

# NEGOCIO DE LA BIODIVERSIDAD

**Max Rodríguez Guillén**

**Gerente de Desarrollo Regional**

**Comisión para la Promoción del Perú la Exportación y el Turismo**



# COMO ELABORAR UN PLAN DE BIONEGOCIOS



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO



# ¿POR QUÉ un plan de Bionegocios?

Plan de bionegocios: la herramienta para propiciar estas iniciativas.

- Permite conseguir inversiones y establecer alianzas
- Debe MOSTRAR la viabilidad económica, social y ambiental de cualquier proyecto.

# La meta de un plan de Bionegocios

Un plan de Bionegocios induce:

- Identificación de las oportunidades
- Análisis de posibles mercados
- Determinar los objetivos, las políticas y estrategias de gestión más adecuadas
- Demostrar la viabilidad del proyecto

# Partes de un plan de Bionegocios

1. **Resumen ejecutivo**
2. **Historia de la empresa y antecedentes del proyecto**
3. **Análisis del entorno y la cadena de valor**
4. **Estudio de Mercado**
5. **Plan Estratégico**
6. **Estructura legal y organizacional**
7. **Plan de Marketing**
8. **Plan de operaciones**
9. **Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad**
10. **Impactos sociales y ambientales**
11. **Administración de recursos humanos**
12. **Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera**
13. **Conclusiones**

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. **Historia de la empresa y antecedentes del proyecto**
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# Historia de la Empresa y antecedentes

= presentar los antecedentes sobre los cuales se ha creado una nueva unidad

- el negocio de la empresa: sector, recursos, misión, objetivos
- estructura (organigrama, conformación legal) y historia
- mercados, clientes, competidores, bienes y servicios
- histórico financiero :tamaño y cifras más resaltantes

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. **Análisis del entorno y la cadena de valor**
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones



# El entorno y la cadena de valor

## 1. Análisis externo:

- ¿Qué factores externos representan oportunidades o amenazas?
- ¿Cuán atractivo es el sector, industria y mercado en el que se pretende ingresar?
- ¿Cuál es el poder de negociación de los posibles proveedores?
- ¿Cuál es el poder adquisitivo de los clientes o del mercado objetivo?
- ¿Cuál es el grado de rivalidad entre los competidores?
- ¿Cómo se comporta el mercado de productos o servicios sustitutos o complementarios?

# El entorno y la cadena de valor

## 2. Análisis interno:

- ¿Cuáles son las fortalezas de la empresa que podrían contribuir con el plan de bionegocios?
- ¿Cuáles son las debilidades de la empresa que podrían perjudicar la puesta en marcha del bionegocio?

## 3. Análisis de la cadena de valor:

¿Cómo funciona la cadena de valor desde el productor primario hasta el consumidor final?

# El entorno y la cadena de valor

## 4. Análisis de la cadena de valor - Cadena Productiva:

- ¿Qué agentes intervienen en el proceso productivo?
- ¿Cuál es la cadena de fabricación de las materias primas?

# El entorno y la cadena de valor

## 5. Análisis de la cadena de valor - Cadena de Comercialización:

- ¿Cuál es la cadena de comercialización de los productos finales? ¿Quiénes intervienen en ella?

- ¿Qué requisitos son necesarios para el trabajo con los agentes?

**Ésta es la primera etapa de la investigación y es fundamental para tomar decisiones posteriores sobre estrategias competitivas y de crecimiento.**

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. **Estudio de Mercado**
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# Mercados y clientes

- ✓ **Conocer el perfil de los potenciales clientes.**
- ✓ **Conocer el comportamiento de los consumidores.**
- ✓ **Conocer las características del mercado de los clientes.**
- ✓ **Conocer las características del mercado de competidores.**
- ✓ **Estimar la demanda potencial por el bien o servicio a ofrecer**

# LOS NEGOCIOS HOY

# *Las grandes tendencias*

Saludables:

Frescos, orgánicos y nutritivos

Inocuos:

Libres de contaminación

Optima relación calidad / precio:

Buenos y baratos

Prácticos y convenientes:

Listos, en porciones pequeñas

Innovadores:

Exóticos, nuevas presentaciones, nuevas mezclas



# S O D A C R E M



**Cuadro N° 3**  
**Esquema de búsqueda de información para Estudios de Mercados de Información**

Componente	Preguntas	Principales Fuentes	Ejemplos	Observaciones
Descripción del Producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuáles son las principales características del producto?</li> <li>¿Cuáles son las presentaciones del producto?</li> <li>¿Qué usos tiene?</li> <li>¿Cuál es la estacionalidad?</li> <li>¿En qué partidas arancelarias puede estar incluido?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes técnicos del producto.</li> <li>Revistas especializadas.</li> <li>Ministerios, mercados.</li> <li>ADUANAS, PROMPEX.</li> </ul>	<p>www.mina.gob.pe            www.prompex.gob.pe            www.produce.gob.pe            www.bloccomercio Peru.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buscar fuentes de entidades confiables.</li> <li>La información debe estar actualizada hasta la fecha más cercana.</li> </ul>
Ambito nacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuánto fue la cosecha de la última campaña?</li> <li>¿Cuáles son las principales zonas de producción? ¿Cuál fue su rendimiento?</li> <li>¿Cuál es la estacionalidad por zona de producción?</li> <li>¿Cuál es la estructura de costos del producto?</li> <li>¿Cuáles son los principales precios de comercialización?</li> <li>¿A cuánto ascendieron las exportaciones nacionales?</li> <li>¿Cuáles son los principales requerimientos para exportar?</li> <li>¿Qué preferencias arancelarias aplican?</li> <li>¿A cuánto ascendieron las importaciones nacionales?</li> <li>¿Qué certificaciones y permisos son necesarios?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MINA G, esta distbas.</li> <li>Revistas especializadas.</li> <li>ADUANAS, mercados.</li> <li>PROMPEX, ADEX.</li> <li>SUNAT.</li> <li>TARIC.</li> </ul>	<p>www.mina.gob.pe            www.sunat.gob.pe            www.prompex.gob.pe            www.adex.org            www.taric.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Buscar la información más actualizada hasta el momento.</li> <li>Puede hacer llamadas a las diferentes entidades y solicitar información sin costos alguno.</li> </ul>
Ambito Internacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿A cuánto ascienden las exportaciones e importaciones mundiales?</li> <li>¿Cuál es la estructura de la cadena de valor y quienes son los principales agentes?</li> <li>¿Cuáles son los principales riesgos que pueden afrontarse?</li> <li>¿Qué certificaciones y permisos son necesarios?</li> <li>¿Qué especificaciones especiales presenta el mercado?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TRADEMAP</li> <li>CBI, PROMPEX.</li> <li>EU HELPDESK.</li> <li>US FDA.</li> <li>Comercio Justo (Fair Trade).</li> </ul>	<p>www.trademap.org            www.cbi.nl            http://export-help.cec.eu.int/            www.fda.gov            www.fairtrade.org</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tomar la información estadística como referencial.</li> <li>Los estudios de mercados deben ser vistos como una aproximación hacia lo que sucede en el mercado y no como determinante.</li> <li>Es necesario recordar que la información acerca de permisos y certificaciones no es legal ni tampoco sirve como justificación.</li> </ul>

