



Fondo Multilateral de Inversiones  
Miembro del Grupo BID

# **REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO** **ENERO 2018 - JUNIO 2018**

## **SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO**

**NOMBRE DEL PROYECTO:** Cuatro Puntos en la Cadena de Valor de Mejoramiento de Vivienda

Nro. Proyecto: ME-T1323 - Proyecto No.: ATN/ME-15926-ME

**Propósito:** Mejorar la calidad de la vivienda a través de un enfoque de cadena valor

**País Administrador**

MÉXICO

**País Beneficiario**

MÉXICO

**Agencia Ejecutora:**

CENTRO PARA LA INNOVACIÓN EN VIVIENDA  
DEHÁBITAT PARA LA HUMANIDAD, MÉXICO.

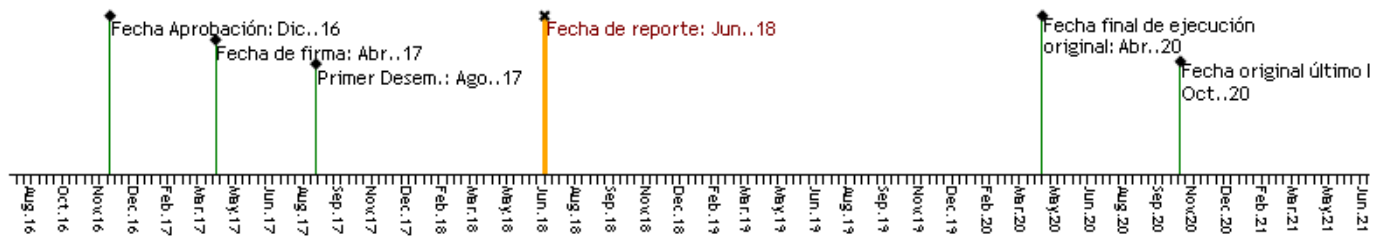
**Líder equipo de diseño:**

TATIANA VIRVIESCAS

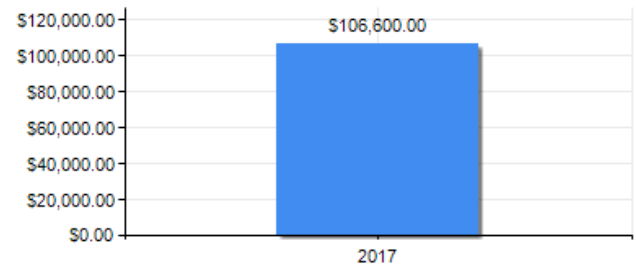
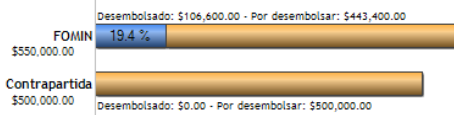
**Líder equipo de supervisión:**

TATIANA VIRVIESCAS

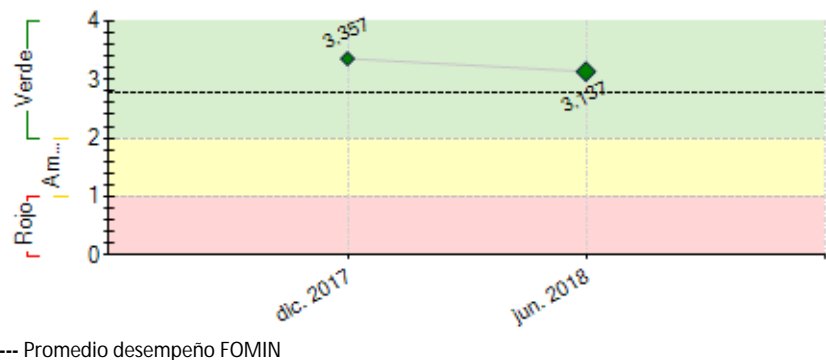
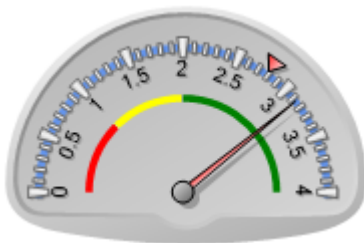
## **CICLO DEL PROYECTO**



