USAID | PERU | PROYECTO PRA

DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

USAID 50 ANNIVERSARY

Proyecto de Alivio y Reducción de la Pobreza

Instrumentos de Gestión para el Monitoreo de Planes de Negocio

Manual del Gestor de Negocio

Septiembre del 2011

Unidad de Monitoreo y Evaluación

Índice de contenidos Pág

1. El Plan de Negocio 05
2. Evaluación inicial de Medio Ambiente 39
3. Evaluación inicial de los productos de la Biodiversidad 55
4. Evaluación inicial de Género 73
5. Fijación de la Línea de Base y el reporte de resultados 85
6. Resultados por Distrito y reporte de Beneficiarios 101
7. Actualización anual de los datos del cliente 109
8. Reporte de Inversiones 117
9. Graduación de Negocios 121
10. Reporte de indicadores de proceso 125

1. El Plan de Negocio

¿Qué es un Plan de Negocio?

Es un documento estratégico en el que, de manera lógica y explícita, se describe la manera como el Gestor de negocio del PRA debe organizar, analizar e implementar las actividades y recursos necesarios para alcanzar un objetivo y una meta medible que conduzcan al crecimiento y éxito de un negocio en términos de ventas, empleo e inversión sostenibles.

Con el diseño de un Plan de Negocio se pretende que todos los participantes de una cadena de valor alcancen la rentabilidad y los beneficios suficientes para desarrollar una actividad económica, social y medio ambientalmente sostenibles.

¿Para qué sirve?

El Plan de Negocio cumple con estas funciones básicas:

1) Determina la viabilidad técnica, económica y financiera del emprendimiento que facilitará el PRA. El plan permite trazar las actividades, la organización de los recursos humanos, así como el conjunto de tareas requeridas para alcanzar el objetivo propuesto.

   El Plan de Negocio es la evidencia que las acciones del proyecto deben orientarse de acuerdo al enfoque del proyecto (*demand- driven*) precisando el compromiso de las empresas y otros actores claramente identificados.

2) Permite precisar cuál será el aporte del proyecto al promover un determinado negocio. Sus objetivos, estrategia, compromisos y resultados esperados deben mostrar de manera explícita que el CSE contribuye en resolver el cuello de botella más sensible que limita el crecimiento de las ventas de las empresas y pequeños productores.

   Por ello, se deberá evaluar los pros y contras del negocio, permitiendo de este modo seleccionar mejor los negocios según sostenibles y de impacto (relación Beneficio/Costo alto).

3) Es la base para la atribución de resultados y la “rendición de cuentas” del proyecto. En la medida que el plan de negocios contribuye a generar mayores ventas, empleo e inversión, el proyecto estará en condiciones de atribuirse los resultados. Por ello, el Plan de Negocio debe mostrar a priori cuál será la “causa” (acción del proyecto) y el “efecto” (resultado) esperado.

4) Es un instrumento que puede servir para buscar y comprometer el financiamiento y apoyo de otras instituciones privadas o instancias de

gobierno para llevar a cabo dicho plan, tales como bancos, municipalidades, fondos concursables, entre otros.

5) Debe garantizar que la propuesta del proyecto sea sostenible, no solo económica y financieramente, sino que también debe prever que sus acciones favorecen al cuidado del medio ambiente, la biodiversidad, la equidad de género, los estándares laborales y la inclusión de discapacitados al trabajo.

6) En suma, el Plan de Negocio es un documento de orientación técnica más que un requisito administrativo o un formulario que se tiene que llenar para justificar un gasto.

Diferencias de un Plan de Negocio y un Proyecto Productivo

Plan de Negocio		Proyecto Productivo
Tiene como principio organizador la demanda: *"producir lo que se vende"*	⟹	Se organiza a partir de la oferta: *"vender lo que se produce"*
Siempre tiene el nombre de un socio empresarial con nombre y apellido.	⟹	El proyecto productivo no requiere de una empresa socia.
Debe involucrar y comprometer a una empresa no sólo como compradora, sino como socia para desarrollar el plan en el corredor. Por ello existe el indicador de inversión privada.	⟹	La empresa es asumida sólo como un eventual comprador anónimo. La empresarialidad sólo es un factor exógeno.
El resultado es medido a través de las ventas y empleo incremental generado. Tiene metas que cumplir.	⟹	El resultado se mide como resultado de las horas de capacitación, talleres, productores adiestrados, u otros indicadores de proceso.
La atención del apoyo se focaliza en los cuellos de botella del negocio que limitan las ventas, los cuales varían de caso a caso porque son específicos.	⟹	Se asume a priori que el problema es la baja productividad de campo, por ello se focaliza la intervención en la "extensión agrícola".
Se busca eficiencia: por cada dólar gastado debe generarse 4 de ventas incrementales.	⟹	No se usa beneficio/costo como criterio de eficiencia de la intervención. Se limita a los beneficios sin importar el costo.

Contenido del Plan de Negocio

El Plan de Negocio contiene dos partes: el diagnóstico y el alcance mismo del plan. En la primera parte se trata de precisar la situación actual de la empresa socia o grupo de productores y determinar cuál es principal problema que limita el crecimiento de las ventas, lo que a su vez servirá para focalizar y organizar las acciones del proyecto.

En la segunda parte, se determina los objetivos, la estrategia y los compromisos que serán asumidos por el proyecto, la empresa socia, y cualquier otro agente comprometido (Municipalidades, fondos de inversión, bancos, etc.). Finalmente, en esta sección se fijarán el plan de inversiones, la duración del plan y los resultados de ventas esperados.

Primera parte: Diagnóstico

Tema	Alcance
1. La empresa Socia	Se requiere saber con quién vamos a trabajar, su solidez, si podrá asumir los compromisos con seriedad y responsabilidad (*Due diligence*)
2. El producto o servicio materia del presente plan de Negocio	Bondades comerciales del producto, ventajas con la competencia, la estacionalidad, ámbito de mercado y abastecimiento, y canales de comercialización y distribución usados.
3. Costos de Producción del producto o servicio materia del presente plan de negocios	La idea es saber la estructura de costos de la empresa y cómo podría reducirse para alcanzar un precio competitivo.
4. El mercado y la demanda	Determinar cuál es la demanda futura, los competidores y la variación de precios.
5. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del Cliente frente al negocio propuesto	Es una evaluación rápida de la situación actual de la empresa, donde se analizan los elementos internos y externos de la empresa, a fin de eliminar las debilidades, sortear las amenazas, y aprovechar las fortalezas y oportunidades. El análisis FODA es sólo una referencia en nuestro caso. No define la intervención.
6. Problemas (cuellos de botella) que limitan el crecimiento de las ventas del cliente en el negocio propuesto	Se refiere a los problemas específicos que tiene la empresa socia o grupo de productores que están limitando el crecimiento de las ventas. Estos cuellos de botella pueden ser de índole productiva, proceso industrial, calidad del producto, volumen de materia prima, falta de un comprador (mercado), financiero, certificación, entre otros. Deben ser formulados de manera precisa indicando la incidencia en términos cuantitativos.

Segunda parte: Alcance del Plan de Negocio

Tema	Alcance
1. Objetivo del Plan de Negocio	Precisar qué se quiere lograr y qué meta se quiere alcanzar. Debe estar planteado de manera cuantitativa.
2. Estrategia que seguirá el CSE para lograr el objetivo	Cómo se logrará el objetivo del plan, cuáles serán las prioridades, cómo interactuarán los actores involucrados, incluyendo el CSE, qué recursos serán requeridos, entre otros´.
3. Compromisos del CSE en relación a los cuellos de botella identificados	Se refiere a los compromisos específicos y concretos que serán asumidos por el CSE, los que a su vez deben estar estrechamente relacionados al objetivo y los cuellos de botella previamente identificados.
4. Compromisos de la empresa socia con relación a los cuellos de botella identificados	Son los compromisos específicos y concretos de la empresa socia.
5. Compromiso de otros actores que participan del negocio propuesto (MUNICIPALIDADES, entre otros)	Se refiere a los compromisos específicos que asumirán otros agentes para llevar a cabo del plan de negocio.
6. Plan de inversiones en activos fijos nuevos	Incluya la maquinaria, equipo, terrenos, y otros activos que el cliente haya previsto invertir en este plan de negocio.
7. Fuente y tipo de capital de trabajo para la compra de materia prima	Se debe precisar el monto de capital de trabajo, ya sea propio o de otras fuentes como bancos, etc.
8. Nombre de la empresa compradora (Si el cliente es una asociación o agrupación de productores)	Esto permite asegurar que el plan de negocios siempre tiene un comprador con nombre y apellido desde su formulación.
9. Duración del Plan de Negocio y horizonte de graduación del Negocio (finalización del subsidio del proyecto)	Determinar la duración en meses, el monto de gasto del CSE en asistencia técnica y la fecha de finalización.
10. Resultados de ventas (brutas) del cliente proyectados	Son las ventas brutas esperadas, así como el monto de inversión fija proyectado. Es el resultado final más importante del plan de negocio.

Adicionalmente, la formulación del Plan de Negocio debe ser completada con una rápida evaluación inicial de Medio Ambiente y Biodiversidad, si el caso fuera que vamos a trabajar con un producto de la biodiversidad. Asimismo, la evaluación inicial debe comprender las relaciones e integración de género en cada uno de los planes propuestos (véase las instrucciones más adelante).

Instrucciones para el llenado

Formato 1

Plan de Negocio

Esta información de la identificación del cliente, debe emplearse en todos los FORMATOS (1-14) y en otros documentos que se soliciten ya sea por M&E de la dirección general del PRA o la dirección de SIEX o por los socios de las alianzas GDA´s .

Siempre debe existir un solo gestor responsable del negocio propuesto, cuyo nombre se registra en el formato; lo que no implica que NO puedan apoyar la iniciativa el resto del equipo clave.

El CSE proporciona el nombre del Sub producto. Monitoreo, post evaluación de la causalidad, asigna el nombre del Producto.

CSE: JUNIN -PASCO

Nombre del cliente: ACUICOLA ANDINA

Producto: TRUCHA **Sub producto:** TRUCHA FRESCA: ENTERA Y EVISCERADA.

Gestor de Negocio[1]: WILFREDO DEL PINO NÚÑEZ

Primera parte: Diagnóstico

Esta sección se refiere a las características del cliente (empresas, asociación o grupo de productores).

Se recomienda que el gestor de negocio pueda reflexionar sobre la información que recibirá del cliente y la manera como se interrelacionan las variables, pero de manera muy expeditiva, concreta y clara.

[1] Funcionario del CSE responsable del cliente

La sección completa ayudará a:

- ***Definir la viabilidad del negocio que se pretende apoyar, incluyendo el punto de vista de los proveedores (el PRA promueve una relación ganador-ganador)***
- ***Conocer la solvencia técnica, financiera y moral del cliente (Empresa Socia o Grupo de productores).***
- ***Definir los cuellos de botella relevantes a los objetivos del PRA, esto es: promoción de Negocios Sostenibles entre agentes privados, articulados a pequeños proveedores, para disminuir la pobreza.***

1. La empresa

Permite analizar con cierto grado de profundidad y objetividad con quien vamos a trabajar. Las preguntas guía para el llenado debieran ser: ¿las características del negocio se manejan con criterios de mercado?, ¿realmente existen oportunidades?, ¿qué tan graves son sus debilidades y amenazas?, ¿existe riesgo financiero, legal o moral del cliente (Empresa Socia o Grupo de productores)?, ¿es una propuesta sostenible?, entre otras.

1.1. Tipo de organización (sociedad anónima cerrada o abierta, comité de productores, empresa unipersonal, cooperativa, etc.) y precise dónde se localiza su domicilio legal.

Las características societales y de gestión serán diferentes en cada caso; ellas, definirán la estrategia del gestor para el momento de plasmar los compromisos.

El gestor identificará si se trata de una Sociedad Anónima Cerrada (SAC), Sociedad Anónima Abierta (SAA), Cooperativa, Comité Formal de productores, Asociación Formal de Productores, Agrupación informal, Empresa Unipersonal, otros (alianzas, por ejemplo).

La empresa es unipersonal con RUC No. 10040335281, el propietario es una persona natural y sus actividades son la producción y comercialización de truchas frescas enteras.

La empresa tiene domicilio legal en la orilla de la Laguna de Gochachuico, distrito de Ninacaca, provincia de Pasco.

1.2. Socios o propietarios del negocio y porcentaje de participación (identificar especialmente participación accionaria por género)

Reporte del número de socios según género y su respectivo porcentaje de participación accionaria. El análisis de esta información será realizada por el (la) especialista de género.

EJEMPLO 1:

El propietario del negocio es el Sr. Juan Gerardo Chávez Quiróz, único propietario con el 100% de las acciones de la empresa.

EJEMPLO 2:

Ulises Quevedo Berastain	H	80.0%
Iván Mesía Lizaraso	H	20.0%

1.3. Liste los bienes o servicios que produce o comercializa la empresa

Permite al gestor identificar el peso del negocio propuesto en la cartera total de negocios del cliente. Se mejora la probabilidad de éxito si se responde interrogantes tales como: ¿habrá competencia por el uso de recursos? ¿son negocios complementarios entre si?

La empresa ¨ACUICOLA ANDINA" produce y comercializa únicamente truchas frescas enteras al mercado local. Ha tenido experiencia de un par de veces en la venta de trucha eviscerada pero en pequeña magnitud (50 kilos)

1.4. Tiempo de existencia del cliente (empresa o asociación)

Permite analizar si el cliente tiene experiencia con una o más líneas de negocios. A partir de ello el CSE evaluará la atención que deberá brindar al cliente: ¿requiere de un monitoreo permanente?, ¿requiere de supervisión solo en periodos críticos?, ¿requiere solo de la asistencia técnica puntual?

La empresa "ACUICOLA ANDINA" tiene 7 años en la actividad piscícola en la zona. Sus actividades productivas y de crianza las viene realizando en la Laguna de Gochachuico, distrito de Ninacaca, provincia de Pasco.

1.5. Tiempo que tiene en el negocio (del producto propuesto por el CSE)

Permite analizar si el cliente tiene experiencia en el negocio propuesto; ayuda a evaluar la sostenibilidad del negocio, así como para evaluar la línea de base.

El cliente tiene en el negocio 7 años presentando un crecimiento limitado (mantiene el mismo volumen de producción y ventas).

1.6. Patrimonio: Precise la inversión total en activos fijos del cliente (empresa o asociación) en infraestructura, maquinaria, equipamiento, terrenos y otros.

Activos Fijos	**Descripción Sumaria del activo fijo**	**Valor del mercado (S/.)**
Infraestructura	Jaulas flotantes de dimensiones 5x5 y 7x7m	27,000.00
Equipos	Equipo para manejo de crianza de alevinos	1,800.00
Terrenos	Terreno ubicado en el barrio Chasqui, distrito de Ninacaca a dos cuadras de la carretera central.	26,000.00
Otros	Vehículos de transporte y otros.	9,000.00
TOTAL		**63,800.00**

Permite tener una idea del grado de solvencia y compromiso del cliente.

2. El producto o servicio materia del presente plan de negocios

2.1. Descripción del producto o servicio y sus principales bondades (en términos comerciales).

El CSE deberá tener una idea clara del producto que está promoviendo para contactar con el comprador específico, puesto que existe compradores que optan solo por materia prima al barrer o con algún nivel de selección, otros compradores se interesan un producto con cierto agregado (cajas de 6 kilos; empacado al vacío, habas sin cáscara, etc.), e incluso se habla de volúmenes críticos mínimos.

La definición del producto ayudará en la búsqueda de los compradores o de proveedores interesados y con posibilidades de asumir el reto para articular el negocio.

El producto comercial es Trucha Arco Iris (*Oncorhynchus mykiss*), que se ofrece en dos presentaciones:

(1) ***Trucha entera fresca,*** peces con un peso promedio de 250 - 260 gr. con buenas características organolépticas, este producto representa el 85 % del volumen de producción vendida actualmente.

(2) ***Trucha entera eviscerada,*** peces con un peso promedio de 250 – 260 g, con cabeza y sin vísceras (limpias), con un grado de pigmentación que se encuentra en el rango: 25 – 28 ppm a granel, procesada teniendo en cuenta los lineamientos básicos en buenas prácticas de manufactura, porque es exigencia del comprador – restaurantes locales y regionales (representa el 20% de volumen de ventas).

Otras Características del producto: Actualmente, la trucha está ingresando al mercado como un producto de consumo masivo por las características nutritivas que posee, reportando un valor proteico promedio del 18.5% y un 3 % de grasa, confiriendo al producto su fácil inserción en dietas con bajo contenido graso (científicamente comprobado), así también brinda ácidos grasos polinsaturados omega 3 y 6, los cuales ayudan a reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares y a la disminución de tumores cancerosos, por lo cual su consumo se ha ido incrementando en el mercado interno y externo en los últimos años.

2.2. ¿En qué aspectos el producto del cliente es más ventajoso o mejor que el de sus competidores, ¿En qué es más competitivo que lo demás? (p.e. precio, calidad, nichos de mercado, etc.)

Permite evaluar la probabilidad de éxito del emprendimiento en la medida que el cliente tiene ventajas que le favorecen respecto a su competencia. Responde a la pregunta ¿en qué aspectos comerciales soy mejor o igual que mi competencia?

- ✓ El producto se cría en condiciones sanitarias y ecológicas adecuadas y cuenta con los certificados respectivos. En efecto, son truchas criadas en un sistema de jaulas flotantes instaladas en la Laguna de Gochachuico, en un entorno ecológico libre de contaminación.
- ✓ Garantía de abastecimiento del producto todo el año. La empresa siembra alevinos y cosecha trucha comercial en forma escalonada (la siembra es cada 3 meses y la cosecha es programada por mes (30%, 50% y 20%). Dispone de dinero para ampliar la capacidad de producción
- ✓ Acepta vender a precios de mercado de las grandes piscigranjas

2.3. Estacionalidad del producto propuesto en el plan de negocio: ¿Cuáles son los meses de mayor producción o abastecimiento de la materia prima?

Permite definir el nivel de compromiso del cliente, derivado de su capacidad productiva-financiera.

- ***A la empresa, le permite definir el compromiso de entregas del producto. Si por ejemplo, el abastecimiento es estacional y se compromete a entregas permanentes en el año, estará obligado a levantar recursos para solucionar los siguientes factores: a) capacidad de almacenamiento de la materia prima o de los productos en proceso y de los productos terminados; b) tecnología de conservación de los productos, etc.***

- ***Frente a la capacidad instalada ociosa, producto de la estacionalidad, la empresa puede indagar sobre el nivel de los Costos Fijos Unitarios y preguntarse ¿Qué otras alternativas de negocios pueden desarrollarse para bajar dichos costos y hacer más competitiva y rentable a la empresa? En este escenario aparecen negocios conexos.***

- ✓ El producto se cría en condiciones sanitarias y ecológicas adecuadas y cuenta con los certificados respectivos. En efecto, son truchas criadas en un sistema de jaulas flotantes instaladas en la Laguna de Gochachuico, en un entorno ecológico libre de contaminación.
- ✓ Garantía de abastecimiento del producto todo el año. La empresa siembra alevinos y cosecha trucha comercial en forma escalonada (la siembra es cada 3 meses y la cosecha es programada por mes (30%, 50% y 20%). Dispone de dinero para ampliar la capacidad de producción
- ✓ Acepta vender a precios de mercado de las grandes piscigranjas

2.4. Estacionalidad del producto: ¿Cuáles son los meses de mayor demanda del producto?

Al igual que en el caso anterior, evaluar la estacionalidad de la demanda permite:

- ***Cara a las metas anuales asignadas a cada CSE, podrá definir el período en que se concreta el negocio y el momento oportuno de intervención (una campaña navideña es distinto a una campaña agrícola bajo secano o riego).***

- ***Por el lado del cliente, podrá evaluar su capacidad de***

almacenamiento del producto final o manejar un programa de producción escalonada para lo cual deberá evaluar su necesidad de inversiones a realizar, siempre que su compromiso, a pesar de la estacionalidad se defina así: entregas constantes durante todo el año.

La demanda del producto según los registros de la empresa son los meses de Abril por las fiestas de Semana Santa y en el mes de Agosto por la celebración de las fiestas patronales del distrito de Carhuamayo y otras ciudades de las Pampas de Junín.

2.5. ¿Cuál es el ámbito del mercado, hasta dónde llega su producto? (materia del plan de negocio). Especifique si es local, regional, nacional, exportación u otros, y precise los lugares si es posible.

Definirá los procesos de control al gestor al momento de evaluar la viabilidad técnica - económica del negocio. Cuanto más ámbito (territorial o a lo largo de la cadena de valor) abarque el negocio, se estima que la dificultad y riesgo de gerenciarlo sea mayor.

El ámbito del negocio es local con respecto a la producción de truchas y regional con respecto a la comercialización del producto, mercados: regionales de Junín y Pasco.

Se plantea convertirlo en un negocio nacional.

2.6. ¿Cuál es el ámbito de abastecimiento de su producto? (materia del plan de negocio). Especifique si es local, regional, nacional, importación u otros, y precise los lugares si es posible.

Al igual que en el caso anterior, cuanto más ámbito (territorial o a lo largo de su articulación hacia atrás) abarque el abastecimiento del negocio, se estima que la dificultad y riesgo de gerenciarlo sea mayor.

Incluso, el riesgo estará influenciado por la estructura y composición del perfil de proveedores.

El abastecimiento del producto tiene un ámbito local, el centro de producción se encuentra ubicado en la laguna de Gochachuico, distrito de Ninacaca, empleando un sistema de crianza por jaulas flotantes.

2.7. Canales de comercialización y distribución del producto propuesto

Señalar la cadena de comercialización y distribución para evaluar la fuente de riesgo y en función a ello, identificar los grados de libertad que tiene la empresa para gerenciar con mayor probabilidad de éxito.

El canal de comercialización y distribución que utiliza el cliente se realiza en dos formas:

- Indirecto, mediante pedidos con los compradores minoristas de los mercados minoristas de las localidades de Junín, Ulcumayo, Paucartambo y Carhuamayo, siendo el lugar de venta el distrito de Carhuamayo.
- Directo, a los restaurantes turísticos ubicados en el distrito de Carhuamayo.

