

---

**President's report****Proposed loan****Republic of Peru****Project for the Improved Commercialization of  
Agricultural Products (MERCAGRO)****(MERCAGRO)****Addendum**

---

Document: EB 2025/LOT/P.26/Add.1

Date: 18 December 2025

Distribution: Public

Original: Spanish

**FOR: APPROVAL**

---

## Addendum

The Executive Board is hereby invited to consider the amendments to document EB 2025/LOT/P.26. The changes to the document are reflected as follows: deleted text with strikethrough, added text underlined.

The name of the project should be "Investment Project to Improve Agricultural Product Marketing Services for Sale in Markets". This change will be reflected throughout the document.

Page iii, financing summary

<b>Total project cost:</b>	US\$ <del>53.94</del> <u>44.61</u> million
<b>Amount of IFAD loan:</b>	US\$ <del>30.0</del> <u>26.0</u> million
<b>Terms of IFAD loan (BRAM):</b>	Ordinary, with a maturity period of <del>20</del> <u>17.5</u> years, including a grace period of five years, at the IFAD reference interest rate including a variable spread.
<b>Contribution of borrower:</b>	US\$ <del>23.94</del> <u>18.61</u> million
<b>Amount of IFAD climate finance:</b>	US\$ <del>49.85</del> <u>17.16</u> million

Page 3, paragraph 20:

**Geographical areas of intervention.** The project will be implemented through a trade corridor approach and, subject to final review, will cover ~~78~~77 districts and ~~33~~32 provinces. It will focus on districts with high levels of poverty and high levels of vulnerability to food insecurity.

Page 3, paragraph 22:

The population that will benefit from the project's interventions is estimated ~~at 75,332 agricultural producers, 22,900 households comprising 76,486 people, with the direct participation of 11,400 women, 6,625 young people and 3,435 Indigenous Peoples.~~

Page 3, paragraph 23:

**Component 1: Improve the marketing capacity of family farmers.** The objective is to improve capacity for the marketing of agricultural products through the transfer of knowledge and skills in market management. ~~Support services to improve the marketing capacity of family farmers:~~ The objective is to foster more enabling conditions for the marketing of agricultural products through investments in marketing support services. This component will include financial education and digital literacy activities.

**Outcome 1: Family farmers make informed production and marketing decisions.**

- ~~7,020~~13,560 producers reporting that they use production and marketing support information for decision-making.

**Outcome 2: Family farmers and their organizations use financial services.**

- ~~9,360~~ 18,080 persons in rural areas accessing financial services (e.g. savings, credit, insurance, remittances) report accessing rural financial services.

**Investment:** US\$~~5.2~~ 10.2 million (~~70.1~~ 84.3 per cent provided by IFAD, amounting to US\$~~3.6~~ 8.6 million)

Page 3, paragraph 24:

**Component 2: Appropriate harvesting ~~and~~ post-harvest-and-marketing processes for family farming products.**

**Outcome 3: Members of family farmers' organizations and enterprises formed by young people and women strengthen their capacity for marketing development.**

- ~~400-362~~ rural producers' organizations reporting an increase in sales (20 per cent);
- ~~400-362~~ rural producers' organizations supported in providing new or improved services to their members;
- 226 rural producers' organizations have entered into formal partnerships or agreements or contracts with public or private entities;
- 22,600 households reporting the adoption of new or improved technologies or practices.
- ~~11,700 rural producers reporting the use of techniques learned through the technical assistance provided~~
- ~~11,700 supported rural producers are members of rural producers' organizations~~
- ~~250 rural producers' organizations engaged in formal partnerships/agreements or contracts with public or private entities~~

**Outcome 4: Family farmers' organizations gain access to niche markets (organic produce, public procurement, digital markets, public-private-producer partnerships)**

- ~~125-113~~ producers' organizations reporting having gained access to niche markets;
- ~~2,700 hectares of land brought under climate-resilient management~~
- ~~9,360-18,080~~ households reporting adoption of environmentally sustainable and climate-resilient technologies and practices.