## **RECURSOS**



## **PUNTAJE DE DESEMPEÑO**



## **RIESGOS EXTERNOS**

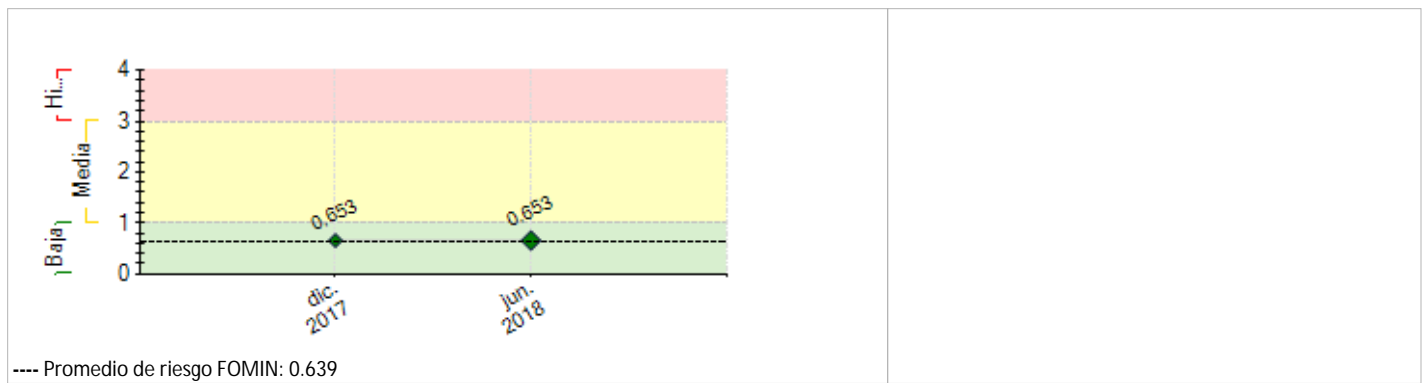
## **CAPACIDAD INSTITUCIONAL**

**Riesgo**

**Administración Financiera:**

**Adquisiciones:**

**Capacidad Técnica:**



## SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

### Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

- Convocatoria nacional multitemática para acelerar 9 empresas emergentes en soluciones innovadoras relacionadas con: agua y saneamiento, energía y materiales de construcción para vivienda.
- Validación y desarrollo conceptual de ViviendApp con expertos en asesoría técnica, materialistas, entidades financieras y usuarios finales.
- Inicio de programación de ViviendApp y pruebas con usuarios.
- Acercamiento con proveedores de materiales, asesores técnicos en construcción y entidades financieras (microfinancieras, bancos y plataformas de crowdfunding) para que ofrezcan sus productos y/o servicios en la App.
- Se alcanzó el hito 3, denominado "Diseño y desarrollo conceptual de la App".
- Dificultades y riesgos identificados: hay acercamiento con bancos y plataformas de crowdfunding, pero no se concretan alianzas, aún con el apoyo del Especialista FOMIN.
- Las perspectivas del proyecto son altamente optimistas ya que aliados y beneficiarios en las pruebas han mostrado interés por participar y consideran que ViviendApp es un medio para satisfacer las necesidades de las familias y posicionar los bienes y servicios de los aliados en la zona, articulando así la cadena de valor de la vivienda.
- Las acciones en las que se pondrá énfasis para el resto de la ejecución son:

Terminar la programación de la aplicación móvil.

