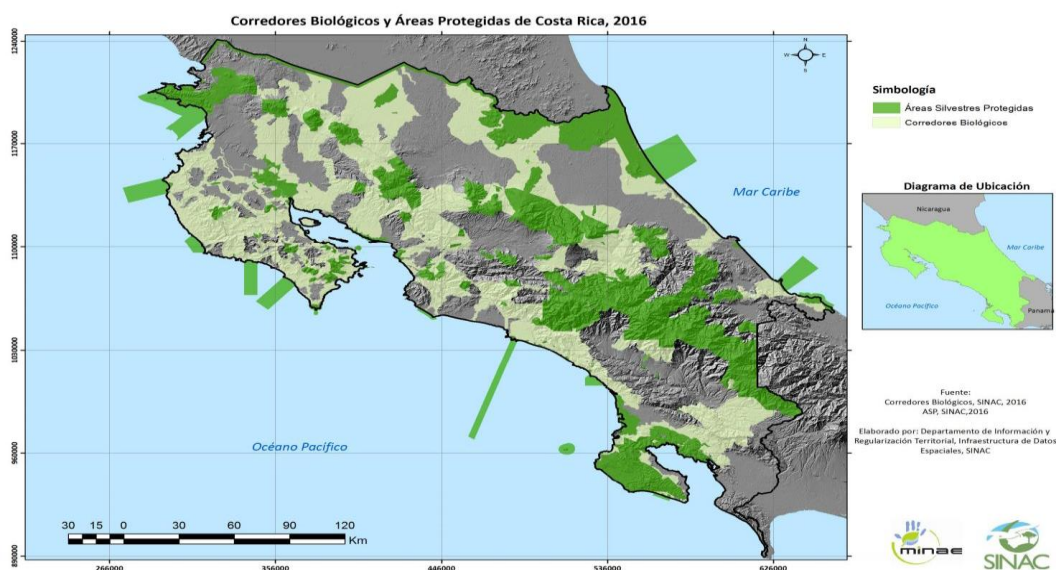


Fondo de Negocios Verdes para Corredores Biológicos

Concepto

Concurso de “ideas de negocios verdes” para la mejora de la oferta productiva de los Corredores Biológicos de Costa Rica

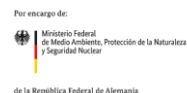


San José, Costa Rica, agosto de 2018



Contenido

1. Introducción	3
2. ¿Qué entenderemos por negocios verdes?	4
3. Objetivos e Indicadores	5
3. ¿Qué es el Concurso?	6
4. Criterios de selección	6
5. Contenidos de la propuesta	7
6. Cronograma (primer llamado).....	¡Error! Marcador no definido.
7. Criterios de evaluación	9
Anexos	13



1. Introducción

Costa Rica es un país con una enorme biodiversidad e intenta conservarla a través de políticas ambientales. El Sistema Nacional de Áreas de Conservación (SINAC) aporta con la gestión del Sistema de Áreas Protegidas a este objetivo. Un enfoque paralelo es el Programa Nacional de Corredores Biológicos (PNCB) que promueve la conectividad entre diferentes áreas protegidas facilitando la migración de flora y fauna con el objetivo de mantener la biodiversidad.

La Cooperación Alemana al Desarrollo –GIZ- está apoyando al SINAC en la implementación del PNCB en el marco de la Estrategia Nacional de Biodiversidad de Costa Rica. El objetivo principal de este proyecto es apoyar al fortalecimiento de capacidades de la población local y sus organizaciones y de las autoridades y profesionales responsables de la conservación para conservar la biodiversidad y la provisión de sus servicios eco-sistémicos en los corredores biológicos de Costa Rica.