**Investment:** US\$~~32.5~~ 9.3 million (~~81.1-76.3~~ per cent provided by IFAD, amounting to US\$~~24.6~~ 7.1 million)

Page 4, paragraph 25:

**Component 3: ~~Improvement of interventions to promote market linkages and marketing channels that can be easily accessed by family farmers.~~ Adequate business skills and access to markets for agricultural producers.** The objective is for family farmers in the targeted areas to have access to and use resources put in place under a territorial approach to improve the marketing of agricultural products. This includes strengthening business management and facilitating the access of agricultural producers to profitable markets for family farming and adoption of a territorial approach to improve the marketing of agricultural products. In addition, the management and marketing skills of family farmers will be strengthened.

**Outcome 5: Households market agricultural products using inclusive and sustainable (public) marketing channels.**

- ~~7,577-33,900~~ households reporting improved physical access to marketing and storage facilities;
- ~~16 markets rehabilitated and fully operational by the end of the project~~
- ~~At least a 75 per cent increase in the volume of products sold in markets by the end of the project~~
- Increase of at least 75 per cent in the volume of commercial products marketed compared to the baseline.

**Investment:** US\$~~8.9~~ 19.2 million (~~16.6~~ 45.8 per cent provided by IFAD, amounting to US\$~~0.53~~ 8.8 million)

Page 5, paragraph 30:

Total project costs of US\$~~53.91~~ 44.61 million will be distributed across three operational components and one management, administration and monitoring component. By component, 92.9 per cent will be allocated to component 1, ~~60.3~~ 20.9 per cent to component 2, ~~16.6~~ 43.1 per cent to component 3 and 13.52 per cent to project management (table 1).

Page 5, paragraph 31:

The project will be organized into four investment categories and one recurring cost category. The "technical assistance and training" category accounts for ~~23.3~~ 20.8 per cent, "equipment and materials capacity-building and training" accounts for ~~1.2~~ 43.3 per cent, "civil works" accounts for ~~16.4~~ 18.6 per cent, and "internships", accounts for ~~49.1~~ 5.1 per cent. Recurring costs include "salaries and operating costs" and represent ~~10.0~~ 12.3 per cent of the total project cost (table 2). The total project duration is estimated at ~~72~~ 60 months (~~6~~ 5 years).

Page 6, table 1 should be replaced as follows:

Table 1

**Project costs by component and financier**

(Thousands of United States dollars)

<i>Component</i>	<i>IFAD loan</i>		<i>Borrower/recipient</i>		<i>Total</i>	
	<i>Amount</i>	<i>%</i>	<i>Amount in cash</i>	<i>%</i>	<i>Amount</i>	<i>%</i>
1. Improve the marketing capacity of family farmers	8 597	84.3	1 606	15.7	10 203	22.9
2. Appropriate harvesting and post-harvest processes for family farming products	7 107	76.3	2 204	23.7	9 311	20.9
3. Adequate business skills and access to markets for agricultural producers	8 794	45.8	10 419	54.4	19 212	43.1
4. Project management	1 502	25.5	4 386	74.5	5 888	13.2
<b>Total</b>	<b>26 000</b>	<b>58.3</b>	<b>18 615</b>	<b>41.7</b>	<b>44 614</b>	<b>100.0</b>

Page 6, table 2 should be replaced as follows:

Table 2

**Project costs by expenditure category and financier**

(Thousands of United States dollars)

<i>Expenditure category</i>	<i>Government of Peru</i>		<i>IFAD loan</i>		<i>Total</i>	
	<i>Amount</i>	<i>%</i>	<i>Amount</i>	<i>%</i>	<i>Amount</i>	<i>%</i>
<b>I. Investment costs</b>						
A. Technical assistance	5 014	54.0	4 264	46.0	9 278	20.8
B. Capacity-building and training	4 990	25.8	14 315	74.2	19 305	43.3
C. Civil works	3 975	48.0	4 306	52.0	8 281	18.6
D. Internships	665	29.2	1 612	70.8	2 277	5.1
<b>Total investment costs</b>	<b>14 644</b>	<b>37.4</b>	<b>24 498</b>	<b>62.6</b>	<b>39 141</b>	<b>87.7</b>
<b>II. Recurrent costs</b>						
A. Salaries and operating costs	3 971	72.6	1 502	27.4	5 473	12.3
<b>Total recurrent costs</b>	<b>3 971</b>	<b>72.6</b>	<b>1 502</b>	<b>27.4</b>	<b>5 473</b>	<b>12.3</b>
<b>Total</b>	<b>18 615</b>	<b>41.7</b>	<b>26 000</b>	<b>58.3</b>	<b>44 614</b>	<b>100.0</b>

