



## MULTILATERAL INVESTMENT FUND (MIF)



### PROJECT PERFORMANCE MONITORING REPORT (MPPMR)

I. BASIC DATA (Amounts in US\$ millions)					
<b>Country:</b> GU  <b>Executing Agency (EA):</b> CRECER <b>Window:</b> Facilidad de la Promoción de la Micro-Empresa <b>Has the project been reformulated:</b> [ ] Yes [x] No (If yes see Section V)		<b>Project Title:</b> Comercialización Electrónica de Productos Artesanales <b>AT Number:</b> ATN/ME-6355-RG  <b>Date of Donor Approval:</b> 13 Enero 1999  <b>Date of Contract Signature:</b> 03 Marzo 1999 <b>Date of Contract Validity:</b> 03 Marzo 1999  <b>Date of Eligibility for Disbursement:</b> 12 Ago.1999 <b>Original Date of Final Disbursement:</b> 03 Sept.2002 <b>Current Date of Final Disbursement:</b> 03 Sept.2002			
<b>CO Specialist:</b> Miguel Taborga <b>Headquarters Staff Member Assigned:</b> Paul Mungra  <b>Date of Latest Report Update:</b> 30 Marzo .2001 <b>Date of Latest Report Review by Representative:</b> 30 Marzo 2001		<b>Months in Execution:</b> 22 meses <b>from approval:</b> 29 meses  <b>from signature:</b> 27 meses <b>Cumulative Extension of Original</b>  <b>Disbursement Date (months):</b> <b>% Deviation from original Disbursement Period:</b>		<b>Original TC Amount:</b> 604,500 <b>Current Amount:</b> 368,586.99  <b>Disbursements:</b> 235,913.01 <b>% Disbursed:</b> 39.03%  <b>Counterpart:</b> 345,500  <b>TC Modality:</b> [x] NR  [ ] R [ ] CR	
II. PROJECT IMPLEMENTATION PROGRESS (IP)					
Components/Outputs:	Key Delivery Performance Indicators:	Classification of Component			
		HS	S	U	V U
1. Se ha transferido la tecnología y capacidad de manejo de instrumentos de comercialización electrónica a las organizaciones beneficiarias.	1. Se adapta la tecnología transferida con resultados de producción positivos a las cuatro organizaciones beneficiarias y el personal es capacitado en el año uno y se termina en el año dos.		X		
1a. El Sistema Electrónico de Intercambio de Datos ha sido instalado lo que permite capacidad continua de gestión en el mercado de la región y fuera de ella.	1a. Se instalan la páginas WEBSITE con dos mil registros en el segundo y tercer año y se producen catálogos específicos digitalizados para cada organización, un catálogo de promoción general, cuatro catálogos específicos que contienen información de doscientos productos cada uno y un catálogo conceptual con productos ilustrativos al tercer año del proyecto.		X		
2. La capacidad de planificación y gestión mercadotecnia de las organizaciones y productores ha sido fortalecida.	2. Las organizaciones beneficiarias cuentan con una cartera de 500 clientes y el fortalecimiento ha ayudado a la capacidad de ajustar sus volúmenes de producción y su gestión empresarial responde a los cambios del mercado.		X		
3. La capacidad de las organizaciones De productores para desarrollar nuevos productos ha sido fortalecida de conformidad con las especificaciones de clientes y las tendencias del mercado.	3. La calidad y durabilidad de los nuevos diseños de mil productos en los registros digitales se adaptan a los precios requeridos por los clientes y encuentran su nicho en el mercado internacional.		X		
Assumptions Related to the Implementation of each Component		Probability			
		High	Low		
1. La capacidad institucional de las organizaciones beneficiarias para manejar la captura de imágenes digitales y el sistema electrónico de intercambio permite al pequeño artesano mejorar su ingreso familiar.		X			



## MULTILATERAL INVESTMENT FUND (MIF)



### PROJECT PERFORMANCE MONITORING REPORT (MPPMR)

1a. La implementación del sistema electrónico de información artesanal contribuye al mejoramiento de los productos en el mercado.	X	
2. Las organizaciones beneficiarias responden a las demandas del mercado a través del sistema de información electrónica y sus requerimientos son cumplidos.	X	
3. Los precios y diseños de los nuevos productos cumplen los requisitos de los clientes.	X	
Summary Component Assumptions Classification (check one)	X	

**Implementation Progress Summary Classification (IP):** (A satisfactory or higher classification indicates, among other things, that the project will be completed during the currently approved disbursement period)

☐ Highly Satisfactory (HS) ☒ Satisfactory (S) ☐ Unsatisfactory (U) ☐ Very Unsatisfactory (VU)

### III. ACHIEVEMENT OF DEVELOPMENT OBJECTIVES (DO)

#### Project Development Objective(s):

1. Los pequeños artesanos optimizan sus relaciones comerciales y diversifican su cartera actual de clientes hacia el mercado convencional a través de instrumentos innovadores de comercio electrónico que les permite exportar dentro del comercio equitativo..