Componente	Preguntas	Principales Fuentes	Ejemplos	Observaciones
Identificación del Mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es el tamaño del mercado, cuántos clientes potenciales pueden existir?</li> <li>¿Qué tendencias son las que se están dando?</li> <li>¿Quiénes son los principales competidores?</li> <li>¿Cuáles son los precios referenciales?</li> <li>¿Es rentable el sector?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CBI, PROMPEX.</li> <li>TRADEMAP.</li> <li>TODAY'S MARKET</li> <li>FAIR TRADE.</li> </ul>	<a href="http://www.cbi.nl">www.cbi.nl</a> <a href="http://www.prompex.gob.pe">www.prompex.gob.pe</a> <a href="http://www.todaymarket.com">www.todaymarket.com</a> <a href="http://www.fairtrade.net">www.fairtrade.net</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La rentabilidad del sector no implica que esa vaya a ser la rentabilidad de la empresa.</li> </ul>
Información general del país o países de destino	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comportamiento de la economía del país.</li> <li>Principales indicadores sociales y culturales.</li> <li>Manejo y conservación del medioambiente.</li> <li>¿Cuán importante es el tema de biodiversidad para los actores y qué beneficios implica su conservación?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>US Central Intelligence Agency.</li> <li>World Wide Fund.</li> <li>CBI.</li> <li>GREENPEACE.</li> </ul>	<a href="http://www.cia.gov">www.cia.gov</a> <a href="http://www.wwf.org">www.wwf.org</a> <a href="http://www.cbi.nl">www.cbi.nl</a> <a href="http://www.greenpeace.org">www.greenpeace.org</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se debe tomar la información como concluyente, sino como datos referenciales.</li> </ul>
Información estadística	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la balanza comercial (exportaciones menos importaciones) del producto?</li> <li>¿Quiénes son los principales abastecedores del producto?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CBI.</li> <li>PROMPEX.</li> <li>TRADEMAP</li> </ul>	<a href="http://www.cbi.nl">www.cbi.nl</a> <a href="http://www.prompex.gob.pe">www.prompex.gob.pe</a> <a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a> <a href="http://www.bicc.comercio.peru.org">www.bicc.comercio.peru.org</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se debe tomar la información como concluyente, sino como datos referenciales.</li> </ul>
Requisitos de acceso	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuáles son los calibres o niveles de calidad que se exigen?</li> <li>¿Existen requisitos y estándares de empaquetado?</li> <li>¿Existen requisitos y estándares para el envase del producto?</li> <li>¿Cuáles son los estándares para el etiquetado?</li> <li>¿Es necesario el ecoetiquetado?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EU HELPDES.K.</li> <li>CBI.</li> </ul>	<a href="http://export-help.cec.eu.int/">export-help.cec.eu.int/</a> <a href="http://www.cbi.nl">www.cbi.nl</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es necesario profundizar en este tema debido a que muchas veces los productos no son aceptados por incumplimientos en el tema de calidad, empaque y etiquetado.</li> </ul>
Información de mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Quiénes van a ser los clientes principales?</li> <li>¿Cuál es su comportamiento?</li> <li>¿Cuáles son sus principales características sociodemográficas?</li> <li>¿Qué canales de distribución son los que se encuentran más cerca de ellos?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CBI.</li> <li>PROMPEX.</li> <li>EUROMONITOR.</li> </ul>	<a href="http://www.cbi.nl">www.cbi.nl</a> <a href="http://www.prompex.gob.pe">www.prompex.gob.pe</a> <a href="http://www.euromonitor.com">www.euromonitor.com</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esta información es referencial, por lo que es necesario ahondar en los temas de canales de distribución y perfil del consumidor de manera que se puedan establecer y aplicar las estrategias adecuadas.</li> </ul>
Importadores potenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Quiénes podrían convertirse en posibles importadores?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PMAPS.</li> <li>TRADEMAP.</li> <li>ADUANAS.</li> </ul>	<a href="http://www.p-maps.org">www.p-maps.org</a> <a href="http://www.trademap.org">www.trademap.org</a> <a href="http://www.sunat.gob.pe">www.sunat.gob.pe</a> <a href="http://www.alibaba.com">www.alibaba.com</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un contacto inicial con alguno de los potenciales importadores sirve de base para poder hallar información acerca de la estructura del mercado y los mecanismos de trabajo que ellos exigen.</li> </ul>

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. **Plan Estratégico**
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# Plan estratégico

**= Proceso de establecer objetivos y estrategias para toda la organización.**

Se debe mostrar :



«qué» se hará



«cómo» se hará



«cuándo» se hará



«quién» será responsable de cada tarea.

# Proceso de Planeación Estratégica

Análisis interno

Análisis externo

Análisis de la cadena de valor

Estudios de mercado  
Análisis de clientes, proveedores y competidores

Identificación de oportunidades y amenazas,  
fortalezas y debilidades

Misión

Objetivos Estratégicos

Estrategias competitivas:  
Diferenciación  
Liderazgo en costos

Objetivos y estrategias de:  
Marketing  
Recursos Humanos  
Operaciones  
Aspectos Sociales y Ambientales  
Finanzas

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# Recursos y estructura de la organización

- **ESTRUCTURA LEGAL**

= La estructura legal de una empresa de biocomercio debe ser flexible y permitir una interacción fluida con proveedores de capital como las ONG, agencias de cooperación multilaterales, instituciones públicas, instituciones privadas, etc.



# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. **Plan de Marketing**
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# Plan de Marketing

Debe presentar la **estructura** siguiente:

- Mercado objetivo.
- Objetivos de marketing.
- Mezcla de marketing.
- Estrategias de marketing
- Presupuesto de marketing.
- Planes de contingencia.

