Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2013 - DICIEMBRE 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

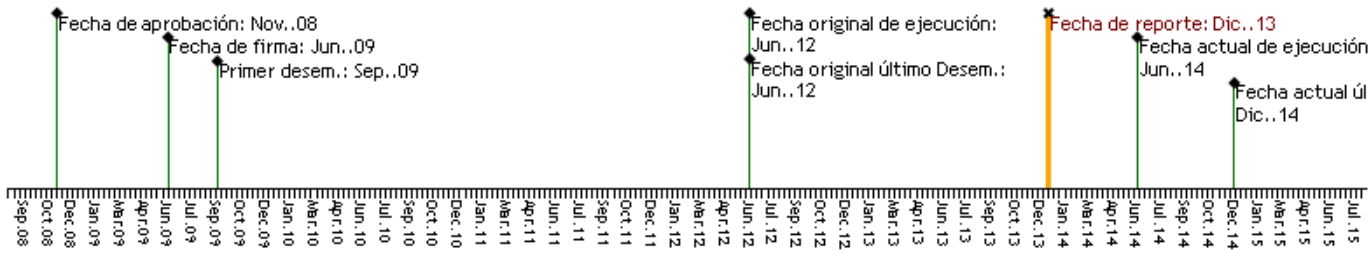
Resultado: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas.

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

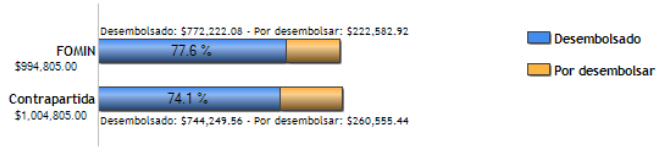
Agencia Ejecutora: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

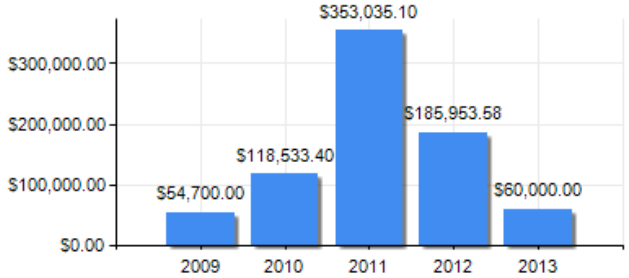
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castello, Hector Luis

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

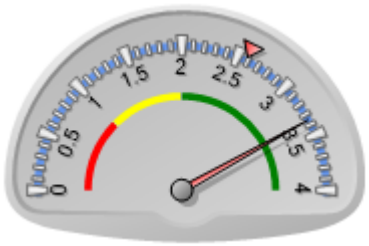


RECURSOS

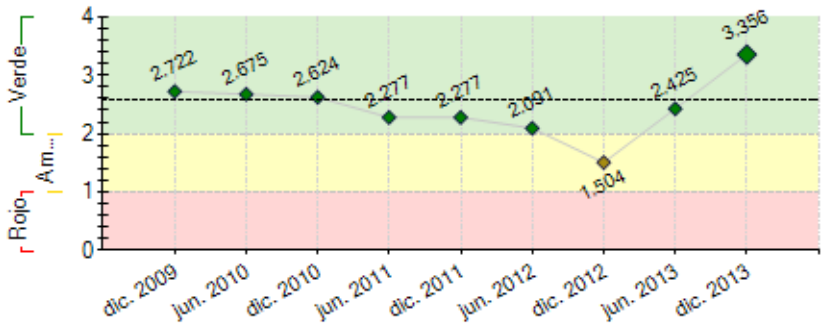




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 3.356
Promedio FOMIN: 2.586

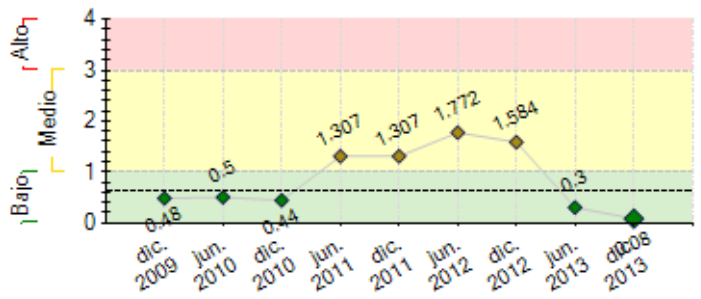


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.623

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 no sólo de Argentina sino de otros países de la región como Perú. Su articulación con las redes sociales (Facebook y Twitter) ha internacionalizado el tránsito de visitantes y solicitudes.