3. Costos de Producción del producto o servicio materia del presente plan de negocios

La estructura del costo de producción permite evaluar:

- ***la sostenibilidad económica del negocio: los costos de producción unitarios deben ser menores que el precio de venta propuesto;***
- ***la viabilidad social de la propuesta: los proveedores deben recibir un precio que le permita tener utilidades;***
- ***la viabilidad técnica de la propuesta: la estructura del costo definirá el perfil de productores / proveedores que tienen la capacidad de solventar el paquete técnico propuesto; entre los más importantes.***

3.1. Negocios Agrícolas

Además del costo de producción en campo del cultivo, debe añadirse los costos post cosecha hasta llegar a la entrega del producto comercial a vender.

Este formato debe adecuarse al tipo de producto agrícola y además no siempre se incluye los costos de instalación para negocios que ya tienen su base productiva instalada (cacao, por ejemplo)

Información de la última campaña	
Cultivo (indicar variedad o especie)	
Rendimiento Promedio / Ha /campaña Chica	
Rendimiento Promedio / Ha /campaña Grande	
Unidad de producción (kg, Toneladas, etc.)	
Periodo del cultivo – campaña (en meses)	
Tecnología (alta, media, baja, tradicional)	

COSTOS DE LA PRODUCCION AGRICOLA X UNA HECTAREA				
Actividad	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo Unitario S/.)**	**Costo Total (S/.)**
Preparación del terreno				
Preparación de almacigo o semilla				
Manejo en campo definitivo (Actividades y número de jornales)				
Insumos				
Semilla, plantas madres, esquejes, etc.				
Fertilizantes (Indicar tipo y Cantidad)				
Fungicidas (Indicar tipo y Cantidad)				
Insecticidas (Indicar tipo y Cantidad)				
Herbicidas (Indicar tipo y Cantidad)				
Hormonas (Indicar tipo y Cantidad)				
Agua m3 (Indicar tipo y cantidad)				
Otros Gastos				
Costo Total de Producción				
Costo Unitario (Costo Total / Rendimiento X Hectárea)				

3.2. Negocios No Agrícolas

Se aplica para todos los otros negocios: pecuarios, ganaderos, forestales, artesanías, etc. es importante que definan el producto (o el producto de mayor peso en la estructura del valor de ventas) a reportar para elaborar este cuadro.

Información del último mes	
Producción mensual	
Unidad del producto (unidades, metros, kg, etc.)	

Actividad	Unidad	Cantidad	Costo Unitario (S/.)	Costo Total (S/.)
a) Compra de materia prima				
b) Costos directos en planta de Transformación				

	Mano de obra directa (operarios) según proceso Insumos varios Energía y combustibles Otros costos directos				
c)	**Costos Indirectos en planta de transformación** Personal administrativo y de servicios				
	Otros costos indirectos				
d)	**Costos de la comercialización y gerencia *** Personal Otros				
Costo Total de Producción					
Costo Unitario (Costo Total / Producción mensual					

EJEMPLO 1

COSTO DE PRODUCCION DE TRUCHA ENTERA	
PRODUCCION DE UNA CAMPAÑA	4,550.00
UNIDAD DE MEDIDA	Kilogramos/campaña

ACTIVIDAD	Unidad	Cantidad (Unid)	Costo Unitario (S/. Unid)	Costo Total (S/.)
1. Insumos				
1.1. Compra de Alevinos importados	Millar	20	320.00	6,400.00
1.2. Alimento balanceado	Kilos	5460	4.60	25,116.00
2. Gastos Operativos y Administrativos				
2.1. Sueldos	Jornales	113	25.00	2,825.00
2.2. Combustibles (traslado)	Galones	53.57	14.00	749.98
2.3. Mano de obra eventual.	Jornales	33	25.00	825.00
2.4. Traslado de alimento	Kilogramos	5,460.00	0.05	273.00
2.4. Otros	Varios			600.00
COSTO TOTAL				36,788.98
Costo de producción por kilo de trucha entera				**8.09**

* Incluye la tasa de mortandad (9 %)

** Tiempo de producción: 6 meses

EJEMPLO 2

COSTO DE PRODUCCION DE TRUCHA EVISCERADA	
PRODUCCION	4,550.00
UNIDAD DE MEDIDA	Kilogramos/campaña

ACTIVIDAD	Unidad	Cantidad (Unid)	Costo Unitario (S/. / Unid)	Costo Total (S/.)
1. Materia prima				
1.1. Trucha entera	Kilos	4,550.00	8.09	36,788.98
2. Mano de obra				
2.1. Mano de obra eventual	Jornales	22.00	25.00	550.00
3. Otros				2,000.00
COSTO TOTAL				39,338.98
Costo de producción por kilo de trucha eviscerada				**8.65**

* El incremento se da en la mano de obra eventual para el procesamiento. y en otros.

4. El mercado y la demanda

Para el negocio propiamente dicho, es una referencia sobre el techo de crecimiento que tiene la empresa; esto es útil para cuando el CSE tenga que organizar la expansión de las áreas agrícolas o la convocatoria a nuevos proveedores como artesanos, truchicultores, recolectores, etc.

Una pregunta interesante para evaluar el riesgo del mercado, si en efecto tuviera mucho margen para crecer sería: ¿el cliente tiene recursos para este emprendimiento?, ¿Qué efectos se darán respecto al margen de ganancia con los actuales costos unitarios?

4.1. Proyecte la demanda del producto que tiene el cliente en los próximos dos años (volúmenes físicos):

El mandato que tienen que cumplir los CSE´s es: promover negocios sostenibles. En este contexto, la evaluación de los precios y volúmenes de los dos últimos años será de utilidad ¿es viable en el mediano y largo plazo este emprendimiento?

En el caso en que el cliente se comprometa a establecer un precio de refugio para los proveedores, el gestor estará en la capacidad de evaluar la capacidad y el riesgo que estaría asumiendo el cliente, y en consecuencia, la factibilidad de su cumplimiento.

EJEMPLO : SEGÚN INTENCION DE COMPRA DEL ARCOFI

Año 1	80 toneladas
Año 2	160 toneladas
Total	240 toneladas

4.2. Liste los principales competidores (del producto materia de este plan de negocio)

Permite afinar la estrategia del mercadeo al cliente. Como consecuencia de esto, al CSE le permite evaluar la pertinencia de atender la solicitud del subsidio y el plazo de maduración para obtener los primeros resultados.

Los principales competidores son:

- Piscigranja Bernuy
- Pequeños productores de trucha de la zona y de los distritos de Junín, La Oroya y Carhuamayo.

4.3. Fluctuación de precios en el mercado de los dos últimos años

De preferencia, consignar el precio del mercado objetivo al que se pretende articular al cliente. Si el precio aún está sujeto a negociación, consignar el precio de venta en sus actuales mercados.
Debe identificarse el precio por UNIDAD reportada.

Año 1: Precio más alto*	S/. 12.50 kilo	Meses	Fiestas locales
Año 1: Precio más bajo*	S/. 11.50 kilo	Meses	Todos los meses
Año 2: Precio más alto*	S/. 12.50 kilo	Meses	Fiestas locales
Año 2: Precio más bajo*	S/. 11.50 kilo	Meses	Todos los meses

*precio promedio de trucha entera y eviscerada

5. Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del Cliente frente al negocio propuesto

En lo posible, precise brevemente entre 3 a 5 puntos en cada caso. Las fortalezas y debilidades son aspectos internos del cliente, mientras que las oportunidades y amenazas son de carácter externo al cliente.

Escenarios Extremos:

Los gráficos siguientes ilustran dos escenarios extremos, en los que el Proyecto PRA difícilmente podrá intervenir: se trata del primer gráfico, porque prácticamente el negocio es inviable.

En el segundo gráfico, dado que NO es posible identificar cuellos de botella ¨fuera del alcance de la empresa¨ y que el PRA debiera subsidiar para lograr el crecimiento en ventas, la opción es: intervenir.

FORTALEZAS	DEBILIDADES	Deci-sión
	MUCHAS DEBILIDADES	NO INTERVENIR
OPORTUNIDADES	AMENAZAS	
	MUCHAS AMENAZAS	

FORTALEZAS	DEBILIDADES	Decisión
MUCHAS FORTALEZAS		INTERVENIR (Escenario deseable)
OPORTUNIDADES	AMENAZAS	
MUCHAS OPORTUNIDADES		

Desde la perspectiva del PRA tendría que identificarse escenarios que por lo menos hayan definido una debilidad importante y que registre o una oportunidad o una fortaleza.

5.1. ¿Cuáles son las fortalezas del cliente para este negocio propuesto? (Capacidades propias o ventajas del cliente; en qué es mejor que su competencia).

- ✓ Infraestructura propia para la producción de truchas: jaulas flotantes (4) y equipo de manejo para la crianza de alevinos y truchas. Plantea triplicar su capacidad productiva
- ✓ Buena calidad de agua encontrándose entre los rangos óptimos para el desarrollo de los salmónidos, permitiendo un desarrollo homogéneo y productivo de la trucha (Rangos óptimos: 5 - 8 ppm de Oxigeno disponible, Temperatura: 10 – 11 °C soporta hasta 22 °C y pH: 5.5 – 8.5 máximo 9.2).
- ✓ Ubicación estratégica vías de acceso en buen estado que facilitan el traslado del producto final hacia el mercado de manera rápida, cuenta con fluido eléctrico rural que permitiría el funcionamiento de maquinarias si fuese necesario.
- ✓ Experiencia de siete años del cliente en el negocio, permitiendo un mayor nivel de comprensión y ejecución de procesos.

5.2. ¿Cuáles son las debilidades del cliente para este negocio? (Dificultades o limitaciones internas del cliente, que falencias presenta su empresa respecto a su competencia).

- ✓ Limitado relacionamiento comercial con compradores formales (10% de sus ventas), o ausencia de relacionamiento comercial con empresas de procesamiento (ejm. ARCOFI), y con Supermercados y de exportación.
- ✓ Falta de materia prima para abastecer la demanda del mercado estimada en 15 toneladas
- ✓ La empresa carece de una sala de incubación para la producción de alevinos (actualmente le demanda un mayor costo en la adquisición de alevinos a diferencia de adquirir ovas – como referencia: precio/millar de alevinos: S/. 320.00 y de ovas 85.00, la diferencia representaría un 74 % de ahorro para el cliente).
- ✓ No cuenta con asesoría especializada para acelerar el crecimiento de la empresa.

5.3. ¿Qué oportunidades específicas tiene el cliente en este negocio? (principalmente oportunidades en el mercado y el entorno)

- ✓ Incremento del consumo de trucha a nivel nacional, se estima una tendencia al crecimiento, abriendo posibilidades de inversión en este sector para cubrir la demanda insatisfecha que se estima en 450 mil toneladas para el 2012 y 518 mil para el 2015 (Maximixe, 2011). El cliente plantea triplicar su actual nivel de producción.
- ✓ Incremento de la demanda del producto para exportación, de acuerdo con información de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), las exportaciones superaron los US$ 5.4 millones entre enero y julio del presente año. Esta cifra representa un 80% más que lo logrado en el mismo periodo del 2010, proyectando que las ventas se duplicaran en este año, los principales países de destino fueron Canadá, Noruega, Alemania, Argentina, Francia y Portugal, este contexto internacional refleja una gran aceptación por el producto en sus distintas presentaciones.
- ✓ Condiciones de crianza de truchas favorables para la inserción de productos al mercado internacional (ambiente libre de contaminantes).

5.4. ¿Qué amenazas específicas tiene el cliente para desarrollar este negocio? (principalmente amenazas en el mercado y el entorno).

- ✓ Condiciones extremas de clima, exceso de lluvias y temporadas de friaje prolongadas que causan la disminución de la temperatura del agua (T° optima de crecimiento 10 – 11 °C) causando mortandad por encima de las tasa normales.
- ✓ Cambio en la formulación de los alimentos balanceados por parte de los fabricantes modificando los insumos de preparación, cambiando la fuente proteica de origen animal (harina de pescado) por vegetal, esta última perjudica la tasa de conversión del alimento disminuyendo la rentabilidad del negocio.
- ✓ Riesgo de contaminación de los recursos hídricos por un mal manejo de residuos sólidos generados por el inadecuado uso de tasas de alimentación y producido por el proceso productivo (residuos orgánicos como vísceras). El asesoramiento técnico para un mayor volumen de producción es prioritaria.
- ✓ Conflictos con la comunidad campesina de Ninanacaca que puedan dificultar el proceso productivo.

6. Problemas (cuellos de botella) que limitan el crecimiento de las ventas del cliente en el negocio propuesto

Es el proceso que identifica los problemas relevantes del cliente (Empresa Socia o Grupo de productores). Deben identificarse los cuellos de botella que estén fuera del alcance del cliente, que se trate de negocios sostenibles y que tengan vinculación directa con el crecimiento de las ventas.

La formulación de los cuellos de botella relevantes y prioritarios, es la base para evaluar la atribución de los resultados. NO debe confundirse con una lista de necesidades de la empresa o con los problemas que siendo importantes para el negocio, son asuntos que le atañen exclusivamente a la empresa por alguna razón: por ejemplo, la tecnología que usa la empresa es inaccesible a las capacidades y los recursos que el PRA puede ofrecer; o cuando siendo importante para la empresa, ella está en toda la posibilidad de atenderlo por sus propios medios (ejemplo, un problema técnico de una maquinaria en particular).

<u>Recomendaciones para la formulación del cuello de botella</u>

Con el propósito de evitar que se generen dudas sobre la

intervención del CSE cuando promueve un negocio, la formulación del (de los) cuello de botella es significativa y debe ser clara, precisa y contundente. Por ello, se propone algunas recomendaciones para la formulación, las mismas que serán empleadas dependiendo del tipo de problema identificado por el gestor de negocios:

- ***Identificar problemas relevantes del cliente, desde la perspectiva del PRA***

- ***Ya que el PRA aborda ¨el negocio¨ y que por ello puede incluir todo o parte de la cadena de valor, los cuellos de botella deben estar interrelacionados para un mejor entendimiento de los mismos.***

  Por ejemplo: ¨el mercado local (nacional) está estancado y existe la posibilidad de llegar a Alemania pero se requiere un volumen crítico de abastecimiento de 60 toneladas de guanábana durante tres meses¨

- ***En los casos, en los que el gestor haya definido que el problema está en la organización de la oferta, por un tema de asistencia técnica, deberán especificar cuál es el problema en particular que se subsanará con la asistencia técnica :***

  Por ejemplo, ¨el ataque de la mosca de fruta afecta al 80% de la producción, razón por la cual más del 50% de la fruta cosechada no es aceptada en los supermercados¨.

- ***Agregar la incidencia del problema: ¿Qué porcentaje de proveedores, están siendo afectados por el problema señalado?***

  Por ejemplo: ¨El 60% de agricultores convocados, no usan hormonas para el sabor y color de la fruta por desconocimiento y por falta de recursos económicos. Estos dos atributos son exigidos por el mercado y la empresa cliente ¨

- ***Puntualizar un indicador del problema, más allá de un simple calificativo genérico o ambiguo tal como ¨mala calidad¨ o ¨bajo rendimiento¨.***

  Ejemplo:¨el rendimiento comercial de las alcachofas con espinas es bajo, porque los agricultores convocados logran 4.50 docenas por hectárea frente al promedio de la zona que logra 7 docenas por hectárea¨.

- ***La ausencia de una solución no es un problema. Evitar***

enunciar el problema de este modo ***¨~~Falta de capacitación a los pequeños proveedores~~¨.***

- ***En suma, evitar las generalidades.***

6.1. Describa en orden de importancia los principales cuellos de botella identificados:

1. El cliente ha logrado satisfacer la demanda local, pero para crecer, requiere ingresar a los mercados regionales y nacionales, cuya demanda por lo general es de volúmenes y con mayores exigencias de calidad. Los costos alimenticios son altos debido al índice de conversión alimenticia alto (1.5)

2. La infraestructura actual de jaulas solo le permite producir 4.2 TM/campaña. Además desconoce el sistema productivo que le garantice la producción de la trucha con la calidad exigida y que además le resulte rentable. La empresa utiliza un sistema de crianza partiendo de alevinos, presentando una tasa de mortandad del 2.5 % (normal es 1% /mes), además los costos de adquisición de alevinos son 74 % más altos que iniciar la crianza desde ovas, disminuyendo la productividad e incrementando los costos de producción.

3. Deficiencia en el manejo para la crianza de truchas. El cliente tiene en la actualidad una merma del 12% (normal 6 %) en el desarrollo de las truchas por falta de un estricto control en la carga de biomasa en las jaulas, distribución de raciones y tipo de alimento de acuerdo al estadio de crecimiento, además de la aplicación de buenas prácticas acuícolas. El índice de conversión actual es de 1.5. La crianza de truchas del cliente está al 100 % de capacidad instalada en el sistema de crianza que utiliza (Este problema está relacionado a la producción propia del cliente).

4. El cliente no cuenta con infraestructura (planta de proceso) para el procesamiento primario de truchas y desconoce el manejo productivo orientado al cumplimiento de estándares de calidad requeridos por el mercado.

6.2. De los cuellos de botella identificados anteriormente, ¿cuál es el más sensible o el que afecta más el crecimiento de las ventas del cliente?

El cliente ha logrado satisfacer la demanda local, pero para crecer, requiere ingresar a los mercados regionales y nacionales, cuya demanda por lo general es de volúmenes y con mayores exigencias de calidad. Los costos alimenticios son altos debido al índice de conversión alimenticia alto (1.5)

Segunda parte: Alcance del Plan de Negocio

- ***Demuestra la solidez de la intervención del PRA en relación a la CAUSALIDAD para la atribución de resultados***
- ***Permite definir los compromisos de los actores, a partir de los cuales se puede planificar, organizar y controlar el cumplimiento y los avances para el logro de los resultados***
- ***Valorizando el aporte el PRA vs la proyección de las ventas, se evalúa el ratio Beneficio/Costo de la intervención del CSE.***
- ***El cliente conoce y da testimonio de los acuerdos y puede organizar la absorción del subsidio***

Se inicia por la IDENTIFICACIÓN DEL INTERLOCUTOR de parte del cliente (Empresa Socia o Grupo de productores), responsable de la toma de decisiones e implementación del plan de negocios acordado con el gestor de negocios.

Debe tratarse de la persona que toma las decisiones sobre el negocio y que será la responsable de implementar las acciones que se acuerden en el presente plan de negocios.

Estas referencias, serán la fuente de verificación para M&E del USAID-PRA-SIEX / para los diferentes evaluadores / para los socios de los GDA´s y terceros que lo demanden, previa autorización de la USAID y de SIEX.

Nombre completo del Gerente o persona responsable ante el CSE	*Sr. Juan Gerardo Chávez Quiróz*
Cargo que ocupa	GERENTE GENERAL

1. Objetivo del Plan de Negocio

(Precise qué se quiere lograr y qué meta se quiere alcanzar, por ejemplo: incremento de volúmenes de producción articulados a una empresa, número de nuevos compradores, número de nuevos nichos de mercado, número de hectáreas nuevas o incrementales, etc.)

Se describe el <u>logro</u> que alcanzará el CSE, el mismo que debe referirse a la solución del cuello de botella (o cuellos de botella) previamente identificado. Este objetivo tendrá que añadir los criterios que ayudan a verificar la <u>sostenibilidad</u> de la propuesta y la cuantificación de la <u>meta</u> a obtener post intervención del CSE.

Para el Proyecto, en la medida que en el Plan de Negocios se plasman los argumentos para la <u>atribución</u> de resultados; la formulación del cuello de botella realizado en la sección anterior debe estar estrechamente relacionada con la formulación del objetivo de este plan de negocios y con el planteamiento de las estrategias y compromisos que se asumirán.

El CSE plantea realizar gestiones con empresas del sector para lograr s primer objetivo: la articulación comercial. Inicialmente el relacionamiento será con la empresa Arcofi Perú Sac, quien manifiesta tener un déficit de 50 TM/año.

Habiéndose concretado la articulación, el objetivo es, incrementar el nivel de producción del cliente en 280% (20 TM) en el primer año, manteniendo los estándares de calidad requeridos por Arcofi y logrando costos competitivos a través de la asistencia técnica que brindará el CSE.

2. Estrategia que seguirá el CSE para lograr el objetivo

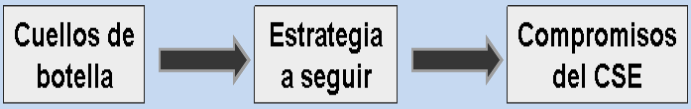
(Describa brevemente cómo se logrará el objetivo del plan, cuáles serán las prioridades, cómo interactuarán los actores involucrados, incluyendo el CSE, qué recursos serán requeridos, entre otros).

En esta sección se plasma la estrategia de intervención; determina el cómo harán para resolver el cuello de botella, de manera concreta.

Si por ejemplo el cliente (Empresa Socia o Grupo de productores) ya está instalado en el corredor y se ha planteado ampliar el abastecimiento, definir: a) ¿se convocará proveedores nuevos en zonas antiguas o se buscará nuevos proveedores en zonas nuevas?; b) ¿el mayor nivel de abastecimiento se logrará incrementando la productividad actual de sus proveedores a través de un cambio técnico que permita el ferti-riego y el uso de hormonas nuevas?

Definida la estrategia, cada escenario determina y define los compromisos específicos que asume el gestor para alcanzar los objetivos acordados con el cliente y cumplir con la meta asignada a su CSE.

Para M&E del PRA y la USAID y para los evaluadores en general, es la síntesis para determinar la atribución de resultados, esto es para mostrar los argumentos que defiendan la CAUSALIDAD de la intervención, y por ende, la imputación de los resultados.



Primero se concretará la articulación comercial con Arcofi para definir el volumen y las condiciones de compra de este mercado.

Definido el tipo de producto a vender a Arcofi, será necesario, brindar asesoría técnica en el manejo técnico–productivo tanto a nivel de la crianza/engorde de la trucha en las jaulas flotantes como en la innovación del sistema de crianza a partir de ovas. La finalidad es mejorar el índice de conversión alimenticia a un rango entre 1.1 -1.2 (lograr la eficiencia de los costos), controlar la calidad de la trucha (sanidad y que esté libre de nitrofuranos), garantizar la inocuidad del producto en el proceso del eviscerado (asistencia técnica e inversiones).