Page 7, table 3 should be replaced as follows:

Table 3

**Project costs by component and project year (PY)**

(Thousands of United States dollars)

<i>Component</i>	<i>PY 1</i>		<i>PY 2</i>		<i>PY 3</i>		<i>PY 4</i>		<i>PY 5</i>		<i>Total</i>
	<i>Amount</i>	<i>%</i>	<i>Amount</i>	<i>%</i>	<i>Amount</i>	<i>%</i>	<i>Amount</i>	<i>%</i>	<i>Amount</i>	<i>%</i>	<i>Amount</i>
1. Improve the marketing capacity of family farmers	2 004	46.1	2 631	17.2	2 726	26.9	2 012	21.4	831	15.4	10 203
2. Appropriate harvesting and post-harvest processes for family farming products	85	2.0	1 702	11.1	3 044	30.0	2 617	27.9	1 863	34.1	9 311
3. Adequate business skills and access to markets for agricultural producers	402	9.2	9 909	64.8	3 294	32.4	3 862	41.1	1 745	32.3	19 212
4. Project management	1 855	42.7	1 052	6.9	1 090	10.7	901	9.6	990	18.2	5 888
<b>Total</b>	<b>4 346</b>	<b>100.0</b>	<b>15 294</b>	<b>100.0</b>	<b>10 154</b>	<b>100.0</b>	<b>9 392</b>	<b>100.0</b>	<b>5 428</b>	<b>100.0</b>	<b>44 614</b>

Page 8, paragraph 32:

The project will be financed with resources from IFAD and the Government of Peru. IFAD financing represents ~~56.0~~ 58.3 per cent of the total project value (US\$~~30 26~~ million). This will finance ~~70.1~~ 84.3 per cent of component 1, ~~81.1~~ 76.3 per cent of component 2, 45.8 per cent of component 3 and 25.5 per cent of component 4. The financing from the Government of Peru will be equivalent to US\$~~23.91~~ 18.61 million (~~44~~ 41.7 per cent of the total budget). It will finance ~~29.9~~ 15.7 per cent of component 1, ~~18.9~~ 23.7 per cent of component 2, ~~100~~ 54.2 per cent of component 3 and ~~100~~ 74.5 per cent of component 4, which will cover staff salaries, the equipment necessary for the effective implementation of the project, operating costs, and monitoring and evaluation activities. The amount for climate finance is estimated at US\$~~19.85~~ 17.16 million, all of which will be allocated to adaptation finance.

Page 8, paragraph 35:

The economic indicators were calculated for a period of 10 years, based on the durability of the main investments and applying a discount rate of ~~8~~ 11 per cent. The results of the analysis show that the project is economically feasible and profitable; the internal rate of return (IRR) has been calculated at ~~23.5 percent~~ between 22 and 53 per cent, the net present value (NPV) of the incremental net benefit is ~~between 69,493,716 Peruvian soles~~ US\$92,385 and US\$283,428 and the cost-benefit ratio is ~~4.8-5.3~~. ~~The project is expected to directly benefit 11,700 households.~~

Page 12, the recommendation should read:

I recommend that the Executive Board approve the proposed financing in terms of the following resolution:

RESOLVED: that the Fund shall provide a loan on ordinary terms to the Republic of Peru in an amount of ~~thirty twenty six~~ million United States dollars (US\$~~30 26~~ 000 000) and upon such terms and conditions as shall be substantially in accordance with the terms and conditions presented herein.

## Appendices

Appendix II and III should be amended as follows.

