Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2018 - JUNIO 2018

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Escalamiento del Modelo de distribucion 'Shatki' en El Salvador y Guatemala

Nro. Proyecto: GU-T1261 - Proyecto No.: ATN/JO-15547-GU

Propósito: Consolidar y escalar un modelo de distribución inclusiva en Guatemala

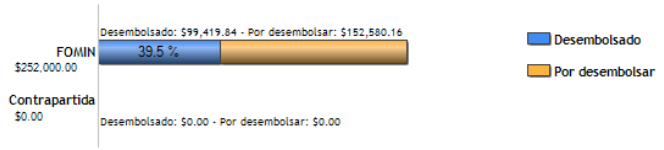
País Administrador	País Beneficiario
GUATEMALA	GUATEMALA

Agencia Ejecutora: FEDERACION NAC.COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO Y SERVICIOS VARIOS GUATEMALA RL

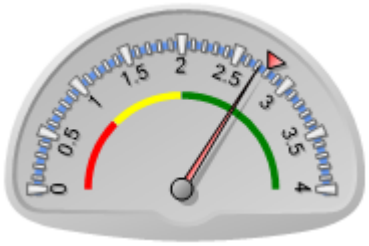
Líder equipo de diseño: FERMIN VIVANCO
Líder equipo de supervisión: FERMIN VIVANCO

CICLO DEL PROYECTO

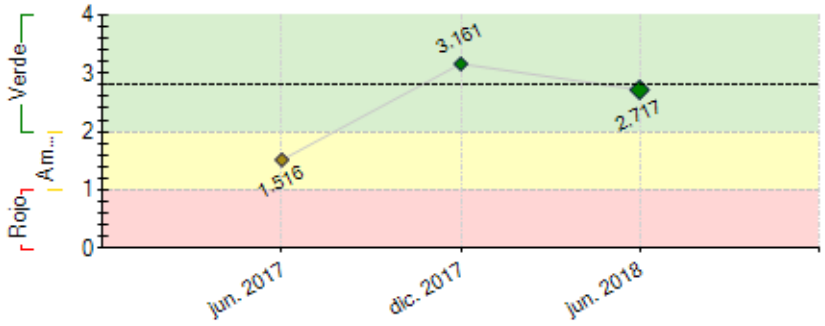
RECURSOS



PUNTAJE DE DESEMPEÑO

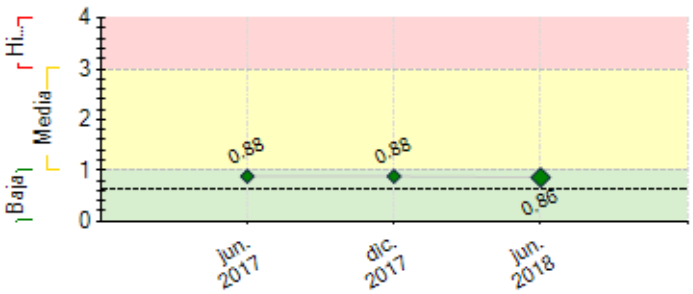


Puntaje actual: Satisfactorio: 2.717
Promedio FOMIN: 2.795



----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.643

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	Baja
Adquisiciones:	Media
Capacidad Técnica:	Media