El proyecto se estructura en cuatro componentes:

- 10) Desarrollo del marco político-legal-administrativo y capacidades a nivel nacional
- 2) Fortalecimiento de foros locales de diálogo y coordinación para la gestión de 15 corredores biológicos
- 3) Establecimiento de instrumentos y mecanismos financieros
- 4) Comunicación y gestión de conocimiento

En una alianza estratégica con la Fundación Costa Rica Estados Unidos para la Cooperación (CRUSA), la GIZ a través del Proyecto Corredores Biológicos GIZ/SINAC, han implementado el presente concurso de ideas, se busca apoyar a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), Grupos de Productores, Cooperativas de Productores; de ahora en adelante “las empresas” para la puesta en marcha de planes de comercialización de sus productos o servicios, que les permita acceder y/o consolidarse en el mercado nacional, así como la posibilidad de identificar, ingresar o ampliar nuevos mercados internacionales, generando de esta forma la oferta productiva “verde” de los Corredores Biológicos (CB). La entidad ejecutora de este fondo concursable será la Fundación Banco Ambiental (FUNBAM).

Hasta la fecha, las relaciones económicas entre Costa Rica y los mercados internacionales, se han desarrollado principalmente en sectores tradicionales como el café, banano, turismo, entre otros; generalmente estos productos y servicios se han comercializado con escaso o ningún valor agregado, por lo que, con el presente concurso de ideas se busca perfilar empresas tractoras o empresas líderes dentro de una cadena de valor de un producto, que puedan servir como anclas para otros productores y/o pequeños empresarios, prestadores de servicios, que les permitan agregar valor a su producción, generando de esta manera negocios más competitivos y de forma amigable con el medio ambiente.

2. ¿Qué entenderemos por negocios verdes?

El término “negocios verdes” se usa para referirse a negocios que se consideran amigables con el medio ambiente. El término ha evolucionado en el tiempo. Sin embargo, hasta hoy en día no hay una sola definición de negocios ambientales. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Oficina Europea de Estadística (Eurostat), proponen una definición amplia al establecer que este sector está integrado por *“actividades que producen bienes y servicios destinados a medir, prevenir, limitar, minimizar o corregir daños ambientales al agua, aire y suelo, así como problemas relacionados con residuos, ruido y ecosistemas. Ello incluye tecnologías más limpias, productos y servicios que reducen el riesgo ambiental y minimizan la contaminación y el uso de los recursos.”*

No obstante, esta definición se puede resumir y concretizar: **“Los negocios ambientales o verdes son aquellos que producen bienes y servicios destinados a medir, prevenir, limitar, minimizar o corregir daños ambientales a la biosfera de los CB, agua, aire y suelo”.**

2.1 ¿Cuáles son negocios verdes?

Una fuente importante para encontrar ideas de negocios verdes, es todo aquello relativo a la protección del medioambiente. El calentamiento global no sólo es un tema de moda, es una preocupación real que ha provocado una serie de medidas para que las industrias se adecúen a estándares racionales de emisiones atmosféricas, generación de desechos y uso racional de materias primas, con los cuales se puede llegar a generar negocios verdes. Los negocios verdes contemplan las actividades económicas en las que se ofrecen bienes o servicios que generan impactos ambientales positivos y que además, incorporan buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, con enfoque de ciclo de vida, contribuyendo a la conservación del ambiente como capital natural que soporta el desarrollo del territorio.

Las categorías principales de negocios verdes, se dividen en sectores y subsectores como se presenta a continuación:¹

1. Bienes y servicios sostenibles provenientes de recursos naturales <i>a. Biocomercio:</i> <ul style="list-style-type: none">• Alimentos orgánicos• Silvicultura (productos de madera y no maderables)²• Productos derivados de la fauna silvestre• Turismo de la naturaleza (ecoturismo)• Recursos genéticos y productos derivados (Cosméticos, ornamentales, follajes)	2. Negocios ecoeficientes: <ul style="list-style-type: none">• Proveedores de tecnologías ambientales• Negocios carbono neutrales• Centros de reciclaje• Biodegradables• Turismo sostenible
	3. Mercado de Carbono <ul style="list-style-type: none">• Mercado Regulado• Mercado Voluntario

¹ Guía de verificación y evaluación de criterios de negocios verdes, Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Programa PRODES/GIZ-Colombia.

