



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2017 - JUNIO 2017

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Escalamiento del Modelo de distribución '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

GUATEMALA

País Beneficiario

GUATEMALA

Agencia Ejecutora:

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

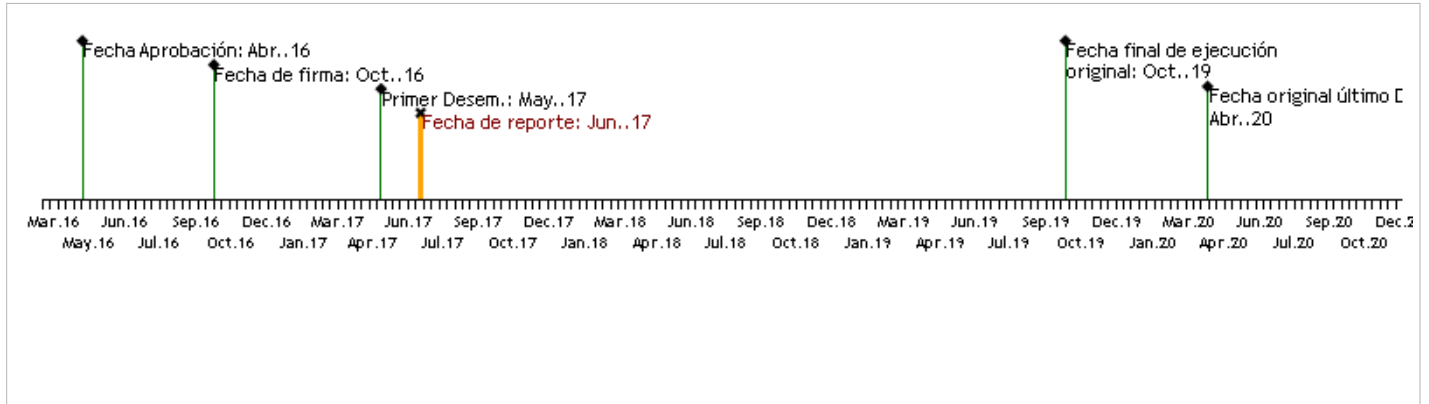
Líder equipo de diseño:

CÉSAR BUENADICHA

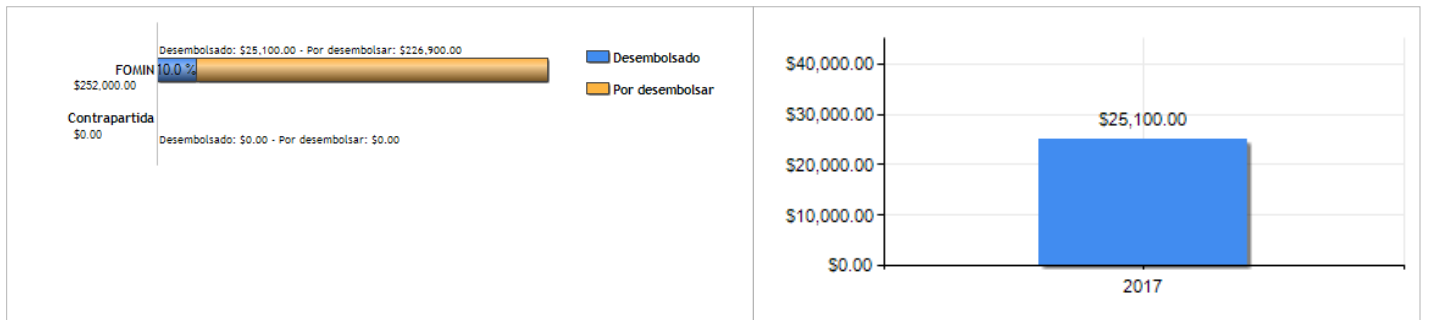
Líder equipo de supervisión:

LUIS ALEJANDRO MEJIA CANIZ

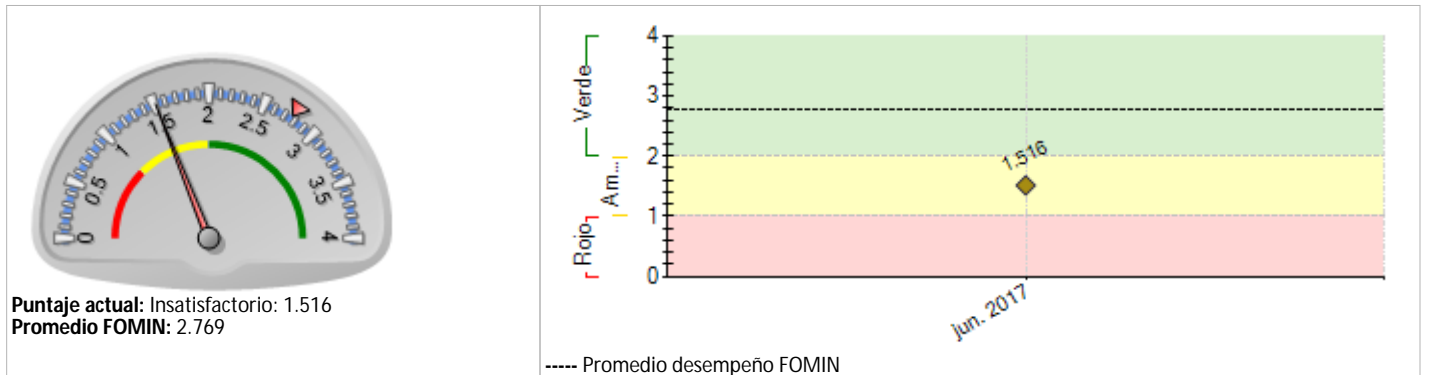
CICLO DEL PROYECTO



RECURSOS



PUNTAJE DE DESEMPEÑO



RIESGOS EXTERNOS

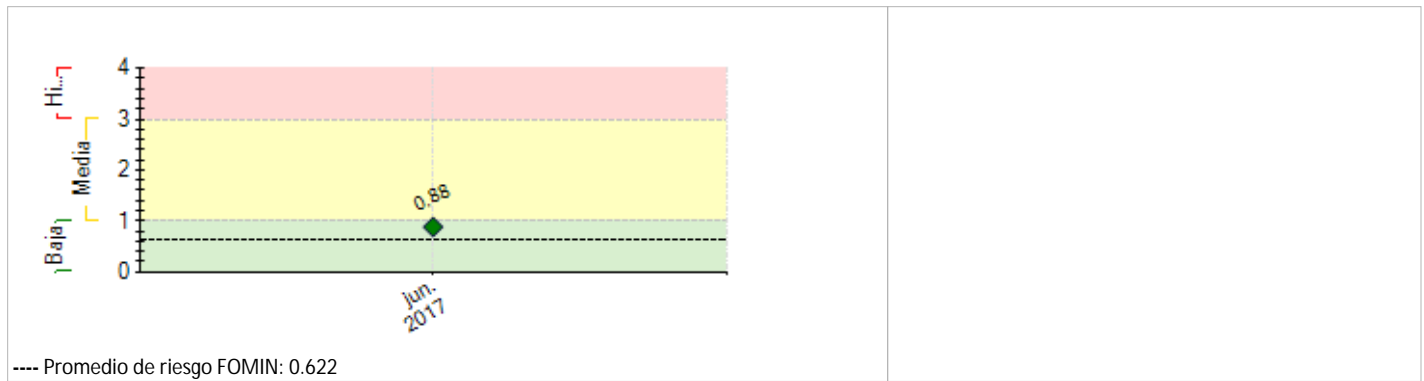
CAPACIDAD INSTITUCIONAL

Riesgo

Administración Financiera: Baja

Adquisiciones: Media

Capacidad Técnica: Media



SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Se cumplieron las condiciones previas al primer desembolso el 27 de Marzo 2017, que corresponde al hito 0, y se obtuvo el primer desembolso el 9 de Mayo 2017, para el periodo de Abril a Octubre 2017. Las actividades planificadas en el Componente 1, particularmente las herramientas completas para la estrategia de venta a implementar en la fase piloto y consultorias (línea de base, diagnóstico de necesidades de capacitación), se retrasaron en su desarrollo en campo toda vez que Unilever no logró incorporar al personal del proyecto en el país en las fechas comprometidas. En el segundo semestre se espera lograr la incorporación de microdistribuidoras a través de la prueba piloto, el desarrollo y validación de la estrategia de venta, tener establecida la línea de base y metodología de capacitación para las microdistribuidoras e iniciar las pruebas para afinar el enlace tecnológico entre la plataforma informática de ventas de Unilever con la de crédito de MiCoope

