Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2013 - JUNIO 2013

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Moda Argentina: Inserción Internacional del Diseño y Marcas

Nro. Proyecto: AR-M1037 - Nro. Operación: ATN/ME-11338-AR

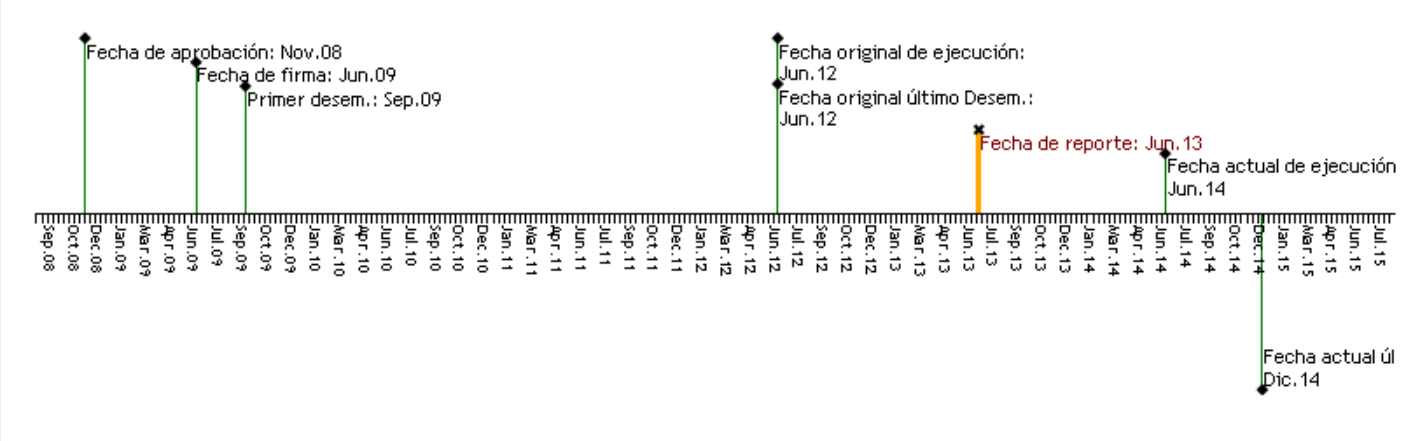
Resultado: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas.

País Administrador	País Beneficiario	Grupo	Subgrupo
ARGENTINA	ARGENTINA	SME - Desarrollo de la pequeña y mediana empresa	BDEV - Desarrollo empresarial

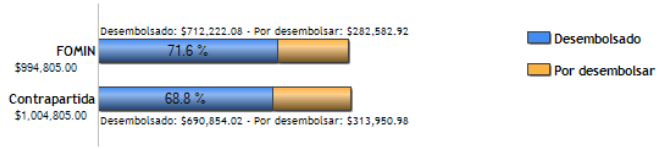
Agencia Ejecutora:

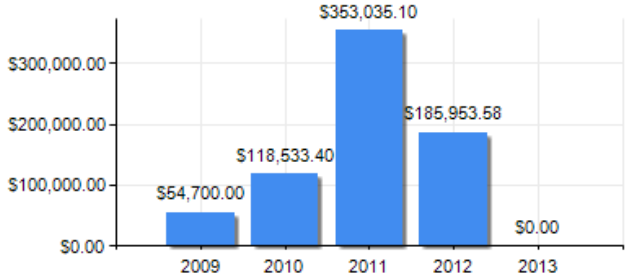
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castello, Hector Luis

