Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2011 - JUNIO 2011

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

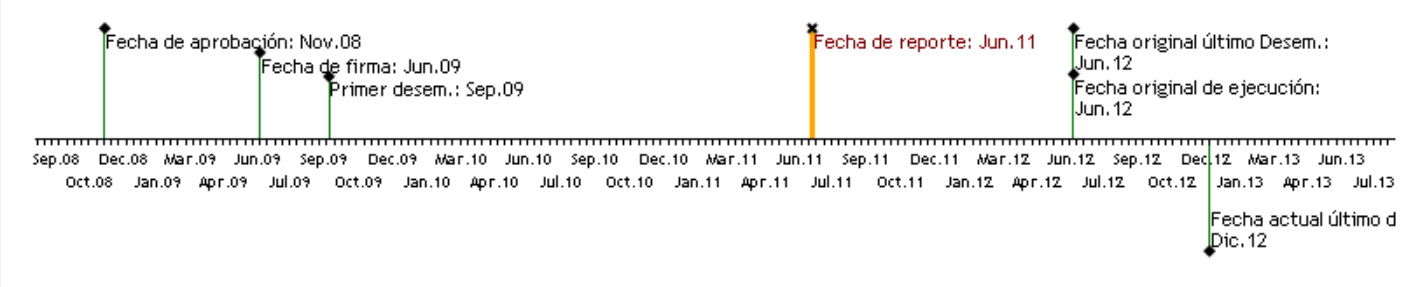
Propósito: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas.

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

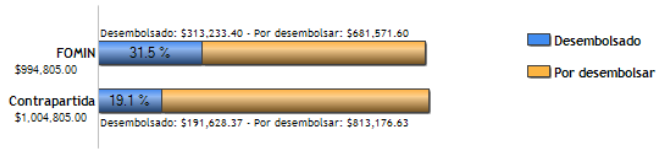
Agencia Ejecutora: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

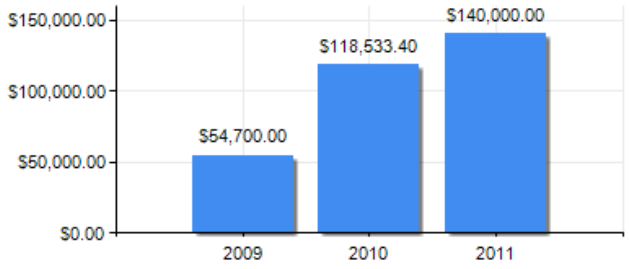
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castello, Hector Luis