# Plan de Marketing

## El Marketing Ecológico:

- El papel del “**consumidor verde**”
- Perspectiva **social**
- Perspectiva **empresarial**
- Estrategias Comerciales propias:  
embalajes, precios, canal de distribución  
tradicional /inverso, comunicación

# *Nuevas tendencias y nichos de mercado*



- ❖ Mercados verdes
- ❖ Orgánicos
- ❖ Comercio Justo
- ❖ Amables con el medio ambiente
- ❖ Nutraceuticos y Cosmeceuticos
- ❖ Gourmet



# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. **Plan de operaciones**
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# Plan de operaciones

➡ Objetivos de operaciones

➡ Estrategias de operaciones: ahorros, aspectos legales, empresa limpia, normas internacionales..

➡ Distribucion

➡ Programacion de actividades

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. **Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad**
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad

1. Objetivos del plan de manejo
2. Actividades de control del plan de manejo
3. Prácticas ambientales y sociales en planes de negocio
4. Sistema de Gestión ambiental (SGA)
5. Otros aspectos por analizar para el cuidado de la biodiversidad



# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

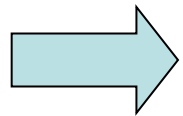
# Impactos sociales y ambientales

1. Criterios de evaluación de impactos ambientales
  - Manejo de especies introducidas
  - Aprovechamiento de especies amenazadas
  - Promoción de la preservación y conservación de especies con alto riesgo de extinción
  - Entre otros.
2. Criterios de evaluación de impactos sociales
  - Derechos de los trabajadores
  - Códigos de ética
  - Entre otros.

# Impacto social y ambiental

## Plan para el **MENEJO** de **RECURSOS** de la **BIODIVERSIDAD**

- objetivos: conservar los ecosistemas naturales
- Actividades de control: ahorrar, reducir los desechos..



concepto de **ecoefficiencia**: reducir materiales, reducir energías, aumentar el reciclaje, ampliar el uso sostenible..

- Practicas ambientales y sociales en planes de bionegocios

# Impacto social y ambiental

- Sistema de Gestión Ambiental SGA :
  - Herramienta de monitoreo y evaluación
  - Concreta compromiso ambiental
  - Uso de tecnologías limpias
  - Identificación de impactos ambientales (+/-)

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. **Administración de recursos humanos**
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# Administración de recursos humanos

1. Reclutamiento
2. Selección
3. Contratación
4. Capacitación y evaluación
5. Políticas salariales

# Recursos Humanos

- Proceso de reclutamiento
- Proceso de selección
- Proceso de contratación
- Políticas salariales y planes de recompensa



mejorar la calidad de vida de los empleos y el ambiente de trabajo para una mejor productividad

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones



# Plan Financiero

## Informaciones requeridas para los Estados Financieros:

- Resumen de las inversiones requeridas: licencias, capacitaciones, legalizaciones, certificaciones.
- Presupuesto de ingresos: ingresos mensuales (precio por cantidad) de los próximos 12 meses y trimestrales de los siguientes tres años.
- Presupuesto de costo de producción: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

# Plan Financiero

- Presupuesto de costo de ventas: diferencia entre el inventario inicial, las compras, y el inventario final.
- Presupuesto de gastos: sueldos y salarios, aportes a la seguridad social, aportes al Estado, alquileres, publicidad, servicios públicos, mantenimiento de las oficinas.
- Inversiones en activos fijos: equipos, ampliación de planta, tecnología.
- Incremento en el capital de trabajo: adquisición de materias primas, inventarios de materia prima, publicidad, sueldos y salarios.

# Plan Financiero

- Estructura de financiamiento: familiares, amigos, socios, banca comercial, banca de fomento.
- Cronograma de financiamiento: tabla de amortización.
- Evaluación del proyecto: Tasa Interna de Retorno, Valor Presente Neto, Punto de Equilibrio, Relación costo/beneficio y Periodo de Recuperación del Capital.

# Partes de un plan de Bionegocios

1. Resumen ejecutivo
2. Historia de la empresa y antecedentes del proyecto
3. Análisis del entorno y la cadena de valor
4. Estudio de Mercado
5. Plan Estratégico
6. Estructura legal y organizacional
7. Plan de Marketing
8. Plan de operaciones
9. Plan para el manejo de recursos de la biodiversidad
10. Impactos sociales y ambientales
11. Administración de recursos humanos
12. Estructura de Costos, presupuestos y evaluación financiera
13. Conclusiones

# ***Evaluación y conclusiones del Plan***

***Después de que el plan haya sido escrito, debe ser evaluado para asegurar que es realista y alcanzable. La evaluación debería ser realizada por una persona externa, que no esté involucrada en la preparación del plan y que comprenda el tipo de negocio que se está planeando iniciar.***

***Gracias***