Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2012 - JUNIO 2012

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

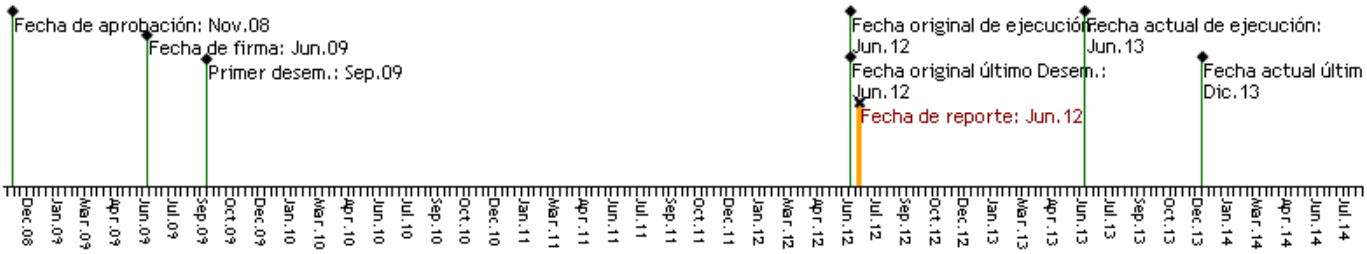
Propósito: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas.

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

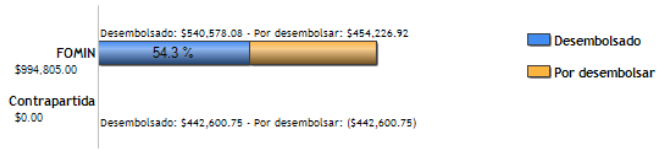
Agencia Ejecutora: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

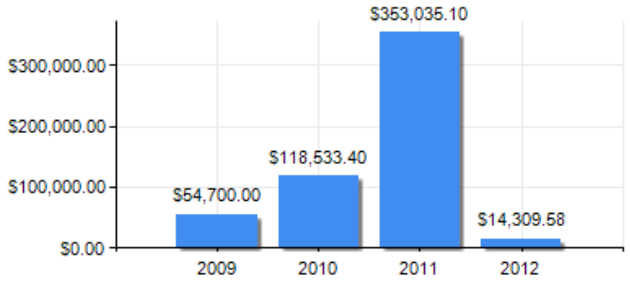
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castello, Hector Luis

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

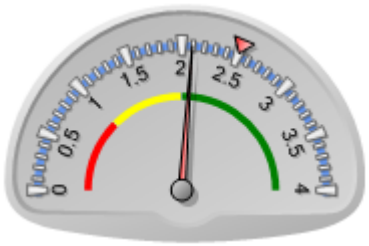


RECURSOS

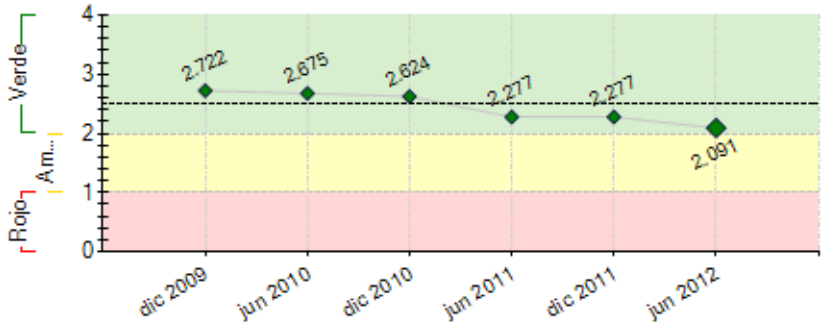




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 2.091
Promedio FOMIN: 2.505

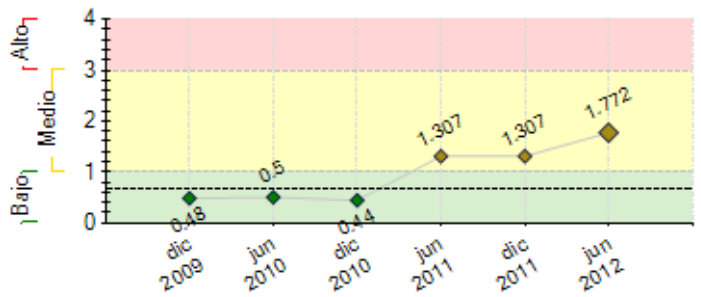


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.652

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

El proyecto logró sensibilizar un número importante de empresas de indumentaria y posicionar a la entidad ejecutora como una activa referente del sector en temas de capacitación en diseño, marcas e internacionalización. En relación a los indicadores de propósito y de los componentes el proyecto se ha avnzado lentamente en el logro de los mismos, lo que requirió una solicitud de prórroga de tiempos de ejecución, que fue oportunamente aprobada por el BID/FOMIN. Las dificultades o rechazos están asociadas situaciones generadas desde las variables macroeconómicas que impactan negativamente en la relación costo local/ precio internacional y a la crisis de los mercados europeos que liquidan stocks de productos y compiten a precios muy bajos en el mercado de compradores de la región. En este contexto , no es posible pensar en acciones de mitigación de los mismos, no obstante se ha trabajado en el desarrollo de franquicias, que parece ser una forma posible de exportación, dado que juega como atractivo la fidelización de los consumidores a determinada marca.Esto lleva a que pocas empresas están en condiciones de sostener una politica de posicionamiento agresivo de marca en el exterior.
En sintesis, la UE enfatizará concretar las siguientes acciones:
- Actualización de la Plataforma Moda Argentina 3.0
- Asistencia técnica y capacitación a PYMES y diseñadores
- Certificación de toxicidad de las prendas
- Definición y difusión de la marca país
- Sostenibilidad del proyecto