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Se tiene el modelo de distribución validado, el cual incluye la estrategia de negocios, el producto de crédito revolvente con seguro, y la estrategia de incentivos y premios, que permitirá escalar el modelo a partir de Agosto. Al cierre del semestre se tienen 120 microdistribuidoras incorporadas, de las cuales 47 tienen acceso a crédito autorizado, una cartera de Q. 12,688.51, y alrededor de 222 personas de las comunidades acceden a productos de la red de distribución. Continúa el retraso en relación a los resultados esperados y cronograma de trabajo del Proyecto, sin embargo Unilever comprometió la incorporación del personal de campo para finales de Julio y concretar el cambio del Distribuidor Regional para Agosto, con lo que se espera tener mayor dinamismo en las operaciones que permitan recuperar el tiempo y alcanzar el logro del propósito, objetivos e indicadores establecidos. Durante el próximo semestre se desarrollarán las consultorías que permitan facilitar las capacitaciones a las microdistribuidoras en desarrollo de negocios, entorno familiar con enfoque de género y liderazgo, finalizar el interfaz para el enlace de las operaciones en línea entre el Distribuidor Regional y las Cooperativas, y escalar el modelo de distribución a por lo menos dos departamentos más atendidos por Cooperativas de MICOOPE.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Se concluyó la fase piloto en Mayo, validando el modelo de distribución y las herramientas para su implementación, quedando pendiente únicamente finalizar el interfaz informático para enlazar las operaciones entre Unilever y las Cooperativas, así como los procesos de capacitación a las microdistribuidoras. Se acordó con Unilever que Junio y Julio serán meses de transición, donde se finalizará gradualmente la atención intensiva a la Cooperativa Chiquimuljá (concluyendo la implementación del modelo en la Agencia Ipala y formalizando la entrega de las operaciones y cartera generada a los funcionarios que designe la Cooperativa), se presentará el modelo validado a otras cooperativas de dos departamentos del País y se iniciará el escalamiento en Agosto. Unilever informó que tendrá al personal de campo (Supervisor y Promotor de Ventas) a mediados de Julio, lo que permitirá desarrollar más actividades de promoción, socialización e incorporación de microdistribuidora. Igualmente, Unilever estima que en Agosto se concrete el cambio de Distribuidor Regional, lo que apoyará a mejorar la atención y eficiencia de pedidos y entregas que realizan las microdistribuidoras.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora. se tiene un retraso significativo por lo que el Organismo Ejecutor debera de Agilizar la ejecución para poder cumplir con mas metas pactadas.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
Fin: Contribuir al empoderamiento económico y social de principalmente mujeres, en zonas rurales y peri-urbanas de Guatemala	I.1	Numero de unidades de microdistribucion en operación un año despues de finalizado el Proyecto (CRF 330201)	0	400			800	0	
			Oct. 2016	Oct. 2018			Oct. 2019		
	I.2	Numero de microdistribuidoras con un crecimiento annual promedio de ventas mayor o igual al 10% (CRF 330101)	0	80	380		560	0	
			Oct. 2016	Oct. 2017	Oct. 2018		Oct. 2019		
	I.3	Número acumulado de microdistribuidoras de segundo nivel manejando su propia fuerza de ventas	0	8	24		36	25	
			Oct. 2016	Oct. 2017	Oct. 2018		Oct. 2019	Jun. 2018	
Propósito: Consolidar y escalar un modelo de distribución inclusiva en Guatemala	R.1	Numero de microdistribuidores incorporados a la red Shakti (CRF 230300)	0	100	500		1000	120	
			Oct. 2016	Oct. 2017	Oct. 2018		Oct. 2019	Jun. 2018	
	R.2	Numero de microdistribuidores que acceden a un producto del sistema financiero	0	70	400		700	47	
			Oct. 2016	Oct. 2017	Oct. 2018		Oct. 2019	Jun. 2018	
	R.3	Numero de personas de la comunidad que acceden a nuevos productos de la red de distribucion 'Shakti'	0	1000	5000		10000	222	
			Oct. 2016	Oct. 2017	Oct. 2018		Oct. 2019	Jun. 2018	
	R.4	Numero de Departamentos cubiertos por el programa	0	1	2		3	1	
			Oct. 2016	Oct. 2017	Oct. 2018		Oct. 2019	Oct. 2017	
Componente 1: Ajuste y consolidación del modelo de distribución **Peso:** 30% **Clasificación:** Satisfactorio	**C1.I1**	Estrategia de mercado definida y validada por zona de intervención.	0				1	1	Finalizado
			Oct. 2016				Abr. 2018	Mar. 2018	
	C1.I2	Número de productos de credito validados y ofrecidos a las microdistribuidoras	0	1			3	1	Finalizado
			Oct. 2016	Abr. 2018			Oct. 2018	Ago. 2017	
	C1.I3	Estrategia de motivación e incentivos para microdistribuidoras y distribuidores en diferentes niveles definida	0				1	1	Finalizado
			Oct. 2016				Abr. 2018	Mar. 2018	
	C1.I4	Diseño de metricas y aplicación de Línea de Base	0				1	1	Finalizado
			Oct. 2016				Abr. 2018	Mar. 2018	
	C1.I5	Modelo de distribucion preparado para el escalamiento	0				1	1	Finalizado
			Oct. 2016				Abr. 2018	Mar. 2018	
Componente 2: Implementación y escalamiento del modelo de distribución inclusiva **Peso:** 50% **Clasificación:** Insatisfactorio	**C2.I1**	Numero de microdistribuidoras capacitadas en desarrollo de negocios	0	100	500		1000		Atrasado
			Oct. 2016	Abr. 2018	Oct. 2018		Oct. 2019		
	C2.I2	Numero de microdistribuidoras que acceden a productos de credito	0	60	300		600	47	Atrasado
			Oct. 2016	Abr. 2018	Oct. 2018		Oct. 2019	Jun. 2018	
	C2.I3	Numero de veces que rota el inventario de un microdistribuidor en un periodo definido.	0	1			2	1	En curso
			Oct. 2016	Abr. 2018			Oct. 2019	Jun. 2018	
	C2.I4	Interfase en operación para la consulta de usuarios, acceso y consulta a información entre distribuidores, promotores, técnicos comunitarios, etc. disenhada y en funcionamiento	0				1		
			Oct. 2016				Oct. 2018		
Componente 3: Fortalecimiento y empoderamiento de mujeres, comunidad y actores locales **Peso:** 12%	**C3.I1**	Numero de alianzas generadas con instituciones locales/externas	0	1	2		3		Atrasado
			Oct. 2016	Abr. 2018	Oct. 2018		Oct. 2019		
	C3.I2	Numero de microdistribuidoras capacitadas en liderazgo y dinámica familiar	0	200	650		1200		Atrasado
			Oct. 2016	Abr. 2018	Oct. 2018		Oct. 2019		
	C3.I3	Número de asociaciones de microdistribuidoras creadas	0	2			3		

