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: Moda Argentina: Inserción Internacional del Diseño y Marcas

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

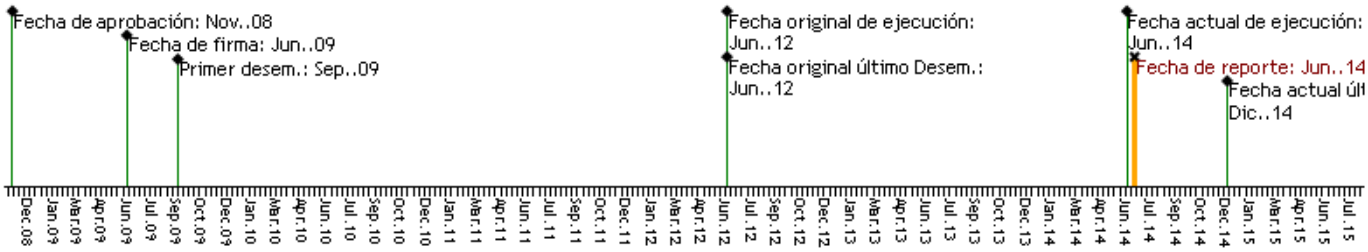
Resultado: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas.

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

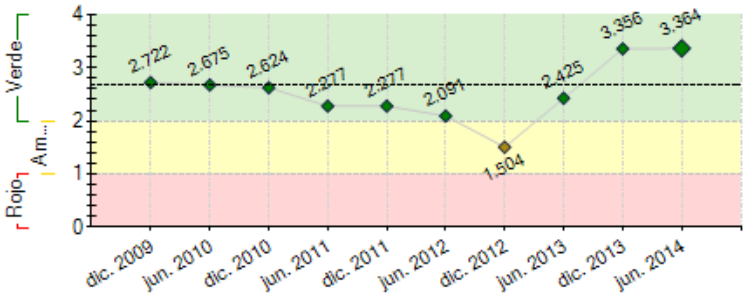
CRONOLOGÍA DE EVENTOS



RECURSOS

	Aprobado	Cancelado	Desembolsado
FOMIN	$1,032,467.00	$37,662.00	$810,164.63
Contrapartida	$1,004,805.00	$0.00	$838,574.96

PUNTAJE DE DESEMPEÑO



----- Promedio desempeño FOMIN

SECCIÓN 2: RESULTADOS Y LOGROS

Desempeño del proyecto una vez terminado

Las metas alcanzadas son inferiores a las establecidas en el propósito. No obstante, se alcanzaron los siguientes resultados:

- 600 Pymes y diseñadores participaron de capacitaciones.
- 120 Pymes y Diseñadores se capacitaron para incorporar diseño propio a su producción
- 70 empresas Pymes se asistieron para mejorar su competitividad
- 65 artesanos de la Puna Jujeña se capacitaron en calidad y diseño de sus prendas.
- Una plataforma de Investigación, Negocios y Consumo con un alto tráfico mensual.

- Una marca paraguas/ país para la indumentaria argentina.

- Un standard de certificación de calidad y sustentabilidad para la moda argentina.

El proyecto se desarrollo en un contexto macroeconómico de cambios permanentes, donde lo corriente fueron tipo de cambio no competitivos, aumentos de salarios superiores a los aumentos de productividad y altos índices de inflación. Estos componentes no permitieron la existencia de precios de exportación sostenidos y competitivos. Si bien las marcas argentinas tienen un buen posicionamiento en el mercado regional, diseño y marca no lograron compensar el aumento de los precios de exportación. Los resultados obtenidos en los tres primeros años del proyecto no pudieron consolidarse en lo que a exportaciones se refiere.

Para asegurar la sostenibilidad del proyecto se ha trabajado con el polo de Mar del Plata y Buenos Aires en el armado de capacitaciones y asistencias técnicas que mejoren la productividad de las empresas. El objetivo es que frente a futuras etapas de mayor estabilidad macroeconómica, las empresas estén preparadas para competir en el mercado internacional.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo, en general, con los comentarios de la Unidad Ejecutora. A pesar de los esfuerzos de la CIAI, los objetivos esperados no pudieron cumplirse en su totalidad, particularmente en lo relacionado con el componente de certificación de calidad. Sin embargo, el proyecto logró probar que la temática es de relevancia para el sector y la Cámara ha consolidado su equipo técnico. Esto le posibilitará continuar con parte de las actividades formuladas por el programa y profundizar la inserción internacional de las empresas.