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

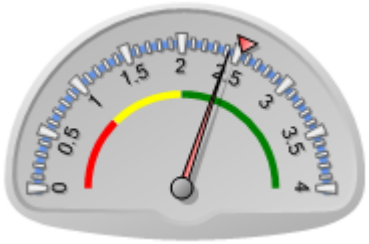


RECURSOS

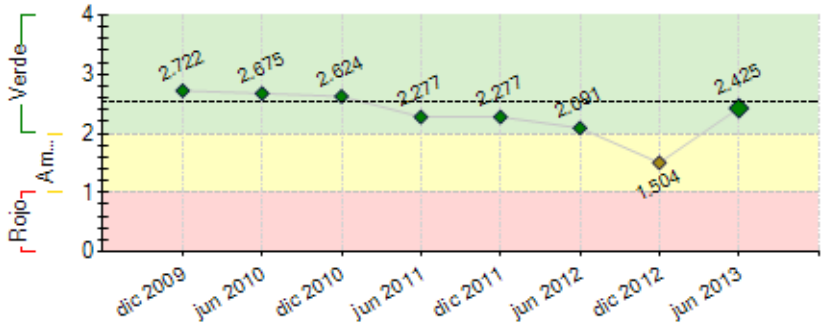




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.425
Promedio FOMIN: 2.533

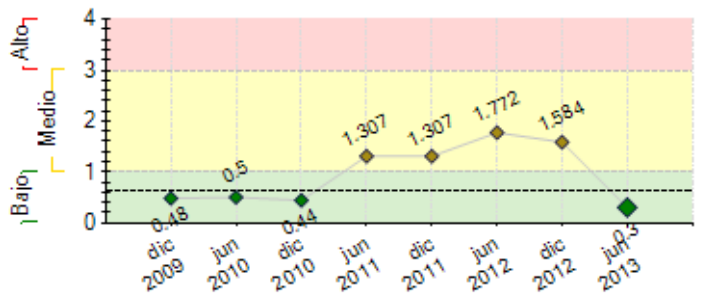


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	0
Adquisiciones:	0
Capacidad Técnica:	0



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.633

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

La ejecución del proyecto permitió un fortalecimiento institucional de CIAI, como generadora de acciones ligada al sector indumentaria. Se realizan capacitaciones permanentes sobre diferentes áreas de las empresas para lograr competitividad e internacionalización.
Moda Argentina 3.0 se ha constituido en un excelente medio para la capacitación e información de estudiantes, profesionales del sector y PYMES. Su articulación con las redes sociales ha internacionalizado el tránsito de visitantes y solicitudes.
En el marco de la sostenibilidad se está articulando con la Asociación de Confeccionistas de Mar del Plata con capacitaciones y asistencias técnicas. Durante el evento de lanzamiento se realizó una encuesta de requerimientos de capacitación para diagramar futuras actividades. En Bs. As. CIAI y el Plan Nac. de Diseño acordaron realizar consultorías en las PYMES para mejorar sus colecciones en los mercados regionales. Los esfuerzos realizados en lo que se refiere a inserción en el mercado internacional de las empresas participantes del proyecto se han visto diluidos, debido a que en las empresas han visto complicada la ecuación costo internos/ precios de exportación. El posicionamiento y la exportación de conceptos de marca se ha visto amenazada por la dinámica interna y la deslocalización de la producción.
El Subprograma Puna, está armando la 3ª edición de la Feria Masi Maky, que se ha instalado como una actividad anual de la Intendencia de Maimará, Prov. de Jujuy.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Existe un buen grado de ejecución de los distintos componentes, con excepción del vinculado a la certificacion de las empresas, aunque se ha avanzado en el último semestre .