#### Key Performance Indicators:

1. El número de pequeños artesanos organizados y capacitados aumenta su exportación de productos artesanales en 100 en el primer año, 300 en el segundo, y 600 en el tercer año.

#### Assumptions Related to each Development Objective

1. Los pequeños artesanos a través de las organizaciones beneficiarias logran captar en el mercado un mayor número de clientes y facilita su aumento en el volumen de producción e ingreso familiar .

#### Probability

High

Low

X

Summary Development Objectives Assumptions Classification (check one)

X

#### Expected Achievement of Development Objective Classification (DO):

☐ Highly Probable (HP) ☒ Probable (P) ☐ Low Probability (LP) ☐ Improbable (I)

**Briefly explain major factors taken into account to justify the DO Classification:**

**Como resultado de la demanda de productos de alta calidad en el mercado artesanal y que éstos puedan competir equitativamente, la oportunidad de comercializarlos a través de la vía electrónica a América Latina, Europa y Estados Unidos resulta en la optimización de productos de calidad a precios razonables.**

### Annex 2

### IV. OVERVIEW OF PROJECT PERFORMANCE ISSUES

Check key reasons for Unsatisfactory/Very Unsatisfactory IP Classification or Low Probability/Improbable DO Classification

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Legislative approvals                      | <input type="checkbox"/> Consultant performance               | <input type="checkbox"/> Environmental issues               |
| <input type="checkbox"/> Borrower / executing agency commitment     | <input type="checkbox"/> Inter-agency coordination            | <input type="checkbox"/> Cost overrun                       |
| <input type="checkbox"/> Counterpart funding shortfall              | <input type="checkbox"/> Supplier/contractor performance      | <input type="checkbox"/> Qualified external audit           |
| <input type="checkbox"/> Executing agency institutional capacity    | <input type="checkbox"/> Project/component design             | <input type="checkbox"/> Policy changes                     |
| <input type="checkbox"/> Organizational changes in executing agency | <input type="checkbox"/> Contract condition compliance delays | <input type="checkbox"/> Organizational changes             |
| <input type="checkbox"/> Community/political opposition             | <input type="checkbox"/> Bank efficiency (response delays)    | <input type="checkbox"/> Executing agency personnel changes |
| <input type="checkbox"/> Executing agency staff deficiency          | <input type="checkbox"/> Procurement difficulties             | <input type="checkbox"/> Other (see Issues, Section VI)     |

### V. PROJECT STATUS

**Progress to date in implementing each component** (Include reference to IP assumptions, if applicable)

1. El proyecto cuenta con un Website comercial que presenta la cartera de productos de cada una de las empresas beneficiarias. Es un sitio dinámico que se puede ir actualizando de acuerdo a los nuevos productos. La evaluación de medio término refleja que con el asesoramiento de una Empresa experta en el manejo de páginas WEB, el sitio no tendrá problemas en su funcionamiento. Sin embargo, la Asociadas han manifestado que el apoyo de CRECER debe ser más proactivo para que el sitio cumpla con su objetivo.



## MULTILATERAL INVESTMENT FUND (MIF)



### PROJECT PERFORMANCE MONITORING REPORT (MPPMR)

2. La unidad ejecutora conjuntamente con las empresas beneficiarias finalizaron la estrategia de mercado de acuerdo al resultado de la consultoría contratada para este propósito. El objetivo es que estas empresas cuenten con las herramientas necesarias para atraer nuevos clientes en Europa y Norteamérica brindando productos de alta calidad y que puedan competir con otros mercados. Sin embargo, el proyecto no contempló en su diseño el nivel institucional de cada asociada, por consiguiente, la implementación de la estrategia de mercadeo tendrá dificultades para su ejecución debido a que cada una de ellas tienen dificultades serias en los niveles gerenciales, directivos y a nivel medio.

Con el "Plan de Accin" en Julio 2001 que se implementará como resultado de la evaluación de medio término, se espera fortalecer a las asociadas para ejecutar los planes de capacitación que incluyan procesos de comercialización, producción y distribución para el personal de las empresas asociadas. CRECER se ha comprometido a sistematizar toda la información para definir una estrategia acorde a las asociadas ya que la evaluación de medio término refleja que las herramientas de comercialización son insuficientes. El Plan de Acción se ha preparado en coordinación con las tres asociadas, esto ha tomado tiempo ya que el nuevo Coordinador del Proyecto ha visitado a cada una y las visitas han tomado tiempo ya que dependen de los compromisos, se ha trabajado con ellas en el tiempo disponible. La versión final del Plan de Acción estará completo a finales de Julio 2001, lo que implicará una prórroga al período de ejecución.

