



MEMORIA ENCUENTRO DE BIOCOMERCIO

Santa Cruz de la Sierra, 22 y 23 de junio de 2007

Programa Nacional de Biocomercio Sostenible - Bolivia

ÍNDICE

1	Antecedentes	3
2	Propósito	3
3	Objetivos	3
3.1	Objetivo principal	3
3.2	Objetivos específicos.....	3
4	Resultados del Encuentro	4
4.1	Participantes	4
4.2	Programa	4
4.3	Eventos	4
4.3.1	Seminario	5
4.3.1.1	Objetivo	5
4.3.1.2	Resultados	5
4.3.2	Rueda Social de Negocios	5
4.3.2.1	Objetivo	5
4.3.2.2	Resultados	6
4.3.3	Feria de productos.....	6
4.3.3.1	Participantes.....	6
4.3.4	Propósito.....	7
4.3.5	Objetivo principal.	7
4.3.6	Objetivos específicos.....	7

ANEXOS

ANEXO 1. Lista de Invitados.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXO 2. Lista de Participantes.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXO 3. Programa del Encuentro.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXO 4. Conferencias	¡Error! Marcador no definido.
ANEXO 5. Informe Final de la Rueda Social de Negocios ..	¡Error! Marcador no definido.
ANEXO 6. Directorio – Rueda Social de Negocios	¡Error! Marcador no definido.
ANEXO 7. Memoria Fotográfica.....	¡Error! Marcador no definido.
ANEXO 8. Presupuesto Realizado	¡Error! Marcador no definido.

1 Antecedentes

El Encuentro de Biocomercio se realizó del 22 al 23 de junio del 2007 en Santa Cruz en el campo ferial de la Fexpocruz. Contó con el apoyo en logística de Eventos; Richard Álvarez y Sabina Murillo en la Rueda Social de Negocios; Tartufo en Catering; Rodríguez y Budoin en gestión de prensa; Hotel Buganvillas con el servicio Fast para algunos pasajes aéreos, además de alojamiento y en hospedaje; hospedaje de Puerta del Hierro y algunas empresas adicionales.

Este informe final está basado en el marco conceptual, en el informe final de Richard Álvarez y Sabina Murillo y la lista de participantes enviadas por Eventos.

El Encuentro de Biocomercio ha sido organizado por primera vez por la Fundación Amigos de la Naturaleza (FAN) - Programa Nacional de Biocomercio Sostenible (PNBS) y, dados los resultados logrados en esta primera versión, y a sugerencia de la Embajada del Reino de los países Bajos en Bolivia, se ha visto por conveniente solicitar recursos para una segunda versión en abril del 2008.

2 Propósito

Contribuir a la articulación de relaciones de los actores del biocomercio para fortalecer al sector, buscando una mayor presencia en los procesos de desarrollo económico y consolidando su participación en instancias de negociación.

3 Objetivos

3.1 Objetivo principal

Generar un espacio de encuentro que contribuya a la conformación y/o fortalecimiento de relaciones nuevas y/o existentes, entre actores que participan de la colección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de especies de la biodiversidad nativa priorizadas por el PNBS.

3.2 Objetivos específicos

- Facilitar el establecimiento de relaciones comerciales y de desarrollo de mercados para los productos nativos de Bolivia.
- Promover los servicios de las entidades financieras que apoyan iniciativas de biocomercio.
- Promover el intercambio de información entre los actores que son apoyadas por el PNBS.
- Proveer un espacio de exposición para los productos nativos apoyados por el PNBS.
- Facilitar la conformación de la red de oferentes de servicios técnicos de biocomercio.

4 Resultados del Encuentro

4.1 Participantes

El Encuentro de Biocomercio invitó a 217 agentes relacionados con el biocomercio, de los que participaron 139. Participaron asociaciones de productores, empresarios, academia, certificadoras, agencias de cooperación, gobierno, financiadoras, centros de cooperación al comercio. (Ver lista de invitados y participantes, Anexo 1 y 2)

4.2 Programa

El Encuentro de Biocomercio se realizó del 22 al 23 de junio del 2007 en la ciudad de Santa Cruz, en el campo ferial de la FexpoCruz.

