



# SISTEMATIZACIÓN PROYECTO BIOCOMERCIO ANDINO

Resumen Ejecutivo





# RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto “Facilitación de financiamiento para negocios de biodiversidad y apoyo al desarrollo de actividades del mercado en la región” (en adelante Proyecto Biocomercio Andino-PBA) se desarrolló en Colombia, Ecuador y Perú, con recursos del Fondo Mundial para el Medio Ambiente GEF. La Agencia encargada de la puesta en marcha del proyecto fue el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. El Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) fue la Unidad Ejecutora a nivel regional, responsable de la administración de los recursos entregados por el GEF y la supervisión de los avances técnicos y de ejecución presupuestal de las Unidades Ejecutoras en los tres países. En Perú la unidad ejecutora ha sido PROMPERÚ que trabajó en alianza con el Ministerio del Ambiente, en el marco del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio. El proyecto fue aprobado el 2009, se inició el 2011 y terminó a nivel operativo el último trimestre del 2014.

El PBA es una experiencia novedosa en varios sentidos:

- ✓ Se inscribe en una visión alternativa de desarrollo que vincula la conservación de la naturaleza con el desarrollo sostenible. El BIOCOCOMERCIO es la actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la biodiversidad, promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del Convenio de Diversidad Biológica, apoyando el desarrollo de la actividad económica a nivel local, mediante alianzas estratégicas y generación de valor agregado de productos de la biodiversidad, competitivos para el mercado nacional e internacional, con criterios de equidad social y rentabilidad económica, lo que permite reducir los niveles de pobreza que ocasionan depredación del medio ambiente en las zonas pobres de los países andinos.
- ✓ El PBA ha permitido concretar el enfoque de BIOCOCOMERCIO en herramientas y productos de desarrollo de capacidades y gestión de iniciativas empresariales, para coadyuvar a la sostenibilidad ambiental económica y social en base a los Principios y Criterios (PyC) de Biocomercio. Se entiende como iniciativas que promueven el Biocomercio aquellas de recolección y/o producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.
- ✓ Ha sido una oportunidad para que en el estado se fortalezca el enfoque de Biocomercio como alternativa de negocios competitivos y uso sostenible de la biodiversidad nativa.

El objetivo del Proyecto Biocomercio Andino ha sido: “Apoyar a empresas y organizaciones de productores de los países participantes para que puedan superar las barreras que les impide desarrollar un modelo de gestión basado en el Biocomercio, y para que al mismo tiempo logren fortalecer el comercio con recursos biológicos, a nivel local, nacional y regional”.

El proyecto buscó generar incentivos para el sector privado a partir de 6 componentes:

- Ajuste en las políticas públicas y normatividad
- Facilitación para el acceso a los mercados
- Información de productos y servicios
- Promoción del acceso de empresas y cooperativas a financiamiento
- Fomento entre las empresas y cooperativas de prácticas más sostenibles en su gestión
- Desarrollo de capacidades sobre el enfoque de Biocomercio en el sector público y privado

Cabe señalar que a diferencia de las Unidades Ejecutoras de Colombia y Ecuador, que son entidades privadas de fomento al desarrollo, la normatividad de PROMPERÚ no permite realizar transferencias de recursos económicos directamente a las empresas y cooperativas beneficiarias ni crear un fondo para ofrecer apoyo crediticio. En este contexto, el Perú el proyecto optó por apoyar a las empresas mediante dos modalidades:

- a Contratación de servicios de consultoría especializados para desarrollar los servicios y productos que cada empresa identificó como necesarias para el desarrollo de sus planes de trabajo, con perspectiva de atender los PyC del Biocomercio
- b Invitación a ferias que favorezcan su acceso a mercados y/o a programas de capacitación que PROMPERÚ ofrece a las empresas mediante el programa Ruta Exportadora.





# PRINCIPALES RESULTADOS E IMPACTOS

## 1. Gobernanza y ambiente favorable al Biocomercio

El proyecto ha apoyado a la Comisión Nacional de Biocomercio, a la que compete aprobar el Plan Operativo Anual del Programa Nacional Biocomercio, en la ejecución de sus líneas estratégicas mediante estudios sobre normatividad y regulaciones (documento de evaluación del monto de compensación de la Ley 27811, estudio de barreras legales en productos naturales y suplementos nutricionales, entre otros) así como herramientas para el desarrollo del Biocomercio, actividades que cuentan aún con escasos recursos públicos. Una herramienta que el PBA contribuyó a generar mediante consultorías y en alianza con el MINAM es la Matriz de Verificación de Empresas de Biocomercio, que permite medir el grado de desarrollo de los PyC en cada empresa y cooperativa que solicita participar en iniciativas que promueven el Biocomercio.