En el marco de la sostenibilidad se realizó un plan de capacitación con la Asociación de Confeccionistas de Mar del Plata. En Bs. As., CIAI y el Plan Nac. de Diseño lanzaron la convocatoria a diseñadores y empresas para realizar asistencias técnicas en las PYMES para mejorar sus colecciones en los mercados regionales. Si bien la ecuación costo / precios de exportación sigue complicada, CIAI Ha presentado al gobierno nacional un plan de acciones tendientes a incrementar exportaciones del sector.Se inició una campaña comunicacional de la marca moda argentina en México, Panamá, Chile y Perú.
Se participá de la redacción de la Ley de Creación de un Distrito de Diseño en CABA.

El Subprograma Puna concretó la realización de la 3ª edición de la Feria Masi Maky, que se ha instalado como una actividad anual apoyada de la Intendencia de Maimará y el Gobierno de la 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 certificación de las empresas, debido al poco interés de las empresas, a pesar de las tareas de sensibilización realizadas por el proyecto.
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, se incorporaron 130 notas nuevas en el semestre. Se elevó el tráfico al doble (91,57 GB). Países Contactados = EEUU, Argentina, Canadá, Perú, España, Federación Rusa, México, Colombia, Chile, China Venezuela, Panamá.Solicitudes consultadas en el período= 2.463.526. Visitantes distintos: 63 145 **Componente 2** : Concreción de Masi Maky 3 en la Puna Jujeña. Capacitación en costos y armado de una base de artesanos de la región. En CIAI, se realizaron 8 cursos de capacitación en diferentes áreas con una participación de 105 personas de diferentes empresas del sector y emprendedores. **Componente 3** Se aprobó en Directorio la versión final de las Normas de Certificación y su Reglamento de Aplicación. La propuesta de realizar diagnostico para lograr la certificación no ha encontrado, aún eco positivo en las empresas convocadas. Se editó un libro sobre los contenidos de la Certificación Moda argentina conjuntamente con el programa Al INVEST IV de la U E. **Componente 4:** Se inició la difusión en el exterior para hacer conocer la marca Moda Argentina, que incluye países como Perú, Panamá, Chile y México **Componente 5:** Se lanzó actividad de sostenibilidad en Mar del Plata con un plan de capacitaciones que incluyó 5 cursos sobre mejorar la producción. Participantes: 85 . Se iniciaron capacitaciones en Arrecifes en la Asoc. Confeccionistas de Arrecifes. Prov. de Bs As Participantes= 5 empresas/ talleres.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Se dio cumplimiento a gran parte del plan operativo semestral. El resto de las actividades se han reprogramado.

