



**Competitividad Rural**  
**SAG | UAP - ComRural**  
Gobierno de la República

## FICHAS TÉCNICAS DE INDICADORES

### COMRURAL II

30 Abril 2024. Primera versión

20 de Agosto 2024. Segunda versión

### 1.2.1 Incremento en ventas brutas reales generadas por planes de negocios en ejecución.

Incremento en ventas brutas reales generadas por planes de negocios en ejecución.	
<b>Definición</b>	<p>El objetivo del indicador es reflejar la medida en la que las actividades del proyecto, ejecutadas bajo los PNs, inciden en las ventas brutas reales de las OPRs, esperando que estas tengan un incremento en relación con la línea de base.</p> <p>El indicador mide ingresos totales generados por productos (bienes y servicios) agrícolas y no agrícolas de la Organización de Productores Rurales (OPR); antes de deducir costo (directos e indirectos) asociado a la producción del producto. No se incluyen devoluciones, descuentos, impuestos o cualquier otro gasto relacionado</p> <p><b>Incremento de ventas brutas:</b> Aumento en la cantidad de bienes o servicios vendidos por la Organización de Productores Rurales (OPR), calculado en el proyecto de manera anual. Incremento es en función de la Línea Base (LB).            Ventas por productos: Principal y secundarios            Ventas por tipos de servicios; ejemplos: manufactura, procesamiento, transporte, financieros, técnicos, de acuerdo a la cadena de valor</p> <p><b>Plan de Negocios:</b> Instrumento que reúne estrategias, actividades, objetivos, metas, indicadores, entre otros que ejecuta la OPR en la etapa de implementación del proyecto.</p>
<b>Unidad de Medida</b>	El valor de incremento en ventas brutas (expresada en Lempiras, Moneda Oficial de Honduras), se reporta como porcentaje.
<b>Construcción del indicador</b>	<p>Para llegar al valor de ventas brutas del proyecto se requiere primero, a nivel de OPR, conocer la cantidad de productos o servicios vendidos por las OPR anualmente y el precio de venta de cada producto o servicio.</p> <p>El indicador también requiere valor de línea de base anual y la tasa de inflación anual del año en reporte (para hacer ajustes que permitan comparación con el valor de la línea de base).            Meta: Al menos el 20% de incremento en ventas brutas</p>
<b>Desagregación</b>	<p>Para fines de reporte del indicador (marco de resultados) se presenta el incremento en ventas total sin ninguna desagregación.</p> <p>Para fines de manejo interno del proyecto se llevará registros del porcentaje de incremento en ventas por cadena de valor, por ventana y por oficina regional.</p>
<b>Fuente de Datos</b>	<p>La fuente principal de datos para este indicador es el registro de ventas de las OPRs donde se registra la cantidad de ventas y el precio real de ventas.</p> <p>A nivel regional se valida la información contra estados financieros elaborados y firmados por un contador colegiado, sustentado con los reportes de ventas de la administración de la OPR.</p> <p>A nivel central se agregan datos conforme a Informes trimestrales de avance en la ejecución de los planes de negocios ratificados y aprobados, presentados por PSDEs y OPRs en el marco de contratos tripartitos.</p>
<b>Método de recolección</b>	Revisión documental de informes trimestrales de avance en la ejecución de los planes de negocios ratificados y aprobados, presentados por PSDEs y OPRs en el marco de contratos tripartitos.

### Incremento en ventas brutas reales generadas por planes de negocios en ejecución.

#### Cálculo del indicador:

$$\text{Incremento Ventas Brutas(\%)} = \frac{(\text{Valor Venta Bruta}_{cp} - \text{Valor Venta Bruta}_{LB})}{\text{Valor Venta Bruta}_{LB}} \times 100$$

**Valor Venta Bruta<sub>cp</sub>:** Es la suma del valor total de las ventas de todas las OPRs en un año, ajustadas por la tasa de inflación interanual de acuerdo con el Banco Central de Honduras (BCH).

**Valor Venta Bruta<sub>LB</sub>:** Es el nivel inicial de las ventas anuales de las OPRs, establecido dentro de cada plan de negocios aprobado y ratificado. El valor de Línea de Base de cada plan se suma para obtener el valor de la línea del proyecto. Es el punto de comparación para medir el cambio en las ventas (Este valor es anual).

**Porcentaje de Incremento en Ventas:** Valor expresado en porcentaje que indica la variación de las ventas totales en relación con la línea base.

#### Explicación:

Restamos la línea base del valor total de ventas para calcular el cambio absoluto en las ventas durante el período de evaluación.

Luego, dividimos este cambio absoluto por la línea base para obtener la proporción de cambio en relación con la línea base.

Finalmente, multiplicamos esta proporción por 100 para expresar el cambio en ventas como un porcentaje del valor inicial (línea base).

#### Frecuencia de Reporte:

**Anual:** para medir cumplimiento de acuerdo a las metas del marco de resultados.

**Trimestral:** para medir avances a nivel del proyecto, incluyendo datos desagregados. (Enero a Marzo, Abril a Junio, Julio a Septiembre y Octubre a Diciembre).