Para PROMPERÚ, el aporte del proyecto en esta temática ha sido identificar las condiciones que necesitan las empresas de Biocomercio para avanzar en su consolidación. Se valora especialmente la asistencia técnica que se brindó a las empresas para que elaboren sus planes de bionegocio. Estos planes de bionegocio brindan al estado la oportunidad de tener un mapa de las necesidades de las empresas, por cadenas de valor, para mejorar su competitividad, acceso a mercados y oportunidades de negocio.

### Impacto en PROMPERÚ

El proyecto ha impactado en el incremento de recursos que la Unidad Ejecutora destina a cubrir una parte del costo de la participación de empresas en plataformas comerciales. Como ejemplo, entre el 2012 y el 2015 el presupuesto de PROMPERÚ destinado a cubrir una parte del costo de la participación de empresas en plataformas comerciales pasó de 120,000 Nuevos Soles a 750,000 Nuevos Soles para la realización de PerúNatura, la principal plataforma local realizada en el marco de la feria Expoalimentaria. Este es un indicador del mayor interés de la institución en la adopción del enfoque de Biocomercio y en el apoyo a las MyPES que incluyen los PyC de Biocomercio.

## 2. Acceso a mercados

### Estándares de calidad y certificaciones

Se desarrollaron normas técnicas para granos andinos así como para sachu inchi, que permiten que las empresas tengan un estándar de calidad. Asimismo, se apoyó a empresas y cooperativas para la obtención de certificaciones de calidad e inocuidad como HACCP, BPM, SSOP, SQF, BRC e ISO y otros certificados que permiten incrementar el valor agregado como Kosher y Gluten Free. Los estándares y certificaciones permiten que las empresas puedan comercializar los productos a un precio mayor en mercados especializados. De un total de 65 empresas apoyadas por el proyecto, 18 implementaron certificaciones (Orgánica y Fair trade) que les permitirán acceder a mercados especializados y 14 implementaron certificaciones de calidad.

### Información sobre productos y mercados

El proyecto utilizó diversos mecanismos de distribución de información que favorecen un acceso eficiente a la información de mercados, factor crucial para la definición de estrategias comerciales. Cabe destacar que PROMPERÚ considera de gran utilidad los 7 videos desarrollados, que está siendo difundido en las plataformas comerciales y ruedas de negocio que promueve. Por ejemplo, 37,136 visitantes a PerúNatura pudieron ver los videos “Biocomercio, una oportunidad para trascender: Quinua” y “Perú, productos naturales: Sachu Inchi”. Asimismo, se han desarrollado 7 estudios con información relativa a tendencias de mercado, perfil de sectores prioritarios y cadenas de valor como, por ejemplo, el estudio de mercado de cosméticos con base en productos naturales para Estados Unidos y un perfil sectorial de ecoturismo.

### Desarrollo de productos y comercialización

El PBA brindó asistencia técnica para incrementar el valor agregado de los productos, creación de nuevas combinaciones de productos derivados, desarrollo de paquetes turísticos, mejoramiento de procesos de transformación, entre otras. Tuvo como meta desarrollar seis productos/servicios a partir de la investigación, habiéndose logrado desarrollar un total de 24. Por ejemplo, Muccha Chocolates de Candela, mantequilla de castaña de Shiwi, Quinua Power de Dinamika Business, Diseño de jardín botánico/etnobotánico para el manejo de especies de flora nativa.

De otro lado, apoyó la participación de empresas en plataformas comerciales nacionales como, PerúNatura, Mistura, Expoamazónica y SurExporta e internacionales, como Supplyside west, SIAL y BIOFACH, Gulfod, PTA Green School, In Cosmetics.

### **Impacto en incremento de las ventas**

Entre el 2011 y el 2013, las empresas que recibieron apoyo en materia de innovación, canales de comercialización y acceso a información de mercados/productos reportaron un aumento en ventas del 30% a través de la participación en plataformas comerciales y la implementación de estándares de calidad y sostenibilidad, habiendo sido la meta de incremento de ventas de 5%.

