Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2012 - DICIEMBRE 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

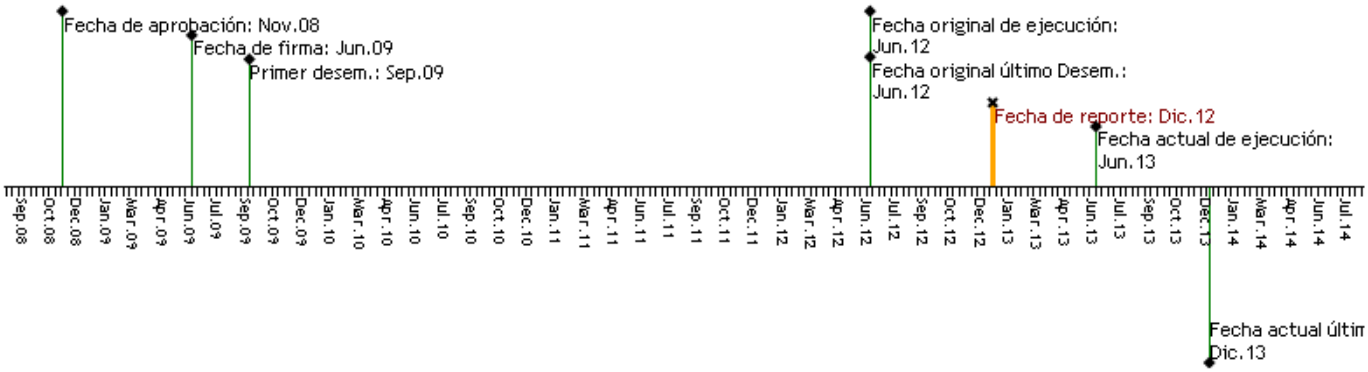
Propósito: Lograr la inserción internacional de diseños y marcas.

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

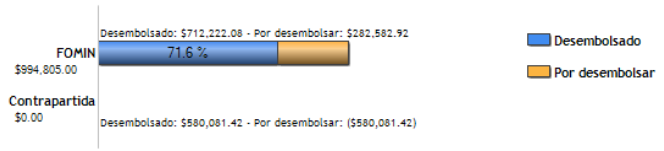
Agencia Ejecutora: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

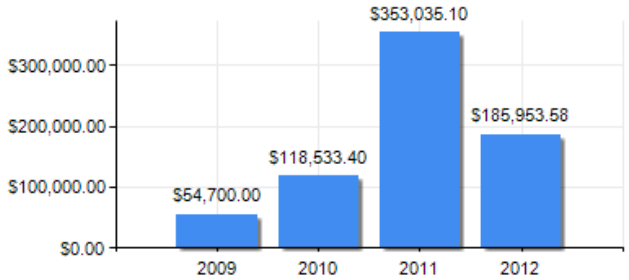
Líder equipo de diseño: Soler, Santiago
Líder equipo de supervisión: Castello, Hector Luis

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

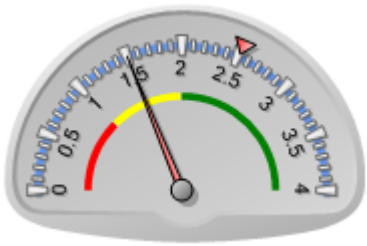


RECURSOS

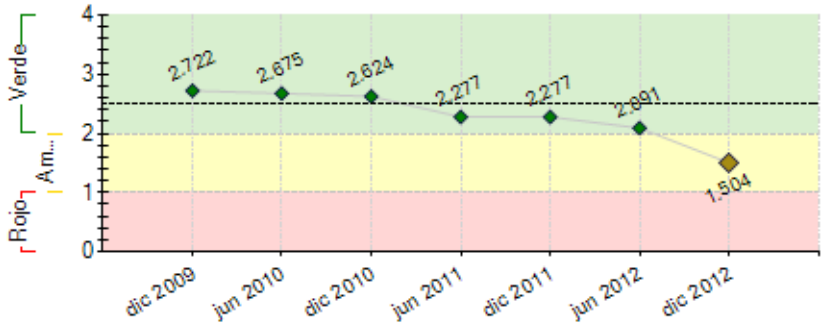




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Insatisfactorio: 1.504
Promedio FOMIN: 2.518