## Appendix II, Logical framework:

The logical framework should be replaced as follows:

Alcance	Indicador				Medio de verificación		
	Nombre del indicador	Unidad de medida	RMT	Meta Global	Fuente	Frecuencia	Responsable
	CI 1: Número de personas que se benefician de los servicios promovidos o apoyados por el proyecto				Registros sistema SE	Anual	UCP
	Hombres	Número	13861	34653			
	Mujeres	Número	16272	40679			
	Jóvenes	Número	7983	19958			
	Población indígena	Número	4520	11300			
	Total	Número	30133	75332			
	CI 1.a: Número correspondiente de hogares beneficiarios a los que se ha prestado apoyo						
	Total	Número	30133	75332			
	CI 1.b: Estimación correspondiente del número total de miembros del hogar						
	Total (3,34 miembros/hogar)	Número	100644	251610			

<b>Jerarquía de objetivos</b>	<b>Indicador</b>					<b>Medio de verificación</b>			<b>Supuestos y riesgos</b>
<b>Objetivos</b>	<b>Nombre del indicador<sup>1</sup></b>	<b>Unidad</b>	<b>Línea base</b>	<b>RMT</b>	<b>Meta global</b>	<b>Fuente</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Responsable</b>	
<b>Fin.</b> Contribuir a mejorar los medios de vida de los productores de la	<b>(IA 2.1.1)</b> Personas con un incremento en los ingresos (ODS 1.2 y 2.3)	Número	LB	--	201288	Encuesta Evaluación de impacto-FIDA	Inicio, Final	UCP/Empresa evaluadora	El gobierno mantiene la prioridad en las políticas que

<sup>1</sup> La definición de los indicadores relacionados al Marco de Gestión de Resultados de IFAD13 se encuentra en <https://ifad.sharepoint.com/sites/opsmanual/Manual%20Library/Country%20Strategies/Corporate%20and%20Thematic%20References/Corporate%20References/IFAD13%20Results%20Management%20Framework.pdf>, y para el caso de IFAD12 en [https://ifad.sharepoint.com/sites/opsmanual/Manual%20Library/Investment%20Projects/Design/Guidelines%20and%20Procedures/CI%20framework\\_ENG\\_.pdf](https://ifad.sharepoint.com/sites/opsmanual/Manual%20Library/Investment%20Projects/Design/Guidelines%20and%20Procedures/CI%20framework_ENG_.pdf).



Jerarquía de objetivos	Indicador					Medio de verificación			Supuestos y riesgos		
Objetivos	Nombre del indicador <sup>1</sup>	Unidad	Línea base	RMT	Meta global	Fuente	Frecuencia	Responsable			
Agricultura Familiar en distritos seleccionados de los departamentos de Huánuco, Ucayali, Junín, Pasco, Apurímac, Ayacucho, Huancavelica y Puno	<b>(IA 2.1.5)</b> Personas que gozan de una mayor seguridad alimentaria <sup>2</sup> (ODS 2.1.2) (sobre C2 - ICAs, EJ X80%)	Número	LB	--	18080	Encuesta	Inicio, Final	UCP/ Empresa evaluadora	favorecen a los productores de AF  <i>Riesgos:</i> Que el proyecto no logre sus objetivos por los varios riesgos descritos abajo.		
	• Hombres	Número	LB	--	10848						
	• Mujeres	Número	LB	--	7232						
	• Jóvenes	Número	LB	--	5420						
	• Población indígena	Número	LB	--	2712						
<b>Objetivo de desarrollo.</b> Mejorar la inserción de los productores de la Agricultura Familiar a los servicios de apoyo al desarrollo productivo para el acceso a mercados de manera rentable, sostenible e inclusiva.	<b>(IA 2.1.3)</b> Personas que gozan de un mejor acceso a mercados (ODS 2.3)  1. Sobre beneficiarios del C2 (ICAs, EJ X 80%)	Número	LB	7232	18080	Encuesta	Inicio, Medio Término, Final	UCP/Empresa evaluadora	El contexto internacional es favorable  La economía muestra un crecimiento positivo  Existen políticas favorables para el enfoque de género y la inclusión social  <i>Riesgos</i> AT desigual por razones de acceso geográfico, lenguaje de indígenas, u otros.		
	• Hombres	Número	LB	4339	10848						
	• Mujeres	Número	LB	2893	7232						
	• Jóvenes	Número	LB	2168	5420						
	• Población indígena	Número	LB	1085	2712						
	2. Sobre beneficiarios de mercados de productores C3 (70% de beneficiarios de mercados x 80%)	Número	LB	16874	42186	Sistema de seguimiento					
	• Hombres	Número	LB	6750	16874						
	• Mujeres	Número	LB	10125	25312						
	• Jóvenes	Número	LB	4219	10546						
	• Población indígena	Número	LB	2531	6328						
	<b>(IE 2.1)</b> Individuos que presentan una mejora en el empoderamiento (ODS 5.6) (C2 - ICAs, EJ X80%)	Número	LB	5966	14645	Encuesta metodología CI FIDA				Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora
	• Hombres	Número	LB	2368	5840						
	• Mujeres	Número	LB	3598	8805						