Se ha otorgado una prórroga para posibilitar que se realicen las actividades necesarias para cumplir con los objetivos del Programa.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Componente 1: Se fortaleció la Plataforma Moda Argentina 3.0, a través de incorporar 150 notas nuevas en el semestre. Se elevó el tráfico a 43,58 GB. Países involucrados USA, Argentina, España,Perú, Cote de Ivore, México, Colombia, Chile, Ucrania, Francia, Ecuador,Brasil,Panamá, China, Venezuela, Uruguay, Canadá y Alemania. Solicitudes consultadas en el periodo= 2.229.607 Visitantes distintos: 63.742 **Componente 2 :** Armado de Masi Maky 3 en la Puna Jujeña: convocatoria, y preparación de artesanos. En CIAI, se realizaron 9 cursos de capacitación en diferentes áreas con una participación de 130 personas de 52 empresas del sector y 5 emprendedores.**Componente 3** Se elaboró la versión final de las Normas de Certificación y su Reglamento de Aplicación. Cabe destacar que este tema no ha tenido gran demanda por parte de las empresas convocadas. Se avanzó en el registro de la marca MODA ARGENTINA para poder certificar empresas.**Componente 4:** Se articuló con el Ministerio de Industria de la Nación para difundir la marca Moda Argentina en un libro oficial sobre Diseño Argentino.Se participó conjuntamente con FAIIA con un stand en la feria EMITEX. Se logró publicar el estudio de los atributos de la marca paraguas en la revista Mundo Textil.
Componente 5: Se lanzó Plan de Sostenibilidad en la Ciudad de Mar del Plata con capacitaciones y asistencias técnicas, a través de un evento realizado en forma conjunta con la FAIIA y ACIA de Mar del Plata. Se proyectó el video Marca Moda Argentina.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Se ha dado cumplimiento a una parte sustantiva del plan operativo semestral acordado con el Banco.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Resultado: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas.	**P.I1**	Marcas adicionales con diseño que exportan regulamente a mercados nicho (espacio o catálogo en tiendas depertamentales, etc.)	0 Jun 2009	7 Oct 2011			20 Jun 2012	20 Feb 2013	
	P.I2	Diseñadores independientes adicionales que participan en mercados nicho.	0 Jun 2009	15 Oct 2011			30 Jun 2012	0 Dic 2010	
	P.I3	Colecciones adicionales de diseñadores independientes que participan en mercados nicho.	0 Jun 2009	30 Oct 2011			60 Jun 2012	0 Dic 2010	
	P.I4	Actores de la cadena (marca contratando servicios y productos, por ejemplo: talleristas, lavadores, estampadores, insumos varios, diseño, bordado, comercialización, etc.) certificados con acuerdos de asociatividad productiva.	0 Jun 2009	10 Oct 2011			30 Jun 2012	0 Dic 2010	
	P.I5	Empresas participantes que logran exportar directamente al menos 10% de su producción (medido por aumento	0	6			20	0	

	volumen, ratio precio importación/exportación).	Jun 2009	Oct 2011			Jun 2012	Dic 2010	
P.I6	Nuevos mercados con identificación de marca.	0	5			10	0	
		Jun 2009	Oct 2011			Jun 2012	Dic 2010	