3. La consultoría de nuevos productos para cada asociada finalizó a finales del 2000. Se han realizado visitas y talleres para determinar la capacidad de producción y la calidad del producto. El proyecto participó en la Feria Ambiente 2001 en Frankfurt, Alemania con varios de los nuevos productos de las asociadas. El resultado de la participación en la Feria fue positivo para PROARTE en Nicaragua. COPAVIC en Guatemala no presentó los nuevos prototipos ya que para ellos era más importante presentar sus propios diseños. Actualmente se está trabajando con la cooperativa para "sensibilizarlos" en el interés que hay en el mercado para los nuevos productos y bajos precios.

4. En el componente de promoción comercial para el fortalecimiento de la capacidad empresarial se requiere fortalecer el proceso de capacitaciones a las asociadas en planificación estratégica, desarrollo de planes de negocios, evaluaciones financieras, gestión empresarial, etc. Sin embargo, la evaluación de medio término enfatiza que uno de los principales problemas con las empresas es que acepten las nuevas metodologías empresariales con proyección comercial, este es un proceso que toma tiempo ya que se necesita cambiar su forma de pensar y tener una visión más a largo plazo. CRECER está preparando talleres de capacitación a las tres asociadas.

#### Current Status of each Assumption related to DO

1. CRECER se ha dedicado con Fair Trade Assistance a identificar pequeños artesanos con potencial de venta en los tres países. Además ha hecho un diagnóstico en cada una de las asociadas beneficiarias que ha permitido visualizar las fortalezas y debilidades en materia administrativa, comercial y de desarrollo de productos que comercializan.

2. La consultoría de transferencia tecnológica finalizó en diciembre del 2000 y el WEBSITE está funcionando y las asociadas cuentan ya con su clave para entrar a la página para introducir sus nuevos productos al mercado. Se ha contratado a una empresa experta en el tema para el mantenimiento del sitio WEB.

3. Se ha realizado la evaluación de medio término y sus resultados reflejan que CRECER necesita acercarse más a las Asociadas y mejorar sus canales de comunicación, asesoramiento y participación. Debido a que para preparar el Plan de Acción se requiere visitas a Nicaragua y México, el plan estará listo en Julio 2001.

#### Timeliness of Compliance with contractual conditions (If applicable)

La evaluación de medio término se contrató a mediados de diciembre 2000 y el resultado refleja que CRECER necesita fortalecer el asesoramiento a las tres asociadas, mejorar sus relaciones con ellas ya que manifiestan cierto grado de desconfianza hacia el proyecto ya que CRECER no ha sabido manejar su relación interpersonal con los directivos de cada una, mejorar sus canales de comunicación laboral para sensibilizar a los socios de las tres empresas en el sentido de la importancia del diseño de nuevos productos e identificación de nuevos mercados. La evaluación también ha detectado debilidad institucional en las tres asociadas, lo que representa un problema para la ejecución del proyecto, lo que conlleva a limitaciones para cumplir con los objetivos del mismo en el tiempo establecido. En resumen CRECER tiene problemas de acompañamiento a las asociadas, principalmente lo que se refiere a gestión empresarial, comercialización y asesoramiento.

Se espera contratar a un experto para mejorar la coordinación de CRECER con las tres asociadas en agosto 2001.

#### "Qualified opinions" of external auditors

Reformulation (If applicable): Date of last reformulation \_\_\_\_\_. Briefly describe:

Lessons learned (If applicable):

Potential Problems (If applicable):

Un factor que puede incidir en las ventas de los productos artesanales de Guatemala es el bajo precio que tienen los productos de Asia y Africa en el mercado convencional.



## MULTILATERAL INVESTMENT FUND (MIF)



### PROJECT PERFORMANCE MONITORING REPORT (MPPMR)

VI. ISSUES AND ACTIONS				
<u>Issue</u>	<u>Action</u>	<u>Responsible Unit</u>	<u>Date Action to be taken</u>	<u>Completed</u>
1. Rediseño nueva estrategia de trabajo con las tres asociadas, incluyendo nuevo Coordinador	CRECER preparará su plan de trabajo con las recomendaciones de la consultoría de medio término	COF/CGU	31 Julio 2001	[ ]
2.				[ ]
Etc.				

ASP/Revisado el 30 junio2001

