológica que puedan salir a competir a los mercados internacionales.

Plan de Sostenibilidad http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=37499475

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lecciones Aprendidas	Relativa a	Autor
1. El uso de comercio electrónico, asistido y promovido por Pyme Peruanas al Mundo a través de Alibaba.com, ha contribuido al crecimiento de 12% de las exportaciones de los beneficiarios directos del proyecto, durante la ejecución del programa.	Implementation	Luna, Jessica
2. El Programa PPM y Alibaba.com, constituyo una plataforma estratégica que fue aprovechada por las empresas beneficiarias con resultados importantes en el acceso a clientes para el aumento de sus ventas. Las principales razones de la utilidad de Alibaba.com referidas por los beneficiarios son: i) mayor acceso a clientes, ii) plataforma prestigiosa a nivel internacional, iii) facilidad de uso de la plataforma y iv) diversidad de productos ofertados. Sin embargo, este resultado puede ser potenciado si se promueven ademas otras plataformas de ecommerce.	Design	Luna, Jessica
3. Un aspecto auspicioso de la experiencia del Programa PPM, ha sido que ha favorecido a la inclusión social, contribuyendo a cerrar la brecha social. El programa ha llegado a miles de microempresas a nivel nacional y ha difundido el conocimiento de los beneficios del comercio exterior y en comercio electrónico. El Programa ha contribuido al crecimiento de los negocios y de las exportaciones de las empresas, proyendolas de mayores oportunidades y mayores niveles de ingreso, mejorando su calidad de vida.	Sustainability	Luna, Jessica
4. Si bien el desarrollo del Internet y el comercio electrónico han permitido acceder a mucha información sobre los negocios, también se han difundido hechos delictivos en las relaciones de negocios que han generado reacciones negativas al cambio que implica el comercio electrónico. Es fundamental incluir recomendaciones de seguridad en los talleres de capacitación.	Risk	Luna, Jessica
5. Los emprendedores tienen una proyección cortoplacista en la que se estancan, se produce alta mortalidad y variabilidad de sus negocios. La baja confianza en los negocios que refleja la MIPYME en sus primeros 5 años de vida le impide acceder a financiamiento competitivo, el cambio recurrente de giros de negocio hace difícil que ella misma pueda proyectarse incluso para el mercado exterior. Las empresas que pasa los 5 primeros años, alcanza el mayor nivel de competitividad y llega a una madurez que le da mejores condiciones para exportar.	Design	Luna, Jessica
6. La brecha estratégica, tecnológica, financiera y cultural que existe para las MIPYME les impide salir a competir tradicionalmente a nivel internacional. Las MIPYME peruanas tienen un bajo desarrollo empresarial, carecen de estrategias de marketing y de imagen que calcen con su visión empresarial y subsiste una percepción de desconfianza en las herramientas disponibles de comercio exterior y comercio virtual.La herramienta de comercio electronico es una alternativa para acceder a los mercados internacionales y portenciales clientes a menores costos y de manera mas facil.	Design	Luna, Jessica
7. Es importante establecer alianzas con otras instituciones o fuentes de cooperación, con instituciones publicas y privadas que sean motores en el sector de comercio exterior (promoción comercial, financiamiento) y el comercio electrónico. Asimismo, alianzas con organizaciones empresariales de apoyo a la PYMES a nivel nacional.	Implementation	Luna, Jessica
8. Un factor externo determinante que influye en el éxito del programa de comercio electrónico es la expansión en el uso y el crecimiento a nivel mundial de la oferta a través de Internet. Es importante notar el cambio de mentalidad en el empresario peruano que entendió que comercio electrónico no solo es hacer B2C, pero que es importante alcanzar logros con B2B. Fue fundamental las labores iniciales de sensibilizacion. La expansión en el acceso de Internet favorece la creación de oportunidades para llegar a mas clientes a través del comercio electrónico.	Sustainability	Luna, Jessica
9. El comercio electrónico puede ser no sólo una poderosa herramienta de acceso a los mercados internacionales sino de inclusión social ya que muchas MIPYME acceder a mayores oportunidades de negocio, mayores ingresos y conectarse con el modelo de crecimiento económico y el comercio exterior.	Sustainability	Luna, Jessica

Indique cuáles son los principales productos, dónde se encuentran y cómo podrían aplicarse o "compartirse" con otras entidades o proyectos similares.

El proyecto ha generado cuatro productos de conocimiento que son relevantes y que pueden compartirse, se encuentran en los archivos del Banco. Las dos evaluaciones intermedia y final son eminentemente técnicas, orientadas a abordar en el primer caso temas de ejecución del programa, principalmente para evaluar el modelo de intervención desarrollado en la fase piloto, mientras que en el segundo caso destinado a evaluar el impacto del programa en la capacidad exportadora de las MIPYMES. Adicionalmente, hay un conjunto de reseñas de casos de éxito que explican a base de historias reales cómo es que ha funcionado el modelo. Finalmente el estudio de sostenibilidad esta basado en modelos estadísticos y generó información util para la toma de decisiones de COMEXPERU.

Productos principales del proyecto

[Ago. 2014] concultoria de sostenibilidad (Other)
Autor: UNIVERSIDAD ESAN

[Oct. 2014] Casos de éxito Proyecto ComexPerú (Case Study)
Autor:

SECCIÓN 7: DOCUMENTOS

05/MAY./2009	Memorando de Donantes	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=1979487]
11/JUN./2009	Memorando de Donantes	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=2026331]
12/FEB./2015	Informe de Evaluación Intermedia	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=39401993]
04/FEB./2015	Informe de Evaluación Final	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=39376911]
21/FEB./2013	Plan de Sostenibilidad	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=37499475]

Ficha del proyecto	http://apps.fomin.org/public/psr/projectprofile.aspx?proj=PE-M1063&lg=SP