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Ver PSR del proyecto ATN/ME-15546-GU

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 Número de unidades de microdistribución en operación un año después de finalizado el Proyecto (CRF 330201) | 0 | 400 | | | 800 | 0 | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2018 | | | Oct. 2019 | | |
| | I.2 Número de microdistribuidoras con un crecimiento anual 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 | 0 | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | |
| Propósito: Consolidar y escalar un modelo de distribución inclusiva en Guatemala | R.1 Número de microdistribuidores incorporados a la red Shakti (CRF 230300) | 0 | 100 | 500 | | 1000 | 0 | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | |
| | R.2 Número de microdistribuidores que acceden a un producto del sistema financiero | 0 | 70 | 400 | | 700 | 0 | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | |
| | R.3 Número de personas de la comunidad que acceden a nuevos productos de la red de distribución 'Shakti' | 0 | 1000 | 5000 | | 10000 | 0 | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | |
| | R.4 Número de Departamentos cubiertos por el programa | 0 | 1 | 2 | | 3 | 0 | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | |
| Componente 1: Ajuste y consolidación del modelo de distribución Peso: 30% Clasificación: Satisfactorio | C1.11 Estrategia de mercado definida y validada por zona de intervención. | 0 | | | | 1 | | |
| | | Oct. 2016 | | | | Oct. 2017 | | |
| | C1.12 Número de productos de crédito validados y ofrecidos a las microdistribuidoras | 0 | 1 | | | 3 | | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | | | Oct. 2018 | | |
| | C1.13 Estrategia de motivación e incentivos para microdistribuidoras y distribuidores en diferentes niveles definida | 0 | | | | 1 | | |
| | Oct. 2016 | | | | Oct. 2017 | | | |
| | C1.14 Diseño de métricas y aplicación de Línea de Base | 0 | | | | 1 | | |
| | | Oct. 2016 | | | | Oct. 2017 | | |
| | C1.15 Modelo de distribución preparado para el escalamiento | 0 | | | | 1 | | |
| | | Oct. 2016 | | | | Oct. 2017 | | |
| Componente 2: Implementación y escalamiento del modelo de distribución inclusiva Peso: 50% Clasificación: Satisfactorio | C2.11 Número de microdistribuidoras capacitadas en desarrollo de negocios | 0 | 100 | 500 | | 1000 | | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | |
| | C2.12 Número de microdistribuidoras que acceden a productos de crédito | 0 | 60 | 300 | | 600 | | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | |
| | C2.13 Número de veces que rota el inventario de un microdistribuidor en un periodo definido. | 0 | 1 | | | 2 | | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | | | Oct. 2019 | | |
| | C2.14 Interfase en operación para la consulta de usuarios, acceso y consulta a información entre distribuidores, promotores, técnicos comunitarios, etc. diseñada y en funcionamiento | 0 | | | | 1 | | |
| | | Oct. 2016 | | | | Oct. 2018 | | |
| Componente 3: Fortalecimiento y empoderamiento de mujeres, comunidad y actores locales Peso: 12% Clasificación: Satisfactorio | C3.11 Número de alianzas generadas con instituciones locales/externas | 0 | 1 | 2 | | 3 | | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | |
| | C3.12 Número de microdistribuidoras capacitadas en liderazgo y dinámica familiar | 0 | 200 | 650 | | 1200 | | |
| | Oct. 2016 | Oct. 2017 | Oct. 2018 | | Oct. 2019 | | | |
| | C3.13 Número de asociaciones de microdistribuidoras creadas | 0 | 2 | | | 3 | | |
| | | Oct. 2016 | Oct. 2018 | | | Oct. 2019 | | |

