Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2011 - DICIEMBRE 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

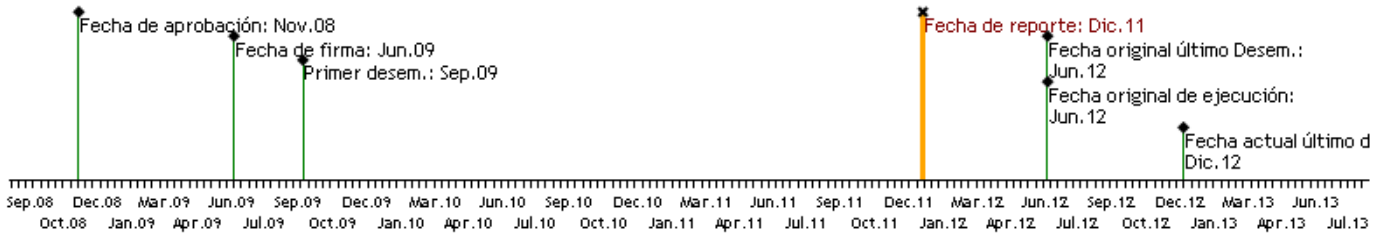
Propósito: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas.

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

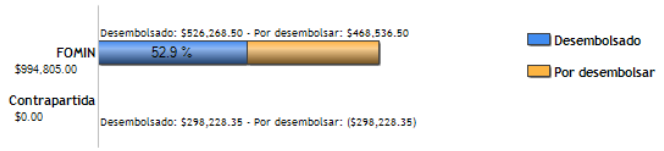
Agencia Ejecutora: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

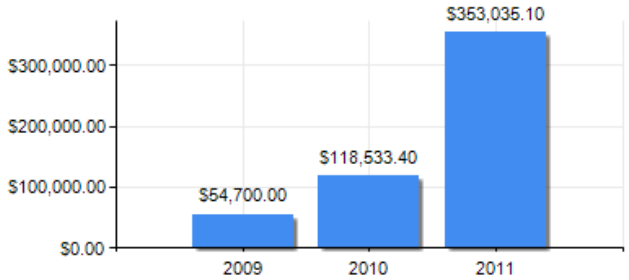
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castello, Hector Luis