Para ello, el cliente deberá construir la sala de incubación ubicada en la laguna de Gochachuico y la compra de alevinos. Se plantea contar con una capacidad para incubar 350,000 ovas. También deberá construir una planta de procesamiento primario. Por lo tanto será necesario que el cliente cuente con capital para realizar las inversiones en la infraestructura productiva citada y para el capital de trabajo.

El CSE Junín – Pasco para lograr el objetivo y meta propuesta, plantea las siguientes líneas de trabajo:

1era fase.

Articulación comercial

El CSE, facilitara la identificación y gestionara reuniones de carácter comercial con empresas que garantizan la compra en forma continua y en mayor escala producto, logrando una relación comercial ganador – ganador. Se plantea iniciar el relacionamiento con la empresa Arcofi Perú Sac, con quien ya se ha empezado las coordinaciones.

2da fase.

Mejoramiento de la crianza de truchas en las Jaulas y la crianza de los alevinos en la sala de incubación.

Facilitar asistencia técnica en el manejo de incubación de ovas (proceso desconocido por el cliente) y asesoramiento para mejorar el manejo de crianza de truchas en jaulas implementado un sistema de alimentación, de limpieza y de cargas de biomasa por jaula que permitan aprovechar al máximo el alimento suministrado para lograr conseguir factores de conversión no mayores a 1.2, mantener el nivel de mortandad dentro del porcentaje normal (1 % al mes) y obtener un desarrollo óptimo del producto en un tiempo de crianza no mayor a 10 meses para alcanzar su talla comercial.

Inversión en la construcción de infraestructura necesaria para el proceso productivo.

Facilitar orientación técnica para la construcción de la sala de incubación y planta de procesamiento primario.

3ra fase.

En la medida que se logre ampliar la intención de compra de nuevos mercados, y se plasmen acuerdos concretos, se apoyará al CSE en el asesoramiento para la construcción de nuevas jaulas.

3. Compromisos del CSE en relación a los cuellos de botella identificados

Es indispensable que los compromisos del CSE sean claros y concretos en relación a un resultado a obtener. Del logro de estos compromisos dependerá la atribución de los resultados de ventas, empleos e inversiones.

Deberán consignar por ejemplo, número de técnicos, plazo de intervención, parámetro técnico a mejorar (si se tratara de una intervención técnica) del número de hectáreas comprometidas en la actividad de organización de la oferta, etc.

Cuello de botella	Compromiso del CSE
1. El cliente ha logrado satisfacer la demanda local, pero para crecer, requiere ingresar a los mercados regionales y nacionales, cuya demanda por lo general es de volúmenes y con mayores exigencias de calidad. Los costos alimenticios son altos debido al índice de conversión alimenticia alto (1.5)	Articular al cliente con empresas formales, empezando las coordinaciones con ARCOFI PERU SAC. Brindar asesoría técnica (1 técnico) para bajar el índice de conversión alimenticia a menos de 1.2
2. La infraestructura actual de jaulas solo le permite producir 4.2 TM/campaña. Además desconoce el sistema productivo que le garantice la producción de la trucha con la calidad exigida y que además le resulte rentable. La empresa utiliza un sistema de crianza partiendo de alevinos, presentando una tasa de mortandad del 2.5 % (normal es 1% /mes), además los costos de adquisición de alevinos son 74 % más altos que iniciar la crianza desde ovas, disminuyendo la productividad e incrementando los costos de producción.	Brindar asesoría técnica (el mismo técnico) para asesorar al cliente en el sistema de crianza, alimentación y sanidad

3. Deficiencia en el manejo para la crianza de truchas. El cliente tiene en la actualidad una merma del 12% (normal 6 %) en el desarrollo de las truchas por falta de un estricto control en la carga de biomasa en las jaulas, distribución de raciones y tipo de alimento de acuerdo al estadio de crecimiento, además de la aplicación de buenas prácticas acuícolas. El índice de conversión actual es de 1.5. La crianza de truchas del cliente está al 100 % de capacidad instalada en el sistema de crianza que utiliza (Este problema está relacionado a la producción propia del cliente).	Brindar asesoría técnica (el mismo técnico) para asesorar al cliente en el sistema de crianza, alimentación y sanidad. Los objetivos técnicos a lograr son dos: bajar la tasa de mortalidad a 1% mes y lograr un índice de conversión de menos de 1.2
4. El cliente no cuenta con infraestructura (planta de proceso) para el procesamiento primario de truchas y desconoce el manejo productivo orientado al cumplimiento de estándares de calidad requeridos por el mercado.	Brindar asesoría técnica (el mismo técnico) para la construcción de la infraestructura de alevinos

4. Compromisos del Cliente *(Empresa Socia o Grupo de productores)* en relación a los cuellos de botella identificados

Esta sección es la parte complementaria del punto 2.3, por ello, los alcances e implicancias son similares a aquellas que se puntualizaron en dicha sección. La diferencia básica es que se refiere a los compromisos del propio cliente (Empresa Socia o Grupo de productores).

Cuello de botella	Compromiso del Cliente
1. El cliente ha logrado satisfacer la demanda local, pero para crecer, requiere ingresar a los mercados regionales y nacionales, cuya demanda por lo general es de volúmenes y con mayores exigencias de calidad. Los costos alimenticios son altos debido al índice de conversión alimenticia alto (1.5)	En coordinación con el CSE, participar activamente en el relacionamiento con las opciones de mercado (compradores y empresas interesadas en el producto). Lo cual implica visita a las empresas, reuniones con los gerentes, envío de muestras y remitir información solicitada por el comprador.

2. La infraestructura actual de jaulas solo le permite producir 4.2 TM/campaña. Además desconoce el sistema productivo que le garantice la producción de la trucha con la calidad exigida y que además le resulte rentable. La empresa utiliza un sistema de crianza partiendo de alevinos, presentando una tasa de mortandad del 2.5 % (normal es 1% /mes), además los costos de adquisición de alevinos son 74 % más altos que iniciar la crianza desde ovas, disminuyendo la productividad e incrementando los costos de producción.	Disponer de recursos económicos para implementar las nuevas innovaciones en proceso productivo y para realizar las inversiones comprometidas (disponer de 40,000 soles) conjuntamente con Pro Compite.
3. Deficiencia en el manejo para la crianza de truchas. El cliente tiene en la actualidad una merma del 12% (normal 6 %) en el desarrollo de las truchas por falta de un estricto control en la carga de biomasa en las jaulas, distribución de raciones y tipo de alimento de acuerdo al estadio de crecimiento, además de la aplicación de buenas prácticas acuícolas. El índice de conversión actual es de 1.5. La crianza de truchas del cliente está al 100 % de capacidad instalada en el sistema de crianza que utiliza (Este problema está relacionado a la producción propia del cliente).	Implementar las sugerencias técnicas facilitadas por el consultor del PRA. Facilitar información solicitada y por el CSE, que serán de estricta confidencialidad.
4. El cliente no cuenta con infraestructura (planta de proceso) para el procesamiento primario de truchas y desconoce el manejo productivo orientado al cumplimiento de estándares de calidad requeridos por el mercado.	Asignar los recursos económicos para realizar las inversiones que requiere el cliente para poder atender el pedido de los mercados articulados por el CSE

5. Compromiso de otros actores que participan del negocio propuesto

(Se refiere a las instituciones que hayan asumido un compromiso explícito con el CSE y el cliente para este plan de negocio)

El CSE podría buscar socios estratégicos para implementar el Plan de Negocio definido con el cliente. En la medida que el Plan de Negocios es iniciativa del CSE, deberá liderar la convocatoria para que los compromisos se cumplan en los plazos establecidos.

Para M&E del PRA/USAID y evaluadores en general, con esta sección se completa la síntesis (2.3 y 2.4) para determinar la atribución de resultados

Actores (instituciones)	Compromiso asumido
1) PRO COMPITE	Financiamiento del 40% del valor de la inversión en infraestructura del cliente para la construcción de la sala de incubación (11,000 soles) y para la planta de procesamiento primario (15,000 soles)
2) Municipio de Ninacaca	……
3)	
4)	

6. Plan de inversiones en activos fijos NUEVOS en relación al producto o servicio propuesto en el plan de negocios

(Incluya la maquinaria, equipo, terrenos, y otros activos que el cliente haya previsto invertir en este plan de negocio)

Si las características de ampliación del negocio lo exige, la sostenibilidad y nivel de compromiso efectivo del cliente se plasmará en el compromiso de las inversiones que tendrá que realizar el cliente en el negocio propuesto.

Nombre del activo fijo	Valor del Mercado (S/.)
Sala de incubación Laguna de Gochachuico	11,000.00
Implementación de 16 jaulas Laguna de Gochachuico	40,000.00
Planta de procesamiento primario	15,000.00
Total	**66,000.00**

7. Fuente y tipo de capital de trabajo para la compra de materia prima según lo requerido en el plan de negocios

Solicitar al cliente la información sobre las fuentes y tipo de financiamiento, permitirá al CSE, una mejor evaluación sobre la disponibilidad del capital, especialmente, cuando la intervención del CSE es la formación de la oferta, donde se convoca a pequeños y micro productores, quienes, por lo general tienen problemas de liquidez en el flujo de ingresos y requieren que los pagos sean prácticamente al contado.

Capital de trabajo (Monto en S/.)	**Fuente y tipo de financiamiento** (propio, sistema bancario y financiero, otra modalidad)
40,000*	Capital propio
Total	

* A partir del segundo año cuando se tiene biomasa constante (alimentación y manejo), al inicio la inversión es mínima en alimentación y compra de ovas, pero se incrementa conforme avanza el proyecto, esta tendencia se mantiene hasta la primera cosecha, cubierto por la rotación de la liquidez.

8. Si el cliente es una asociación o agrupación de productores (agricultores artesanos etc.) especifique los siguientes datos:

En los casos en que se trate de asociaciones o agrupaciones de agricultores, se incluye la identificación del comprador comprometido a realizar la compra, con su respectiva carta de intención de compra con reglas claras, máxime si el producto es agrícola.

Se recomienda que el CSE añada una lista de otros compradores potenciales.

Nombre del comprador identificado	No aplica

(Adjunte la carta de intención de compra con las debidas especificaciones técnicas y comerciales del acuerdo y compromiso establecido entre las partes)

Contenido SUGERIDO para la carta de intención de compra:

- ***Programación de entregas : volumen quincenal, volumen mensual***
- ***Condiciones de entrega del producto: en planta, en la chacra, encostalados, escogidos, etc.***
- ***Especificaciones de los atributos de producto a entregar: humedad, calibre, presentación, etc.***
- ***Definir el instrumental o equipo de control que se usará para evaluar el cumplimiento de los atributos solicitados***
- ***Modalidad y plazos de pago: al contado en la planta, en cheque o depósito, cada quince días, etc.***
- ***Otros***

Nombre de compradores alternativos que el CSE haya previsto en caso de no concretarse el negocio con el comprador identificado:
No aplica

9. Duración del Plan de Negocio y horizonte de graduación del Negocio (finalización del subsidio del proyecto)

Sirve para que el CSE analice la relación Beneficio / Costo. Tanto el cliente como el CSE cuantifican su nivel de esfuerzo.

9.1. Duración del plan de negocio

Se trata del tiempo que durarán las actividades de apoyo del proyecto hasta alcanzar los objetivos y las metas propuestas, y su posterior "graduación", es decir, que el cliente debiera estar en la capacidad de asumir dicho subsidio completamente, porque debe haberse cumplido el objetivo de la sostenibilidad del emprendimiento.

Número de meses de intervención del CSE prevista	18 meses (negocio en crecimiento)
Total del aporte (subsidio) del CSE (en soles)*	37,950.00
Fecha propuesta de graduación del negocio	Abril 2,013

* Se refiere al gasto en asistencia técnica. No se debe incluir el costo del tiempo de dedicación del Gestor de Negocios del CSE.

9.2. Proyección del subsidio del CSE (en porcentaje)

Es mandato del PRA: transferir paulatinamente el subsidio y promover negocios sostenibles. En este cuadro se muestra de algún modo el traslado del subsidio hacia el cliente, bajo la premisa de que se logró la sostenibilidad de la intervención.

Actor	Trimestres							
	I	II	III	IV	V	VI		
CSE	100%	100%	100%	100%	50%	0%		
Cliente	0%	0%	0%	0%	50%	100 %		
Otro								

*** Esta proyección debe concordar con el número de meses de intervención del CSE. El cuadro debe llenarse consignado un 100% al primer trimestre asumido por el CSE. Este porcentaje deberá ir disminuyendo a la par que el cliente va absorbiendo este costo progresivamente, de tal manera que al finalizar el plan el aporte del CSE debe ser cero.**

10. Resultados de ventas (brutas) del cliente proyectados

(Esta proyección debe concordar con el número de meses de intervención del CSE, y no deberá ser menor a un año)

Permite al CSE proyectar los resultados del cliente y su contribución al logro de metas asignado, así como la relación B/C mínimo de 4.

Indicador	Ventas e Inversiones Proyectadas en S/.				
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 5
Ventas	22,800.00	22,800.00	63,180.00	105,300.00	105,300.00
Inversiones	29,500.00	19,500.00	34,500.00	19, 500	8,500

Indicador	Ventas e Inversiones proyectadas en S/.		
	Trimestre 6		
Ventas	105,300.00		
Inversiones	8,500		

Por el presente documento de acuerdo entre el CSE, representado por Wilfredo Del Pino Núñez y el cliente “ACUICOLA ANDINA”, representado por el señor (a) *Juan Gerardo Chávez Quiróz,* queda el compromiso expreso que el CSE brindará apoyo técnico a través de un plan de negocio e informará periódicamente sobre los logros obtenidos, a la vez que el cliente se compromete a brindar los reportes de ventas y datos complementarios requeridos por el CSE mes a mes durante el periodo de duración del proyecto.

Ninacaca, 15 de Octubre del 2011

----------	**----------**
Firma del cliente	**Firma del representante del CSE**
Nombre: Sr. Juan Gerardo Chávez	**Nombre: Wilfredo del Pino N.**
DNI: 04045555	**DNI: 19887761**

2. Evaluación inicial de Medio Ambiente

¿Qué es la ficha de evaluación inicial de medio ambiente?

Es un documento que se utiliza para la evaluación del desempeño ambiental y de biodiversidad de los negocios promovidos por el PRA. Dichas fichas contienen indicadores que reflejan las acciones del Negocio a favor o en contra del Medio ambiente, así como su regularidad y sistematización para el levantamiento de la información.

¿Para qué sirve?

El PRA tiene como mandato promover planes de negocio que se desarrollen con el uso sostenible, responsable y racional de los recursos naturales y la diversidad biológica, contribuyendo así al desarrollo integral de las comunidades. Para ello, el proyecto deberá contribuir a reducir y evitar los impactos ambientales por efecto de la implementación de los planes de negocio.

Sobre la base de la Política Nacional del Ambiente (Articulo 67º de la Constitución Política del Perú), la legislación peruana (Ley 27446) y en el Reglamento Procedimientos Ambientales de USAID – Sección 216, el Plan de Gestión Ambiental, se debe aplicar esta evaluación inicial a todos los planes de negocio propiciados por el Proyecto PRA. Este marco de normas debe permitir:

- El cumplimiento del mandato constitucional sobre la conservación, el uso sostenible de los recursos naturales y la diversidad biológica.

- La prevención de la degradación del ambiente y de los recursos naturales.

- Revertir los procesos negativos que los afectan, producto de la ejecución de los planes de negocios.

Asimismo, considerando que la mayoría de los planes de negocios que son apoyados por el PRA pertenecen a rubros agrícolas, el proyecto deberá cumplir el reglamento de Procedimientos para Plaguicidas exigen la preparación de un Plan de Acción y Uso Seguro de Plaguicidas (PERSUAP por su siglas en inglés).

¿Qué importancia tiene para el CSE y el PRA en general?

- Tener un diagnóstico inicial del plan de negocio que el proyecto va a promover.

- Identificar los posibles impactos en el desarrollo de estos planes

- Analizar y conocer los posibles riesgos que afectan los productos de la biodiversidad

- Formular medidas de prevención y corrección.

- Buscar la concordancia y cumplimiento con las políticas y normas del gobierno peruano, USAID, y los organismos internacionales que promueven el cuidado del medio ambiente.

  Esta evaluación inicial debe estar sustentada en la legislación peruana Ley 27446 y en el Reglamento Procedimientos Ambientales de USAID - Parte 216.

¿Qué contiene y cómo se realiza la evaluación?

La ficha de evaluación medioambiental tiene cinco partes:

1) **Datos Generales:** hace referencia a los datos de los predios (tierras) involucradas en el plan de negocio y su ubicación, si se tiene una certificación ambiental, y si el área de atención del plan tiene fuentes de contaminación.

2) **Descripción del proceso:** Se debe describir el proceso productivo que forma parte del plan de negocio, etapas en las cuales se podrían utilizar materias primas contaminantes y aquellas en la cuales se pueden generar desperdicios u otra clase de contaminación.

   También se deberá verificar el uso de agroquímicos en el proceso productivo, maquinaria, y servicios utilizados.

3) **Identificación y evaluación del impacto:** Esta calificación se refiere a los posibles impactos que pueden ocurrir como resultado de la implementación del plan de negocios promovido por el PRA.

   Antes de llenar la lista, se recomienda revisar la legislación nacional vigente, así como los límites máximos permisibles sectoriales y estándares de calidad ambiental, en caso de no existir regulación nacional, usar como referencia los establecidos por instituciones de derecho internacional público, con la finalidad de determinar si el plan de negocio se desarrollará en niveles por debajo de los máximos permisibles.

La evaluación del impacto comprende cinco aspectos:

- Análisis del factor suelo
- Análisis del factor agua
- Análisis del factor aire
- Análisis del factor biológico
- Análisis de la salud humana

Para cada uno de estos factores se deberá realizar una calificación del nivel de riesgo o impacto en el medio ambiente, que van desde el de menor al de mayor impacto.

Conclusión	Calificación
No se presentan efectos ambientales negativos	**1**
Bajo nivel de efectos ambientales negativos	**2**
Nivel mediano de efectos ambientales negativos	**3**
Alto nivel de efectos ambientales negativos	**4**

Para ello, en cada uno de los factores se debe calificar uno de estos niveles, y luego calcular un score promedio, con aproximación a un decimal.

Por ejemplo: Como calificar el riesgo en el Factor: Salud humana

Impacto ambiental	Nivel
Enfermedades causadas por la presencia de aguas estancadas o contaminadas (vectores patógenos)	**2**
Posibilidad de accidentes por demarcación de zonas (linderos), uso de maquinaria, áreas desprotegidas, etc	**2**
Enfermedades causadas por utilización constante de agroquímicos	**1**
Accidentes laborales causados por el uso de materiales peligrosos (insumos o agroquímicos tóxicos).	**2**
Los operarios realizarán trabajos de alto riesgo.	**1**
En épocas de mayor mano de obra, se generaran problemas de saneamiento y salud.	**2**
Hay riesgo de introducción de enfermedades por trabajadores foráneos.	**3**
Otros (describir otros impactos no señalados en el presente listado)	
Score Promedio	**1.8**

Finalmente se debe hacer una calificación global de todos los factores que inciden en el medio ambiente:

Factor	Score promedio
3.1. Factor Suelo	**1.5**
3.2. Factor Agua	**1.5**
3.3. Factor Aire	**1.0**
3.4. Factor Biológico	**2.0**
3.5. Factor Salud Humana	**1.8**
Suma de Score promedio	**7.8**

4) **Medidas de Mitigación:** Se debe describir las medidas de prevención, corrección y recuperación para la protección del ambiente físico, biótico y de interés humano, para cada uno de los impactos identificados en cada plan de negocio. Las medidas pueden ser de:

- Prevención: Son las actividades o disposiciones anticipadas, para suprimir o eliminar los impactos negativos que pudieran causarse hacía el recurso.

- Corrección: Son las acciones propuestas para corregir, reducir o atenuar los impactos ambientales negativos.

- Recuperación: Son las acciones que compensan los impactos ambientales negativos, a través de medidas de restauración o con acciones de la misma naturaleza.

Finalmente, se debe determinar, en cuál de estas medidas es posible que el CSE intervenga concretamente, de acuerdo a sus recursos disponibles.

5) **Decisión ambiental recomendada por el CSE:** Luego de haber llegado a una calificación final sobre el posible impacto ambiental generado por el plan de negocios (suma del score promedio), el Gestor deberá tomar una decisión de continuar o no con dicho plan.

Las decisiones se deben tomar ubicando el resultado de la calificación del impacto (suma del score promedio) en la siguiente tabla de rangos y decisiones:

Suma del score	Decisión	
0-5	• No se esperan impactos ambientales negativos significativos. • El Proyecto PRA puede continuar (Ningún impacto)	
6-10	• Los impactos ambientales pueden ser eliminados o reducidos a niveles aceptables a través de las medidas de mitigación previstas y contenidas en esta evaluación. • El apoyo del Proyecto PRA puede continuar (Impactos menores).	
11-15	• Los impactos ambientales significativos son probables y requieren un estudio ambiental. • Se prepara un Estudio de Impacto Ambiental del Plan de Negocio. • Se espera la certificación ambiental por parte de la autoridad ambiental correspondiente, a fin de evaluar la conveniencia del apoyo del Proyecto PRA.	
16-20	• Los impactos ambientales son probables y la mitigación y las nuevas alternativas no son factibles. • El Proyecto PRA no apoyará este negocio	

Si tomamos el ejemplo anterior, donde la calificación del impacto fue de **7.8,** la conclusión sería:

> *"Los impactos ambientales pueden ser eliminados o reducidos a niveles aceptables a través de las medidas de mitigación previstas y contenidas en esta evaluación.*
>
> *El apoyo del Proyecto PRA puede continuar (Impactos menores)"*

Instrucciones para el llenado

- Debe ser llenada obligatoriamente al inicio de la implementación de un plan de negocio. Forma parte de su formulación.