Componente 1: Sensibilización e inteligencia de mercado. **Peso:** 17% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	PyMEs sensibilizadas respecto a generar valor agregado a sus productos mediante el diseño propio (a lo interno o tercerizado).	0				400	433	
							Jun 2010	Nov 2010	
	C1.I2	Diseñadores sensibilizados respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				100	149	
							Jun 2010	Jul 2010	
	C1.I3	Nuevos emprendedores del sector sensibilizados respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				200	226	
							Jun 2010	Nov 2010	
	C1.I4	PyMEs actualizadas en las tendencias de moda y mercado.	0				400	401	Finalizado
							Jun 2011	Jun 2011	
	C1.I5	Expresiones de interés de PyMEs y diseñadores individuales en participar en el Proyecto.	0				200	211	
							Jun 2010	Dic 2010	
	C1.I6	PyMEs (marcas) sensibilizadas respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				400	401	
							Jun 2010	Jun 2010	
	C1.I7	PyMEs proveedoras de productos terminados, servicios e insumos, sensibilizadas respecto a las oportunidades de integrarse a la cadena de exportación.	0				400	400	Finalizado
							Jun 2010	Jun 2010	
Componente 2: Capacitación y Asistencia Técnica al ciclo de desarrollo del producto. **Peso:** 66% **Clasificación:** Satisfactorio	**C2.I1**	PyMEs que inician el proceso de incorporación de diseño propio a su producción.	0				100	100	
							Dic 2010	Jun 2011	
	C2.I2	PyMEs y/o diseñadores que inician el proceso de generación de marcas propias.	0				100	100	
							Oct 2011	Dic 2012	
	C2.I3	PyMEs y/o diseñadores que se encuentran en proceso de exportación.	0				50	50	
							Feb 2012	Feb 2013	
	C2.I4	Sistema de gestión de la producción estandarizado y en funcionamiento.	0				100	100	
							Oct 2011	Dic 2011	
	C2.I5	Porcentaje de los grupos capacitados que incorpora las normas en las distintas fases productivas.	0				80	0	
							Feb 2012	Dic 2010	
	C2.I6	PyMEs y/o diseñadores que implementan mejores prácticas de gestión.	0				100	101	
							Abr 2011	Dic 2012	
	C2.I7	PyMEs y/o diseñadores que logran iniciar un proceso de internacionalización.	0				75	55	Atrasado
							Oct 2011	Dic 2012	
Componente 3: Certificación de Origen de Producto. **Peso:** 4% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	PyMEs certificadas.	2				20	0	
							Feb 2012	Dic 2010	
	C3.I2	PyMEs en proceso de certificación.	0				100	0	
							Feb 2012	Dic 2010	
	C3.I3	Auditores acreditados.	0				10	10	
							Jun 2011	Sep 2011	
Componente 4: Comunicación e Internacionalización. **Peso:** 11% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Identidad corporativa de la marca desarrollada e implantada.	0				1	2	Finalizado
							Jun 2011	Jun 2011	
	C4.I2	Porcentaje de los compradores cuya compra es influida por el conocimiento de la marca.	0				40	0	
							Jun 2012	Dic 2010	
	C4.I3	Mercados que venden productos con la "Marca Argentina".	0				20	0	
							Abr 2012	Dic 2010	
	C4.I4	La percepción de la imagen "Marca Argentina" es positiva.	0				1	1	
							Feb 2012	Nov 2012	
Componente 6: Diseminación y replicación del Modelo de Apoyo al Sector. **Peso:** 2% **Clasificación:** Satisfactorio	**C6.I1**	Polos que son informados del potencial de la aplicación del modelo.	0				2	1	Atrasado
							Feb 2012	Jun 2013	
	C6.I2	Modelo de intervención para la mejora de la producción textil (incluyendo al sector artesanal) sistematizado para su transferencia a otros grupos.	0				1	0	
							Dic 2011	Dic 2010	
	C6.I3	Eventos de difusión realizados.	0				2	0	
							Abr 2012	Dic 2010	