² Para efectos del presente concurso, no son aceptadas actividades o acciones de reforestación

<ul style="list-style-type: none"> • Productos bioquímicos, enzimas, aminoácidos, péptidos, proteínas etc.) <p>b. Agrosistemas sostenibles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de producción ecológico, orgánico y biológico <p>c. Negocios para la restauración</p>	
<p>4. Energías renovables (proveedores de equipo y proveedores de energía):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biomasa • Energía solar • Biocombustibles (diésel, etanol, gas) • Fuerza hídrica • Fuerza eólica 	<p>5. Ecoproductos industriales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento y valoración de residuos • Fuentes no convencionales de energía renovable • Construcción sostenible • Otros bienes/servicios verdes sostenibles
<p>6. Capacitación y servicios profesionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consultores ambientales • Centros de capacitación ambiental (en línea también) 	

Para efectos del trabajo a realizar en los CB, se entenderá por negocios verdes *aquellos que crean bienes y servicios utilizando menos recursos que los negocios tradicionales* y por tanto, su proceso de producción es **amigable con el medio ambiente de forma comprobada**.

3. Objetivos e Indicadores

Objetivo: Mejorar la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), Grupos de Productores y Cooperativas de Productores, identificadas en los Corredores Biológicos seleccionados³.

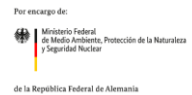
Indicadores:

(1) El fondo concursable para ideas de negocios verdes ha sido divulgado en los 15 Corredores Biológicos seleccionados.

(2) Al menos 15 proyectos de negocios verdes provenientes de cadenas de valor o sectores productivos de los CB, han sido presentados para ser evaluados, para recibir cofinanciamiento que permitan desarrollar y/o consolidar su oferta productiva.

(3) Al menos 6 cadenas de valor reciben fondos para ejecutar sus proyectos productivos y así mejorar la productividad de sus empresas.

³ Con este concurso de ideas se busca trabajar únicamente en los 15 CB priorizados



4. ¿Qué es el Concurso?

El método de selección de los proyectos será un **concurso de ideas de negocios verdes**, en el que las propuestas ganadoras recibirán cofinanciamiento para desarrollar sus planes de negocios, que les permitirán el crecimiento de las empresas ubicadas en las cadenas de valor seleccionadas, a través del desarrollo de sus productos y servicios para consolidarse en el mercado local y/o el acceso a nuevos mercados, logrando de esa forma desarrollar la oferta verde de los CB.

5. Criterios de selección

Para poder participar en el concurso de ideas, la cadena de valor o las empresas concursantes, deberán entregar una ficha con la información requerida (Anexo 1). Los siguientes criterios, son requisitos fundamentales, sin los cuales una propuesta de proyecto será descartada antes de llegar a la evaluación técnica:

5.1 Procedencia

Podrán participar empresas pertenecientes a cadenas de valor localizadas en los CB, los cuales deberán contar con sus Planes de Gestión aprobados. Los negocios propuestos, deberán estar vinculados a estos Planes.

5.2 Sector o cadena productiva

Bajo el enfoque de cadenas de valor, se dará prioridad a aquellas actividades productivas presentes en los CB tales como café, cacao, agricultura sostenible, ganadería sostenible, turismo, producción de miel de abeja, entre otras; que demuestren el uso prácticas amigables con el entorno (agricultura orgánica, huella de carbono, etc.) que combinen las actividades productivas con la biodiversidad.

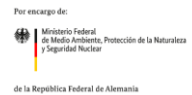
5.3 Conocimientos y/o experiencias en el mercado seleccionado como destino de la producción

De preferencia al menos una empresa de la cadena de valor, o del grupo de empresas concursantes deberá tener conocimientos o experiencia en el mercado de destino seleccionado. Del mismo modo, es favorable que exista relación entre estos conocimientos y/o experiencia y el proyecto a desarrollar.