- La ficha debe ser llenada por cada Gestor de Negocio del CSE con la ayuda de los técnicos de campo que asisten en la mejora de la

producción en campo. Asimismo, la ficha debe ser llenada con el propio cliente.

- Antes de ser llenada, el gestor deberá revisar por lo menos**:**

  i) La legislación peruana Ley 27446 y anexos.
  ii) El Reglamento Procedimientos Ambientales de USAID - Parte 216.
  iii) Plan de Acción y uso seguro de Plaguicidas - PERSUAP

  Estos documentos estarán adjuntos a este manual de instrucciones.

- Estas fichas serán evaluadas periódicamente por un especialista de la oficina de Monitoreo y Evaluación.

- El llenado de la ficha debe hacerse consultando el **Glosario de definiciones ambientales y de la biodiversidad** (ver anexo).

- Considerando que el contenido de la evaluación inicial del medio ambiente puede tener algunas especificidades y diferencias entre las distintas actividades económicas, es que se ha previsto tener un formato ad hoc para cada uno de ellos.

  - Ficha de evaluación de medio ambiente-AGRICOLA
  - Ficha de evaluación de medio ambiente-FORESTAL
  - Ficha de evaluación de medio ambiente-MANUFACTURA
  - Ficha de evaluación de medio ambiente-PECUARIO
  - Ficha de evaluación de medio ambiente-PESCA

- En el caso que un plan de negocio implique considerar dos o más actividades, especialmente cuando se trata de actividades primarias que adicionalmente tienen un nivel de transformación en una planta de procesamiento, se deberá aplicar dos fichas. Por ejemplo si el plan tiene actividades agrícolas y actividades de transformación en una planta, y éstas se realizan en el corredor económico, se debe aplicar dos fichas: **AGRICOLA + MANUFACTURERA.**

  Los planes de negocio que presentan combinaciones de actividades primarias y de transformación en planta pueden ser:

  - AGRICOLA+ MANUFACTURA
  - FORESTAL + MANUFACTURA
  - PECUARIO + MANUFACTURA
  - PESCA + MANUFACTURA

- En este manual, sólo se está incluyendo como ejemplo la Ficha de evaluación Agrícola.

Información adicional para la evaluación medio ambiental de planes de negocio forestales

Considerando que el recurso forestal, en especial el de la Amazonía, requieren que su explotación sea sostenible económica, social y ambientalmente, es necesario que los planes de negocio y clientes del PRA garanticen este tipo de manejo. La meta es lograr que la madera que se comercialice sea certificada por los organismos competentes.

Sin embargo, considerando que el mercado de madera certificada todavía es limitado, los planes forestales deberán cumplir por lo menos con dos requisitos:

¡) Contar con el Plan de Manejo Forestal vigente
ii) Contar con el Plan Operativo Anual vigente

Si algún plan de negocio no los tiene, el CSE no podrá seguir apoyándolo.

Formato 1.1
Plan de Negocios
Revisión de Medio Ambiente
Planes Agrícolas

CSE		**Producto**	
Cliente		**Sub producto**	
Fecha		**Gestor CSE**	

Indicación General: Los datos que serán llenados en esta ficha deben referirse a las áreas donde se realizará la producción materia de este plan de negocio, ya sea que éstas sean de propiedad o alquiladas por el cliente, o que pertenecen a pequeños productores, quienes a su vez serán los proveedores de alguna empresa cliente.

1. DATOS GENERALES

1.1. Ubicación física de los predios pertenecientes al Plan de Negocio:

Nro de Predios	Área Total (HAS)	Dpto.	Provincia	Distrito	Localidad

1.2. En las áreas donde se desarrollará la producción materia de este plan de negocios, ¿Se cuenta con algún Certificado Ambiental emitido por alguna instancia de gobierno, privada o internacional?

Cuenta alguna certificación ambiental (___)

Está en proceso (___)

No cuenta (___)

Especifique cuál _____

1.3. La producción del negocio se ubica en la siguiente zona vulnerable

(___) En un Área Natural Protegida (ANP)

(___) En la zona de amortiguamiento de un ANP

(___) En zonas permanentemente inundadas, nacientes de agua.

(___) En zonas vulnerables a fenómenos naturales.

(___) En zonas de alto riesgo sísmico

Otro (especificar) _____

1.4. ¿Existen fuentes de contaminación? (p.e salidas de agua, desechos sólidos)

SI ( ) NO ( )

Describa cuáles, en el caso de ser positivo

2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.1. Describa brevemente el proceso productivo, indicando claramente aquellas etapas en las cuales se podrían utilizar materias primas contaminantes y aquellas en la cuales se pueden generar desperdicios u otra clase de contaminación.

2.2. Insumos Agroquímicos que serán utilizados:

Señalar si en el negocio se utilizará dentro de sus procesos o subprocesos insumos agroquímicos para la obtención de los productos y subproductos:

Producto químico (nombre comercial)	Ingredientes activos	CAS *	Cantidad mensual (Kg, t, L, m3, otro)	Propiedades (marque con x)				
				Inflamable	corrosivo	reactivo	explosivo	toxico

* CAS – por sus siglas en inglés de *Chemical Abstracts Service*, es una identificación numérica para compuestos químicos elaborada por la Sociedad Química Americana. Consigne este código, si el dato está disponible.

2.3. Liste las maquinarias y equipos que serán usados:

-

-

-

2.4. Servicios que serán utilizados:

Servicio	Fuente*	Consumo por mes
Agua		
Electricidad		
Diesel		
Otros (especifique)		

* En el caso del agua señale si se trata de: 1) Manantial y/o Puquial, 2) Ríos y/o Lagunas, 3) Pozos, 4) Agua Potable, o especifique otra fuente.

* En el caso de la fuente eléctrica, indique si se trata de: 1) Red eléctrica urbana, 2) Rural, 3) Renovable, o especifique otra fuente.

3. IDENTIFICACION Y EVALUACION DEL IMPACTO

Esta calificación se refiere a los posibles impactos que pueden ocurrir como resultado de la implementación del plan de negocios promovido por el PRA.

Antes de llenar la lista, se recomienda revisar la legislación nacional vigente, así como los límites máximos permisibles sectoriales y estándares de calidad ambiental, en caso de no existir regulación nacional, usar como referencia los establecidos por instituciones de derecho internacional público, con la finalidad de determinar si el plan de negocio se desarrollará en niveles por debajo de los máximos permisibles.

Para llenar la lista de chequeo, tenga en consideración la siguiente calificación del Score:

Calificación	Nivel (Score)
No se presentan efectos ambientales negativos	1
Bajo nivel de efectos ambientales negativos	2
Nivel mediano de efectos ambientales negativos	3
Alto nivel de efectos ambientales negativos	4

3.1. Análisis del Factor Suelo:

a) Identificación del impacto

IMPACTO AMBIENTAL	NIVEL
Posibilidad de erosión (por prácticas de cultivos)	
Pérdida de materia orgánica del suelo y superficie	
Contaminación por agroquímicos	
Contaminación por residuos sólidos (envases de insumos)	
Compactación por maquinaria o agua	
Otros (describir otros impactos no señalados en el presente listado) …….	
SCORE PROMEDIO	

b) Discusión de las consideraciones ambientales

i) Naturaleza y severidad del impacto: *En base al impacto identificado, describa el tipo de impacto e intensidad.*
ii) Áreas que se verán afectadas: *En base al impacto identificado, precise el área de influencia que se verá afectado.*
iii) Grupos o individuos que probablemente se verán afectados: *En base al impacto identificado, precise, cuantifique y describa quienes se verán afectados.*

3.2. Análisis del factor agua:

a) Identificación del impacto

IMPACTO AMBIENTAL	NIVEL
Disminución del volumen de agua en el entorno por usarlo en los cultivos, porque la cantidad de agua no es suficiente respecto al tamaño de área de cultivos programados.	
Contaminación del agua por los fertilizantes y plaguicidas usados en los cultivos	
Contaminación del agua por vertimiento de residuos líquidos, efluentes o aguas no tratadas y/o residuos sólidos.	
Pérdida de humedales por utilización agrícola.	
Generación de disputas sociales por el uso del agua para la agricultura y no para la población.	
Otros (describir otros impactos no señalados en el presente listado)	
SCORE PROMEDIO	

b) Discusión de las consideraciones ambientales

i) Naturaleza y severidad del impacto: *En base al impacto identificado, describa el tipo de impacto e intensidad.*
ii) Áreas que se verán afectadas: *En base al impacto identificado, precise el área de influencia que se verá afectado.*
iii) Grupos o individuos que probablemente se verán afectados: *En base al impacto identificado, precise, cuantifique y describa quienes se verán afectados.*

3.3. Análisis del factor aire:

a) Identificación del impacto

IMPACTO AMBIENTAL	NIVEL
Contaminación del aire por emisión de partículas (polvo u otro agente) o emisión de gases u olores.	
Humo por quema de desechos, residuos de cosecha y pastos	
Otros (describir otros impactos no señalados en el presente listado)	
SCORE PROMEDIO	

b) Discusión de las consideraciones ambientales

i) Naturaleza y severidad del impacto: *En base al impacto identificado, describa el tipo de impacto e intensidad.*
ii) Áreas que se verán afectadas: *En base al impacto identificado, precise el área de influencia que se verá afectado.*
iii) Grupos o individuos que probablemente se verán afectados: *En base al impacto identificado, precise, cuantifique y describa quienes se verán afectados.*

3.4. Análisis del factor biológico:

a) Identificación del impacto

IMPACTO AMBIENTAL	NIVEL
La producción del negocio se ubicará cerca a áreas de fragilidad ambiental (humedales, áreas naturales protegidas, etc.)	
Por la ejecución del negocio, se pierden especies vegetales endémicas (exclusivas de una zona), especies protegidas o ejemplares emblemáticos.	
La ejecución de obras, ocasionarán daños sobre la vegetación herbácea, arbustiva y arbórea.	
La ejecución de obras causará daños sobre madrigueras, nidos, hábitats de vida silvestre, etc.	
Otros (describir otros impactos no señalados en el presente listado)	
SCORE PROMEDIO	

b) Discusión de las consideraciones ambientales

i) Naturaleza y severidad del impacto:

En base al impacto identificado, describa el tipo de impacto e intensidad.

ii) Áreas que se verán afectadas:

En base al impacto identificado, precise el área de influencia que se verá afectado.

iii) Grupos o individuos que probablemente se verán afectados:

En base al impacto identificado, precise, cuantifique y describa quienes se verán afectados.

3.5. Análisis de la salud humana:

a) Identificación del impacto

IMPACTO AMBIENTAL	NIVEL
Enfermedades causadas por la presencia de aguas estancadas o contaminadas (vectores patógenos)	
Posibilidad de accidentes por demarcación de zonas (linderos), uso de maquinaria, áreas desprotegidas, etc.	
Enfermedades causadas por utilización constante de agroquímicos	
Accidentes laborales causados por el uso de materiales peligrosos (insumos o agroquímicos tóxicos).	
Los operarios realizarán trabajos de alto riesgo.	
En épocas de mayor mano de obra, se generaran problemas de saneamiento y salud.	
Hay riesgo de introducción de enfermedades por trabajadores foráneos.	
Otros (describir otros impactos no señalados en el presente listado)	
SCORE PROMEDIO	

b) Discusión de las consideraciones ambientales

i) Naturaleza y severidad del impacto:

En base al impacto identificado, describa el tipo de impacto e intensidad.

ii) Áreas que se verán afectadas:
En base al impacto identificado, precise el área de influencia que se verá afectado.

iii) Grupos o individuos que probablemente se verán afectados:
En base al impacto identificado, precise, cuantifique y describa quienes se verán afectados.

RESUMEN DEL RESULTADO (TRANSCRIBA LOS RESULTADOS ANTERIORES)

Factor	Score promedio
3.1. Factor Suelo	
3.2. Factor Agua	
3.3. Factor Aire	
3.4. Factor Biológico	
3.5. Factor Salud Humana	
Suma de Score promedio	

4. MEDIDAS DE MITIGACIÓN

Describir las medidas de prevención, corrección y recuperación para la protección del ambiente físico, biótico y de interés humano, para cada uno de los impactos identificados en el punto 3 Debe identificarse al responsable de las mismas.

4.1. Medidas de prevención: *Listar y describir el conjunto de actividades o disposiciones anticipadas, para suprimir o eliminar los impactos negativos que pudieran causarse hacía el recurso.*
4.2. Medidas de corrección: *Listar y describir el conjunto de acciones propuestas para corregir, reducir o atenuar los impactos ambientales negativos.*
4.3. Medidas de recuperación: *Listar y describir el conjunto de acciones que compensan los impactos ambientales negativos, a través de medidas de restauración o con acciones de la misma naturaleza.*

Precise en cuál de las medidas descritas anteriormente es factible la intervención directa del CSE:

#	Medida
1	
2	
3	

5. DECISIÓN AMBIENTAL RECOMENDADA POR EL CSE (MARQUE SÓLO CON UNA X UBICANDOLA SEGÚN EL SCORE TOTAL OBTENIDO)

Suma del score	Decisión	Decisión
0-5	• No se esperan impactos ambientales negativos significativos. • El Proyecto PRA puede continuar (Ningún impacto)	
6-10	• Los impactos ambientales pueden ser eliminados o reducidos a niveles aceptables a través de las medidas de mitigación previstas y contenidas en esta evaluación. • El apoyo del Proyecto PRA puede continuar (Impactos menores).	
11-15	• Los impactos ambientales significativos son probables y requieren un estudio ambiental. • Se prepara un Estudio de Impacto Ambiental del Plan de Negocio. • Se espera la certificación ambiental por parte de la autoridad ambiental correspondiente, a fin de evaluar la conveniencia del apoyo del Proyecto PRA.	
16-20	• Los impactos ambientales son probables y la mitigación y las nuevas alternativas no son factibles. • El Proyecto PRA no apoyará este negocio	

Evaluación realizada por	

3. Evaluación inicial de los productos de la Biodiversidad

¿Qué es la ficha de evaluación inicial de medio ambiente de productos de la biodiversidad?

Es un instrumento que permite hacer una evaluación inicial de los planes de negocio que desarrolla el PRA y que comprometen algún producto de la biodiversidad.

Los productos de la biodiversidad son varios, sin embargo los más reconocidos por el biocomercio pueden ser:

Achiote	Frijol	Pasuchaca
Achira	Granadilla	Pepino dulce
Aguaje	Hercampuri	Pijuayo
Aguaymanto	Huito	Quinua
Ají	Kiwicha	Ratania
Algarrobo	Lúcuma	Sacha inchi
Arracacha	Maca	Sangre de grado
Barbasco	Maíz gigante	Sauco
Calabaza	Maíz morado	Tara
Camarón de río	Maní	Tarwi
Camote	Mashua	Tomate de árbol
Camu camu	Molle	Tumbo
Cañihua	Muña	Tuna
Castaña	Oca	Uña de gato
Chancapiedra	Oje	Vicuña
Chirimoya	Olluco	Yacón
Chuchuhuasi	Paiche	Yuca
Cochinilla	Pallar	
Cocona	Papa	

No obstante, el CSE podrá identificar otros productos de la biodiversidad diferentes a este listado. En este caso, M&E, con el apoyo de un especialista, realizará la verificación y validación que efectivamente estos productos pertenecen a la biodiversidad.

¿Para qué sirve?

La biodiversidad comprende toda forma de vida y las diversas especies del mundo vivo, esto es, la diversidad genética, la diversidad de las especies y la diversidad de los ecosistemas[2].

La pérdida de biodiversidad tiene graves consecuencias para la humanidad, ya que reduce la capacidad de los ecosistemas de suministrar los bienes y servicios que generan beneficios económicos, agrícolas, culturales y de salud pública. Los servicios que brindan los ecosistemas incluyen, entre otros, el reciclaje de nutrientes, la filtración del agua y el aire, la absorción de la contaminación, los bancos genéticos, la estética, la recreación y los hábitats de la vida silvestre

Las actividades económico-productivas, que usan y transforman los recursos de la biodiversidad, deben basar su sostenibilidad justamente manteniendo el equilibrio entre las necesidades del mercado y la sociedad, y la conservación de toda la variedad biológica existente y localizada en un espacio geográfico específico.

Por ello, un proyecto como el PRA, que promueve la actividad económica en espacios (corredores) donde hay una apreciable diversidad genética, de especies y de ecosistemas, debe tomar medidas que conlleven a que el crecimiento económico y del empleo esté armonizado con la conservación de esta riqueza biológica localizada en la sierra del Perú.

En este sentido, el PRA estará obligado a considerar cuatro criterios al promover productos de la biodiversidad:

- El programa debe tener un objetivo explícito de biodiversidad (no es suficiente disponer de un resultado de la conservación de la biodiversidad como una externalidad positiva de otro programa)

- Las actividades deben identificarse a partir de un análisis de riesgos de la biodiversidad

- El programa debe monitorear indicadores asociados a la conservación de la biodiversidad

- Los programas basados en los lugares de operación deben tener la intención de impactar positivamente en la diversidad de las áreas biológicamente significativas

[2] ¿Por qué es importante mantener la biodiversidad?
En primer lugar porque los recursos genéticos, tanto de organismos domésticos como de los silvestres constituyen la base de nuestra sobrevivencia y un patrimonio de recursos para uso futuro. En segundo lugar, provee alimento, material de construcción, materia prima, medicinas y combustibles. En tercer lugar, provee las bases para las mejoras genéticas de plantas y animales domésticos. Finalmente, una correcta manipulación de estos recursos es necesaria para mantener la productividad de la cual tanto depende el hombre para su subsistencia.

Sin embargo, considerando que el PRA no tiene por objetivo central el promover la conservación de la biodiversidad, sino el de promover negocios sostenibles en los corredores económicos que contribuyan a conservar la biodiversidad, es que el monitoreo y seguimiento de este componente se focalizará en identificar los posibles riesgos de los productos de la biodiversidad con el desarrollo de planes de negocio.

¿Qué importancia tiene para el CSE y el PRA en general?

- Tener un diagnóstico inicial del plan de negocio para productos de la biodiversidad que el proyecto promueve.

- Identificar los posibles riesgos e impactos en estos productos con el desarrollo de estos planes.

- Formular medidas preventivas o correctivas que estén al alcance del CSE.

- Buscar la concordancia y cumplimiento con las políticas y normas del gobierno peruano, USAID, y los organismos internacionales que promueven el cuidado de los productos de la Biodiversidad.

¿Qué contiene y cómo se realiza la evaluación?

La ficha de evaluación medioambiental tiene cinco pasos:

6) **Primer paso: determine los posibles impactos en los productos de la Biodiversidad por efecto de la intervención de un plan de negocio**

   En esta sección se determina si el plan de negocio tiene algún efecto sobre algún producto de la biodiversidad.

   Para ello, se deberá determinar el nivel de riesgo existente, consignado una calificación a quince (15) aspectos o factores básicos que pueden poner en riesgo algún producto de la Biodiversidad.

   La calificación del riesgo va en orden descendente, de mayor a menor riesgo:

   - **Calificación A: Alto riesgo (va en color rojo)**
   - **Calificación B: Mediano Riesgo (va en color amarillo)**
   - **Calificación C: Bajo Riesgo (va en color verde)**

   Con estos parámetros, se deberá determinar si en cada factor hay riesgo o no, consignando un SI o un NO, como se muestra en el siguiente recuadro:

Tabla # 1

Pregunta	Si		No	
¿El producto tiene una demanda alta en el mercado?		C		B
¿Realizó coordinaciones con instituciones, organizaciones o líderes de comunidades para desarrollar este negocio?		C		B
¿Cuenta con un plan de manejo y conservación de la biodiversidad?		C		B
¿El negocio beneficiará a la población local directa o indirectamente?		C		B
¿La etiqueta del producto respeta y reconoce la propiedad intelectual ancestral?		C		B
¿El producto está en la lista de especies en peligro de extinción? (ver DS 013-99-AG)		A		C
¿El producto se desarrollará en su propio ecosistema?		C		A
¿Alrededor de la cedula de producción, existe un cultivo que es genéticamente modificado o transgénico?		A		C
¿El negocio garantiza la continuidad de la especie?		C		A
¿La mayoría de la población está de acuerdo con el negocio?		C		B
Para instalar el negocio, ¿se han desplazado comunidades nativas y campesinas?		A		C
¿Las actividades del negocio están acorde a su plan de manejo y conservación de la biodiversidad?		C		B
¿Están regidas según el marco legal peruano sobre conservación y aprovechamiento sostenible de la diversidad biológica? (*)		C		B
¿Están regidas según el Convenio Internacional de Diversidad Biológica? (*)		C		B
¿Los líderes de la cadena de valor han recibido charlas de capacitación u otro tipo de información referidas al biocomercio del producto autóctono que usted produce?		C		B

7) **Segundo paso: determinar el nivel de riesgo total del plan de negocio**

Para ello se deberá sumar el número de categorías “A”, “B” o “C” que se ha obtenido y determine el nivel de riesgo del negocio según la Tabla # 2:

Tabla # 2

Tipología	A	B	C
Nivel I	2 – 4	---	---
Nivel II	1	---	---
Nivel III	0	5 – 10	---
Nivel IV	0	0 – 5	10 – 15

- **Nivel I: Muy alto riego a la Biodiversidad**
- **Nivel II: Alto riesgo a la Biodiversidad**
- **Nivel III: Mediano riesgo a la Biodiversidad**
- **Nivel IV: Menor riesgo a la Biodiversidad**

8) **Tercer paso: se analizará y decidirá la participación del PRA**

De acuerdo a los resultados, la conclusión puede ser la siguiente:

Nivel I	Muy alto riesgo negativo a la Biodiversidad. Los efectos pueden ser de carácter irreversibles. Se recomienda que el Proyecto PRA NO participe.
Nivel II	Alto riesgo negativo a la biodiversidad. Los efectos pueden ser de carácter reversibles siempre que se apliquen las medidas de mitigación necesarias. Se recomienda que el Proyecto PRA analice si al aplicar las medidas de mitigación aun es rentable el proyecto.
Nivel III	Mediano riesgo negativo a la biodiversidad. Proyectos con moderado riesgo biodiverso. El Proyecto PRA puede participar siempre y cuando se consideren medidas de mitigación del riesgo.
Nivel IV	Menor riesgo negativo a la biodiversidad. Los riesgos son fácilmente identificables y mitigables. El Proyecto PRA puede participar.