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Se ha otorgado una prórroga de un año con el fin que se puedan cumplir los objetivos del proyecto.
Existe un buen grado de ejecución de los distintos componentes, con excepción del vinculado a la aprobación, por parte del organismo ejecutor, de la guía y estándar de acreditación, como así también de la posterior certificación por parte de las empresas.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Componente 1: Se sensibilizaron 40 nuevos diseñadores y emprendedores, a través de la Plataforma Moda Argentina 3.0, la que se actualizó semanalmente con información generada por el Proyecto y la CIAI. **Componente 2:** Se incorporaron 9 empresas a asistencias técnicas, pese a las dificultades que generó la crisis internacional en la rentabilidad de las empresas participantes, lo que impactó en el 50% de aporte de ellas al Programa. Se capacitaron 40 PYMES en cursos de diseño, marketing y comercio exterior. **Componente 3: L**as actividades de este componente se encuentran momentáneamente suspendidas, como consecuencia de no estar aún en funcionamiento el equipo para analisis de toxicidad de las prendas en INTI Textiles, que es el atributo principal a certificar. **Componente 4:** Se avanzó en el desarrollo de la marca país de la moda argentina, se realizaron encuestas locales e internacionales para definir atributos e iniciar la iinserción internacional y se promovieron acciones para generar negocios en el exterior. **PUNA:** Se amplió el Subprograma de Diseño Artesanal con dos talleres adicionales de tejido Plano y se editó un librito con contenido de los talleres de la FASE 1. Se está concretando acciones preliminares para la Feria Masi Maky 2012, en Maimará.
En el mes de mayo se finalizó la Evaluación Intermedia del Programa.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El plan operativo semestral tuvo un grado de cumplimiento importante y se han reprogramado aquellas actividades que resta finalizar.

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. **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. **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	25 Jun 2012	Atrasado
	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	Atrasado
	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	25 Jun 2012	Atrasado
Componente 3: Certificación de Origen de Producto. **Peso:** 4% **Clasificación:** Satisfactorio	**C3.I1**	PyMEs certificadas.	2				20 Feb 2012	0 Dic 2010	Atrasado
	C3.I2	PyMEs en proceso de certificación.	0				100 Feb 2012	0 Dic 2010	Atrasado
	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	Atrasado
	C4.I3	Mercados que venden productos con la "Marca Argentina".	0				20 Abr 2012	0 Dic 2010	Atrasado
	C4.I4	La percepción de la imagen "Marca Argentina" es positiva.	0				1 Feb 2012	0 Dic 2010	Atrasado
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	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	Atrasado
	C6.I3	Eventos de difusión realizados.	0				2 Abr 2012	0 Dic 2010	Atrasado

	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
H13	[*] PyMEs que iniciaron el proceso de generación de marca y de internacionalización.	25	Jun 2012	25	Jun 2012	Logrado
H12	[*] Estrategia comercial basada en marca moda argentina en elaboración.	1	Jun 2012	1	Jun 2012	Logrado
H14	[*] Auditores acreditados.	10	Dic 2012			
H17	Estrategia comercial basada en marca moda argentina realizada y en difusión.	1	Dic 2012			
H15	[*] PyMEs y/o diseñadores que comenzaron el proceso de exportación.	25	Jun 2013			
H16	[*] PyMEs en proceso de certificación.	50	Jun 2013			
H18	PyMEs que iniciaron el proceso de generación de marca y de internacionalización.	50	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. 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.	Alto	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
2. 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
3. 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
4. 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:** 6 **RIESGOS VIGENTES:** 4 **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 sostenibilidad del proyecto se verificará en tres órdenes , a saber: a) sostenibilidad institucional, lo que se está logrando con el fortalecimiento del accionar de CIAI, b)la sostenibilidad de los recursos humanos tanto de la UE como de los consultores del programa, que CIAI ha definido como prioritaria para su accionar futuro y c) la sostenibilidad económica que se espera lograr a través de sponsoreos de la plataforma Moda Argentina 3.0, de la concreción de la certificación de toxicidad de la prendas y de la difusión de la marca país en el exterior.

En relación a la difusión en otras sedes se espera realizar estas acciones en el curso del próximo año, atraves del acuerdo con la Federación Argentina de Industrias de Indumentaria y Afines.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

[No se han agregado lecciones aprendidas todavia.]