<sup>2</sup> Corresponde al indicador IFAD13 2.1.5

Jerarquía de objetivos	Indicador					Medio de verificación			Supuestos y riesgos
Objetivos	Nombre del indicador <sup>1</sup>	Unidad	Línea base	RMT	Meta global	Fuente	Frecuencia	Responsable	
	<b>(CI 2.2.1)</b> Personas con nuevos trabajos/ oportunidades de empleo <i>(ODS 4.4)</i>	Número	LB	16465	23834	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora	
	• Hombres	Número	LB	14269	14298				
	• Mujeres	Número	LB	9491	9536				
	• Jóvenes	Número	LB	10399	10421				
	<b>(CI 3.2.1)</b> Toneladas de emisiones de gases de efecto invernadero (tCO2e) evitadas y/o secuestradas <i>(ODS 13.1)</i>					Medición Ex ACT	Inicio, Intermedio, Final	UGP / FIDA	
	Superficie	Hectáreas	LB	33656	33656				
	tCO2e/20 años	Número	0	-108904	-108904				
	tCO2e/ha	Número	0	-3.2	-3.2				
	tCO2e/ha/año	Número	0	-0.2	-0.2				
	<b>Participación</b>	<b>(SF 2.1)</b> Hogares satisfechos con los servicios apoyados por el proyecto (80% X Alcance hogares)	Número	LB	40177	60266	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora
• Hogares		Porcentaje	LB	80	80				
• Miembros del hogar		Número	LB	80515	201288				
<b>Componente 1: Mejora de las capacidades comerciales de los productores agrarios de la agricultura familiar</b>									
R.1 Productores de la AF toman decisiones informadas para la producción y la comercialización	<b>(1.1)</b> Productores reportan que utilizan información de apoyo a la producción y la comercialización para la toma de decisiones (ICAs, EJ X60%)	Número	LB	5424	13560	Encuesta	Inicio, Medio término, Final	UCP	
	• Hombres	Número	LB	3254	8136				
	• Mujeres	Número	LB	2170	5424				
	• Jóvenes	Número	LB	1626	4065				
	• Población indígena	Número	LB	814	2034				
R.2 Productores de la AF y sus	<b>(CI 1.2.5)</b> Personas que declaran utilizar servicios financieros	Número	LB	7232	18080		Inicio, Medio	UCP/empresa evaluadora	Los productores tienen la voluntad

Jerarquía de objetivos	Indicador					Medio de verificación			Supuestos y riesgos
Objetivos	Nombre del indicador <sup>1</sup>	Unidad	Línea base	RMT	Meta global	Fuente	Frecuencia	Responsable	
organizaciones utilizan servicios financieros	rurales <sup>3</sup> (ODS 2.3) (ICAs, EJ X80%)					Encuesta metodología CI FIDA	término, Final		de participar de grupos de ahorro y crédito y de fondos rotatorios
	• Hombres	Número	0	4339	10848				
	• Mujeres	Número	0	2893	7232				
	• Jóvenes	Número	LB	2168	5420				
	• Población indígena	Número	0	1085	2712				
Productos									
1.1 productores AF capacitados en el uso de servicios de información y de tecnologías	(1.2) Productores AF capacitados en el uso de servicios de información y tecnológicos (ICAs)	Número	0	9040	22600	Reportes sistema SE	Anual	UCP	
	• Hombres	Número	0	5424	13560				
	• Mujeres	Número	0	3616	9040				
	• Jóvenes	Número	LB	2710	6775				
	• Poblaciones indígenas	Número	0	1356	3390				
1.2 Productores reciben servicios de información climática	(CI 3.1.2) Productores reciben servicios de información climática (ICAs)	Número	0	9040	22600	Reportes sistema SE	Anual	UCP	
	Hombres	Número	0	5424	13560				
	Mujeres	Número	0	3616	9040				
	Jóvenes	Número	LB	2710	6775				
	Poblaciones indígenas	Número	0	1356	3390				
1.3 Proveedores de servicios financieros apoyados para la difusión y oferta de productos y servicios financieros en las zonas rurales	(CI 1.1.6) Proveedores de servicios financieros que reciben apoyo para aplicar estrategias de difusión y ofrecer productos y servicios financieros en las zonas rurales.					Reportes sistema SE	Anual	UCP	IFs establecen acuerdos para la prestación de servicios financieros adecuados a la población objetivo
	• Instituciones Financieras	Número	0	4	4				
	• UNICAS	Número	0	4	4				