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

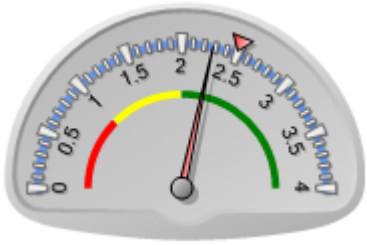


RECURSOS

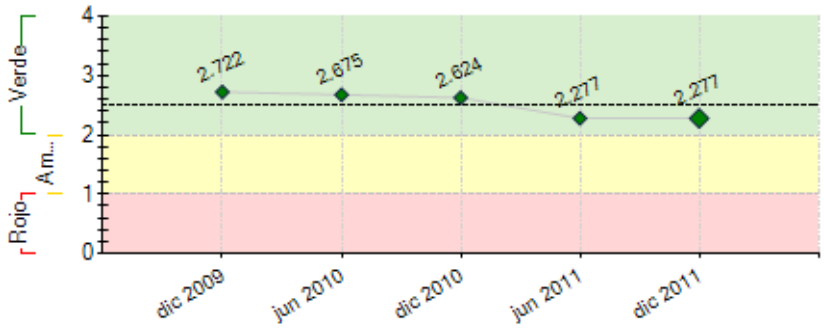




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.277
Promedio FOMIN: 2.494

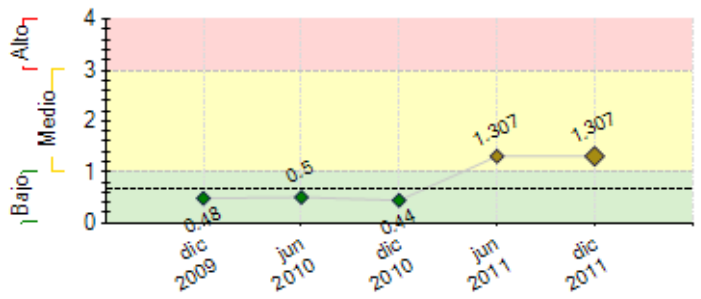


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.675

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Componente 1: Se alcanzaron las metas del marco lógico
Componente 2: Si bien hay atrasos en las asistencias técnicas se lograron asistir 50 empresas en áreas muy diversas, tales como comercio exterior, Planificación y organización d ela producción, imagen de marca, franquicias, diseño de colecciones, etc.
Componente 3 : se finalizó el standard de certificación y se realizó un taller de capacitación de auditores.
Componente 4: Se definieron dos marcas corporativas, tales como Plan Estratégico Moda Argentina, como paraguas del proyecto y b) Moda Argentina 3.0 aplicable a la Plataforma de Investigación de Negocios y Consumo. Se desarrolló un plan para crear la Marca Moda Argentina como estrategia comercial de penetración en el exterior.
Lentamente, se van concretando las acciones pautadas, aunque existen algunas dificultades para avanzar en los diagnósticos de certificación de las empresas.
Los deseembolsos reflejan las actividades del proyecto y se están realizando acciones con aporte local, a efectos de mantener el "pari pasu".
Se espera seguir avanzando en las actividades pautadas en el marco lógico, aunque sería necesario realizar una evaluación de lo actuado para redefinir acciones.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
La ejecución del proyecto es satisfactoria. Ciertas actividades llevan más tiempo que lo planificado. Por tal motivo se está evaluanco el otorgamiento de una prórroga, para poder dar cumplimiento a los objetivos del proyecto.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Componente 1: Seminario realizado sobre "Como posicionar marca y diseño en el mercado internacional", con entrega de certificados a empresas benenficiarias que finalizaron la asistencias técnicas. Armado de dos encuestas: uno para impacto en empresas beneficiarias y otro en el marco del Seminario mencionado, para detectar nuevas demandas de capacitación.
Componente 2 : Incoporación de 20 nuevas asistencias técnicas en comercio exterior, franquicias, planificación de la producción diseño e Imagen. Elaboración de un sistema de gestión de la producción para talleres o pequeñas empresas.
Componente 3 Taller de capacitación para auditores para avanzar en el standard de Certificación, a cargo de los consultores del INTI TEXTILES.
Componnete 4:Se armó un stand compartido con PYMEs de latinoamerica en el salón internacional de la Moda de Madrid, España en la primera semna de setiembre . Dicha actividad fue financiada conjuntamente con el Programa al Invest IV Cooperación UIA-UE). De la misma , participaron 3 empresas argentinas de indumentaria que fabrican: ropa de polo, corseteria y ropa femenina.
En sintesis, se logró un desempeño aceptable, aunque hubo retrasos de ejecución como consecuencia de la situación de crisis en los mercados internacionales y la no visualización de las empresas participantes de los nichos de negocios en el mercado regional.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El programa mostró un buen grado de cumplimiento del 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	9 Dic 2011	
	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.	**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

Peso: 17% **Clasificación:** Satisfactorio	**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. **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	Finalizado
	C2.I2	PyMEs y/o diseñadores que inician el proceso de generación de marcas propias.	0				100 Oct 2011	0 Dic 2010	Atrasado
	C2.I3	PyMEs y/o diseñadores que se encuentran en proceso de exportación.	0				50 Feb 2012	0 Dic 2010	En curso
	C2.I4	Sistema de gestión de la producción estandarizado y en funcionamiento.	0				100 Oct 2011	100 Dic 2011	Finalizado
	C2.I5	Porcentaje de los grupos capacitados que incorpora las normas en las distintas fases productivas.	0				80 Feb 2012	0 Dic 2010	En curso
	C2.I6	PyMEs y/o diseñadores que implementan mejores prácticas de gestión.	0				100 Abr 2011	20 Jul 2011	Atrasado
	C2.I7	PyMEs y/o diseñadores que logran iniciar un proceso de internacionalización.	0				75 Oct 2011	0 Dic 2010	Atrasado
Componente 3: Certificación de Origen de Producto. **Peso:** 4% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	PyMEs certificadas.	2				20 Feb 2012	0 Dic 2010	En curso
	C3.I2	PyMEs en proceso de certificación.	0				100 Feb 2012	0 Dic 2010	En curso
	C3.I3	Auditores acreditados.	0				10 Jun 2011	10 Sep 2011	Finalizado
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	En curso
	C4.I3	Mercados que venden productos con la "Marca Argentina".	0				20 Abr 2012	0 Dic 2010	En curso
	C4.I4	La percepción de la imagen "Marca Argentina" es positiva.	0				1 Feb 2012	0 Dic 2010	En curso
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	0 Dic 2010	En curso
	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	Atrasado
	C6.I3	Eventos de difusión realizados.	0				2 Abr 2012	0 Dic 2010	En curso

	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	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.	50	Jun 2012			
H13	[*] Auditores acreditados.	10	Jun 2012			
H14	[*] Estrategia comercial realizada y en funcionamiento.	1	Jun 2012			
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	Alto	Internacionalizar el producto a traves de locales propios o vinculados por franquicias. El concepto de marca sostiene el negocio sobretodo	Coordinador del Proyecto-CIAI

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.		en los países de la región y en especial en los países limítrofes.	
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:

Está previsto avanzar en la sostenibilidad del proyecto en el curso del próximo semestre. Se definen como ciudades tentativas Rosario, Mar del Plata, Arrecifes Prov. de Bs. As.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

[No se han agregado lecciones aprendidas todavia.]