9) **Cuarto paso: En el caso que se haya detectado problemas o riesgo específicos, CSE debe determinar cómo los afrontará y acciones va a realizar.**

Instrucciones para el llenado

- Debe ser llenada obligatoriamente al inicio de la implementación de un plan de negocio que involucre algún producto de la Biodiversidad, para lo cual la ficha de medio ambiente ya debe estar completada.

- La ficha debe ser llenada por cada Gestor de Negocio del CSE con la ayuda de los técnicos de campo que asisten en la mejora de la producción en campo. Asimismo, la ficha debe ser llenada con el propio cliente.

- Antes de ser llenada, el gestor deberá revisar por lo menos las normas que regulan y protegen los productos biodiversos (véase documentos adjuntos).

- Estas fichas serán evaluadas periódicamente por un especialista de la oficina de Monitoreo y Evaluación.

- El llenado de la ficha debe hacerse consultando el **Glosario de definiciones ambientales y de la biodiversidad** (ver anexo).

Formato 1.2
Plan de Negocios
Revisión de impactos en la Biodiversidad

CSE		**Producto**	
Cliente		**Sub producto**	
Fecha		**Gestor CSE**	

Nota: Este formato sólo debe ser aplicado a los productos pertenecientes a la Biodiversidad.

PASO 1: Lea la pregunta y marque con "x" en el casillero correspondiente a las respuestas Si o No. Al costado del espacio para marcar se tiene una columna de categorías, que servirá para el posterior análisis de la información

Tabla 01: Clasificación en Función de Impactos del Negocio a la Biodiversidad

Pregunta	Si		No	
¿El producto tiene una demanda alta en el mercado?		C		B
¿Realizó coordinaciones con instituciones, organizaciones o líderes de comunidades para desarrollar este negocio?		C		B
¿Cuenta con un plan de manejo y conservación de la biodiversidad?		C		B
¿El negocio beneficiará a la población local directa o indirectamente?		C		B
¿La etiqueta del producto respeta y reconoce la propiedad intelectual ancestral?		C		B
¿El producto está en la lista de especies en peligro de extinción? (ver DS 013-99-AG)		A		C
¿El producto se desarrollará en su propio ecosistema?		C		A
¿Alrededor de la cedula de producción, existe un cultivo que es genéticamente modificado o transgénico?		A		C
¿El negocio garantiza la continuidad de la especie?		C		A
¿La mayoría de la población está de acuerdo con el negocio?		C		B
Para instalar el negocio, ¿se han desplazado comunidades nativas y campesinas?		A		C
¿Las actividades del negocio están acorde a su plan de manejo y conservación de la biodiversidad?		C		B
¿Están regidas según el marco legal peruano sobre conservación y aprovechamiento sostenible de la diversidad biológica? (*)		C		B
¿Están regidas según el Convenio Internacional de Diversidad Biológica? (*)		C		B
¿Los líderes de la cadena de valor han recibido charlas de capacitación u otro tipo de información referidas al biocomercio del producto autóctono que usted produce?		C		B

(*) Ver Tabla No 03
(*) Ver documentos

PASO 2: Luego de marcar las opciones correspondientes en la Tabla 01, sume el número de categorías “A”, “B” o “C” que se ha obtenido y determine el nivel de riesgo del negocio según la Tabla 02.

Nivel I : Muy alto riesgo negativo a la biodiversidad.

Nivel II: Alto riesgo negativo a la biodiversidad.

Nivel III: Mediano riesgo negativo a la biodiversidad.

Nivel IV: Menor riesgo negativo a la biodiversidad.

Tabla 02: Nivel del Riesgo

Tipología	A	B	C
Nivel I	2 – 4	---	---
Nivel II	1	---	---
Nivel III	0	5 – 10	---
Nivel IV	0	0 – 5	10 – 15

PASO 3: Definido el nivel de riesgo de afectación a la biodiversidad del negocio, analicemos la participación del Proyecto PRA.

Nivel I : Muy alto riesgo negativo a la Biodiversidad.
Los efectos pueden ser de carácter irreversibles.
Se recomienda que el Proyecto PRA NO participe.

Nivel II: Alto riesgo negativo a la biodiversidad.
Los efectos pueden ser de carácter reversibles siempre que se apliquen las medidas de mitigación necesarias.
Se recomienda que el Proyecto PRA analice si al aplicar las medidas de mitigación aun es rentable el proyecto.

Nivel III: Mediano riesgo negativo a la biodiversidad.
Proyectos con moderado riesgo biodiverso.
El Proyecto PRA puede participar siempre y cuando se consideren medidas de mitigación del riesgo.

Nivel IV: Menor riesgo negativo a la biodiversidad.
Los riesgos son fácilmente identificables y mitigables.
El Proyecto PRA puede participar.

PASO 4: Responda las siguientes preguntas complementarias:

¿Cómo piensa afrontar los problemas encontrados en la Tabla 01?		
Problemas Percibidos	**Estrategias**	**Costo**

Con la intervención del Proyecto PRA:			
	Si	No	Comentarios / De qué manera
¿Se prevendrán, corregirán o mitigarán alguno de los riesgos negativos señalados en la tabla 01?			

Tabla No 03: Relación de Normas Peruanas Aplicables a los Negocios de Productos de la Biodiversidad

Normativa
Ley Orgánica para el Aprovechamiento Sostenible de los Recursos Naturales. Ley Nº 26821
Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental. Ley Nº 27446.
Ley sobre la Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica Ley Nº 26839
Reglamento de la Ley sobre Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica. Decreto Supremo Nº 068-2001-PCM
Estrategia Nacional de la Diversidad Biológica del Perú Decreto Supremo Nº 102-2001-PCM
Prohíben caza, extracción, transporte y/o exportación con fines comerciales de especies de fauna silvestre no autorizados por el INRENA, a partir del año 2000. Decreto Supremo Nº 013-99-AG
Reglamento de Conservación de Orquídeas Decreto Supremo Nº 0052-91-AG
Ley de Aprovechamiento sostenible de las Plantas Medicinales. Ley Nº 27300
Ley de Promoción de Complementos Nutricionales para el Desarrollo Alternativo Ley Nº 27821
Ley General de Semillas. Ley Nº 27262
Reglamento General de la Ley General de Semillas Decreto Supremo Nº 040-2001-AG
Ley que establece el régimen de protección de los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas vinculados a los recursos biológicos. Ley Nº 27811
Ley de Prevención de Riesgos derivados del uso de la Biotecnología Ley Nº 27104
Reglamento de la Ley de Prevención de Riesgos Derivados del uso de la Biotecnología Decreto Supremo N° 108-2002-PCM
Ley de Áreas Naturales Protegidas. Ley Nº 26834
Reglamento de la Ley de Áreas Naturales Protegidas Decreto Supremo Nº 038-2001-AG
Ley Forestal y de Fauna Silvestre Ley Nº 27308
Reglamento de la Ley Forestal y de Fauna Silvestre Decreto Supremo Nº 014-2001-AG
Ley de la inversión privada en el desarrollo de las actividades económicas en las tierras del territorio nacional y de las comunidades campesinas y nativas. Ley Nº 26505
Ley de Pesca Decreto Ley Nº 25977
Reglamento de la Ley de Pesca Decreto Supremo Nº 012-2001-PE
Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura. Ley Nº 27460
Reglamento de la Ley de Promoción y Desarrollo de la Acuicultura Decreto Supremo Nº 030-2001-PE
Disposiciones para el funcionamiento de acuarios comerciales Resolución Ministerial Nº 219-2001-PE
Reglamento para la protección y conservación de los cetáceos menores Decreto Supremo Nº 002-96-PE
Ley Marco de Sanidad Agraria LEY Nº 27322
Reglamento General de la Ley Marco de Sanidad Agraria. Decreto Supremo Nº 048-2001-AG

Glosario medio ambiental y de la biodiversidad

Abono	Cualquier sustancia orgánica que mejora la calidad del sustrato a nivel nutricional para las plantas arraigadas en éste. La acción consistente en aportar un abono se llama fertilización.
Agroquímicos tóxicos	Sustancias químicas utilizadas en la agricultura como insecticidas, herbicidas y fertilizantes que tiene efectos nocivos en algún organismo vivo. Tienden a permanecer en el agua, contaminando las napas subterráneas, los ríos y lagos, así como los propios alimentos producidos. Por eso su uso se reduce al mínimo indispensable en las producciones racionalmente organizadas.
Agua dulce	Es aquella que contiene cantidades mínimas de sales disueltas, especialmente cloruro sódico. Se la encuentra en ríos, lagos, manantiales, lagunas, etc.
Agua marina	Es aquella que se encuentra en los mares, pudiendo ser ésta litoral, continental o interiores.
Agua salobre	Es aquella tiene más sal disuelta que el agua dulce, pero menos que el agua de mar. Técnicamente, se considera agua salobre la que posee entre 0,5 y 30 gramos de sal por litro, expresados más frecuentemente como de 0,5 a 30 partes por mil. El agua salobre es típica de los estuarios y resulta de la mezcla del agua del río con el agua del mar.
Área de fragilidad ambiental	Es un espacio geográfico que en función de sus condiciones de vocación, capacidad de uso del suelo o de ecosistemas que lo conforman, o bien de su particularidad sociocultural, presenta una capacidad de carga restringida y por tanto con algunos limitantes técnicos para su uso y para la realización de proyectos, industria o cualquier otra actividad. En estas áreas una pequeña intervención puede desencadenar una serie de alteraciones del ecosistema que pueden ser irreversibles.
Área industrial	Se refiere al tamaño del área donde se desarrollan las actividades de producción de una determinada empresa industrial.
Área Natural Protegida – ANP	Es un área determinada por un Estado sujeto a un marco legal e institucional definido para garantizar la conservación de sus particularidades y riquezas medioambientales y culturales. La Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, UICN (1994) define a las áreas protegidas como: "Una superficie de tierra o mar especialmente dedicada a la protección y mantenimiento de la Biodiversidad y de los recursos naturales y culturales asociados; manejada a través de medios legales, o de otros medios efectivos".
Área o zona de amortiguamiento	Son aquellas áreas adyacentes a los límites de las Áreas Naturales Protegidas (ANP) que conforman espacios de transición entre las zonas protegidas y el entorno. Su establecimiento intenta minimizar las repercusiones de las actividades humanas que se realizan en los territorios inmediatos a las ANP. Así también, su ubicación estratégica obliga a que sean manejadas de tal manera que garanticen el cumplimiento de los objetivos de las ANP.
Área total de crianza	Es el tamaño expresado en m2 o medida similar que da cuenta de la extensión que ocupa la crianza de un determinado recurso pecuario.
Biocomercio	Conjunto de actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad

	nativa, desarrolladas en conformidad con los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.
Biodiversidad	También llamada diversidad biológica, es el término por el que se hace referencia a la amplia variedad de seres vivos sobre la Tierra y los patrones naturales que la conforman, resultado de miles de millones de años de evolución según procesos naturales y también de la influencia creciente de las actividades del ser humano. La biodiversidad comprende igualmente la variedad de ecosistemas y las diferencias genéticas dentro de cada especie que permiten la combinación de múltiples formas de vida, y cuyas mutuas interacciones y con el resto del entorno fundamentan el sustento de la vida sobre el planeta. En términos prácticos del proyecto se alude a los productos de la biodiversidad a aquellos que no han sido traídos de otros lugares y que son oriundos de un territorio específico (nativos), en este caso del Perú.
Cambio de uso del suelo	También puede ser entendido como el cambio del uso del suelo que estaba dedicado a la producción agrícola o pecuaria por un nuevo uso de carácter urbano. También puede ser la remoción total o parcial de la vegetación de terrenos forestales para destinarlos a actividades no forestales. Por ejemplo: Fraccionamientos, áreas agrícolas o pecuarias, parques industriales entre otros.
CAS	Por sus siglas en inglés *Chemical Abstracts Service*, es una identificación numérica estándar para compuestos químicos elaborada por la Sociedad Química Americana.
Certificación ambiental	Es una calificación oficial emanada de las entidades de gobierno o privadas a las personas naturales o empresas que certifica que algún producto cumple con las normas y procesos de calidad establecidos previamente y que están normalizados y regulados por entidades autónomas.
Compactación (del suelo)	Es la pérdida de volumen que experimenta una determinada masa de suelo, debido a fuerzas externas que actúan sobre él. Estas fuerzas externas, en la actividad agrícola, tienen su origen principalmente en: 1) Cargas producidas por los neumáticos de tractores e implementos de arrastre, 2) Pisoteo de animales o personas, y 3) precipitaciones. La compactación del suelo produce un aumento en su densidad (densidad aparente), aumenta su resistencia mecánica, destruye y debilita su estructuración. Todo esto hace disminuir la porosidad total y la macroporosidad (porosidad de aireación) del suelo. Los efectos que la compactación produce, se traducen en un menor desarrollo del sistema radicular de las plantas y, por lo tanto, un menor desarrollo de la planta en su conjunto, lo que redunda en una menor producción
Concesión forestal	La Ley Forestal y de Fauna Silvestre define Concesión de Recursos Forestales y de Fauna Silvestre al otorgamiento por parte del Gobierno (INRENA) del derecho de aprovechamiento de un determinado recurso forestal y/o de fauna silvestre, tanto para fines de producción de madera como de productos diferentes a la madera, incluyendo asimismo el uso no extractivos, como el ecoturismo y la conservación.

	Se le otorga al concesionario el derecho exclusivo para el aprovechamiento sostenible del recurso natural concedido, en las condiciones y con las limitaciones que establezca el título respectivo. Asimismo, se le otorga al concesionario el derecho de uso y disfrute del recurso natural concedido y, en consecuencia, la propiedad de los frutos y productos a extraerse.
Contaminante	Cualquier producto, elemento o sustancia que afecta negativamente el suelo, el aire, el agua, la flora y fauna, y la salud humana.
Contaminación del agua	La contaminación del agua (ríos, lagos y mares) es producida, principalmente, por cuatro vías: vertimiento de aguas servidas, de basuras, de relaves mineros, productos químicos y precipitaciones. Los contaminantes del agua pueden ser: 1) Microorganismos patógenos causantes de: fiebre tifoídea, paratifus, hepatitis, disenterías, etc. 2) Detergentes sintéticos y fertilizantes ricos en fosfatos. 3) Pesticidas como el DDT, aldrín, dieldrín, etc. 4) Productos químicos inorgánicos como los nitratos, nitritos, fluoruros. Arsénico, selenio, mercurio. 5) Petróleo y sus derivados como el alquitrán, aceites, combustibles.
Contaminación del aire	La contaminación del aire se produce por la emisión de humos (vehículos motorizados, industrias, basura, entre otros), aerosoles (humo, polvo, ceniza volcánica, entre otros), ruidos (producen alteraciones psíquicas en el ser humano, como el nerviosismo y físicas como la sordera), malos olores y radiación atómica. Puede tener efectos no sólo en la salud del hombre sino también en la flora arbórea, la fauna y los lagos. La contaminación también afecta el espesor de la capa de ozono. Los principales contaminantes del aire son: monóxido de carbono, dióxido de carbono, clorofluorocarbonos, contaminantes atmosféricos peligrosos, plomo, ozono, óxido de nitrógeno, partículas, dióxido de azufre y los compuestos orgánicos volátiles.
Convenio (Internacional) sobre la Diversidad Biológica	Es el primer acuerdo global cabal para abordar todos los aspectos de la diversidad biológica: recursos genéticos, especies y ecosistemas, y el primero en reconocer que la conservación de la diversidad biológica es "una preocupación común de la humanidad", y una parte integral del proceso de desarrollo. Para alcanzar sus objetivos, el Convenio - de conformidad con el espíritu de la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo - promueve constantemente la asociación entre países. Sus disposiciones sobre la cooperación científica y tecnológica, acceso a los recursos genéticos y la transferencia de tecnologías ambientalmente sanas, son la base de esta asociación.
Degradación del suelo	Es un proceso inducido que afecta negativamente la biofísica del suelo para soportar la vida en un ecosistema, incluyendo aceptar, almacenar y reciclar agua, materia orgánica y nutrientes. Ocurre cuando el suelo pierde importantes propiedades como consecuencia de una inadecuada utilización. Las amenazas naturales son excluidas habitualmente como causas de la degradación del suelo; sin embargo las actividades humanas pueden afectar indirectamente a fenómenos como inundaciones o incendios forestales. Las causas más comunes de la degradación del suelo son:

	• Movimiento y despeje de tierras, incluyendo la tala de árboles y deforestación. • El agotamiento de los nutrientes del suelo por malas prácticas agrícolas, como un mal uso de la rotación de cultivos • Ganadería, incluyendo el sobrepastoreo. • Riego y sobreexplotación de recursos hídricos. • La expansión urbanística y el desarrollo comercial. • Contaminación del suelo, incluyendo la debida a residuos. • Circulación de vehículos off-road, es decir, fuera de los caminos y carreteras autorizados. • Actividad minera, incluyendo la extracción de materiales, como piedra, arena y minerales.
Desechos sólidos (Residuos sólidos)	Son todos los desechos que proceden de actividades humanas y de animales que se desechan como inútiles o indeseados. Abarca las masas heterogéneas de desechos de comunidades urbanas lo mismo que acumulaciones más homogéneas de desechos agrícolas, industriales, minerales o de actividades como la hospitalaria, consumo humano domiciliario (basura), comercio o servicios, entre otros. Los residuos sólidos son susceptibles de aprovechamiento o transformación en un nuevo bien con valor económico o de disposición final.
Desechos de animales	Son aquellos que proviene de animales, principalmente estiércol y orines, y que puedan provocar la contaminación del agua superficial y subterránea, ocasionando la filtración o escorrentía de compuestos nitrogenados (amoníaco, nitratos), fósforo, otros nutrientes, bacterias y agentes virales en las fuentes de agua.
Desechos pesqueros	Son aquellos residuos orgánicos (sólidos y líquidos) que se generan como resultado de la pesca y el procesamiento de las plantas procesadoras, principalmente de desperdicios generados en el proceso de evisceración, y que pueden afectar las condiciones físicas y químicas del agua, cambiar los ciclos por aumento de nutrientes, alterar la diversidad de las especies, cambiar la transparencia del agua y cambiar los ecosistemas marinos, entre otros.
Ecosistema	Es un sistema natural que está formado por un conjunto de organismos vivos (biocenosis) y el medio físico en donde se relacionan (biotopo). Un ecosistema es una unidad compuesta de organismos interdependientes que comparten el mismo hábitat. Los ecosistemas suelen formar una serie de cadenas que muestran la interdependencia de los organismos dentro del sistema.
Efluente	La salida o flujos salientes de cualquier sistema que despacha flujos de líquidos, sólidos o desperdicios, a un tanque o depósito de oxidación para un proceso de depuración biológica del agua.
Ejemplares emblemáticos	Animales o insectos que son característicos y propios de una zona o región.
Erosión	Se denomina erosión al proceso de sustracción o desgaste del relieve del suelo intacto, por acción de procesos geológicos exógenos como las corrientes superficiales de agua o hielo glaciar, el viento o la acción de los seres vivos. La erosión se refiere al transporte de granos sólidos y no a la disgregación de las rocas.
Especies en peligro de extinción	Son aquellas que se encuentran en peligro inmediato de desaparecer, y si los factores que causan su sus problemas de conservación

	continúan, podrían morir los pocos animales, plantas o insectos que quedan de esa especie amenazada.
Especies protegidas	Son aquellas especies de la flora y fauna que se encuentran amenazadas y en riesgo de extinción, como resultado de la acción directa del hombre (cacería) o por el deterioro de su hábitat.
Especies vegetales endémicas	También llamadas especies microareales, son aquellas especies que están restringidas a una ubicación geográfica muy concreta y que no se encuentra en otra parte. La extensión geográfica puede ser muy variable habiendo especies endémicas de una población determinada o de una provincia, país, etc. El endemismo surge como consecuencia de la especiación que se provoca ante la aparición de barreras naturales que impiden el intercambio genético, de este modo, aparecen especies diferentes restringidas a esas zonas geográficas. Estas especies son más vulnerables a la extinción pues sus poblaciones suelen ser reducidas en número de individuos y por tanto su respuesta genética ante el cambio de las condiciones naturales es menor.
Estudio de impacto ambiental (EIA)	Es el procedimiento o conjunto de técnicas que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo. La gestión de impacto ambiental pretende reducir al mínimo nuestras intrusiones en los diversos ecosistemas, elevar al máximo las posibilidades de supervivencia de todas las formas de vida.
Explotación de madera (forestal)	Es una actividad del sector primario que consiste en aprovechar los recursos naturales maderables y no maderables de la superficie forestal de un país que incluye bosques, selvas y matorrales. La explotación forestal se enfoca al aprovechamiento racional y sostenible de los bosques y las selvas para mejorar su regeneración (mediante el cultivo de nuevas especies que reemplacen las extraídas), composición y desarrollo, así como a adaptar sus beneficios a las necesidades del hombre. El manejo irracional del bosque puede provocar la deforestación y sus efectos en el medio ambiente.
Hábitat	Es el ambiente o espacio que ocupa una población biológica y que reúne las condiciones adecuadas para que la especie pueda residir y reproducirse, perpetuando su presencia. Un hábitat queda así descrito por los rasgos que lo definen ecológicamente, distinguiéndolo de otros hábitats en los que las mismas especies no podrían encontrar acomodo.
Humedales	Es una zona de tierras, generalmente planas, en la que la superficie se inunda permanente o intermitentemente, al cubrirse regularmente de agua, el suelo se satura, quedando desprovisto de oxígeno y dando lugar a un ecosistema híbrido entre los puramente acuáticos y los terrestres. La categoría biológica de humedal comprende zonas de propiedades geológicas diversas: bañados, ciénagas, esteros, marismas, pantanos, turberas, así como las zonas de costa marítima que presentan abnegación periódica por el régimen de mareas (manglares).
Impacto ambiental (Efecto ambiental)	Una consecuencia medible sobre algún componente básico del ambiente, provocada o inducida por cualquier acción del hombre.