<sup>3</sup> Corresponde a IFAD13 2.3.4 Personas de las zonas rurales que acceden a servicios financieros (ahorro, crédito, seguros y remesas, entre otros).

Jerarquía de objetivos	Indicador					Medio de verificación			Supuestos y riesgos
Objetivos	Nombre del indicador <sup>1</sup>	Unidad	Línea base	RMT	Meta global	Fuente	Frecuencia	Responsable	
1.4 Personas capacitadas en educación financiera y en el uso de servicios financieros	<b>(CI 1.1.7)</b> Personas de las zonas rurales capacitadas en alfabetización financiera y/o en el uso de productos y servicios financieros. <i>(UNICA)</i>	Número	LB	2910	7275	Reportes sistema SE	Anual	UCP	
	• Hombres	Número	LB	1746	4365				
	• Mujeres	Número	LB	1164	2910				
	• Jóvenes	Número	LB	727	1819				
	• Población indígena	Número	LB	436	1091				
<b>Componente 2. Adecuados procesos de cosecha, post cosecha en los productores de la agricultura familiar<sup>4</sup></b>									
R.3 Miembros de las organizaciones de productores de la AF y empresas formadas por jóvenes y mujeres fortalecieron sus capacidades para el desarrollo de la comercialización	<b>(CI 2.2.5)</b> Organizaciones de productores rurales que reportan un aumento en las ventas (ICAs/EJ X80%)	Número	LB	145	362	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora	
	• Total de miembros de las org. de productores rurales	Número	LB	6752	16880				
	• Hombres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	4051	10128				
	• Mujeres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	2701	6752				
	• Jóvenes miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	1688	4220				
	<b>(CI 2.2.4)</b> Organizaciones de productores rurales apoyadas que proveen servicios nuevos o mejores a sus miembros] (ICAs X80%)	Número	LB	145	362	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora	Productores cuentan con potencial para alcanzar excedentes de producción que pueden comercializar en los mercados
	<b>(CI 1.2.2)</b> Hogares que reportan la adopción de tecnologías o prácticas nuevas/mejoradas	Número	LB	9040	22600	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio	UCP/Empresa evaluadora	Actores clave de la cadena de valor tienen interés de

<sup>4</sup> La información que se recoja para la construcción de los indicadores debe permitir la desagregación por cadenas de valor.

Jerarquía de objetivos	Indicador					Medio de verificación			Supuestos y riesgos
	Nombre del indicador <sup>1</sup>	Unidad	Línea base	RMT	Meta global	Fuente	Frecuencia	Responsable	
	• Hombres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	5424	13560		término, Final		desarrollar acciones articuladas para mejora de la comercialización
	• Mujeres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	3616	9040				
	• Jóvenes miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	2710	6775				
	• Población indígena miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	1356	3390				
	<b>(CI 2.2.3)</b> Organizaciones de productores rurales que han celebrado asociaciones/ acuerdos formales o contratos con entidades públicas o privadas (ICAs, EJ X50%)	Número	LB	90	226	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora	Actores clave de la cadena de valor tienen interés de desarrollar acciones articuladas para mejora de la comercialización
	• Total de miembros de las org. de productores rurales	Número	LB	4520	11300				
	• Hombres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	2712	6780				
	• Mujeres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	1808	4520				
	• Jóvenes miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	1355	3388				
	• Población indígena miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	678	1695				
R.4 Organizaciones de productores de la AF accedieron a mercados especializados (orgánico, compras públicas, digitales, alianza 4P)	<b>(IE 2.1)</b> Organizaciones de productores reportan que accedieron a mercados especializados (ICAs X 25%)	Número	LB	75	113	Encuesta	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora	Los incentivos del proyecto son suficientes para la adopción de innovaciones
	<b>(CI 3.2.2)</b> Hogares que declaran haber adoptado prácticas y tecnologías sostenibles desde el punto de vista ambiental y resilientes al clima <sup>5</sup> (ODS 13.1) (ICAs, EJ X80%)	Número	LB	12053	18080	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora	
<b>Productos</b>									