## **3. Acceso a financiamiento para Biocomercio**

Para avanzar en esta temática que presenta varias limitaciones para las empresas de Biocomercio, se sensibilizó a 56 funcionarios del sistema financiero en Biocomercio, se desarrolló un estudio de la oferta y demanda de financiamiento para iniciativas de Biocomercio en Perú, se realizaron encuentros entre empresas de Biocomercio y entidades financieras y se brindó asesoramiento a las empresas en las gestiones para obtener recursos crediticios. Al culminar el PBC, 55 empresas y cooperativas accedieron a servicios financieros, de un total de 65 que fueron apoyadas.

## **4. Sostenibilidad en las cadenas de valor de Biocomercio**

Con base a la Matriz de Verificación de los PyC se seleccionó y brindó apoyo a 65 empresas y cooperativas que dependen de la diversidad nativa y aplican el Biocomercio como estrategia para la conservación de la biodiversidad. Estas se distribuyen en cuatro sectores: Industria alimenticia (56), Industria farmacéutica y cosmética (2), Turismo sostenible (9) y Otros (2). Entre los principales productos apoyados se encuentran la quinua (12 empresas y cooperativas), el cacao nativo (10) y el

aguaymanto (5). Asimismo se apoyaron 10 servicios de ecoturismo y turismo sostenible.

Las empresas y cooperativas apoyadas se consideran como proyectos piloto en la medida que recibieron asesoría técnica para que incrementen sus niveles de cumplimiento de los PyC y consoliden sus capacidades empresariales. En esta perspectiva representan un punto de entrada para fortalecer cadenas de valor atendiendo a la sostenibilidad ambiental, social y económica.

### **Impacto en el número de hectáreas de influencia**

Mediante los 65 proyectos piloto se apoyó 20 cadenas de valor, con 31,273 Has de influencia directa (la meta fue 2,000 Has) y 10,794 productores beneficiados.

En opinión de los entrevistados, el tratamiento individualizado, por empresa, constituye una fortaleza del proyecto. No obstante, generó dificultades administrativas en la unidad ejecutora, pues el promedio de solicitudes de apoyo técnico ha sido de 5 por empresa. Es decir, el área administrativa de PROMPERÚ debió examinar más de 300 requerimientos para la contratación de servicios de asistencia técnica, lo que representó un 25% adicional con respecto a las solicitudes que atiende anualmente el área de Desarrollo Exportador en la cual se incorporó el proyecto.

### **Fortalecimiento de capacidades en el sector privado**

Para el fortalecimiento de capacidades, además de las asesorías y acompañamiento que brindó el proyecto, se promovió la capacitación de las empresas mediante el sistema Ruta Exportadora de PROMPERÚ. La participación de las empresas en los servicios que regularmente ofrece PROMPERÚ, es un elemento de sostenibilidad que en el futuro les permitirá continuar sus procesos de fortalecimiento.





# LECCIONES APRENDIDAS

## 1

La sostenibilidad de cadenas de valor requiere de una intervención de mediano o largo plazo. El proyecto ha brindado un “capital semilla” para apoyar a las empresas mediante la donación del GEF y el aporte de contrapartida de la CAF y PROMPERÚ, pero es necesario identificar para posteriores proyectos algunas cadenas de valor para evitar la dispersión y extraer aprendizajes en cuanto a las necesidades de orden técnico que presentan los productos y servicios de mayor demanda en el mercado local e internacional.

## 2

Se cuenta con herramientas metodológicas útiles para la selección de empresas y cooperativas, productivas, de servicios y comerciales, con potencialidad de incrementar su compromiso con el Biocomercio. La Matriz de Verificación de Empresas de Biocomercio permitió operacionalizar el concepto de Biocomercio y ha sido adoptada por la Comisión Nacional de Biocomercio para que sea utilizada por posteriores programas y proyectos.

### 3

Los aportes en materia de normalización permiten establecer requisitos mínimos de calidad para el acceso a los mercados destino, incrementando la competitividad de las empresas.

### 4

La participación de los proyecto piloto en plataformas comerciales fortaleció su estrategia comercial, incrementando su nivel de ventas. PROMPERÚ, al ser una entidad estatal, brinda un soporte para la sostenibilidad de las empresas y cooperativas que el proyecto ha apoyado mediante su incorporación a la oferta de servicios que brinda esta institución.