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

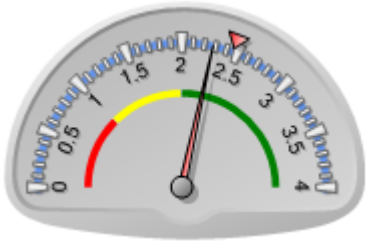


RECURSOS

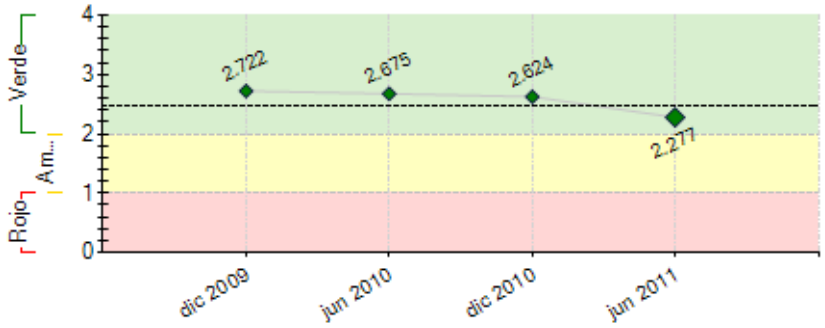




PUNTAJE DE DESEMPEÑO

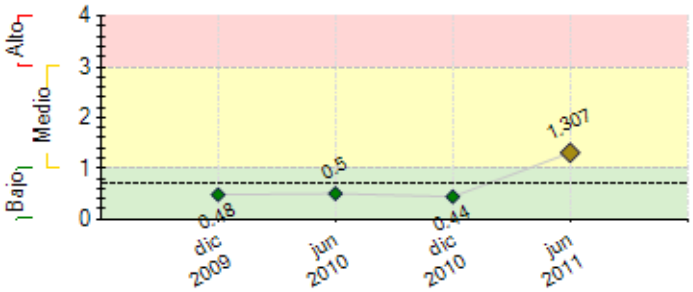


Puntaje actual: Satisfactorio: 2.277
Promedio FOMIN: 2.461



----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.703

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Componente 1. Se lograron alcanzar las metas pautadas en el marco lógico.
Componente 2 . Si bien hay atrasos en la ejecución de las asistencias técnicas, se logró asistir a 35 PYMES en áreas tan diversas como: planificación y organización de la producción, imagen de marca, diseño de gráfica, comercio exterior, franquicias, posicionar en nichos de mercado, etc.
Componente 3. Se finalizó la guía de procedimientos para el Standard de Certificación, se están seleccionando auditores para ser capacitados.
Componente 4. Se definieron 2 marcas corporativas:a) Plan estrategico moda Argentina, como paraguas del proyecto y b) Moda Argentina 3.0, aplicable a la Plataforma y a las acciones de internacionalización.
Lentamente se concretaron actividades pautadas. Los desembolsos no reflejan el avance del proyecto, debido a que las asistencias técnicas están en ejecución y los consultores sólo han cobrado parte de honorarios. El aporte local es adecuado.
El principal riesgo es la caída en la competitividad de las marcas, pese al valor agregado por los excelentes diseños y el sostenimiento de la idea concepto de negocio y no producto individual.
Las perpectivas de concretar el objetivo son medianamente optimistas debido a la paridad cambiaria y la inflación local.
Acciones

Participar en ferias internacionales
Armar agendas negocios en países limítrofes
Fortalecer marca moda argentina y etiqueta de certificación

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El proyecto tiene una ejecución satisfactoria, a pesar que algunas actividades presentan cierto retraso, debido a factores externos al Organismo Ejecutor, particularmente interés de la empresas. Se están realizando acciones para superar los problemas presentados.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Componente 1. Se realizaron talleres y seminarios en los que se capacitó a PYMES del sector en diseño propio y tendencias.Se lanzó on line la Plataforma de Investigación de Negocios y Consumo MODA ARGENTINA 3.0, en el marco de un seminario sobre mercados internacionales. www.ciaiindumentaria.com.ar
Componente 2. La contratación de una consultora especializada para interactuar con las PYMES en la resolución de las asistencias técnicas demandadas, implicó que se incoporaran a dicha actividad 25 nuevas empresas en el semestre: Aportaron el 50% de los honorarios pautados a la cuenta de servicios.De las 35 asistencias técnicas en proceso , 10 están dirigidas a crear nuevos negocios en mercados externos,14 sobre imagen y posicionamiento de diseño y marca, 4 sogre gestión de diseño y 7 sobre desarrollo de franquicias nacionales e internacionales.
Componente 3: Se terminó la elaboración de la guía de procedimientos para lograr el standard de Certificación.Se está organizando la capacitación de auditores y se realizó una prueba piloto con 9 empresas participantes.
Componente 4 Se delineó una estrategia para insertar la marca moda Argentina/ Buenos Aires en el mercado internacional. Se encargó un estudio de mercado para posicionar las marcas y el diseño en el mercado de Porto Alegre y San Pablo, Brasil. En el mes de setiembre de 2011 está previsto participar con empresas locales en el Salón Internacional de la Moda de Madrid, España.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
So cumplió con las actividades previstas en el Plan Operativo Semestral.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Propósito: 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	0 Dic 2010	
	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 volumen, ratio precio importación/exportación).	0 Jun 2009	6 Oct 2011			20 Jun 2012	0 Dic 2010	
	P.I6	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	Finalizado
	C1.I2	Diseñadores sensibilizados respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				100 Jun 2010	149 Jul 2010	Finalizado
	C1.I3	Nuevos emprendedores del sector sensibilizados respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				200 Jun 2010	226 Nov 2010	Finalizado
	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	Finalizado
	C1.I6	PyMEs (marcas) sensibilizadas respecto a las oportunidades de internacionalizarse.	0				400 Jun 2010	401 Jun 2010	Finalizado
	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.	**C2.I1**	PyMEs que inician el proceso de incorporación de diseño propio a su producción.	0				100 Dic 2010	100 Jun 2011	Finalizado
	C2.I2	PyMEs y/o diseñadores que inician el proceso de generación	0				100	0	En curso