Ejecutar estrategia de posicionamiento para el lanzamiento de ViviendApp, y activaciones publicitarias en los municipios de Nezahualcóyotl y Ecatepec de Morelos

#### Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

El ejecutor ha avanzado en algunos objetivos del Proyecto. Se alcanzó el hito 3, denominado "Diseño y desarrollo conceptual de la App". Se ha apoyado al ejecutor para realizar acercamientos con plataformas de crowdfunding e instituciones financieras como lo establece el desarrollo del Proyecto. Aun no se han concretado estas alianzas, por esto salen en retraso algunos de los indicadores de los productos financieros utilizados y el número de clientes, pues al postergar la realización de la app aún no hay clientes utilizándola.

### Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

- Inició el desarrollo del prototipo y evaluación con usuarios.
- Vinculación con: NOVACERAMIC, Loginsta y AMERMAC.

-Negociación con otros aliados: Bancos: Compartamos, Forjadores y Banamex (Educación financiera y tarjetas Teletón para la App). Rentamigo y Fortaleza a mi futuro declinaron participar. Con FeSolidaridad se trabajó, pero su Consejo de Administración decidió no firmar el convenio de colaboración. Con Sherwin Williams la oficina en EE. UU. decidió no participar en proyectos nuevos. INFONAVIT manifestó interés y después notificó que daría prioridad a temas internos urgentes. Con Microsoft México se explora utilizar sus servicios de Azure para la App. Se siguen buscando aliados que deseen participar en el proyecto.

-Se realizó un estudio econométrico para priorizar la atención de los municipios. Conforme al estudio, Nezahualcóyotl y Ecatepec de Morelos son los municipios más viables para arrancar actividades con relación a las variables del proyecto,

-Respecto a la difusión a través de ferias se enviaron términos de referencia a 10 agencias recibiendo 4 propuestas, se concluyó que no era viable, técnica ni financieramente realizarlas. Se requiere ir a donde está el público objetivo por ello se realizarán activaciones publicitarias en puntos de alta afluencia y una campaña digital, solamente en los municipios de Nezahualcóyotl y Ecatepec de Morelos.

-Se desarrolló el plan de posicionamiento de ViviendApp y se trabaja en la estrategia digital de difusión.

### Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Se realice un cambio en uno de los hitos por ajustes durante la ejecución. Se debe enfocar en terminar la programación de la aplicación móvil y en ejecutar la estrategia de posicionamiento para el lanzamiento de ViviendApp, y activaciones publicitarias en los municipios de Nezahualcóyotl y Ecatepec de Morelos.

## SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

Indicadores		Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
<b>Fin:</b> Mejorar las condiciones de vida de la población vulnerable en México a través del uso de nuevas tecnologías para vivienda urbana de calidad	I.1 # de personas ahorran dinero a través del uso de la tecnología	0	200	800	1200	1200	0	
		Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020		
<b>Propósito:</b> Mejorar la calidad de la vivienda a través de un enfoque de cadena valor	R.1 # de personas vulnerables que acceden a un producto o servicio a través de la tecnología (CRF 210400)	0	30	2400	10800	10800	0	
	R.2 # de usuarios que afirman que la calidad de su obra ha mejorado como resultado del uso de la aplicación	0	30	1200	2400	2400	0	
		Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020		
<b>Componente 1:</b> 1. Development of partnerships and adaptation of housing improvement products and services  <b>Peso:</b> 30% <b>Clasificación:</b> Satisfactorio	C1.11 # de entidades financieras que incorporan su oferta en la plataforma de Hábitat	0	3	1	1	3	3	En curso
	C1.12 # de acuerdos con empresas de materiales de construcción	Abr. 2017	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Dic. 2017	
		0	0.1	1	2	2	5	En curso
	C1.13 de convocatorias temáticas con plataformas de emprendimiento y/o redes de empresas emergentes para desarrollo de soluciones	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020	Jun. 2018	
		0	2	2	6	6	1	Finalizado
	C1.14 Empresas emergentes con soluciones aceleradas por el proyecto	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020	Jul. 2017	Finalizado
		0	4	4	12	12	9	
	C1.15 # de productos o servicios financieros nuevos o adaptados asesorados por el proyecto	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Mar. 2021	Jun. 2018	Finalizado
		0	1	1	3	3	3	
		Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020			
<b>Componente 2:</b> Pilot of the housing improvement management app  <b>Peso:</b> 30% <b>Clasificación:</b> Insatisfactorio	C2.11 de familias que prueban prototipo	0	120	120	120	120	16	Atrasado
	C2.12 # de tiendas que participan en el piloto	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020	Abr. 2018	
		0	20	20	20	20		Atrasado
		Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020		
<b>Componente 3:</b> Implementation of the technology tool  <b>Peso:</b> 20% <b>Clasificación:</b> Satisfactorio	C3.11 # de familias que prueban la versión inicial de la aplicación	0				2400		
		Abr. 2017				Mar. 2020		
<b>Componente 4:</b> Dissemination and scaling up of the program  <b>Peso:</b> 20% <b>Clasificación:</b> Insatisfactorio	C4.11 # de comercios de distribución de materiales que promocionan y apoyan el uso de la aplicación	0	20	40	100	100		Atrasado
	C4.12 # de MIPYMES que ofrecen soluciones innovadoras y verdes (agua, luz, cocinas, materiales verdes, resiliencia) a través de la aplicación	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020		Atrasado
		0	2	6	8	8		
	C4.13 # de usuarios que han utilizado la versión comercial de la aplicación	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Mar. 2021		Atrasado
		0	1	4800	10800	10800		
	C4.14 # de usuarios que acceden a un producto financiero como resultado de la aplicación (CRF 210800)	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020		Atrasado
		0	20	460	3700	3700		
	C4.15 \$ de capital movilizado por entidades financieras a través de la aplicación	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020		Atrasado
		0	0.1	276000	2200000	2200000		
	C4.16 \$ recursos invertidos en mejoras de vivienda urbana	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020		Atrasado
		0	0.1	576000	5760000	5760000		
	C4.17 # de usuarios que acceden a una solución de mejora o ampliación de vivienda a través de MIPYMES	Abr. 2017	Abr. 2018	Abr. 2019	Abr. 2020	Abr. 2020		Atrasado
		0	0.1	0.1	240	240		

Hitos

Planificado

Fecha  
Vencimiento

Logrado

Fecha en que se  
logró

Estado

H1	Firma del convenio	22	Jul. 2017	22	Abr. 2017	Logrado
H1	Condiciones previas	5	Oct. 2017	5	Jul. 2017	Logrado
H3	Prototipo del App funcionando	28	Nov. 2017	28	Nov. 2017	Logrado
H4	[*] Evaluación del piloto	28	Sep. 2018			
H5	Versión comercial del app disponible en IOS y Android	10	Dic. 2018			
H2	2400 usuarios del app registrados	10	May. 2019			