5.4 Consistencia de la propuesta de proyecto

La propuesta de proyecto deberá ser consistente, es decir, realista en cuanto a los recursos presupuestados y el marco temporal. Este último criterio significa que la cadena de valor o las empresas deberán mostrar que invierten lo necesario realizar el proyecto y es capaz de continuar haciéndolo después con sus propios recursos. Además, los proyectos deberán obedecer a los objetivos definidos por los CB.

5.5 Disposición para cubrir parte de los costos



Los proyectos participantes, deberán aportar una contrapartida mínima del 30% del monto recibido en calidad de cofinanciamiento, al menos un 10% en efectivo y el resto en especies.

5.6 Proyectos diferenciados

Un criterio fundamental en el presente concurso de ideas, será que la propuesta del proyecto, permita “enverdecer” una actividad productiva ya existente en los CB, o la introducción de un nuevo negocio considerado dentro de la categoría de negocios verdes.

6. Contenidos de la propuesta

El proyecto deberá cumplir con los criterios de selección anteriormente mencionados, asimismo deberá presentar un plan de comercialización para el mercado de destino, el cual será la herramienta para estructurar y sistematizar el enfoque en nuevos mercados. Este Plan, será la base para la evaluación técnica de las propuestas de proyectos. El proceso de planificación ayuda a identificar las posibles debilidades de las empresas y amenazas en el mercado, asimismo facilita diseñar estrategias para minimizar sus efectos sobre el nuevo negocio.

En el marco del concurso de ideas, el Plan de Comercialización permitirá entender los objetivos y el enfoque en la apertura y/o consolidación de mercados. El Plan de Comercialización contiene cuatro componentes interrelacionados: la auditoría de negocio, el análisis del mercado de destino, el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y el plan de cooperación de negocio.

6.1 Auditoría de negocio

El primer componente es la auditoría de negocio. Esta incluye una presentación de las características de la empresa y su estrategia para el desarrollo futuro, tomando como punto de partida las fortalezas y debilidades de la empresa. En este contexto, fortalezas y debilidades son los siguientes:

- *Fortalezas:* rasgos distintivos y recursos con los que cuenta la empresa y que le dan una posición privilegiada frente a la competencia.
- *Debilidades:* aquellos factores y carencias que provocan una posición desfavorable de la empresa con respecto a su competencia.

Será necesario exponer qué tipo de conocimientos y/o experiencia tiene la empresa o la cadena de valor en mercados internacionales.

6.2 Análisis del mercado de destino

En esta etapa, se deberá explicar los beneficios y las amenazas que significaría establecer negocios en el mercado de destino. Una vez aclarado este punto, se desarrollarán estrategias para maximizar y minimizar estas características. En este contexto, oportunidades y amenazas son lo siguiente:

- **Oportunidades:** aquellos factores en el entorno en el que quiere actuar la empresa (mercado de destino) que son favorables para sus actividades.
- **Amenazas:** aquellas características del entorno en el que quiere actuar la empresa (mercado de destino) que constituyen riesgos para el éxito de la actividad empresarial.

Tras este análisis, es fundamental realizar una comparación de lo que el mercado de destino requiere con los productos y/o servicios que la empresa está en disposición de ofrecer. Hay que tener en cuenta que dichos productos y/o servicios pueden tener que ser adaptados a las necesidades y demandas del consumidor del mercado identificado si quieren ser exportados con éxito.