Clasificación: Insatisfactorio			Oct. 2016	Oct. 2018			Oct. 2019		
Componente 4: Estrategia de conocimiento y comunicaciones **Peso:** 8% **Clasificación:** Satisfactorio	**C4.I1**	Estudio de caso sistematizando la experiencia	0				1		
							Sep. 2019		
	C4.I2	Evento de diseminación de aprendizajes	0				1		
							Sep. 2019		
	C4.I3	Intercambio de experiencias entre unidades ejecutoras de la región	0	1	1		3		
				Sep. 2018	Sep. 2018		Sep. 2019		
	C4.I4	Participacion en Eventos	0	1	2		3		Atrasado
				Abr. 2018	Oct. 2018		Sep. 2019		

Hitos		**Planificado**	**Fecha Vencimiento**	**Logrado**	**Fecha en que se logró**	**Estado**
H1	Conditions Prior	7	Abr. 2017	7	Mar. 2017	Logrado
H1	Perfil del microdistribuidor definido	20	Abr. 2017	20	Jul. 2017	Logrado
H4	Selección de microdistribuidoras	25	Abr. 2017	25	Nov. 2017	Logrado
H2	Propuesta borrador del producto de crédito acoplado a las necesidades de las microdistribuidoras y del entorno	10	Jul. 2017	10	Jul. 2017	Logrado
H3	Modelo de escalamiento presentado en borrador	5	Oct. 2017	5	Dic. 2017	Logrado
H5	[*] Plataforma tecnológica adaptada	20	Jul. 2018			
H6	[*] Herramientas adaptadas para las capacitaciones a características culturales, idiomáticas, de género, etc.	5	Oct. 2018			
H7	[*] Desarrollo de materiales de difusión del proyecto. Fase II	10	Oct. 2018			
H8	Plan de eventos de diseminación de los aprendizajes	5	Abr. 2019			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Desempeño inadecuado de proveedores de servicios/contratistas

[X] Demoras en el cumplimiento de condiciones contractuales

[X] Otros, cuáles?: Falta de compromiso por parte del co-ejecutor del proyecto

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	**Acción de mitigación**	**Responsable**
1. Las redes de microdistribucion generan ingresos suficientes en los microdistribuidores	Media	El proyecto ha previsto la creacion de asociaciones comerciales una vez la red ha sido consolidada. Estas asociaciones apoyadas por el equipo del proyecto se encargaran de generar negocios que representen igresos adicionales a los reportados por productos de Unilever, adicionalmente, Unilever genera un paquete interesante de incentivos que garanticen la permanencia de las microdistribuidoras en la red.	Project Guest
2. El modelo de negocios creado e implementado por el proyecto es sostenible	Media	El proyecto buca consolidar el piloto de El Salvador y ajustar su escalamiento en los aprendizajes del Modelo Shakti de Unilever en India y los modelos de distribucion inclusiva desarrollados por Scala en Latinoamerica	Project Guest
3. Existe interes en las comunidades de participar y avanzar en el desarrollo de las redes de distribucion	Media	El proyecto preve la realizacion de reuniones/ eventos de promocion apoyados en la cooperativa MICOOPE local y, preferentemente, en alianza con las COCODES con el fin de fortalecer el conocimiento sobre la estrategia	Project Guest
4. Las capacitaciones, talleres, entrenamientos son adecuadas de acuerdo con el contexto sociocultural de cada region donde se desarrolla el proyecto, motivando la participacion activa de la comunidad	Media	las capacitaciones seran disenhadas de acuerdo con las necesidades tanto de conocimeitno como de dispersion geografica con el fin de garantizar presencialidad	Project Guest
5. La plataforma de comunicacion es facilmente entendida y manejada por distribuidoras y los otros actores	Media	El proyecto apoyará la integración de las plataformas de comunicaciones tanto de venta por parte de Unilever como de crédito por parte de MiCoope, con el propósito que sea de fácil uso y entendimiento para las microdistribuidoras y el Distribuidor Regional de Unilever	Project Guest

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Media **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 10 **RIESGOS VIGENTES:** 8 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 2

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Factor	**Comentarios**
[X] Existe **oposición o falta de interés** de actores relevantes para continuar con los servicios y/o actividades del proyecto	El socio estratégico ha pasado por varios cambios internos haciendo que la ejecución se retrase significativamente.

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Se han realizado ajustes al proceso de pedidos y entregas, así como mejoras en el modelo de negocio, tales como atención a zonas urbanas y semi-urbanas, diversificación y baja de precios en los productos incluidos en los catálogos, ajustes en los porcentajes de venta para mejorar el ingreso de las microdistribuidoras, con el propósito que permitan apoyar la sostenibilidad del modelo de distribución.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

[No se encontraron lecciones aprendidas]