	Hitos	Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H1	Expresiones de interés de PyMEs y/o diseñadores individuales para participar en el proyecto.	50	Dic 2009	134	Dic 2009	Logrado
H2	Actividades de sensibilización realizadas.	2	Dic 2009	4	Nov 2009	Logrado
H0	Condiciones previas	6	Dic 2009	6	Sep 2009	Logrado
H3	Seminarios de actualización de tendencias de moda y mercados realizados.	2	Jun 2010	2	Abr 2010	Logrado
H4	Porcentaje de las actividades de sensibilización finalizadas.	80	Jun 2010	80	Jun 2010	Logrado
H5	Seminario para promover diseño propio realizado.	1	Jun 2010	1	May 2010	Logrado
H6	[*] Curso de diseño impartido a grupos artesanos de la PUNHA.	1	Dic 2010	1	Dic 2010	Logrado
H7	[*] Base de datos sistematizada y servicios del observatorio en funcionamiento.	1	Jun 2011	1	May 2011	Logrado
H8	[*] PyMEs que iniciaron el proceso de incorporación de diseño propio.	50	Jun 2011	100	Jun 2011	Logrado
H9	[*] PyMEs que reciben asistencia técnica, de acuerdo a sus necesidades.	30	Dic 2011	49	Dic 2011	Logrado
H10	[*] Artesanos que participan en el Subprograma de Diseño Artesanal.	20	Dic 2011	59	Dic 2011	Logrado
H11	[*] Ferias en las que participa el Proyecto (al menos una en el exterior y una feria local para la región de Punha).	2	Dic 2011	2	Sep 2011	Logrado
H12	[*] PyMEs que iniciaron el proceso de generación de marca y de internacionalización.	25	Jun 2012	25	Jun 2012	Logrado
H13	[*] Estrategia comercial basada en marca moda argentina en elaboración.	1	Jun 2012	1	Jun 2012	Logrado
H14	[*] Auditores acreditados.	10	Dic 2012	14	Mar 2013	Logrado tarde
H15	Estrategia comercial basada en marca moda argentina realizada y en difusión.	1	Dic 2012	1	Dic 2012	Logrado
H16	[*] PyMEs y/o diseñadores que comenzaron el proceso de exportación.	25	Jul 2013	25	Jun 2013	Logrado
H17	[*] PyMEs que iniciaron el proceso de generación de marca y de internacionalización.	35	Dic 2013	0	Jun 2013	
H18	[*] PyMEs en proceso de certificación.	25	Dic 2013	0	Jun 2013	
H19	Pymes en proceso de certificación	50	Jun 2014	0	Jun 2013	
H20	PyMEs en proceso de generación de marca y de internacionalización	50	Jun 2014	0	Jun 2013	

[*] 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. Próposito. Inserción internacional de diseños y marcas Existe un alto riesgo de no poder cumplir el próposito del proyecto como consecuencia de: 1) aumento de costos internos de producción que achican margenes de rentabilidad a las pymes participantes. 2) un tipo de cambio que no acompaña los aumentos internos y por lo tanto hay fortalecimiento del valor del peso con respecto al resto de las monedas. Ambas situaciones hacen que los precios en divisas crezcan y no se sostengan los negocios.	Bajo	Internacionalizar el producto a traves de locales propios o vinculados por franquicias. El concepto de marca sostiene el negocio sobretodo en los países de la región y en especial en los países limítrofes. Buscar nichos en que no defina el precio del producto.	Coordinador del proyecto
2. Falta de insumos importados como consecuencia de la politica contracrisis del gobierno nacional, lo que dificulta la producción y encarece los costos de las empresas beneficiarias del proyecto.	Bajo	No depende del Proyecto la mitigación de esta politica gubernamental: No obstante, se promovió avanzar en innovación y diseño con los insumos disponibles.	Coordinador del proyecto

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

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:

En el marco de la réplica del modelo y de la sostenibilidad del mismo se realizó:
-un lanzamiento de actividades (capacitación y asistencias técnicas) en Mar del Plata con la articulación de la Asociación de Confeccionistas de dicha ciudad.
- En Buenos Aires se trabajó para articular con el Ministerio de Industria de la Nación con financiamiento y actividades predefinidas en el marco del Plan Nacional de Diseño.
- Se participa con el Centro Metropolitano de Diseño promoviendo y difundiendo actividades para la internacionalización y la creación de un polo de diseño textil en Barracas, CABA.
- Se capacita personal de la empresas en temas relacionados con la competitividad y productividad de las PYMES (diseño, marca, comercialización, comercio exterior, etc.)
- Se realiza sensibilización de empresas para avanzar en el diagnóstico para la certificación de la marca Moda Argentina y en el posicionamiento de la marca Moda Argentina en el mercado internacional, a través de la difusión en un libro sobre diseño argentino, editado por el Ministerio de Industria, que se distribuirá en las Embajadas Argentinas en el exterior y en las extranjeras con sede en Argentina.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

[No se han agregado lecciones aprendidas todavia.]