[\*] 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. Que las plataformas de crowdfunding y los bancos no quieran participar con sus productos en la aplicación móvil por lo que disminuiría el tipo de tasas de interés que se podrían ofrecer a los usuarios que buscan recursos para mejorar o ampliar su vivienda.  Sin embargo las instituciones microfinancieras (SOFOMES y Cajas de ahorro) que participen, si ofrecerían tasas diferenciadas y eso es lo que se busca, que por tipo de institución también existan tasas diferenciadas.	Media	1. Insistir en la incorporación de un banco. 2. Sumar instituciones microfinancieras interesadas en participar para ofrecer sus productos en la aplicación móvil. 3. Sumar esfuerzos con el Especialista de FOMIN para realizar acercamientos con entidades financieras y explorar alternativas de colaboración.	Project Coordinator
2. Aumento de los costos de materiales de construcción lo cual disminuiría la demanda por mejoras y ampliaciones de vivienda.	Baja	Fomentar que las tiendas de materiales ofrezcan incentivos para que las personas continúen con sus mejoras y ampliaciones de vivienda. Por ejemplo una capacitación de concientización, incluir algún producto adicional en la compra a menor precio o de regalo.	Project Assistant
3. Las personas en la familia que toman las decisiones para construir o mejorar sus viviendas no usan aplicaciones móviles en sus teléfonos celulares.	Baja	Desarrollar la aplicación móvil en versión Web para que pueda ser utilizada desde una computadora y así no limitarlos a utilizar un teléfono móvil.	Project Coordinator
4. Los empleados de las tiendas de materiales durante el piloto no realizan suficiente apoyo a los usuarios	Baja	Se está desarrollando con todos los proveedores de productos y servicios una estrategia de difusión y promoción para el uso de la aplicación, mediante incentivos y por la compra de materiales dirigido hacia los usuarios de la aplicación.	Project Assistant
5. Que los desarrolladores de la herramienta tecnológica no sean capaces de interpretar o incorporar adecuadamente los insumos de actores y usuarios en la funcionalidad de la herramienta, lo cual derive en menor tracción de lo esperado en el uso de la herramienta, retrasando el cumplimiento de las metas del proyecto.	Baja	1. Hábitat posee una larga experiencia internacional en el financiamiento de mejoras de vivienda, ello les proporciona lecciones aprendidas para mitigar el riesgo señalado.  2. Realizar previo al desarrollo, el diseño conceptual y validarlo con los usuarios finales y proveedores que participarán en la herramienta tecnológica.  3. Realizar desarrollo conceptual y pruebas con usuarios finales para verificar funcionalidad y usabilidad de la herramienta y realizar ajustes antes de lanzarla al mercado.	Project Coordinator
<b>NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO:</b> Baja <b>NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:</b> 7 <b>RIESGOS VIGENTES:</b> 6 <b>RIESGOS NO VIGENTES:</b> 0 <b>RIESGOS MITIGADOS:</b> 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:**

Como parte del modelo de negocio definido para la aplicación, los aliados que participen en la oferta de productos y servicios pagarán una cuota para la difusión de sus establecimientos y productos, así como el mantenimiento, mejoras y crecimiento de la aplicación, considerando las necesidades de la demanda y ampliando un mayor mercado. Dependiendo el tipo de proveedor se realizará el tiempo de cobro.

**SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS**

	Relativo a	Autor
1. Trabajar en un plan de posicionamiento institucional previo al lanzamiento de la aplicación móvil, pues se debe dar un contexto para que cuando sea lanzada haya expectativa y se tenga	Implementation	Licon, Elizabeth