6.3 Análisis FODA

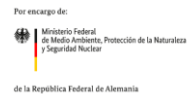
Una vez realizado el análisis de las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que el mercado de destino representa, se deben extraer conclusiones estratégicas. De este modo, el análisis FODA combinará las observaciones de la auditoría de negocio con el análisis del mercado identificado. Para dichas conclusiones, hay que tener en cuenta las relaciones que se establecen entre las distintas variables del análisis:

- **FO-Estrategias:** ¿Qué usos de las fortalezas ha de realizar la empresa para aprovechar al máximo las oportunidades del mercado?
- **FA-Estrategias:** ¿Qué usos de las fortalezas ha de realizar la empresa para minimizar las amenazas del mercado?
- **DO-Estrategias:** ¿Cómo puede la empresa superar las debilidades para aprovechar al máximo las oportunidades del mercado?
- **DA-Estrategias:** ¿Cómo puede la empresa lidiar con las debilidades para minimizar las amenazas del mercado?

No se puede ignorar que las fortalezas y debilidades son características internas y, por tanto, controlables por las empresas. Por otro lado, las oportunidades y amenazas del mercado de destino representan condiciones externas: la empresa nunca podrá controlarlas totalmente, pero debe diseñar una estrategia orientada a maximizar oportunidades y minimizar amenazas.

6.4 Plan de Cooperación de Negocios

El plan de cooperación de negocios se encuentra en todas las etapas de análisis anteriores. Este plan sirve como concretización de la intención de hacer negocios con empresas locales e internacionales y es el último paso antes de pasar de la estrategia a la acción.



Dentro del marco del concurso de ideas se tomarán en consideración diversos modelos de cooperación de negocios, como por ejemplo la consolidación del mercado nacional o las exportaciones, pero no serán los únicos resultados esperados. Dentro de las posibilidades de hacer negocios verdes, se encuentran las siguientes opciones:

- **Consolidación del mercado**, por ejemplo un negocio verde se introduce en una cadena de supermercados o se comercializa exitosamente en el mercado nacional.
- **Exportación**, por ejemplo de un producto terminado o un servicio. En este caso habría que explicar cómo se va a proceder para penetrar en el nuevo mercado.
- **Relaciones comerciales** en toda la cadena de valor: por ejemplo, suministro de materias primas, procesamiento, servicios dentro del marco de una cooperación de negocios a largo plazo.
- **Desarrollo estratégico conjunto**; por ejemplo en la introducción de nuevos productos y/o servicios en el mercado internacional o al mercado de Costa Rica.

Para la puesta en marcha con éxito de uno de estos modelos de negocios entre empresas locales y extranjeras, será imprescindible extraer del análisis FODA **objetivos estratégicos** que estén en consonancia con el principio SMART (Specific/Específico, Measurable/Medible, Achievable/Realizable, Realistic/Realista y Time-Led/Marco Temporal):

- **Específico**: los productos/servicios y mercados deben estar bien definidos.
- **Medible**: los objetivos deben ser cuantificables, expresados en términos numéricos.
- **Realizable**: los objetivos deben basarse en las fortalezas de la empresa (potencial interno) así como las oportunidades del mercado (potencial externo).
- **Realista**: los objetivos deben ser realistas de modo que las inversiones requeridas son proporcionales a las ganancias esperadas.
- **Marco Temporal**: hay que definir un marco temporal en el que los objetivos han de realizarse.

Por otro lado, la iniciativa propuesta debe implicar algún tipo de **innovación verde** en cuanto a los productos o servicios que forman parte de la internacionalización de negocios. Finalmente, es fundamental acompañar esta descripción con una **estrategia financiera** que verifique la disponibilidad y las fuentes de financiamiento para el modelo de operación elegido y la realización exitosa del proyecto de internacionalización. En un análisis de costo-beneficio se debe mostrar que la inversión es rentable y cuál será el beneficio financiero esperado para las empresas.