Peso: 66% **Clasificación:** Satisfactorio		de marcas propias.					Oct 2011	Dic 2010	
	C2.I3	PyMEs y/o diseñadores que se encuentran en proceso de exportación.	0				50	0	En curso
							Feb 2012	Dic 2010	
	C2.I4	Sistema de gestión de la producción estandarizado y en funcionamiento.	0				100	0	En curso
							Oct 2011	Dic 2010	
	C2.I5	Porcentaje de los grupos capacitados que incorpora las normas en las distintas fases productivas.	0				80	0	En curso
							Feb 2012	Dic 2010	
	C2.I6	PyMEs y/o diseñadores que implementan mejores prácticas de gestión.	0				100	0	Atrasado
							Abr 2011	Dic 2010	
	C2.I7	PyMEs y/o diseñadores que logran iniciar un proceso de internacionalización.	0				75	0	En curso
							Oct 2011	Dic 2010	
Componente 3: Certificación de Origen de Producto. **Peso:** 4% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	PyMEs certificadas.	2				20	0	En curso
							Feb 2012	Dic 2010	
	C3.I2	PyMEs en proceso de certificación.	0				100	0	En curso
							Feb 2012	Dic 2010	
	C3.I3	Auditores acreditados.	0				10	0	Atrasado
							Jun 2011	Dic 2010	
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	En curso
							Jun 2012	Dic 2010	
	C4.I3	Mercados que venden productos con la "Marca Argentina".	0				20	0	En curso
							Abr 2012	Dic 2010	
	C4.I4	La percepción de la imagen "Marca Argentina" es positiva.	0				1	0	En curso
							Feb 2012	Dic 2010	
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	0	En curso
							Feb 2012	Dic 2010	
	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	En curso
							Dic 2011	Dic 2010	
	C6.I3	Eventos de difusión realizados.	0				2	0	En curso
							Abr 2012	Dic 2010	

Hitos		Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	Condiciones previas	6	Dic 2009	6	Sep 2009	Logrado
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
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	0	Jun 2011	Logrado
H8	[*] PyMEs que iniciaron el proceso de incorporación de diseño propio.	50	Jun 2011	0	Jun 2011	Logrado
H9	[*] PyMEs que reciben asistencia técnica, de acuerdo a sus necesidades.	30	Dic 2011			
H10	[*] Artesanos que participan en el Subprograma de Diseño Artesanal.	20	Dic 2011			
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			
H12	PyMEs que iniciaron el proceso de generación de marca y de internacionalización.	50	Dic 2011			
H13	Auditores acreditados.	10	Dic 2011			
H14	Estrategia comercial realizada y en funcionamiento.	1	Dic 2011			
H15	PyMEs y/o diseñadores que comenzaron el proceso de exportación.	25	Jun 2012			
H16	PyMEs en proceso de certificación.	50	Jun 2012			

[*] 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.	Alto	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.	Coordinador del Proyecto-CIAI
2. Restriciones para el ingreso de textiles en mercados externos como consecuencia de la crisis internacional	Medio	Potenciar acciones en mercados viculados a Argentina por acuerdos de integración o comerciales.	Coordinador del Proyecto

3. No existe voluntad de unirse bajo una única marca identificatoria de origen.	Bajo	Se están realizando reuniones con empresas en el marco del Standard de Certificación para fortalecer la idea de que una marca única permitiría potenciar negocios en el exterior.	CIAI

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Medio **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 5 **RIESGOS VIGENTES:** 3 **RIESGOS NO VIGENTES:** 1 **RIESGOS MITIGADOS:** 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:

La puesta en marcha de una Plataforma de Investigación de Negocios y Consumo , denominada Moda Argentina 3.0 abre la posibilidad de que se pueda generar un tráfico importante de negocios que impacte favorablemente en la internacionalización de los diseñadores y marcas locales. Esta previsto el autofinanciamiento a traves de un Directorio de empresas y de sponsors que se consolidarán en función del tráfico logrado.
No se descartan en un futuro actividades B2B o la generación de consultorias y capacitaciones online.
En paralelo, se definió una guía de procedimientos para la creación de un standard de certificación que pretende constituirse en una herramienta, que ayude a las PYMES exportadoras a superar obstáculos de ingreso en mercados exigentes de Europa y América. La emisión de la etiqueta como la consultoría especializada constituirían una fuente de finaciamiento para la CIAI, que permitiría utilizar recursos humanos integrantes del Proyecto.
En relación a las actividades de los artesanos de la Puna jujeña , se ha tomado contacto con el Programa Norte Grande del Ministerio de Economía, para asegurar continuidad en el Subprograma de Capacitación sobre Diseño Artesanal.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. En los proyectos que se determine como población objetivo artesanos de la zona de la Puna Argentina o de otras regiones con extensiones similares y grandes distancias entre pobladores es necesario prever la fuerte incidencia de los traslados y comunicaciones en los honorarios de las consultorías. Se estima que los mismos incrementan entre un 40% y 50% los costos de las mismas.	Design	Hernandez, Alicia Graciela