confianza en que proviene de una institución seria. Además, se genera difusión previa al lanzamiento, que puede atraer empresas interesadas en participar en el proyecto.		
2. Para realizar la difusión de aplicaciones móviles con un público objetivo como el de ViviendApp (3 a 11 salarios mínimos) se requieren acciones puntuales como: realizar activaciones publicitarias en puntos de alta afluencia en las localidades seleccionadas, elaborar materiales de comunicación, crear una campaña digital en las principales plataformas y medios que son relevantes para el público objetivo (Facebook, Google, Youtube), misma que debe iniciar con el reconocimiento del producto y posteriormente incentivar las descargas de la aplicación móvil.	Implementation	Licona, Elizabeth
3. Para alcanzar los objetivos de difusión de herramientas tecnológicas como el caso de ViviendApp y tener una mejor utilización de recursos, es necesario determinar inicialmente: el público objetivo al que se quiere llegar, identificar las vías de información que utiliza para obtener la información relacionada con los temas de la aplicación y priorizar las zonas de atención cuando hay varios municipios contemplados en el proyecto. Cuando se establece por anticipado el tipo y número de eventos de difusión sin tener la información antes mencionada, se invierte tiempo en convocar, reunirse con las agencias, recibir sus propuestas y analizarlas, para concluir que el público objetivo no debe adaptarse a los eventos planeados, por el contrario, los eventos deben ser pensados en función del público, las condiciones particulares de las localidades y las variables del proyecto.	Implementation	Licona, Elizabeth
4. Las empresas, consideran que participar en una App puede generar riesgos como: guerra de precios entre las empresas de la competencia que participen, canibalización entre sus propios distribuidores, afectar el posicionamiento de sus marcas al mostrarse en una misma plataforma con otras marcas de la competencia, diluir sus esfuerzos de inteligencia comercial y marketing, afectar los esquemas con sus distribuidores de canales tradicionales, entre otros. Por éstos riesgos las empresas solicitan establecer condiciones que les permitan por ejemplo: ofrecer precios de lista en la App y hacer efectivos los descuentos o promociones cuando sean contactados, que sus distribuidores ofrezcan el mismo precio por producto y la diferenciación sea el servicio, que solo los distribuidores de sus marcas participen y en tienda ofrezcan otras marcas de la competencia y el usuario elija cual comprar. Se establecerán términos y condiciones que les den certeza sin afectar indicadores y metas del proyecto.	Risk	Licona, Elizabeth
5. Algunas empresas no se suman al proyecto porque consideran arriesgado participar en una aplicación móvil que está en desarrollo y prefieren esperar a ver cómo funciona cuando sea lanzada al mercado.	Risk	Licona, Elizabeth
Cuando la herramienta ya esté en el mercado se contactará nuevamente a las empresas con las que se ha tenido acercamiento previo, para que reconsideren participar.		
6. Entre los elementos que no están bajo el control de la agencia ejecutora se encuentra que algunos aliados firman los Convenios de Colaboración, pero cuando se hace el seguimiento para desarrollar los elementos específicos de su participación en ViviendApp ya no responden o sus condiciones internas han cambiado y no están dispuestos a participar en ese momento por darle prioridad a temas internos.	Risk	Licona, Elizabeth
7. La suma de aliados al proyecto tiene algunos elementos que no están bajo el control de la agencia ejecutora: 1) Inicialmente muestran interés por participar en el proyecto, en el momento de la firma de Convenios de Colaboración dan prioridad a temas internos o a sus políticas de participación en proyectos y ya no se concreta la alianza, situación que impacta en tiempo y recursos pues se realizan trabajos previos para desarrollar los Convenios y finalmente no firman. 2) En otras ocasiones se dan los acercamientos, incluso con apoyo del Especialista FOMIN, se exploran las alternativas de colaboración, pero cuando se hace el seguimiento para concretar la alianza ya no responden, se desconoce la causa de este comportamiento. Ante esto se propone: la firma de cartas de intención de participación en el proyecto para tener un elemento de compromiso y detectar si las empresas realmente están interesadas en participar, en caso de no firmar la carta, se entenderá que no desean participar.	Risk	Licona, Elizabeth
8. Realizar un estudio econométrico con variables de interés para el proyecto (socioeconómicas, financieras, de vivienda y tecnológicas) facilitó: identificar los municipios con mayor potencial de demanda para los productos y servicios que serán ofertados a través de ViviendApp y definir el orden de atención; detectar a nivel de código postal las zonas de cada municipio con mayor potencial para el proyecto; dar certeza a las instituciones financieras que participen a través del dimensionamiento del mercado y la elaboración de un perfil de posibles clientes; y analizar las necesidades de vivienda que hay en cada localidad. Lo anterior permite enfocar el uso de los recursos y evitar que se pulverice el objetivo tratando de atender todo el mercado al mismo tiempo.	Implementation	Licona, Elizabeth
9. Llevar a cabo pruebas con aliados y usuarios ha sido importante desde la conceptualización y durante el desarrollo de la aplicación móvil, ya que permite ir evaluando la programación de la herramienta y realizar los ajustes de funcionalidad y de usabilidad que sean necesarios antes de su lanzamiento al mercado, reduciendo el riesgo de que la herramienta no sea funcional para los usuarios y que pudiera retrasar el cumplimiento de las metas del proyecto.	Implementation	Licona, Elizabeth