<sup>5</sup> Corresponde a IFAD13 2.3.10 Hogares que declaran haber adoptado prácticas y tecnologías sostenibles desde el punto de vista ambiental y resilientes al clima

Jerarquía de objetivos	Indicador					Medio de verificación			Supuestos y riesgos
	Nombre del indicador <sup>1</sup>	Unidad	Línea base	RMT	Meta global	Fuente	Frecuencia	Responsable	
2.1 Iniciativas de Comercialización Asociativa y emprendimientos (tipo ICAs, EJ) formulados e implementados	<b>(CI 2.1.3)</b> Organizaciones de productores rurales apoyadas (ICAs, EJ X100%)	Número	0	181	452	Reportes sistema SE	Anual	UCP	Existe una masa crítica significativa de organizaciones de productores de AF y grupos de jóvenes y mujeres con interés de participar en el proyecto
	• Hombres miembros de las organizaciones de productores	Número	0	5424	13560				
	• Mujeres miembros de las organizaciones de productores	Número	0	3616	9040				
	• Jóvenes miembros de las organizaciones rurales	Número	0	2710	6775				
	• Población indígena miembro de organizaciones de productores	Número	0	1356	3390				
	<b>(CI 2.1.4)</b> Productores rurales a quienes se presta apoyo que son miembros de organizaciones de productores rurales <sup>6</sup> (ODS 2.3) (ICAs)	Número	LB	9040	22600	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora	Actores clave de la cadena de valor tienen interés de desarrollar acciones articuladas para mejora de la comercialización
	Hombres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	5424	13560				
	Mujeres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	3616	9040				
	Jóvenes miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	2710	6775				
	Población indígena miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	1356	3390				
	<b>(CI 1.1.4)</b> Número de personas capacitadas en prácticas o tecnologías de producción (ODS 2.3) (ICA x 80%)	Número	LB	7232	18080	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio término, Final	UCP/Empresa evaluadora	

<sup>6</sup> Corresponde a IFAD13 2.3.7 Número de productores rurales a quienes se presta apoyo que son miembros de organizaciones de productores rurales

Jerarquía de objetivos	Indicador					Medio de verificación			Supuestos y riesgos
	Nombre del indicador <sup>1</sup>	Unidad	Línea base	RMT	Meta global	Fuente	Frecuencia	Responsable	
	Hombres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	4339	10848				
	Mujeres miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	2893	7232				
	Jóvenes miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	2168	5420				
	Población indígena miembros de las organizaciones de productores	Número	LB	1085	2712				
	<b>(CI 2.1.2)</b> Personas capacitadas en actividades generadoras de ingresos o gestión empresarial <sup>7</sup> (ODS 4.4) (ICAs, EJ X80%)	Número	0	7232	18080	Reportes sistema SE	Anual	UCP	
	• Hombres	Número	0	4339	10848				
	• Mujeres	Número	0	2893	7232				
	• Jóvenes	Número	0	2168	5420				
	• Población indígena	Número	0	1085	2712				
2.2 Promotores Locales para la Comercialización Agropecuaria capacitados	<b>(IE 2.3)</b> Promotores Locales para la Comercialización Agropecuaria capacitados (0.5 x ICA)	Número	0	226	226	Reportes sistema SE	Anual	UCP	Existe una oferta local de promotores en comercialización
	• Mujeres (30%)	Número	0	68	68				
	• Jóvenes (40%)	Número	0	90	90				
2.3 Apoyo en gestión de recursos naturales, ambiente y cambio climático	<b>(CI 3.1.4)</b> Tierras gestionadas teniendo en cuenta la resiliencia al clima <sup>8</sup> (ODS 2.4)	Hectáreas	LB	1800	2700	Certificados	Inicio, Medio término, Final	UCP	
	<b>(IFAD12 CI 3.1.1)</b> Grupos que reciben apoyo para gestionar de manera sostenible los recursos naturales y los riesgos relacionados con el clima (ICAs, EJ X100%)	Número	0	181	452	Reportes sistema SE	Anual	UCP	
	• Total personas	Número	0	9040	22600				
	• Hombres	Número	0	5424	13560				
	• Mujeres	Número	0	3616	9040				
	• Jóvenes	Número	0	2710	6775				