Evaluación final

De los resultados logrados puede concluirse que el diseño del Proyecto fue relativamente adecuado para lidiar con el problema que enfrentan las PyMEs del sector indumentaria y aprovechar las oportunidades comerciales que ofrecen los mercados del exterior. Se considera que, en particular fallaron muchos de los supuestos explícitos e implícitos del Proyecto, situación que atentó contra el mayor cumplimento de los objetivos previstos.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios del evaluador

A pesar de las dificultades que la entidad ejecutora enfrentó en la implementación del proyecto, principalmente debido al contexto macroeconómico, se ha mostrado que la temática sigue teniendo plena vigencia,

Evaluación final http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=39295451

SECCIÓN 3: INDICADORES

		Indicadores	Línea de base	Planeado	Logrado	Porcentaje
Resultado: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas. **Clasificación:** Satisfactorio	**R.1**	Marcas adicionales con diseño que exportan regulamente a mercados nicho (espacio o catálogo en tiendas depertamentales, etc.)	0	20	20	100 %
	R.2	Diseñadores independientes adicionales que participan en mercados nicho.	0	30	0	0 %
	R.3	Colecciones adicionales de diseñadores independientes que participan en mercados nicho.	0	60	0	0 %
	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	30	0	0 %
	R.5	Empresas participantes que logran exportar directamente al menos 10% de su producción (medido por aumento volumen, ratio precio importación/exportación).	0	20	0	0 %
	R.6	Nuevos mercados con identificación de marca.	0	10	0	0 %
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	108 %
	C1.I2	Diseñadores sensibilizados respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0	100	149	149 %
	C1.I3	Nuevos emprendedores del sector sensibilizados respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0	200	226	113 %
	C1.I4	PyMEs actualizadas en las tendencias de moda y mercado.	0	400	401	100 %
	C1.I5	Expresiones de interés de PyMEs y diseñadores individuales en participar en el Proyecto.	0	200	211	106 %
	C1.I6	PyMEs (marcas) sensibilizadas respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0	400	401	100 %
	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	100 %
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	100 %
	C2.I2	PyMEs y/o diseñadores que inician el proceso de generación de marcas propias.	0	100	100	100 %
	C2.I3	PyMEs y/o diseñadores que se encuentran en proceso de exportación.	0	50	50	100 %
	C2.I4	Sistema de gestión de la producción estandarizado y en funcionamiento.	0	100	100	100 %
	C2.I5	Porcentaje de los grupos capacitados que incorpora las normas en las distintas fases productivas.	0	80	0	0 %
	C2.I6	PyMEs y/o diseñadores que implementan mejores prácticas de gestión.	0	100	101	101 %
	C2.I7	PyMEs y/o diseñadores que logran iniciar un proceso de internacionalización.	0	75	55	73 %
Componente 3: Certificación de Origen de Producto. **Peso:** 4% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C3.I1**	PyMEs certificadas.	2	20	0	-11 %
	C3.I2	PyMEs en proceso de certificación.	0	100	0	0 %
	C3.I3	Auditores acreditados.	0	10	10	100 %
Componente 4: Comunicación e Internacionalización. **Peso:** 11%	**C4.I1**	Identidad corporativa de la marca desarrollada e implantada.	0	1	2	200 %
	C4.I2	Porcentaje de los compradores cuya compra es influida por el conocimiento de la marca.	0	40	0	0 %
	C4.I3	Mercados que venden productos con la "Marca Argentina".	0	20	0	0 %
	C4.I4	La percepción de la imagen "Marca Argentina" es positiva.	0	1	1	100 %

Clasificación: Satisfactorio

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	50 %
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	0 %
C6.I3	Eventos de difusión realizados.	0	2	1	50 %

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
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

[X] Otros, cuáles?: Cambios en las condiciones macroeconómicas y sectoriales

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS CRÍTICOS GESTIONADOS DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

1. Próposito. Inserción internacional de diseños y marcasExiste 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.
Nivel: Bajo **Responsable:** Coordinador del proyecto **Estado:** Vigente
Comentarios: El contexto macroeconómico esta mejorando en forma paultina y se recibe de las empresas mayor entusiasmo exportador. Otro elemento que comienza a jugar favorablemente es la baja de ventas y rentabilidad en el mercado interno.