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.	**R.1**	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	
	R.2	Diseñadores independientes adicionales que participan en mercados nicho.	0 Jun. 2009	15 Oct. 2011			30 Jun. 2012	0 Dic. 2010	
	R.3	Colecciones adicionales de diseñadores independientes que participan en mercados nicho.	0 Jun. 2009	30 Oct. 2011			60 Jun. 2012	0 Dic. 2010	
	R.4	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	
	R.5	Empresas participantes que logran exportar directamente al menos 10% de su producción (medido por aumento volumen, ratio precio importación/exportación).	0 Jun. 2009	6 Oct. 2011			20 Jun. 2012	0 Dic. 2010	
	R.6	Nuevos mercados con identificación de marca.	0 Jun. 2009	5 Oct. 2011			10 Jun. 2012	0 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 Jun. 2010	433 Nov. 2010	
	C1.I2	Diseñadores sensibilizados respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				100 Jun. 2010	149 Jun. 2010	Finalizado
	C1.I3	Nuevos emprendedores del sector sensibilizados respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				200 Jun. 2010	226 Nov. 2010	
	C1.I4	PyMEs actualizadas en las tendencias de moda y mercado.	0				400 Jun. 2011	401 Jun. 2011	Finalizado
	C1.I5	Expresiones de interés de PyMEs y diseñadores individuales en participar en el Proyecto.	0				200 Jun. 2010	211 Dic. 2010	
	C1.I6	PyMEs (marcas) sensibilizadas respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				400 Jun. 2010	401 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 Jun. 2010	400 Jun. 2010	Finalizado
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 Dic. 2010	100 Jun. 2011	
	C2.I2	PyMEs y/o diseñadores que inician el proceso de generación de marcas propias.	0				100 Oct. 2011	100 Dic. 2012	
	C2.I3	PyMEs y/o diseñadores que se encuentran en proceso de exportación.	0				50 Feb. 2012	50 Feb. 2013	
	C2.I4	Sistema de gestión de la producción estandarizado y en funcionamiento.	0				100 Oct. 2011	100 Dic. 2011	
	C2.I5	Porcentaje de los grupos capacitados que incorpora las normas en las distintas fases productivas.	0				80 Feb. 2012	0 Dic. 2010	
	C2.I6	PyMEs y/o diseñadores que implementan mejores prácticas de gestión.	0				100 Abr. 2011	101 Dic. 2012	
	C2.I7	PyMEs y/o diseñadores que logran iniciar un proceso de internacionalización.	0				75 Oct. 2011	55 Dic. 2012	Atrasado
Componente 3: Certificación de Origen de Producto. **Peso:** 4% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C3.I1**	PyMEs certificadas.	2				20 Feb. 2012	0 Dic. 2010	
	C3.I2	PyMEs en proceso de certificación.	0				100 Feb. 2012	0 Dic. 2010	
	C3.I3	Auditores acreditados.	0				10 Jun. 2011	10 Sep. 2011	
Componente 4: Comunicación e Internacionalización. **Peso:** 11% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Identidad corporativa de la marca desarrollada e implantada.	0				1 Jun. 2011	2 Jun. 2011	Finalizado
	C4.I2	Porcentaje de los compradores cuya compra es influida por el conocimiento de la marca.	0				40 Jun. 2012	0 Dic. 2010	
	C4.I3	Mercados que venden productos con la "Marca Argentina".	0				20 Abr. 2012	0 Dic. 2010	
	C4.I4	La percepción de la imagen "Marca Argentina" es positiva.	0				1 Feb. 2012	1 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 Feb. 2012	1 Jun. 2013	Atrasado
	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 Dic. 2011	0 Dic. 2010	
	C6.I3	Eventos de difusión realizados.	0				2 Abr. 2012	1 Jul. 2013	Atrasado

	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	64	Nov. 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	Nov. 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	52	Dic. 2013	Logrado
H18	[*] PyMEs en proceso de certificación.	25	Mar. 2014			
H19	Pymes en proceso de certificación	50	Jun. 2014			
H20	PyMEs en proceso de generación de marca y de internacionalización	50	Jun. 2014	52	Dic. 2013	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	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) el tipo de cambio es acompañando los aumentos internos y por lo tanto podría estarse mitigando el riesgo de variaciones de precios en dólares.	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	El gobierno nacional está negociando con el sector textil indumentaria para que haya un abastecimiento fluido de insumos en el 2014.	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 del Plan de Capacitación de la sostenibilidad se ha solicitado la contratación de una consultoria para posicionar el plan de capacitaciones de la Entidad, el mismo se articulará con el programa crecer de la Federación argentina de Industria de la Indumentaria y afines.
En relación a los polos de réplica se está trabajando con un plan de capacitaciones en Mar del plata en la sede de la Asociación de Confeccionistas y Afines. Se intentó realizar un plan similar en la Asociación de Confeccionistas de Arrecifes, Prov. de Buenos Aires, con menor impacto de convocatoria.
En cuanto a la plataforma de Negocios y Consumo, Moda Argentina 3.0, se ha logrado un alto nivel de seguidores y se trabajo activamente para redefinir la misma y lograr mejores niveles de penetración en las redes sociales.
inalmente, en el marco de la sostenibilidad se activó la difusión de la marca Moda Argentina en varios países de latinoamerica , a traves de notas en medios especializados y eventos. Esta previsto trabajar con las aerolineas para comunicar los atributos de la moda argentina y ver la posibilidad de realizar una misión de compradores de tiendas departamentales.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

[No se han agregado lecciones aprendidas todavia.]