	Son las consecuencias provocadas por cualquier acción que modifique las condiciones de subsistencia o de sustentabilidad de un ecosistema, parte de él o de los individuos que lo componen. No existe una valoración cuantitativa universalmente aceptada para determinar el grado de afectación de un impacto, salvo aquellos casos en que la acción que lo provoca está asociada a una cantidad mensurable.
Impacto ambiental bajo	Los impactos ambientales pueden ser revertidos o reducidos a niveles aceptables a través de medidas de mitigación previstas.
Impacto ambiental mediano	Los impactos ambientales significativos son probables y requieren un estudio ambiental. Se espera aplicar un Estudio de Impacto Ambiental del Plan de Negocio
Impacto ambiental alto	Los impactos ambientales son muy significativos y probables. La mitigación y las nuevas alternativas no son factibles para el proyecto.
Ingrediente activo	También conocido como principio activo, es aquella sustancia con actividad farmacológica que compone principalmente un medicamento o agroquímico, el mismo que suele ser dosificado para combatir alguna enfermedad o evitar algún proceso fisiológico no deseado o para modificar condiciones fisiológicas con fines específicos.
Insumos peligrosos de origen sintético o biotecnológico	Aquellos insumos usados en la agricultura que no son de origen natural y que más bien han sido elaborados en un laboratorio y reproducidos industrialmente para fines específicos. Los insumos biotecnológicos son aquellos que surgen de la aplicación tecnológica que utiliza sistemas biológicos y organismos vivos o sus derivados para la creación o modificación de productos o procesos para usos específicos.
ISO (Código de normas de calidad normalizadas y estandarizadas de procesos)	(*Del inglés "International Organization for Standardization),* es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para todas las ramas industriales a excepción de la eléctrica y la electrónica. Su función principal es la de buscar la estandarización de normas de productos y seguridad para las empresas u organizaciones a nivel internacional. La ISO es una red de los institutos de normas nacionales de 160 países, sobre la base de un miembro por país, con una Secretaría Central en Ginebra (Suiza) que coordina el sistema. La Organización Internacional de Normalización (ISO), con sede en Ginebra, está compuesta por delegaciones gubernamentales y no gubernamentales subdivididos en una serie de subcomités encargados de desarrollar las guías que contribuirán al mejoramiento ambiental.
Materia orgánica del suelo	Cualquier residuo vegetal o animal cuya descomposición lo transforma en materiales importantes para la fertilidad, conservación y presencia de vida en los suelos. La materia orgánica es descompuesta por microorganismos y transformada en materia adecuada para el crecimiento de las plantas (humus).
Medidas de corrección	Son aquellas actividades o dispositivos que sirven para corregir alguna práctica o problema que tiene un efecto adverso o negativo sobre el medio ambiente.
Medidas de prevención	Son aquellas actividades o dispositivos que sirven para prevenir cualquier práctica o problema que puede tener un inminente efecto adverso o negativo sobre el medio ambiente.
Medidas de recuperación	Es el conjunto de propuestas y acciones previstas para corregir y recuperar especies, ecosistemas y prácticas que se pudieran

	encontrar en situación de disminución o extinción.
Mitigación (medidas de)	Es el conjunto de medidas que se pueden tomar para contrarrestar o minimizar los impactos ambientales negativos como efecto de alguna intervención. Estas medidas deben estar consolidadas en un Plan de mitigación, el que debe formar parte del estudio de impacto ambiental.
OHSAS *(Occupational Health and Safety Assessment Series)*	*Sistemas de Gestión de Salud y Seguridad Laboral*. Se refiere a una serie de platinium especificaciones sobre la salud y seguridad en el trabajo, materializadas por BSI (British Standards Institution).
Pesticidas (plaguicidas)	Los plaguicidas son sustancias químicas destinadas a matar, repeler, atraer, regular o interrumpir el crecimiento de seres vivos considerados plagas.
Plan General de Manejo Forestal	Es un instrumento requerido por el Gobierno (INRENA) a un concesionario forestal que prevé el manejo racional de los recursos forestales maderables y no maderables existentes en un territorio específico, con la finalidad de garantizar la sostenibilidad social, ecológica y económica del bosque.
Plan Operativo Anual Forestal- POA	Es un instrumento exigido por el INRENA para la planificación detallada de las actividades a desarrollar en la explotación forestal exigido a un concesionario específico, basado en el plan de manejo, el mismo que determina las parcelas de corta anual (PCA) del bosque. El POA se elabora y aprueba para la parcela correspondiente y el aprovechamiento anual estará restringido a la PCA.
Predios	Es una propiedad inmueble, rural o urbana, que se compone de una porción delimitada de terreno.
Propiedad intelectual ancestral	Es el conocimiento que poseen las comunidades nativas (indígenas) de un territorio sobre el uso y las práctica de sustancias o productos, por lo general naturales, que tienen un fin determinado en la alimentación, la medicina, entre otros, y que han sido heredadas por muchos años de manera colectiva.
Purines	Se refiere a la parte líquida que proviene de todo tipo de estiércoles de animales. El uso de esta palabra normalmente es usado para referirse a los excrementos líquidos del cerdo.
Reactivo	Es toda sustancia que interactúa con otra en una reacción química que da lugar a otras sustancias de propiedades, características y conformación distinta, denominadas productos de reacción o simplemente productos.
Residuos líquidos	Es cualquier sustancia o elemento líquido resultante del consumo o uso de un bien en actividades domésticas, industriales comerciales, institucionales o de servicios que el generador abandona, rechaza o entrega y que es susceptible de aprovechamiento o transformación en un nuevo bien con valor económico o de disposición final.
Residuos sólidos	Ver desecho sólido
Residuos tóxicos (sustancias tóxicas)	Son aquellas sustancias químicas que surgen como resultado de diversas actividades como el refinado del petróleo, siderurgia, generación de electricidad, aplicación de agroquímicos, industrias, entre otras, y que afectan la salud humana y de los demás seres vivos de manera específica. Muchas de ellas no se degradan, sino que persisten y se acumulan en el organismo.
SENASA	El Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA, organismo público descentralizado del Ministerio de Agricultura de Perú, con autonomía técnica, administrativa, económica y financiera, es la autoridad nacional y el organismo oficial del Perú en materia de sanidad agraria.
Trabajo de alto	Son todas las actividades que por su naturaleza o lugar donde se

riesgo	realiza, implica la exposición o intensidad mayor a las normalmente presentes en la actividad rutinaria las cuales pueden causar accidentes laborales severos y en muchas ocasiones, mortales. Las que se catalogan como tal son: trabajos en alturas, trabajos en espacios confinados, trabajos en caliente, trabajos con energías peligrosas y trabajos con sustancias químicas peligrosas.
Transgénico (producto)	Son aquellos que fueron producidos a partir de un organismo modificado genéticamente mediante ingeniería genética. Dicho de otra forma, es aquel alimento obtenido de un organismo al cual le han incorporado genes de otro para producir una característica deseada. En la actualidad tienen mayor presencia alimentos procedentes de plantas transgénicas como el maíz, la cebada o la soya, entre otros.
Vectores patógenos	Es un agente orgánico que sirve como medio de transmisión de una enfermedad a algún ser vivo (huésped) sensiblemente dispuesto.
vegetación arbórea	Vegetación compuesta de árboles
vegetación arbustiva	Vegetación compuesta de arbustos. El arbusto no se yergue sobre un solo tronco o fuste, sino que se ramifica desde la misma base. Los arbustos pueden tener varios metros de altura.
Vegetación herbácea.	Vegetación compuesta de hierbas.
Zonas inundadas	Espacios o territorios que suelen ser cubiertos por el agua como efecto del embalse de algún río, lagos, etc. o por las precipitaciones fluviales.

4. Evaluación inicial de Género

¿Qué es la ficha de evaluación inicial sobre las relaciones Género?

Es un documento de evaluación inicial para conocer las condiciones de las relaciones de género en los planes de negocio que son implementados por el PRA e identificar las posibles barreras que limitan la participación de la mujer en las actividades del negocio propuesto.

¿Para qué sirve?

El crecimiento económico basado en un enfoque de mercado debe velar por mantener o propiciar igualdad de oportunidades de acceso a los mercados y las oportunidades de trabajo de hombres y mujeres en general. Para ello el componente de género del proyecto buscará implementar actividades que sean inclusivas y contribuyan al desarrollo sostenible de las empresas y productores en las diferentes cadenas de negocio en la Sierra y Selva.

El desarrollo sostenible de las actividades económicas requiere que mujeres y hombres participen de éstas teniendo las mismas oportunidades como inversionistas, empresarios o como trabajadores. Diversos estudios han demostrado que la exclusión social es un factor que puede generar desigualdades y fragmentación, las mismas que pueden limitar la capacidad colectiva para generar crecimiento económico sostenido en el largo plazo.

En este sentido, un proyecto como el PRA que promueve la inversión privada y el crecimiento económico para reducir la pobreza, necesita integrar la participación de la mujer, lo que implica que los agentes que participan en las cadenas de negocio cuenten con el conocimiento necesario para identificar las barreras que impiden su plena integración y lograr que las oportunidades sean las mismas para hombre y mujeres.

En esta línea, el PRA incorpora la integración de género con cuatro temas:

- Mejora de las capacidades y sensibilización de los agentes que participan en la promoción de negocio en los Corredores Económicos acerca de la inclusión de integración de género.

- Identificar las barreras que impiden la inclusión del trabajo femenino en las cadenas de negocio promovidas por el PRA y promover las mejores prácticas que conlleven a su integración de manera equitativa.

- Difundir y visibilizar las experiencias de la mujer en el desarrollo de las cadenas de negocio promovidas por el proyecto.

- Cuantificación de la participación de la mujer en las cadenas de negocio apoyadas por el Proyecto.

¿Qué importancia tiene para el CSE y el PRA en general?

- Tener un diagnóstico inicial sobre las relaciones de género en cada plan de negocio implementado por el PRA.

- Identificar las posibles barreras que limitan la participación de la mujer en las actividades que conciernen al plan de negocio.

- Cumplir con la política y normativa del Gobierno, USAID, y organizaciones internacionales que protegen y promueven la igualdad de condiciones del trabajo, tanto de mujeres como de varones.

- Garantizar que los planes de negocio promovidos por el PRA sean sostenibles incorporando el enfoque de género.

¿Qué contiene y cómo se realiza la evaluación?

La ficha de evaluación tiene cinco (5) partes:

1) **Características del empleo en el negocio del cliente:** donde se precisa la composición del empleo dentro de la empresa, según fases del proceso productivo, grupo ocupacional, y condición laboral.

2) **Sueldos y salarios:** el salario percibido por lo trabajadores, según género.

3) Política interna de la empresa sobre la promoción y capacitación laboral.

4) **Condiciones de trabajo:** servicios de la empresa para el trabajador y cumplimiento de las leyes.

5) **Información de los proveedores:** son datos de las empresas sobre su relación con pequeños proveedores.

Finalmente, se debe indicar los temas que limitan la participación y oportunidades de la mujer en el plan de negocios propuesto y donde sea factible la intervención del CSE.

Instrucciones para el llenado

- Debe ser llenada obligatoriamente al inicio de la implementación de un plan de negocio. Forma parte de su formulación. Los datos deben corresponder a la situación actual del cliente.

- **Esta ficha solamente debe ser llenada para planes de negocios donde el cliente sea una empresa**, cooperativa u otra organización que cuente con trabajadores contratados a largo plazo.

- La ficha debe ser llenada por cada Gestor de Negocio del CSE con la ayuda de los técnicos de campo que asisten en la mejora de la producción en campo. Asimismo, es necesario que los datos provengan y sean consultados con el propio cliente.

- Posteriormente, la oficina de M&E realizará un análisis de sus resultados y efectuará una verificación de su contenido, a través de visitas de campo por parte de un especialista en el tema.

Formato 1.3
Plan de Negocio
Relaciones de Género

CSE		**Producto**	
Cliente		**Sub producto**	
Fecha		**Gestor CSE**	

Nota: No llene el recuadro que dice M&E

INFORMACION DEL CLIENTE

1. Características del empleo en el negocio del cliente

1.1. Considerando los trabajadores de su empresa ¿Cuántas mujeres/ hombres trabajan según las fases del proceso de producción?

Fases de Producción	No aplica	H	M	Total
Producción de materia prima				
Transformación en planta				
Comercialización del Producto Final				
Total				

Si existe diferencia entre sexos, señalar las razones que determinaron la mayor participación:

Producción de materia prima:
……
……
……

Procesamiento de materia prima:
……
……
……

Comercialización del Producto:
……
……
……

M&E	

1.2. En su empresa ¿cuál es la cantidad de hombres/mujeres según grupo ocupacional?

Grupo ocupacional	H	M	Total
Gerencial			
Mandos medios			
Operarios			
Total			

Si existe diferencia entre sexos, señalar las razones que determinaron la mayor participación:

Gerencial:
……
……
……

Mandos medios:
……
……
……

Operarios:
……
……
……

M&E	

1.3. En su empresa, ¿cuántos trabajadores hombres y mujeres se encuentran en la siguiente condición laboral?

Condición Laboral	H	M	Total.
Fijo (a)			
Eventual			
Total			

Si existe diferencia entre sexos, señalar las razones

Trabajadores Fijos:
……
……
……

Trabajadores Eventuales
……
……
……

M&E	

2. Sueldos y salarios

2.1. En los últimos doce meses, ¿Cuál es el sueldo mensual promedio de mujeres y hombres, según grupo ocupacional?

Nivel Ocupacional	No aplica	Hombres (S/.mes)	Mujeres (S/.mes)
Gerencial			
Mandos medios			
Operarios(as)			
Total Promedio por sexo			

Si existe diferencia entre sexos, precise el por qué?

Gerencial:
……
……
……

Mandos Medios:
……
……
……

Operarios:
……
……
……

M&E	

3. Políticas de promoción y capacitación laboral

3.1. En los últimos doce meses, del total de trabajadores, cuántos han sido promovidos en su empresa (que hayan ascendido) ¿Cuántos eran mujeres? ¿Cuántos eran hombres? (según grupos ocupacionales)

Nivel Ocupacional	No aplica	Hombre		Mujeres		Total	
		Abs	%	Abs	%	Abs	%
Gerencial							
Mandos medios							
Operarios							
Total							

Si hubo mayor ascenso en Hombres que mujeres (o visceversa), señalar las razones de la diferencia:

Gerencial:
……
……
……

Mandos Medios:
……
……
……

Operarios:

……
……
……

M&E	

3.2. En su empresa en los últimos doce meses, ¿se han establecido políticas o criterios explícitos para la promoción (Ascenso) laboral interna?

SI ☐ **NO** ☐

¿Cuáles son?
……
……
……

M&E	

3.3. Capacitación. En los últimos 12 meses: 1) Su empresa ha brindado capacitación a su personal? ,

SI ☐ **NO** ☐

¿Cuál ha sido el total de asistentes?

Nivel Ocupacional	**SI**	**NO**	**N° de participación**			**% de mujeres**
			Hombres	Mujeres	Total	
Gerencial						
Mandos medios						
Operarios						
Total						

Si hubo una mayor asistencia a la capacitación de hombres o mujeres en cada categoría ocupacional, señale las razones de la diferencia:

Gerencial:
……
……
……

Mandos Medios:
……
……
……

Operarios:
……
……
……

M&E	

4. Condiciones de trabajo de la empresa

4.1. ¿Su empresa brinda alguno de los siguientes servicios a sus trabajadores hombres y mujeres?

Tipo de servicios que se brindan	Hombres		Mujeres	
	SI	NO	SI	NO
Servicios de salud				
Servicios de cuidado de menores				
Servicios para personas con discapacidad				
Servicios de cuidado de ancianas(os)				
Comedores familiares				
Centros de lavado				
Ninguno de los anteriores				

M&E	

4.2. En su empresa, se cumplen las normas legales vigentes en el país respecto a:

Items	Hombres			Mujeres		
	SI	NO	PARCIALMENTE	SI	NO	PARCIALMENTE
Descanso vacacional						
Pago triple por vacaciones no gozadas						
Descanso por maternidad						
Hora de lactancia durante seis meses						
Trabajo nocturno						
Trabajo de pie						
Seguridad ocupacional						
Seguridad social						

M&E	

4.3. Su empresa difunde información a sus trabajadores en los siguientes temas:

Tipo de oportunidad	Hombres		Mujeres	
	SI	NO	SI	NO
Sobre oportunidades de promoción y vacantes dentro de la empresa				
Sobre oportunidades de capacitación dentro y fuera de la empresa				
Sobre oportunidades de acceso a nuevas tecnologías incoporadas y/o conocimientos incorporados en la empresa				

M&E	

5. INFORMACION SOBRE LOS PROVEEDORES (solamente si el cliente se provee de materia prima de pequeños productores del corredor)

5.1. En los últimos 12 meses, ¿Qué volumen de materia prima ha comprado a proveedores, hombres o mujeres?

Volumen comprado	% comprado a Hombres	% comprado a Mujeres
(indicar unidad)		

5.2. ¿Por qué ha comprado más a proveedores hombres o mujeres? (según el caso)

……
……
……
……

M&E	

RESUMEN

Indique los temas que limitan la participación y oportunidades de la mujer en el plan de negocios propuesto y donde sea factible la intervención del CSE:

#	Temas
1	
2	
3	

5. Fijación de la Línea de Base y el reporte de resultados

5.1. La Línea de Base (Ficha 2)

Definición

La Línea de base o “momento cero” es el escenario que muestra la situación inicial de la empresa socia o grupo de productores antes de la intervención del proyecto. En este caso, la línea de base es el valor ex ante de las ventas y el empleo de la empresa que servirá como referencia (base) para calcular el valor de ventas y empleo adicionales como resultado del accionar del proyecto.

Operacionalmente, la contribución del proyecto se medirá en valores incrementales, los mismos que se calcularán restando el valor de ventas y empleo de la línea de base de las ventas logradas con apoyo del proyecto.

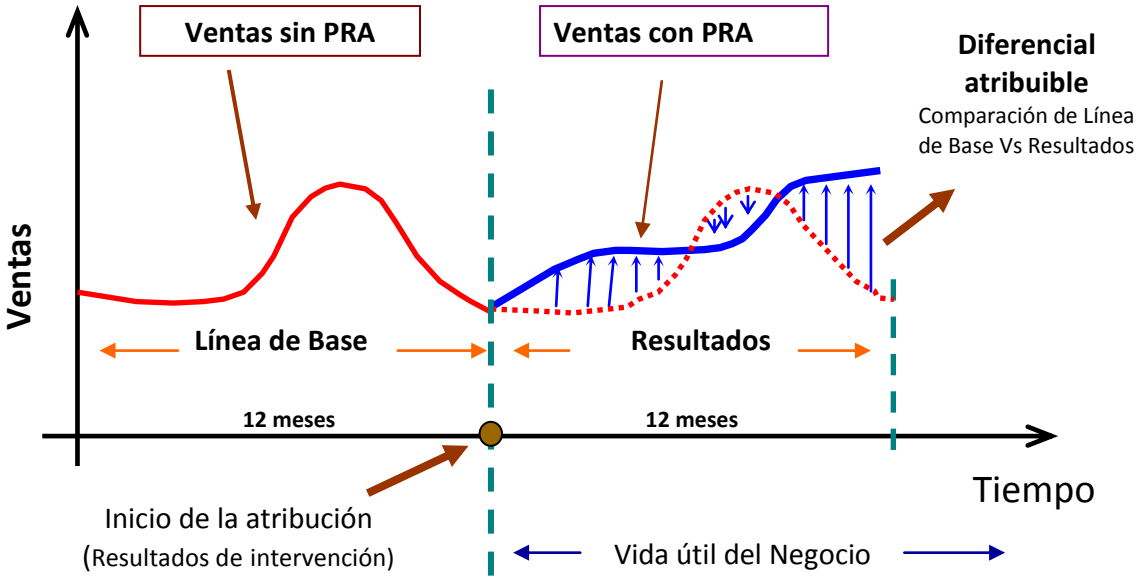
La línea de base es fijada por una sola vez para cada cliente y se realiza al inicio del negocio, y es vigente durante la vida útil del plan de negocios. Para ello se necesita recabar la información de ventas y empleo que tenía el cliente en los 12 últimos meses antes de los resultados generados por la intervención del proyecto.

¿Cuándo se fija la Línea de Base?

La Línea de Base se fija solamente cuando la intervención del proyecto comienza a dar resultados en ventas, no antes. Esta modalidad le permite al proyecto asegurar que los resultados le sean atribuibles cuando es evidente la “causalidad” de su intervención. El proyecto no podría atribuirse los resultados cuando la intervención está sólo en proceso.

Momento de la fijación de la línea de base

Línea de base y atribución de resultados en el tiempo



Instrucciones para el llenado de la Línea de Base

El llenado de la información para la línea de base se realiza en el Formato 2 y consta de dos partes:

La primera parte, registra información general sobre cada cliente en términos de localización, nombre, actividad económica y en qué etapa de la cadena económica se encuentra.

La segunda parte, es la línea base en términos de ventas y producción y precio.

Se define como “Cliente” a la empresa socia o grupo de productores, ya sean una persona natural o jurídica, que realiza actividades empresariales, pudiendo adoptar cualquier forma jurídica, como asociaciones de productores, cooperativas, productores individuales, sociedades anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, etc.

El Cliente-Empresa socia- puede estar localizado en cualquier parte del Perú o del extranjero, con la condición que produzca, transforme o comercialice productos o servicios elaborados en el ámbito de un Corredor Económico. En el caso de tour operadores de turismo o agencias de viajes, es que envíen turistas a circuitos turísticos de los Corredores Económicos.

i) Información general del cliente-Empresa Socia

Luego de haber llenado los datos de control referidos a: 1) Gestor de Negocios, 2) Fecha de Registro, 3) Cliente, 4) Producto, 5) Sub producto y 6) Nombre del Corredor Económico, se procederá a llenar los datos del cliente-Empresa socia.

En esta sección se registrará principalmente la ubicación geográfica del cliente (departamento, provincia, distrito y centro poblado) y su ubicación económica (tipo de actividad y etapa en la cadena productiva).

Código Autogenerado
Se deja en blanco. Este código será generado por el encargado del sistema.