| | | | | | | | | |
|--|--------------------------|--|---|------------|------------|------------|------------|--|
| Componente 4: Estrategia de conocimiento y comunicaciones | C4.11 | Estudio de caso sistematizando la experiencia | 0 | | | 1 | | |
| | C4.12 | Evento de disseminación de aprendizajes | 0 | | | 1 | Sept. 2019 | |
| | C4.13 | Intercambio de experiencias entre unidades ejecutoras de la región | 0 | 1 | 1 | 3 | Sept. 2019 | |
| | | | | Sept. 2018 | Sept. 2018 | 3 | Sept. 2019 | |
| C4.14 | Participación en Eventos | 0 | 1 | 1 | 3 | Sept. 2019 | | |
| | | | | Oct. 2017 | Oct. 2017 | | Sept. 2019 | |

Peso: 8%

Clasificación: Satisfactorio

| Hitos | Planificado | Fecha Vencimiento | Logrado | Fecha en que se logró | Estado |
|-------|-------------|-------------------|---------|-----------------------|------------|
| H1 | 7 | Abr. 2017 | 7 | Mar. 2017 | Logrado |
| H1 | 20 | Abr. 2017 | | | No Logrado |
| H4 | 25 | Abr. 2017 | | | No Logrado |
| H2 | 10 | Jul. 2017 | | | |
| H3 | 5 | Oct. 2017 | | | |
| H5 | 20 | Ene. 2018 | | | |
| H6 | 5 | Jul. 2018 | | | |
| H7 | 10 | Jul. 2018 | | | |
| H8 | 5 | Abr. 2019 | | | |

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[X] Otros, cuáles?: Retrasos en establecer procesos y equipos de trabajo con el socio Unilever

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 busca 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 MICOPE local y, preferentemente, en alianza con las COCODES con el fin de fortalecer el conocimiento sobre la estrategia | Project Guest |
| 4. Los aprendizajes del piloto y de la red permiten generar conocimiento suficiente para la expansion del modelo | Media | Las características que se validen en el piloto permitirán desarrollar el modelo que se implemente en la fase de escalamiento y expansión Unilever realizo el piloto basado en las experiencias de Shakti en la India y en el conocimiento de las iniciativas de SCALA. Adicionalmente, la integracion del observatorio de SCALA liderado por la Universidad de los Andes generara mejores practicas y articulara la informacion entre los miembros de la comunidad. | Project Guest |
| 5. 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 disenhadadas de acuerdo con las necesidades tanto de conocimiento como de dispersion geografica con el fin de garantizar presencialidad | Project Guest |
| NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Media NÚMERO TOTAL DE RIESGOS: 10 RIESGOS VIGENTES: 10 RIESGOS NO VIGENTES: 0 RIESGOS MITIGADOS: 0 | | | |

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**

[X] Ausencia de mecanismos de recuperación de costos o fuentes de financiamiento externas (gobierno, donantes y/o sector privado) para continuar con las actividades del proyecto una vez agotados los recursos del FOMIN

[X] Falta de un mercado para los servicios y/o actividades desarrollados por el proyecto (baja capacidad de pago o demanda por tales servicios)

Comentarios

El Modelo de Microdistribución deberá ser creado bajo un modelo de negocios viable financieramente

El modelo de Microdistribución deberá crear esta relación de mercado entre Unilever - Microdistribuidores - Cooperativa de ahorro y crédito

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

En el próximo semestre se iniciará la prueba piloto del modelo shakti en zonas de atención de la Cooperativa Chiquimuljá, seleccionadas conjuntamente con Unilever y MiCoope, por medio de la cual se validarán la estrategia de negocio, las herramientas de venta y el producto de crédito, que permita determinar el modelo de negocio a escalar en otras zonas del país y a otras cooperativas de MiCoope. Ese proceso permitirá avanzar en las acciones que desarrollará el proyecto

y contribuyan a la sostenibilidad del modelo de distribución.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

[No se encontraron lecciones aprendidas]