7. Criterios de evaluación

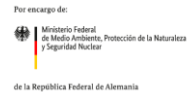
A continuación se muestran los criterios, parámetros y ponderaciones que se utilizará para la evaluación de Proyectos:

No	FACTOR	PUNTUACIÓN POR GRADOS DE CALIFICACIÓN					
		Ponderación	Bajo	Medio Bajo	Moderado	Medio Alto	Alto
1	El bien o servicio tiene demanda (real y/o potencial) en el (los) mercado (s) seleccionados ⁴	20%	4	8	12	16	20
2	El proyecto cuenta con elementos que lo defina claramente como un negocio verde	20%	4	8	12	16	20
3	La entidad proponente cuenta con experiencia en la ejecución de proyectos similares	20%	4	8	12	16	20
4	El proyecto presenta coherencia entre las actividades y los objetivos que plantea alcanzar	20%	4	8	12	16	20
5	La entidad proponente tiene los recursos financieros para echar a andar el proyecto (contrapartida).	20%	4	8	12	16	20
TOTAL PUNTAJE		100%					

7. Etapas del proceso

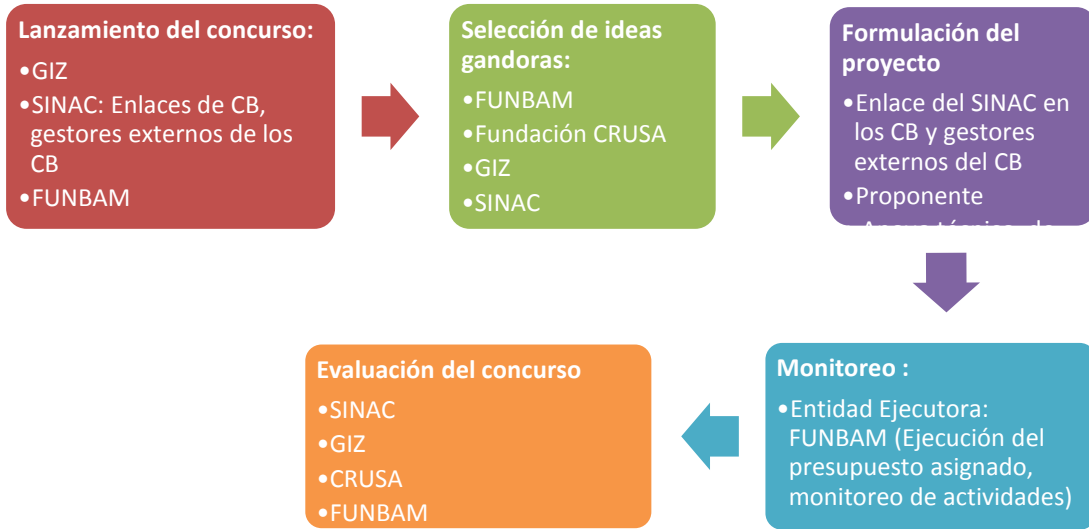
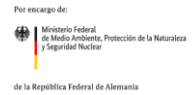
El concurso comienza con el llamado a las empresas vinculadas a los CB priorizados para presentar sus ideas de negocios verdes, posteriormente habrá una selección de las propuestas ganadoras por parte de un Comité Evaluador y solamente estas podrán pasar a la etapa de formulación de proyectos con su respectivo plan de desembolsos. En la Figura 1, se presenta un esquema de las etapas a desarrollarse, así como los entes involucrados en cada una de ellas. Los pasos a seguir en el presente concurso son los siguientes:

⁴ Se dará especial atención a aquellas iniciativas que ya han sido identificadas con demanda potencial exportable por PROCOMER.