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.
Nivel: Bajo **Responsable:** Coordinador del proyecto **Estado:** Vigente
Comentarios:

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
A pesar de los esfuerzos de la entidad ejecutora, la CIAI informó la imposibilidad de dar cumplimiento a uno de los hitos previstos, solicitando interrumpir la fase final de ejecución del proyecto. No obstante lo anterior, CIAI sigue considerando relevante la temática abordada por el proyecto, y ha fortalecido operativa y técnicamente a su equipo con el propósito de consolidar los servicios brindados en materia de capacitación y asistencia técnica y expandirlos a un número mayor de empresas.

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones implementadas relativas a la sostenibilidad:

Para la sostenibilidad de proyecto se definen los siguentes pasos:
- Redefinir las asistencias técnicas y capacitaciones, incorporando las necesidades actuales y que favorezcan el desarrollo del diseño propio y la inserción en el mercado local e internacional.
- Consolidar y posicionar la marca Moda Argentina en el mercado internacional, especialmente en la región.
- Continuar con la actualización del sitio web Moda Argentina 3.0 y lograr su auto sustentación.
- Asistir a las pymes y diseñadores para la obtención de financiamiento para mejorara su diseño y posicionamiento en el mercado local e internacional.
- Colaborar en la articulación de los artesanos de la Puna Jujeña con programas y autoridades de gobiernos nacionales, provinciales y municipales para sustentar la feria artesanal Masi Maky como un evento anual y referente de las artesanías jujeñas con especial importancia de las textiles.
- Continuar con la réplica del proyecto en el interior de país, seguir trabajando en la sede Mar del Plata y avanzar en capacitaciones en Rosario (Santa Fé).

Plan de Sostenibilidad	http://mif.iadb.org/file.aspx?DOCNUM=38064351

SECCIÓN 6: CONOCIMIENTO

Lessons learned	Relativa a	Autor
1. Los diferencias culturales y las limitaciones geográficas de los pueblos originarios - dificultad de transporte, dificultad de comunicación, etc. - a merita que el proyecto destinará fondos para traslado y viaticos e incorporar actividades tendientes a superar dichas limitaciones.	Implementation	Hernandez, Alicia Graciela
2. La inestabilidad de las condiciones macroeconómicas del país condicionaron la posibilidad de alcanzar los própositos del Programa.	Risk	Hernandez, Alicia Graciela
3. - La no apropiación de la marca moda argentina en empresas cuyo posicionamiento de marca forma parte del precio de su producto.	Design	Marcaccio, Adriana Leticia
4. - La imposibilidad de que las empresas demanden estándares de certificación en sectores de alta informalidad laboral.	Design	Marcaccio, Adriana Leticia

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

Dentro de los principales productos a compartir con otras entidades son las publicaciones "Hilando Saberes" y el libro "Certificación Moda Argentina".
El programa cuenta con su hoja de proyecto formulada.

Productos principales del proyecto

[May. 2012] Hi (Methodologies/training materials)
Autor: Agencia de Desarrollo Local de Abra Pampa y Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

[Dic. 2014] Hoja de Proyecto Moda Argentina: Inserción Internacional del Diseño y Marcas (Lessons learned/best practices)
Autor: CIAI

SECCIÓN 7: DOCUMENTOS

07/OCT./2008	Memorando de Donantes	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=1669568]
05/JUN./2012	Informe de Evaluación Intermedia	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=36899769]
16/DIC./2014	Informe de Evaluación Intermedia	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=39295469]
16/DIC./2014	Informe de Evaluación Final	[http://www.fomin.org/file.aspx?DOCNUM=39295451]
Ficha del proyecto		http://apps.fomin.org/public/psr/projectprofile.aspx?proj=AR-M1037&lg=SP