<sup>7</sup> Corresponde a IFAD13 2.3.4 Personas capacitadas en actividades generadoras de ingresos o gestión empresarial

<sup>8</sup> Corresponde a IFAD13 2.3.9 Tierras gestionadas teniendo en cuenta la resiliencia al clima

Jerarquía de objetivos	Indicador					Medio de verificación			Supuestos y riesgos
Objetivos	Nombre del indicador <sup>1</sup>	Unidad	Línea base	RMT	Meta global	Fuente	Frecuencia	Responsable	
	• Población indígena	Número	0	1356	3390				
2.4 Organizaciones de productores apoyadas con innovaciones comerciales (ICAs 25%)	(IE 2.4) Organizaciones de productores apoyadas con innovaciones comerciales (ICAs x 0.3)	Porcentaje	0	54	136	Reportes sistema SE	Anual	UCP	Las organizaciones de productores se apropian de las innovaciones comerciales
Componente 3: Adecuadas capacidades empresariales y acceso a mercados de productores agrarios									
R.5 Hogares comercializan productos agropecuarios utilizando medios de comercialización (públicos) inclusivos y sostenibles	(CI 2.2.6) Hogares que declaran tener mejor acceso físico a instalaciones de comercialización y almacenamiento	Número	LB	12053	33900	Encuesta metodología CI FIDA	Inicio, Medio Término, Final	UCP/ empresa evaluadora	Los actores locales participan en plataformas multi actor para la toma coordinada de decisiones en el territorio  La infraestructura es relevante para los usuarios
	(IE 3.1) Incremento en el volumen de productos comercializado en los mercados de al menos 75% con respecto al valor de línea de base	Número	LB	-	-	Reporte de gestión de los mercados	Anual	UCP	
Productos									
3.1 Medios de comercialización construidos/rehabilitados	(CI 2.1.6) Mercados, locales de procesamiento o de almacenamiento construidos o rehabilitados	Número	0	8	16	Contratos de medios finalizados, informes de inspección y recepción de medios finalizados	Anual	UCP	Los GL ceden las tierras para el desarrollo de los mercados
3.2 Mercados gestionados de manera sostenible	(IE 3.2) Comités organizadores formados aprueban un plan de gestión sostenible	Número	0	8	16	Reportes sistema SE	Anual	UCP	
3.3. Capacidades de gestión de mercados desarrolladas	(IE 3.3) Número de productores capacitados en gestión sostenible de mercados de productores	Número	0	267	400	Reportes sistema SE	Anual	UCP	



## Appendix III, Integrated project risk matrix

The section on Governance should read:

<b>Risk:</b> 1. La baja capacidad de los gobiernos municipales en planificación y gestión de recursos puede afectar su participación efectiva y aporte (en efectivo) del mantenimiento de los mercados y correspondiente pago de servicios. 2. Limitada coordinación entre AGRORURAL y gobiernos locales; así como, con otras entidades de MIDAGRI que se espera brinden asesoría técnica. 3. Limitada articulación entre AGRORURAL y el sector empresarial, que podría ser un agente clave para la adecuada implementación del proyecto. 4. Incumplimiento de medidas de prevención de fraude y corrupción.	Substantial	Substantial
<b>Mitigations:</b> 1. Creación de un Comité Directivo con la participación de i) el Director Ejecutivo de AGRORURAL, ii) un representante del MEF, iii) un representante del MIDAGRI; iv) un representante de los gobiernos locales del área del Proyecto (REMURPE), v) un representante de los gobiernos regionales del área de intervención (ANGR). Se llevarán a cabo reuniones periódicas para asegurar la ejecución del proyecto de acuerdo al diseño y al POA. 2. Seguimiento y supervisión por parte del equipo de país y estricta aplicación del mecanismo de No Objeción. 3. Creación de mecanismos para quejas y reclamos, fortalecimiento de la contraloría social y rendición de cuentas.		