- a. Los Comités Locales de los CB, realizarán las acciones de divulgación de las bases del concurso al interior del CB.
- b. Las PYMES, Cooperativas, Grupos de Productores ubicados en los CB, interesados en el concurso, deberán presentar su IDEA de proyecto de negocio verde en el formulario respectivo al Comité Local de los CB, quien analizará cada iniciativa, verificando que esta responde a las líneas de trabajo del Plan de Gestión del CB. En caso de ser necesario, el Comité Local podrá solicitar apoyo al equipo técnico de GIZ para analizar las propuestas.
- c. El Comité Local del CB remitirá al FUNBAM su pronunciamiento de visto bueno para aquellas ideas de proyectos de negocios verdes para que sean sometidas al proceso de evaluación.
- d. FUNBAM, será encargado de convocar al comité evaluador de proyectos (Comité de Proyectos) para la selección de las ideas ganadoras del concurso.
- e. FUNBAM notificará mediante un oficio por escrito los resultados del concurso a las entidades proponentes que resultaron ganadoras, informándoles sobre montos aprobados, condiciones generales y demás orientaciones estratégicas resultantes del proceso de evaluación. También informará el resultado del concurso a aquellas propuestas de proyectos que no resultaron beneficiadas.
- f. Los ganadores procederán a la elaboración del proyecto según las directrices brindadas por el Comité de Proyectos, en donde deberán detallar su plan de desembolsos, indicadores de resultados, estimación de los impactos esperados, también deberán entregar la información complementaria (información jurídica, comercial) requerido por el FUNBAM para proceder a formalizar el proyecto. En este proceso, los ganadores del concurso podrán contar con apoyo de GIZ para la formulación de sus proyectos finales.
- g. En casos necesarios, la GIZ realizará la evaluación financiera de las entidades ganadoras del concurso.
- h. FUNBAM y la entidad beneficiaria, procederán a la firma del proyecto estableciendo las condiciones bajo las cuales se realizarán los desembolsos y la ejecución de las actividades.
- i. FUNBAM/GIZ podrán realizar el monitoreo de los proyectos cuando se estime necesario.

Figura 1: Esquema de implementación del concurso de ideas





Anexos

A1: Ficha para elaboración de propuestas de proyectos (Formulario F1).

I. DATOS GENERALES	
Nombre del proyecto	
Cadena de valor identificada (Nombre de la cadena, ubicación geográfica, CB vinculados)	
Nombre de las pymes y/o cooperativa, asociación de productores de la cadena de valor proponente:	
Persona responsable de la presentación del proyecto:	
Detalles de contacto de la persona responsable:	Nombre: Número de cédula: Teléfono: Correo electrónico:
Forma jurídica de la entidad proponente:	
Año de constitución de la cooperativa o grupo asociativo	
Sector económico:	
Número de empleados:	
Volumen de ventas (US\$, años 2016 y 2017):	Indique las cifras requeridas:
Resumen del proyecto:	<p>¿Cuál es el cambio propuesto (objetivo)?</p> <p>¿En qué consiste la idea del negocio verde?</p> <p>¿Cuál es el impacto del proyecto en la biodiversidad?</p> <p>¿Cuáles son los beneficios económicos esperados?</p> <p>¿Cuáles serán los beneficios esperados para la comunidad?</p> <p>¿Cómo esperan lograrlo?</p> <p>Indicadores sugeridos (pueden existir otros más):</p>



	<p>Cantidad de nuevos empleos esperados: Incremento en ventas esperadas (\$): Certificaciones ambientales previstas: Ingreso a nuevos mercados ¿Cuáles?: Nuevos negocios verdes: Otros: Objetivos de mitigación al cambio climático, Objetivos de conservación de servicios eco-sistémicos (favor detallar)</p>
II. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN	
Auditoría de negocio	
<p>Descripción de las características de la empresa:</p>	<p>Describa los productos/servicios, mercados y segmentos de consumidores con los que trabaja actualmente:</p> <p>Explique cómo ha sido el desarrollo la organización (cooperativa, o grupo de productores) hasta la fecha (breve historia):</p> <p>Explique cuáles conocimientos y/o experiencias de la entidad postulante en el mercado de destino: (si existe, también puede mostrar plan de exportación u otros comprobantes de sus conocimientos y/o experiencias)</p> <p>Describa sus principales ventajas competitivas (fortalezas) así como los principales problemas a los que se enfrenta la empresa (debilidades):</p> <p>Mencione si la cadena de valor requiere de otros servicios provenientes de otros sectores productivos u otras cadenas de valor:</p>
<p>Desarrollo futuro</p>	<p>¿Cuáles son los objetivos a futuro?</p> <p>¿Cuáles son las estrategias para alcanzar dichos objetivos?</p>
III. ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO	
<p>Explique las razones por las que presentar el proyecto:</p>	
<p>Explique cómo se beneficiaría con este proyecto:</p>	
<p>Indique las oportunidades y amenazas que usted cree que el mercado identificado ofrece para la actividad de su organización (cooperativa, grupo asociativo):</p>	<p>Oportunidades:</p> <p>Amenazas:</p>
IV. ANÁLISIS FODA	
<p>Relaciones de Fortalezas y Debilidades de la organización con</p>	<p>¿Qué usos de las fortalezas ha de realizar para aprovechar al máximo las oportunidades del mercado?</p>