Campo 1: Nombre del Departamento
Registrar el nombre del departamento que corresponda.

Campo 2: Nombre de la Provincia
Registrar el nombre de la provincia que corresponda.

Campo 3: Nombre del Distrito
Registrar el nombre del distrito que corresponda.

Campo 4: Nombre del Centro poblado
Registrar el nombre del centro poblado que corresponda. El nombre del centro poblado se seleccionará de la base de datos instalada en cada CSE.

Campo 5: Nombre o razón Social del cliente
Escribir los apellidos y nombres de los clientes o la razón social en caso de que fuera una empresa. Si es una empresa indicar su naturaleza legal (Lta, SA, SAC, etc). Si el CSE trabaja con productores individuales a través de una institución como CÁRITAS, el registro será: CÁRITAS - *Asociación xxxx*. En este caso, CÁRITAS reportará la información consolidada de toda la asociación y, por lo tanto, no será necesario el registro por cliente que trabaja con CÁRITAS.

Campo 6: Tipo de Personería
Colocar 1 si es persona natural y colocar 2 si es persona jurídica.

Campo 7: Número de DNI o RUC
Registrar en este campo el número del DNI del cliente si es persona natural o número de RUC en el caso que se trate de una empresa.

Campo 8: Nombre del representante
Sólo si el cliente es persona jurídica, registrar el nombre del gerente o el representante con responsabilidad legal.

Campo 9: Sexo del representante
Se consigna el sexo del representante legal de la empresa. Marcar con una "X" el casillero respectivo.

Campo 10: Si el Cliente es una empresa, indicar el nombre de los accionistas.

Además del nombre del accionista consignarles también el sexo e indicar con un SI o No si tiene algún tipo de Discapacidad.

Campo 11: Tipo de cliente
Se consigna si el cliente es una empresa, cooperativa u otra forma de organización productiva.

Campo 12: Origen (procedencia del cliente)
Se debe indicar si el cliente tiene origen nacional o extranjero

Campo 13: Tamaño de la empresa
Se indica el tamaño de empresa según el volumen de ventas por año.
Para calificar el tamaño de las empresas debe fijarse en el nivel de ventas por año del cliente:

- Micro: Menos de US $ 145, 454
- Pequeña Entre US $ 145, 454 - US $ 824,242
- Mediana Entre US $ 824,243 - US $ 5,303,030
- Grande Más de US $ 5,303,030

Se excluye en esta definición a los agricultores y agrupación de agricultores que no cuenten con RUC y que no tienen una finalidad productiva y comercial y que además suelen aparecer de manera coyuntural (momentánea)

Campo 14: Producto o servicio
Registrar el producto o servicio del cliente que el CSE va a promover y asesorar. Si el CSE decide trabajar con otros productos del cliente se debe registrar cada uno como clientes distintos. La lista de opciones se irá actualizando conforme se vaya ingresando nuevos productos.

Campo 15: Unidad de Medida
Registrar la unidad de medida en la que se expresa el producto o servicio en su comercialización.

Campo 17: Etapa en la cadena económica
Registrar la etapa de la cadena productiva en la que se encuentra el cliente. Los indicadores son los siguientes:

Producción primaria
Transformación
Comercialización
Servicios (por ejemplo Turismo)

Se debe considerar transformación cuando ha habido un cambio del estado físico original del producto.

Campo 18: Clasificación Internacional Industrial Uniforme – CIIU
Usar el Anexo de los códigos CIIU para categorizar la actividad y sub actividad.

Campo 19: Tipo de beneficiario Vinculado al cliente

Se debe indicar si el cliente es agricultor, artesano u otro tipo.

Campo 20: Hectáreas vinculadas al cliente: vocación

Se debe de indicar si las áreas utilizadas en la producción son agrícolas, forestales o de acopio.

- En la opción de forestales, se debe precisar si las áreas son o serán certificadas, principalmente en zonas de selva.

- La opción ACOPIO se refiere a las áreas vinculadas a una actividad de acopio, como la tara.

Campo 21: Hectáreas vinculadas al cliente: Vinculación y control

Se debe indicar si el cliente tiene un control directo sobre las tierras por ser propias (financia y administra o controla la producción) o tiene un control indirecto por trabajar con terceros. También existe la posibilidad de tener ambos tipos de vinculación.

ii) Línea de base de ventas y producción

Esta sección registra la información basal referida a nivel de ventas, producción y empleos generados los doce últimos meses por el cliente (antes de los primeros resultados por intervención del proyecto).

Campo 20: Fecha de la Línea de Base
En este cuadro se registrara el día, mes y año en que se da el primer resultado en ventas por parte del cliente debido a la acción del CSE (esto es bajo una estrategia que haya sido acordada y registrada en el Plan de Negocio respectivo).

El formato debe ser el siguiente: Abril /2010 (mes/año)

Cuadro de Ventas, precio y producción del cliente durante los doce (12) últimos meses

Registrar el valor total de las ventas mensuales de los últimos 12 meses previos al inicio de las acciones del CSE en apoyo del cliente.

> **Las ventas** (S/.) Es el valor mensual (en Nuevos Soles) de las ventas brutas o totales realizadas por el cliente. El producto reportado debe ser el mismo que esta especificado en el Plan de Negocios.
>
> **La producción** son las cantidades del producto producidas por el cliente expresadas en la unidad definida en recuadro N°15.
>
> **Los Precios** es el valor unitario de venta del producto acordado.
>
> > **Nota:** El tipo de Cambio (T.C.) que se emplee para convertir dólares (u otra moneda) a Nuevos Soles debe de ser el que existe en el SISMONITOR.

El cliente debe proporcionar esta información. Para obtener un registro confiable de ventas, el CSE debe poner especial cuidado en este llenado, ya que en el momento de recabar la información el cliente puede subestimar las ventas reales.

Ejemplo:

Fecha de Atribución: Abril del 2001

N°	Mes y Año	Ventas (S/.)	Precio de venta (S/.)	Producción (TM)
1	Abril 2000	20,000	1,333.33	15
2	Mayo 2000	20,500	1,025.00	20
3	Junio 2000	234,400	1,953.33	120
4	Julio 2000	456,500	2,536.11	180
5	Agosto 2000	296,400	1,976.00	150
6	Sept. 2000	345,901	2,161.88	160
7	Octubre 2000	136,500	3,033.33	45
8	Noviembre. 2000	150,000	3,000.00	50
9	Diciembre 2000	122,000	3,050.00	40
10	Enero 2001	125,000	2,500.00	50
11	Febrero 2001	135,000	2,076.92	65
12	Marzo 2001	150,000	1,764.71	85
	Total	**2,192,200**	**2,236.94**	**980**

Casilla 1 el mes mas alejado de la fecha de línea de base,
Casilla12 el mes anterior a la fecha de línea de Base

Formato 2
Línea de Base del Cliente

Gestor[3]: _____ **Fecha:** _____

Cliente: _____ **Producto:** _____
Sub producto _____

Corredor Económico: _____

Información General del Cliente

Código **NO LLENAR** **Autogenerado**

Ubicación

Departamento _____ **:**

Provincia : _____

Distrito : _____

Centro Poblado: _____

Datos Generales del Cliente

Nombre o razón Social del _____ **Cliente:**

Tipo de Personería:

Persona natural (1) **Persona jurídica (2)** _____

DNI o RUC: _____

[3] Gestor de Negocios del CSE responsable del cliente.

Nombre del Representante:	

Sexo	**Hombre**	**Mujer**

Si el cliente es una empresa, indique el nombre de los accionistas

Nombre	**Sexo**	**Tiene alguna discapacidad? (SI/NO)**	**Tipo de discapacidad**

Tipo de cliente:

	Empresa
	Cooperativa
	Asociaciones
	Comité de productores
	Persona Natural

Origen (procedencia) del cliente:

	Nacional
	Extranjero (Internacional)

Tamaño de la empresa[4] (sólo si el cliente es una empresa o cooperativa)

	Micro
	Pequeña
	Mediana
	Grande
	NO CORRESPONDE

[4] Excluir de esta definición:

1) Agricultores

2) Agrupaciones de productores que no cuenten con RUC y que no tienen una finalidad productiva y comercial, y que además suelen aparecer de manera coyuntural (momentánea).

Los parámetros para calificar el tamaño de las empresas debe hacerse según el nivel de ventas (en soles) por año del cliente:

- **Micro: Menos de S/. 540,000**
- **Pequeña Entre S/. 540,000 - 6,120,000**
- **Mediana Entre S/. 6,120,000 - 20,000,000**
- **Grande Más de S/. 20,000,000**

Datos de la Empresa o Unidad Económica

Producto / Servicio:

Unidad de Medida[5]:

Etapa en la Cadena Económica:

	Producción primaria
	Transformación
	Comercialización
	Otros servicios

Clasificación Internacional Industrial Uniforme-CIIU (consulte con la guía)

Actividad	
Sub actividad	

Tipo de Beneficiario vinculado al cliente: (marque sólo una opción)

	Agricultores
	Recolectores
	Artesanos
	Ganaderos
	Turismo
	Madereros
	Truchicultores
	Mineros
	Acuicultura
	Pescadores artesanales
	Otros

Especifique: .....

[5] Unidad de medida en la que se expresa el producto o servicio en su comercialización.

Hectáreas vinculadas al cliente

i) HAS- Vocación[6]

	Agrícola
	Forestal
	Forestal certificada (selva)
	Acopio
	NO CORRESPONDE

ii) Has- Vinculación y control[7]

	Directa
	Indirecta
	Ambas
	NO CORRESPONDE

[6] Indique el uso que tiene las hectáreas vinculadas al cliente.

- En la opción de forestales, se debe precisar si las áreas son o serán certificadas, principalmente en zonas de selva.
- La opción ACOPIO se refiere a las áreas vinculadas a una actividad de acopio, como la tara.

[7] Indique el nivel de vinculación y control que tiene el cliente sobre las áreas de producción.

- Será Directa, cuando el cliente tiene el manejo directo sobre las áreas (las financia y maneja), por ejemplo, las hectáreas que tienen VIVIERO LOS INCAS en La Merced.
- Será indirecta cuando el cliente no tiene un manejo directo sobre las áreas, por ejemplo, las hectáreas de Kiwicha de Cusco, cuya producción es comprada por la empresa SIERRA y SELVA, pero donde la empresa no tiene el control ni manejo directo de estas áreas.
- En el caso de que el cliente maneje directamente un número de áreas, pero también compra de otras zonas donde no tiene control directo, se deberá consignar la opción AMBOS.

Línea Base de Ventas y Producción

Fecha de la Línea de Base:

Ventas y producción del cliente durante los doce últimos meses:

Año y Mes[8]	Ventas (S/.)	Precio de venta (S/.)	Producción
Primer mes			
Mes anterior al primer reporte			
Total			

[8] Indicar mes y año en el orden indicado.

5.2. Reporte de Resultados (Ficha 3)

Es la información mensual de Ventas, Precio y Cantidad de cada negocio (Cliente – Empresa socia). Esta información debe provenir directamente del cliente. Se cuenta con un formato (Ficha 3) en donde se registra esta información en cada CSE para luego ser ingresada en el software (SISMONITOR). Los datos recogidos son la información mensual de ventas, producción e inversiones del cliente.

¿Para qué nos sirve?

- Nos permite recabar información mensual de Ventas, Precio, Cantidad e Inversiones de cada negocio (Cliente – Empresa socia).
- Nos ayuda a Obtener las ventas Incrementales
- La data que se registra proviene directamente de los reportes dados por los clientes.
- Es responsabilidad de cada gestor la calidad de información que se registra.
- La consistencia y Veracidad de la información recogida en esta ficha será auditada y corroborada por la Oficina de M&E.

¿Qué contiene?

1) Información general

- Gestor de Negocio
- Fecha de Reporte
- Cliente
- Producto y Subproducto
- Corredor Económico

2) Información de Ventas

- Año
- Mes de Reporte
- Valor Bruto de las Ventas del Mes
- Unidad de Producción
- Precio de Venta por cada unidad de producción.
- Volumen de Producción (según la unidad de Producción).
- Observaciones

Instrucciones de llenado

Esta información deberá registrarse por cada mes transcurrido durante el año fiscal del proyecto (que se inicia en octubre y finaliza en septiembre).

Gestor de Negocio
Se debe registrar el nombre del Gestor de Negocio del CSE que conduce el plan de negocios respectivo.

Fecha
Consignar la fecha de registro de la información**.**

Cliente
Consignar el nombre del cliente.

Producto y Subproducto
Consignar el nombre del producto y subproducto que es específico del negocio que el proyecto apoya

Corredor Económico
Consignar el corredor respectivo.

Año
Anotar el año a reportar.

Mes
Anotar el mes del que se va a reportar

Valor de las ventas del mes
Registrar las ventas brutas del cliente en NUEVOS SOLES, para cada mes correspondiente. Se consideran ventas brutas al total de ventas realizadas, incluyendo las ventas propiciadas por el CSE y las ventas que el cliente realizó por su propia cuenta.

Este reporte de ventas está referido solamente al producto que el CSE ha decidido trabajar con el cliente y que está registrado en la línea de base del sistema. De esta manera, si el cliente produce y vende más de un producto, el CSE debe registrar solamente las ventas del producto que viene apoyando.

Precio de venta
Registrar el precio promedio de venta del producto en el mes y que este acorde a la unidad de medida definida en la Línea de Base del cliente-Empresa-socia.

Unidad de producción
Consigne la unidad de medida del producto (Kg., etc,). Debe ser igual al consignado en la línea basal.

Volumen de Producción del mes
Registrar la producción del mes en las unidades establecidas en la Línea de Base del cliente. De esta información se deriva la estimación del empleo.

Observaciones
Indique cualquier información relevante al reporte de ventas.

Información Adicional

- Toda ficha mensual deberá estar acompañada por el reporte que proporciona el cliente, en hoja membretada (salvo excepciones), con sello de la empresa y con la firma del responsable de la empresa para este negocio.

- El tipo de Cambio (T.C.) que se emplee para convertir dólares (u otra moneda) a Nuevos Soles debe de ser el que existe en el SISMONITOR.

Formato 3
Informe Mensual del Cliente

Gestor[9]: **Fecha:**

Cliente: **Producto:**
Sub producto

Corredor Económico:

Año	
Mes	
Valor de las ventas del mes (S/.)	
Precio de venta (S/. por unidad)	
Unidad de producción	
Volumen de producción del mes	

Observaciones

[9] Gestor de Negocios del CSE responsable del cliente.

6. Resultados por Distrito y reporte de Beneficiarios

6.1. Reporte de resultados por Distrito (Ficha D)

Definición

Es una estimación que permite conocer cuál es el volumen de producción que proviene de los distritos que conforman el ámbito del plan de negocio. Con esta estimación se procede a calcular un valor aproximado de ventas correspondientes a cada uno de estos ámbitos.

¿Para qué sirve?

El proyecto requiere saber cuál es el resultado de ventas y empleo a nivel de los distritos que conforman el Corredor Económico. De esta manera se tiene una estimación del valor de las ventas a nivel de estos ámbitos teniendo como base la información de ventas del cliente-empresa socia.

Instrucciones para el llenado

1) **Datos Generales:** En esta sección se deberá consignar : 1) El Nombre del Gestor de Negocio, 2) Nombre del cliente-Empresa socia, 3) Producto, 4) sub producto, 5) Corredor Económico, 6) Año Fiscal, y 7) Trimestre.

2) **Procedencia de la producción y número de pequeños proveedores (beneficiarios)**

   En esta sección se debe consignar la procedencia de la producción del cliente a nivel de distrito en el trimestre respectivo. Asimismo se deberá indicar el número de pequeños productores que hayan vendido su producción al cliente (empresa socia) en el mismo periodo.

   UBIGEO: Departamento, Provincia y Distrito: Estos datos deben ser llenados con auxilio de la lista proporcionada por el INEI.

   Volumen de Producción y porcentaje: Se refiere a la unidad física vendida (kilogramos, toneladas, etc.). Luego se deberá consignar el peso de esta producción en valores porcentuales. La suma debe ser igual a 100%.

   Número de pequeños productores proveedores (beneficiarios): Se debe consignar este valor considerando solamente los productores que

hayan vendido su producción a la empresa socia en el periodo trimestral respectivo.

La información registrada en esta Ficha D debe coincidir con el padrón de beneficiarios respecto a los distritos de producción y donde se encuentran los pequeños productores.

Frecuencia

Este registro debe hacerse trimestralmente, y debe tomar como fuente válida de información la información proporcionada por el cliente- empresa socia y los técnicos de campo.

6.2. Registro de Beneficiarios (Ficha 4)

Definición

Este registro permite listar el conjunto de pequeños productores que hayan recibido apoyo del proyecto y hayan vendido su producción a los clientes del CSE (empresas socias).

¿Para qué sirve?

El proyecto tiene previsto hacer una evaluación de impacto, el cual debe mostrar el incremento promedio de los ingresos de los pequeños productores (beneficiarios) vinculados a los planes de negocio apoyados. Para ello, se requiere tener un padrón donde se consigne el nombre de cada uno de los beneficiarios y su dirección. Con esta información será posible elaborar un plan muestral y aplicar las encuestas previstas para efectuar el estudio.

Asimismo, el padrón de beneficiarios servirá también para realizar los reportes y estudios específicos que se requiera.

Proceso del registro

1. Los gestores deben llenar un Formato 4 para cada plan de negocios implementado y con resultados. Para tal fin, el CSE designará una persona calificada para realizar el registro y control de calidad de los datos.

2. M&E revisará detalladamente el contenido de cada formato e integrará los datos en una sola base en el SISMONITOR.

3. Se realizarán visitas de verificación de los datos a cada corredor según una muestra de hogares elegida aleatoriamente. Se espera que todos los datos sean los más certeros posibles.

Instrucciones para el llenado

Cada fila que compone el formato debe mostrar el dato de un solo hogar del productor.

1) Datos generales

CSE: Introducir el nombre del corredor económico

Nombre del cliente: Introducir el nombre completo del cliente según los registros convenientes.

Producto: Introducir el nombre del producto al que pertenece el sub producto cuyos hogares productores serán listados.

Subproducto: Introducir el nombre específico del subproducto.

Gestor: Introducir el nombre completo del gestor de negocio que se encargó de levantar los datos.

Fecha: Introducir la fecha en que se inicia con la recolección de los datos.

Periodo de actualización: Introducir el trimestre y año fiscal al que pertenece el conjunto de datos.

2) Registro de Beneficiarios

Número de registro: Ingresar el número de orden correspondiente a cada hogar registrado en el formulario.

Nombres (1): Ingresar el primer nombre del productor.

Nombres (2): Ingresar el segundo nombre del productor.

Apellido Materno: Ingresar el primer apellido del productor.

Apellido Paterno: Ingresar el segundo apellido del productor.

DNI: Ingresar el número del Documento Nacional de Identificación (en caso de menores de edad, sólo se podrán listar productores mayores de 14 años).

Sexo: Ingresar el sexo del productor.

Departamento: Ingresar el nombre del departamento donde se ubica el hogar permanente del productor.

Provincia: Ingresar el nombre de la provincia donde se ubica el hogar permanente del productor.

Distrito: Ingresar el nombre del distrito donde se ubica el hogar permanente del productor.

CCPP: Ingresar el nombre del Centro Poblado donde se ubica el hogar permanente del productor.

Dirección / Ubicación: Ingresar la dirección exacta donde se ubique la vivienda.

En el caso de las viviendas ubicadas en zonas urbanas, se debe nombrar el tipo de calle (avenida, calle, jirón, pasaje); el nombre de la calle; el número y el interior, si hubiera. También debe mostrarse el nombre de la urbanización.

En caso la vivienda se localice en zonas rurales se debe mostrar la referencia más específica posible.

3) Errores comunes

El llenado del Formato 4 implica un nivel de Control de Calidad minucioso de los datos, por lo menos una vez al año, donde debe evitarse los siguientes errores:

i) Evitar duplicidad de hogares al registrar los nombres de las personas que viven en un solo hogar. Por ejemplo:

- Cuando Carlos Sangama y Jesús Sangama representan una sola persona: Carlos Jesús Sangama.
- Cuando Pedro Ruiz Sánchez y Fernando Ruiz Sánchez conforman dos hermanos viviendo en un solo hogar, solo uno de ellos es que el figurará en el formato 4.
- Juana Guerra y José Zapata son una pareja de esposos o convivientes, salvo que se demuestre lo opuesto ambos conforman un solo hogar y en este caso solo uno de ellos debe estar listado (de preferencia el jefe de hogar).
- Dos personas con un posible grado de parentesco serán listadas siempre y cuando den evidencia de la existencia de dos hogares totalmente diferentes.

ii) Direcciones de los hogares y **referencias de ubicación** lo más certeros posibles.

Se debe listar la dirección de la vivienda donde el productor reside con mayor permanencia. Por ejemplo un agricultor determinado puede tener su área de cultivo en San Juan de Jarpa y residir en el distrito de San Carlos de Huancayo, por lo tanto se debe listar la dirección de Huancayo. No obstante, si se cree conveniente se puede listar ambas direcciones resaltando la diferenciación.

En el caso de las viviendas ubicadas en zonas rurales, se debe mostrar la referencia más específica posible como por ejemplo:

- Del Paradero de Mito a la izquierda, caminar en recto alrededor 35 minutos.
- Del último paradero en Miraflores, subir el cerro de la izquierda por el camino de herradura alrededor de 15 minutos.

Formato D
Resultados de ventas por Distritos

Gestor[10]:

Cliente: **Producto:**
Sub producto

Corredor Económico:

Año fiscal: **Trimestre:**

1. Procedencia de la producción y número de pequeños proveedores (beneficiarios) a nivel de DISTRITO[11]

De dónde proviene la producción del cliente a nivel de Distrito, en la actualidad (del TOTAL de producción del cliente), e indique el número de pequeños proveedores del cliente (familias beneficiadas)

Nº	Departamento	Provincia	Distrito	Volumen de producción	Unidad	%	Número de pequeños proveedores (beneficiarios)*
1							
2							
3							
4							
5							
6							
	TOTAL						

*** Este dato debe ser consistente con el listado de beneficiarios del cliente (Formato 4).**

[10] Gestor de Negocios del CSE responsable del cliente.