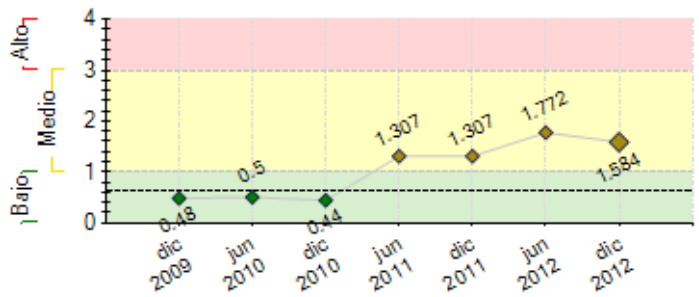


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.641

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

La ejecución del proyecto logró un fortalecimiento institucional de la entidad ejecutora como generadora de nuevos negocios ligados a la indumentaria y la moda. El proceso de sensibilización permanente ha permitido incorporar nuevos beneficiarios a las capacitaciones y actividades planificadas. La Plataforma Moda Argentina 3.0 se ha constituído en una poderosa herramienta para mejorar el conocimiento, capacitación e innovación en las PYMES. Su articulación con las redes sociales lleva a que aproximadamente 150.000 visitas distintas han ingresado durante el año 2012 en los horarios diurnos, localizándose principalmente en Argentina y USA, luego Alemania, México, España, Perú, Chile, etc. En Facebook y twitter contamos con 3.582 y 1609 seguidores respectivamente, con un promedio diario de 900. En relación a la marca Moda Argentina, se presentó un isologo con imágenes gráficas y un vídeo ante una concurrencia de 150 representantes de distintas actividades del sector. Finalmente, se está diseñando un plan de sostenibilidad para replicar actividades de capacitación, presenciales u online, la actualización de Moda Argentina 3.0, la difusión de la marca Moda Argentina y el lanzamiento de la etiqueta de Certificación. En síntesis, hay una alta fidelización de empresas y diseñadores con CIAI, pero las condiciones macro-económicas han jugado negativamente para facilitar nuevas exportaciones en este proceso de internacionalización de las marcas y el diseño argentino.

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 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.
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 continuo sensibilizando actores en Moda Argentina 3.0, con actualizacíones diarias de innovaciones tecnológicas, tendencias internacionales de negocio, eventos y reportajes tanto locales como internacionales, videos de capacitación en comercio exterior. **Componente 2:** Se capacitó a aprox. 100 diseñadores o emprendedores en: posicionamiento de marcas, organización y planificación de la producción, etc y se concretron dos asistencias técnicas llegando a 63 empresas asistidas **Componente 3:** Se seleccionó una firma consultora para supervisar las consultorías y auditorías en las empresas y se decidió que CIAI es el organismo de certificación. Se prevee que en abril 2013 estarán certificados los auditores. **Componente 4:** Se definieron los atributos y la imagen de la marca Moda Argentina, lo que permitió lanzar un isologo y un vídeo en el evento del mes de noviembre, al que concurrieron 150 personas ligadas a la moda. El plan de comunicación se articuló desde Moda Argentina 3.0 y redes sociales. Las acciones para generar negocios en el exterior se restringieron a la venta de franquicias o a las empresas que se instalaron en locales propios en el mercado regional. **Componente 5:** Se decidió iniciar actividades en dos nuevos polos (Mar del Plata y Rosario). Se realizaron 2 talleres de sostenibilidad y se está diagramando el Plan de Sostenibilidad. **Puna**: Este subprograma está actualmente suspendido, la Agencia de Abra Pampa plantea otra dinámica para las capacitaciones

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	5			10	0	

			Jun 2009	Oct 2011			Jun 2012	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	100 Dic 2012	Finalizado
	C2.I3	PyMEs y/o diseñadores que se encuentran en proceso de exportación.	0				50 Feb 2012	46 Dic 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	En curso
	C2.I6	PyMEs y/o diseñadores que implementan mejores prácticas de gestión.	0				100 Abr 2011	101 Dic 2012	Finalizado
	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:** 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	1 Nov 2012	Finalizado
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	En curso
	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	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	1	Dic 2012	No Logrado
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	Jun 2013	0	Dic 2012	
H17	[*] PyMEs en proceso de certificación.	50	Jun 2013	0	Dic 2012	
H18	PyMEs que iniciaron el proceso de generación de marca y de internacionalización.	50	Jun 2013	0	Dic 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. 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.	Project Coordinator
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.	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.	Project Guest

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Medio **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:

Se realizaron dos talleres de sostenibilidad en la entidad ejecutora, en el curso del mes de noviembre de 2012 , uno a nivel técnico y otro a nivel institucional. De los mismos se concluyó que:
- existe apoyo institucional para continuar con las actividades del proyecto.
- está previsto incorporar parte de los recursos humanos a la estrucutra estable de la CIAI.
- es necesario armar un plan de sostenibilidad para lograr recursos financieros que acompañen el aporte de la entidad.
El plan de sotenibilidad debería tomar como ejes los siguientes actividades.
- el fortalecimiento de la plataforma Moda Argentina 3.0 y su comercialización a traves de sponsors y aportes de las empresas no socias que quieran estar en el Directorio.
- Otorgamiento de la Certificación MODA ARGENTINA tomando los atributos de gestión de calidad y diseño.La cIAI sería el organismo de certificación.
-Plan de comunicación de la marca paraguas Moda Argentina , como agregadora de valor para la inserción internacional.
- Interacción con organismos públicos y fuentes de financiamiento para continuar con asistencias en franquicias e internacionalización de las marcas y diseño como concepto de negocio.
-Capacitaciones en los polos de difusión selecionados (Mar del Plata. Prov. Bs As. y Rosario, Prov. de Santa Fe

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

[No se han agregado lecciones aprendidas todavia.]