<p>Oportunidades y Amenazas del mercado:</p>	<p>¿Qué usos de las fortalezas ha de realizar para minimizar las amenazas del mercado?</p> <p>¿Cómo puede lidiar con las debilidades para aprovechar al máximo las oportunidades del mercado?</p> <p>¿Cómo puede a lidiar con las debilidades para minimizar las amenazas del mercado?</p>																																			
<p>V. PLAN DE COOPERACIÓN DE NEGOCIOS</p>																																				
<p>Tipo de cooperación de negocios: (P. ej. consolidación en el mercado nacional, exportación, relaciones comerciales, desarrollo estratégico con otras empresas.)</p>	<p>Favor indicar solo uno</p>																																			
<p>Objetivos estratégicos para el proyecto de negocios (Principio SMART):</p>																																				
<p>Tipo de innovación y/o valor agregado:</p>	<p>¿Cuál es el enfoque verde del proyecto presentado? Criterios verdes incorporados:</p>																																			
<p>Análisis beneficio-costos del proyecto :</p>	<p>Beneficios económicos y no económicos: Costos económicos y no económicos:</p>																																			
<p>Indique las fuentes de financiación con las que prevé cubrir los costos para poner en marcha su proyecto:</p>	<p>¿Quiénes serán sus aliados en este proyecto?</p> <p>¿Qué tipo de aportes espera obtener?</p>																																			
<p>Recursos necesarios para la ejecución del proyecto (calcular el presupuesto necesario para la implementación del proyecto en USD)</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Rubros / Aportantes (en USD\$)</th> <th style="text-align: center;">Fondo GIZ/CRUSA</th> <th style="text-align: center;">Empresas o cadena</th> <th style="text-align: center;">Aliados</th> <th style="text-align: center;">Total en USD\$</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Compras</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> </tr> <tr> <td>Asistencia técnica</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> </tr> <tr> <td>Capacitaciones</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> <td style="text-align: center;">\$</td> </tr> </tbody> </table>	Rubros / Aportantes (en USD\$)	Fondo GIZ/CRUSA	Empresas o cadena	Aliados	Total en USD\$	Compras	\$	\$	\$	\$	Asistencia técnica	\$	\$	\$	\$	Capacitaciones	\$	\$	\$	\$	Otros	\$	\$	\$	\$		\$	\$	\$	\$	Total	\$	\$	\$	\$
Rubros / Aportantes (en USD\$)	Fondo GIZ/CRUSA	Empresas o cadena	Aliados	Total en USD\$																																
Compras	\$	\$	\$	\$																																
Asistencia técnica	\$	\$	\$	\$																																
Capacitaciones	\$	\$	\$	\$																																
Otros	\$	\$	\$	\$																																
	\$	\$	\$	\$																																
Total	\$	\$	\$	\$																																
<p>Firmas y sellos de la empresa:</p>	<p>La entidad u organización solicitante se compromete a financiar la contrapartida necesaria para la ejecución del proyecto y está disponible para participar en todas las actividades del proyecto.</p> <p>Nombre/firma Fecha y lugar:</p>																																			