[11] Dado que muchos clientes están vinculados en la cadena de valor "hacia atrás" con productores primarios (recolección y acopio), se requiere precisar los distritos de procedencia de donde el cliente se abastece del producto (por ejemplo en café, cacao, etc.), Para ello, se debe indicar el número de pequeños proveedores del producto.

Formato 4

Listado de Beneficiarios del Plan de Negocio (cliente)

CSE:		**Nombre del Cliente:**	
Producto:		**Sub producto:**	
Gestor :		**Fecha:**	
		Periodo de actualización:	

#	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres (1)	Nombres (2)	DNI	Sexo	# HAS (sólo si aplica)	Departamento	Provincia	Distrito	CCPP	Dirección/ Ubicación
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												

7. Actualización anual de los datos del cliente (Ficha 5)

Definición

Es un instrumento que reúne información complementaria anual del cliente respecto a datos que van cambiando a lo largo del tiempo del Proyecto, y que necesitan ser actualizados periódicamente, tales como la vinculación con microempresas, tipo de mercado al que accede y vinculación con personas discapacitadas.

- Cada ficha debe llenarse para cada uno de los clientes vigentes del CSE.
- El recojo de la información complementaria debe hacerse con el propio cliente. No debe ser una estimación del CSE.
- El recojo de la información debe hacerla cada uno de los gestores de negocio del CSE.
- Esta información también debe ser llenada cada vez que se registre un nuevo cliente.
- La información llenada tendrá una vigencia del un año, la cual deberá ser renovada cuando haya culminado el año fiscal americano.

Instrucciones para el llenado

1. **Datos del cliente:** Use los datos que se encuentran registrados en el SISMONITOR.
2. **Ubicación:** Use los datos que se encuentran registrados en el SISMONITOR.
3. **Vinculación con microempresas:** El propósito es conocer la vinculación del cliente con microempresas, a fin de precisar el impacto que tiene el PRA con éstas.

   Se debe registrar si el cliente está vinculado o no a una microempresa a través de la subcontratación, para lo cual previamente debe usarse la definición de microempresa del proyecto[12].

   Si el cliente no está vinculado a una micro empresa, pasar al punto 5.

[12] Definición de Microempresas: Son aquellas unidades económicas que desarrollan actividades de producción primaria, transformación o comercialización de bienes y servicios, cuyo monto de ventas por año sea menor a US $ 145, 454 dólares, y que tenga no más de 10 trabajadores dependientes. No se incluye en esta definición a agricultores.

Si el cliente está vinculado a microempresas (a través de la subcontratación[13]), determinar a cuántas de ellas.

Registrar cuántas de esta microempresas vinculadas al cliente están siendo lideradas por mujeres.

Registrar el volumen de producción que proviene de las microempresas vinculadas al cliente, y el porcentaje que representa del total de la producción de éste.

4. Mercado y exportaciones

La finalidad es conocer cuál es el impacto del PRA en los negocios vinculados a los mercados de exportación.

Registrar cuál es el ámbito de mercado del cliente: local, regional, nacional y exportación, y cuáles son los montos de ventas respectivos. Luego, anotar el porcentaje para cada caso.

Si el cliente exporta, registrar el valor de las exportaciones, indicando el país de destino. Señalar el porcentaje respectivo.

5. Compradores del cliente

Indicar si se conoce el nombre de las empresas que compran a su cliente.

Consigne el nombre de las empresas compradoras del cliente y el país de origen. Se debe incluir también a los compradores nacionales. El objetivo es conocer el nivel de vinculación del cliente con sus compradores nacionales y extranjeros.

[13] Se considera que una empresa está vinculada a microempresas a través de la subcontratación, cuando:

- La empresa delega o encarga parte de los procesos de producción del producto a terceros mediante un acuerdo (escrito o no escrito), dado que este tipo de productos intermedios no se encuentran en el mercado de manera libre, con los stocks, características, ni calidad requerida.

- La empresa contratista depende del abastecimiento de un producto de una microempresa, y que está mediado por un contrato o acuerdo.

- Las empresas subcontratadas no puede vender a libre albedrío la producción encargada, porque se trata por lo general de un producto “a pedido”.

- La empresa contratista, transfiere el manejo tecnológico del producto a las subcontratistas a través de la asistencia técnica.

6. Personas Discapacitadas que trabajan en empresas

Registrar el nombre, cargo y tipo de discapacidad de las personas que trabajan en la empresa cliente si es que tienen alguna discapacidad[14].

Finalmente, registrar el nombre del Gestor de Negocio del CSE que actualizó la información.

[14] Se define como persona discapacitada a aquella que tiene una restricción o ausencia (debida a una deficiencia) de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para un ser humano. Son aquellas personas cuyas posibilidades de obtener y conservar un empleo adecuado y de progresar en el mismo estén sustancialmente reducidas a causa de una deficiencia de carácter físico o mental debidamente reconocida.

Formato 5
Datos complementarios del cliente

Periodo (Año Fiscal)	

Fecha de Actualización
(Fecha en que se entrevistó con el cliente)

2. Datos generales del cliente

Nombre del Cliente:	
Producto:	
Sub-producto:	

3. Ubicación del cliente

Corredor:	
Departamento:	
Provincia:	
Distrito:	

4. Vinculación con Microempresas [15]

4.1. El cliente está vinculado a alguna microempresa a través de la subcontratación?[16]

SI	
NO	

(Pase al punto 5)

4.2. Si el cliente está vinculado a microempresas (a través de la subcontratación), ¿a cuántas microempresa está vinculado?

4.3. ¿Cuántas de estas microempresas están lideradas por mujeres?

3.4. Del volumen TOTAL de producción del cliente, qué volumen proviene de las microempresas?

	Cantidad	Unidad	% respecto

[15] Se defina como microempresa, a aquellas unidades económicas que desarrollan actividades de producción primaria, transformación o comercialización de bienes y servicios, **cuyo monto de ventas por año sea menor a 540 mil soles**, y que tenga no más de 10 trabajadores dependientes. No se incluye en esta definición a agricultores, excepto que se trate de una microempresa agrícola formalmente establecida.

[16] Se considera que una empresa está vinculada a microempresas a través de la subcontratación, cuando:

1) La empresa delega o encarga parte de los procesos de producción del producto a terceros mediante un acuerdo (escrito o no escrito), dado que este tipo de productos intermedios no se encuentran en el mercado de manera libre, con los stocks, características, ni calidad requerida.

2) La empresa contratista depende del abastecimiento de un producto de una microempresa, y que está mediado por un contrato o acuerdo.

3) Las empresa subcontratada no puede vender a libre albedrío la producción encargada, porque se trata por lo general de un producto “a pedido”

4) La empresa contratista, transfiere el manejo tecnológico del producto a las subcontratistas a través de la asistencia técnica.

			al total
Volumen de producción que proviene de microempresas			

5. Mercado y las exportaciones

5.1. El cliente vende su producción, a qué tipo de mercado:

	Monto de ventas S/.	**%**
Mercado Local		
Mercado Regional		
Mercado Nacional		
Exportación		
TOTAL		**100%**

5.2. Si el cliente exporta, ¿cuáles son los países de destino?

País	**Monto de ventas S/.**	**%**
TOTAL		**100%**

6. Empresas que compran a los clientes[17]

6.1. ¿Conoce usted el nombre de las empresas que compran a su cliente?

	SI
	NO

6.2. Liste el nombre de las empresas que vienen comprando a su cliente, indicando su país de origen (incluya los compradores peruanos)

Nombre del comprador del cliente	País de origen

7. Personas discapacitadas que trabajan en la Empresa

Nombre	Cargo	Tipo de discapacidad

Nombre del Gestor de Negocio

[17] Este dato es importante porque muestra el nivel de vinculación del cliente con Empresas o Corporaciones nacionales e internacionales.

8. Reporte de Inversiones

8.1. Inversiones privadas (Ficha 6)

Definición

Se define como inversión, a las “nuevas inversiones” que realice una empresa socia del Proyecto. Estas inversiones se refieren a activos fijos (bienes de capital) con una vida útil mayor a un año. Estos activos deben tener una relación directa con la producción, transformación o comercialización del producto o servicio seleccionado.

Se entiende por inversiones inducidas directamente por el Proyecto aquellas inversiones en activos fijos realizadas por las empresas socias para el negocio materia de la intervención del Proyecto y que se encuentren contenidas en el plan de negocios de cada una de las empresas socias.

El incremento de inversiones hace más sostenible la actividad económica de las empresas socias clientes y tiene un impacto en la Región a mediano y largo plazo.

Instrucciones para el llenado

1) **Datos Generales del cliente:** Consigne la información de: 1) Gestor de Negocios, 2) Fecha de Registro, 3) Cliente, 4) Producto, 5) Sub producto y 6) Nombre del Corredor Económico.

2) **Detalle de las inversiones:** Se debe hacer una descripción de activo que haya sido financiado. Luego, ponga el valor actual del activo. Finalmente, describa cómo esta inversión servirá para lograr los objetivos del plan de negocio.

8.2. Inversiones públicas (Ficha 7)

Definición

Se refiere a las inversiones en infraestructura económica y productiva realizadas por el Gobierno (Local, Regional y Nacional) inducidas como efecto de la intervención del proyecto a través de un Plan de Negocio o una gestión específica del CSE.

La inversión pública mejora las condiciones de la calidad de vida de la población, y en particular el entorno para el desarrollo de negocio y la inversión privada.

Las inversiones realizadas serán cuantificadas en valores monetarios (dólares) según lo reportado por las instancias de Gobierno correspondientes. Solamente se tomará en cuenta cuando la inversión y la obra hayan sido completadas.

Instrucciones para el llenado

1) **Datos Generales:** Se debe consignar: 1) el nombre del Corredor Económico, 2) Nombre del gestor de negocio, 3) Fecha de registro en que se hizo la inversión, 4) Plan de Negocio relacionado, 5) Producto, y 6) Sub producto.

2) **Datos de la inversión**:

- Se deberá describir la obra o inversión realizada.
- Determinar la ubicación.
- Nombre de la entidad financiadora.
- Entidad Ejecutora.
- Monto de la inversión.
- Tiempo de ejecución prevista.
- Fecha de la entrega de la obra.
- Describa cuál fue la acción o gestión realizada por el CSE para su ejecución.
- Cuáles son los beneficios esperados (en relación al desarrollo de las actividades económicas o cadenas de negocios de la zona).
- Quiénes son los beneficiarios.

Formato 6
Reporte de inversiones del cliente

Sectorista[18]: | **Fecha:**

Cliente: | **Producto:** | **Sub producto:**

Corredor Económico:

Detalle de Inversiones

Fecha	Descripción breve del Activo Fijo	Valor de la inversión (Nuevos soles)	Describa cómo esta inversión servirá para lograr los objetivos del Plan de Negocio

[18] Funcionario del CSE responsable del cliente.

Formato 7
Reporte de inversiones públicas inducidas por el CSE

Corredor Económico:

Sectorista[19]: **Fecha:**

Plan de negocio relacionado a la obra	
Producto	
Sub producto	

Descripción de la obra o inversión realizada	
Ubicación	
Entidad Financiadora	
Entidad Ejecutora	
Monto de Inversión S/.	
Tiempo de ejecución prevista (meses)	
Fecha de entrega de la obra	
Describa cuál fue la acción o gestión realizada por el CSE para su ejecución	
Cuáles son los beneficios esperados (en relación al desarrollo de las actividades económicas o cadenas de negocios de la zona)	
Quiénes son los beneficiarios	

[19] Funcionario del CSE responsable del cliente.

9. Graduación de Negocios

Definición

Los Planes de Negocio propiciados por el proyecto deben mostrar evidencias visibles y objetivas que son sostenibles, esto es, que prosiguen su crecimiento en el mercado con los agentes privados luego de la salida del proyecto. Este proceso es llamado “Graduación de Negocios”.

Se cuenta con una ficha de registro (Ficha 8)

La Graduación de Negocios implica un decisión del CSE basada en el análisis de su situación final, y que deberá ser corroborada por M&E.

Las condiciones necesarias para graduar un plan de negocios son:

1) Que se hayan cumplido los objetivos y metas del plan de negocio.
2) Que el cliente asuma el subsidio del PRA.
3) Que el cliente (empresa) sea sostenible, esto es: Ventas crecientes y un mercado estables (cartera de clientes), una sólida o estable situación financiera, el cliente tiene asegurado el abastecimiento del producto, si el cliente cuenta con una probada capacidad empresarial (capital, recursos humanos, inter-empresarial), entre otros aspectos.

Este proceso debe iniciarse fijando un “Horizonte de Graduación” al momento de formular el Plan de Negocio. En su culminación, el análisis deberá permitir saber si es posible su graduación o no. En el caso negado se verá la posibilidad de su reformulación, si es factible.

Instrucciones para el llenado

1) **Datos Generales:** Se consigna los datos: 1) Gestor de negocios, 2) Fecha del informe, 3) Cliente, 4) Producto, 5) Sub producto, y 6) Corredor Económico.

2) **Cumplimiento del plan de negocio:** Consigne las respuestas a las siguientes preguntas:

   - ¿Se cumplió el objetivo y las metas del Plan de Negocio?

   - ¿Se solucionaron los cuellos de botella iniciales?

   - ¿El CSE, cumplió con sus compromisos? ¿Hay alguna actividad pendiente? ¿Cuál?

- Los efectos de la intervención ¿se mantienen vigentes? (p.e. la articulación entre empresa y pequeños productores, facilitada por el CSE, continúa)

3) **Determinar si el cliente-empresa socia o algún agente de la cadena asume el subsidio del proyecto:** Responder si:

   - El costo (gasto) de la asistencia técnica brindada por el CSE ¿es asumida por el cliente o por otros agentes que participan de la cadena de negocio?

   - ¿El CSE ya no asume ningún tipo de gasto, incluyendo el costo de los gestores? (el gestor sólo hace un seguimiento periódico)

4) **El cliente (empresa socia) es sostenible:** Precise si:

   - El cliente cuenta con mercado creciente o estable y mantiene una cartera sólida de compradores?
   -
   - ¿El cliente tiene una sólida o estable situación financiera?
   -
   - ¿El cliente tiene asegurado el abastecimiento del producto? (vinculación de pequeños productores)
   -
   - ¿El cliente cuenta con una probada capacidad empresarial? (capital, recursos humanos, inter-empresarial, etc.).

Formato 8
Informe de Graduación de Negocios

Gestor de Negocio:		**Fecha de informe:**	
Cliente:		**Producto:**	
		Sub producto	
Corredor Económico:			

1. **Cumplimiento del Plan de Negocio (máximo una hoja):** se debe indicar los siguiente:

   - ¿Se cumplió el objetivo y las metas del Plan de Negocio?
   - ¿Se solucionaron los cuellos de botella iniciales?
   - ¿El CSE cumplió con sus compromisos? ¿Hay alguna actividad pendiente? ¿Cuál?
   - Los efectos de la intervención ¿se mantienen vigentes? (p.e. la articulación entre empresa y pequeños productores, facilitada por el CSE, continúa)

2. **El cliente o algún agente de la cadena asume el subsidio del PRA (máximo una hoja):** debe considerarse los siguientes puntos:

   - El costo (gasto) de la asistencia técnica brindada por el CSE ¿es asumida por el cliente o por otros agentes que participan de la cadena de negocio?
   - ¿El CSE ya no asume ningún tipo de gasto, incluyendo el costo de los gestores? (el gestor sólo hace un seguimiento periódico)

3. **El cliente (empresa) es sostenible (máximo una hoja):** tomar en cuenta los siguiente:

   - ¿El cliente cuenta con mercado creciente o estable y mantiene una cartera sólida de compradores?
   - ¿El cliente tiene una sólida o estable situación financiera?
   - ¿El cliente tiene asegurado el abastecimiento del producto? (vinculación de pequeños productores)
   - ¿El cliente cuenta con una probada capacidad empresarial? (capital, recursos humanos, inter-empresarial, etc.)

10. Reporte de los indicadores de proceso

Alcance

Este reporte tiene la finalidad de dar cuenta de la sostenibilidad de las actividades propiciadas a través del trabajo de los CSE, considerando que la sostenibilidad económica que fomenta la inversión privada debe apoyarse en la sostenibilidad social y medio ambiental de su entorno.

Estos indicadores dan cuenta de: 1) Medio Ambiente y la Biodiversidad, 2) La integración del enfoque de Género, y 3) Estándares Laborales e inclusión de discapacitados.

Reporte de capacitación (Ficha 9)

Debe usarse para registrar los productores que hayan sido capacitados en los diferentes componentes. Pasos:

1) **Registre los datos generales:** periodo de reporte, CSE, cliente, producto, sub producto, componente, tema de capacitación, objetivo, fecha de la capacitación y lugar de la capacitación.

2) **Consigne los nombres, apellidos y sexo de los productores participantes**

Reporte de Medio Ambiente (Ficha 10)

Sirve para reportar todas las actividades desarrolladas que se hayan orientado a preservar el medio ambiente en cada uno de los planes de negocio implementados.

Se debe precisar las decisiones, acciones y recomendaciones realizadas por los CSE para reducir o eliminar los posibles impactos medioambientales identificados en el desarrollo de los planes de negocio de productos de la biodiversidad.

El fomento de la actividad económica con productos de la biodiversidad, puede poner en riesgo la conservación genética, de la especie (producto natural) o el ecosistema. Se incluyen también las buenas prácticas implementadas en el uso de plaguicidas previstas en el PERSUAP y que son materia de aplicación en los planes de negocio de carácter agrícola.

Pasos:

1) **Registre los datos generales:** Gestor de negocios, fecha de reporte, cliente, producto, sub producto, trimestre y año, y Corredor Económico.

2) **Registro de actividades:** se deberá registrar y describir la actividad realizada y el resultado obtenido. Deben ser actividades verificables.

Reporte de Biodiversidad (Ficha 11)

Este instrumento registra todas las actividades desarrolladas que se hayan orientado a preservar productos de la biodiversidad en cada uno de los planes de negocio implementados. Pasos:

1) **Registre los datos generales:** Gestor de negocios, fecha de reporte, cliente, producto, sub producto, trimestre y año, y Corredor Económico.

2) **Registro de actividades:** se deberá registrar y describir la actividad realizada y el resultado obtenido. Deben ser actividades verificables.

Reporte de Género (Ficha 12)

Este formato registra las actividades desarrolladas que hayan favorecido a mejorar las oportunidades laborales de las mujeres y a la equidad de género.

Se debe precisar las propuestas y acciones tomadas por los CSE para reducir o eliminar las barreras que limitan las igualdades de oportunidades de participación de las mujeres en las cadenas de negocio.

1) **Registre los datos generales:** Gestor de negocios, fecha de reporte, cliente, producto, sub producto, trimestre y año, y Corredor Económico.

2) **Registro de actividades:** se deberá registrar y describir la actividad realizada y el resultado obtenido. Deben ser actividades verificables.

Reporte de Estándares Laborales (Ficha 13)

Este registro permite visualizar las mejoras en las condiciones de trabajo en las empresas que trabajan con el proyecto, y en particular garantizar que no se esté promoviendo el trabajo infantil ni el trabajo forzoso.

1) **Registre los datos generales:** Gestor de negocios, fecha de reporte, cliente, producto, sub producto, trimestre y año, y Corredor Económico.

2) **Registro de actividades:** se deberá registrar y describir la actividad realizada y el resultado obtenido. Deben ser actividades verificables.

Reporte de Discapacitados (Ficha 14)

Se deberá reportar las acciones del proyecto que contribuyan a incluir a las personas discapacitadas en el trabajo y la actividad empresarial. Un discapacitado es aquella persona que tiene una restricción o ausencia (debida a una deficiencia) de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para un ser humano. Son aquellas personas cuyas posibilidades de obtener y conservar un empleo adecuado y de progresar en el mismo estén sustancialmente reducidas a causa de una deficiencia de carácter físico o mental debidamente reconocida.

1) **Registre los datos generales:** Gestor de negocios, fecha de reporte, cliente, producto, sub producto, trimestre y año, y Corredor Económico.

2) **Registro de actividades:** se deberá registrar y describir la actividad realizada y el resultado obtenido. Deben ser actividades verificables.

Formato 9
Resultados de Capacitación y Formación

Periodo de reporte	
CSE	
Cliente	

Producto	
Subproducto	

Componente	
Tema de la capacitación	
Objetivo	
Fecha de la capacitación	
Lugar de la capacitación	

N°	Nombre (s) del Participante	Apellidos del Participante	Sexo

Formato 10
Reporte de resultados en Medio Ambiente

Gestor[20]: **Fecha:**

Cliente: **Producto:**

Trimestre y año **Sub producto:**

Corredor Económico:

Actividades o acciones realizadas	Cod	Resultados obtenidos	Cod

[20] Funcionario del CSE responsable del cliente.

Formato 11
Reporte de resultados en Biodiversidad

Gestor [21]: | **Fecha:**

Cliente: | **Producto:**

Trimestre: y año | **Sub producto:**

Corredor Económico:

Actividades o acciones realizadas	Cod	Resultados obtenidos	Cod

[21] Funcionario del CSE responsable del cliente.

Formato 12
Reporte de resultados en Género

Gestor [22]: | **Fecha:**

Cliente: | **Producto:**

Trimestre: | **Sub producto:**

y año

Corredor Económico:

Actividades o acciones realizadas	Cod	Resultados obtenidos	Cod

[22] Funcionario del CSE responsable del cliente.

Formato 13
Reporte de resultados en Estándares Laborales

Gestor [23]: | **Fecha:**

Cliente: | **Producto:**

Trimestre: | **Sub producto:**

y año

Corredor Económico:

Actividades o acciones realizadas	Cod	Resultados obtenidos	Cod

[23] Funcionario del CSE responsable del cliente.

Formato 14
Reporte de resultados en la inclusión de Personas discapacitadas en los planes de negocio

Gestor [24]: | **Fecha:**

Cliente: | **Producto:**

Trimestre: | **Sub producto:**

y año

Corredor Económico:

Actividades o acciones realizadas	Cod	Resultados obtenidos	Cod

[24] Funcionario del CSE responsable del cliente.