El primer día participaron diferentes actores de las redes identificadas, por la mañana se realizaron conferencias, por la tarde se generaron oportunidades de establecer relaciones comerciales que permitieron fortalecer la participación de los productos de la biodiversidad boliviana en el mercado nacional e internacional.

El segundo día, por la mañana, se continuaron con las conferencias y se abrió las puertas al público en general, con el objetivo de exponer los productos nativos a la sociedad civil, para la difusión de información sobre las alternativas y los beneficios generados por el biocomercio en Bolivia

Ver Programa General del Encuentro en Anexo 2.

4.3 Eventos

Este Encuentro de Biocomercio ha estado dividido en tres aspectos fundamentales, cada uno con distintos objetivos:

- a) Seminario;
- b) Rueda Social de Negocios y;
- c) Feria de productos.

4.3.1 Seminario

4.3.1.1 Objetivo

Dar a conocer a los participantes temas relacionados al biocomercio, para lo que se contó con expertos bolivianos especialistas de instituciones líderes.

4.3.1.2 Resultados

Se tuvieron, dentro del encuentro, las siguientes conferencias:

- i. Presentación del Programa de Asistencia Técnica del PUM del Gobierno Holandés a las empresas en Bolivia. Martha Arce. Consulado de Holanda en Santa Cruz.
- ii. Oferta financiera de Apoyo al sector de la Biodiversidad Boliviana. Julia Gómez. PROFIN.
- iii. Procesos y Beneficios de la Certificación Orgánica, Comercio Justo, HACCP. Breve descripción de las certificadoras que existen en Bolivia. Alberto Levy. Imo Control.
- iv. Comercialización Internacional de Productos de la Biodiversidad Nativa de Bolivia. José Ribero Calvimontes. CANEB.
- v. Nueva Ley de Producción Orgánica. Nelson Ramos. AOPEB.
- vi. Políticas Gubernamentales de Apoyo al Sector Lagarto y Vicuña. Pablo Ibáñez. Dirección General de Biodiversidad.

4.3.2 Rueda Social de Negocios

4.3.2.1 Objetivo

Se buscó el acercamiento entre los distintos agentes que forman el biocomercio en Bolivia.

La Rueda Social de Negocios se realizó el viernes 22 de junio en horas de la tarde, la que contó con la participación de 85 empresas nacionales de las distintas cadenas priorizadas.

Se tuvo representación de todas las cadenas con las que trabaja el PNBS y algunas que no se las apoya directamente: lagarto, peni, taitetú, vicuña, maca, aceites vegetales de cusi, copaibo y majo; jatata; miel de abejas nativas; castañas, cacao, mariposas, hierbas aromáticas y medicinales y palqui. (Ver directorio de empresas, anexo 6)

El Encuentro de Biocomercio, generó y/o fortaleció las relaciones (alianzas, acuerdos, contactos comerciales, etc) entre los distintos actores que componen las redes productivas priorizadas por el PNBS, entre ellos: asociaciones de productores, empresarios, academia, certificadores, financiadores, gobierno, tiendas, agencias de cooperación bolivianas, y cooperación internacional.

4.3.2.2 Resultados

En la Rueda Social de Negocios se tuvo los siguientes resultados:

- i. Se realizaron 387 citas de negocios
- ii. De los formularios de evaluación, se detectó que el 57% considera que las entrevistas fueron "muy buenas", el 30% contestaron como "probable" y el 13% como "nula".
- iii. En cuanto a los tipos de operación: Negocios de exportación 11%, Comercialización 28% y otros negocios 61%.
- iv. En cuando a los valores de las operaciones, el 5% indica haber tenido contactos que generaron US\$ 13.000; un 29% se ubica en la franja de los US\$ 75.000 y un 58% indican que sus operaciones generaron US\$ 150.000 y el restante 8% un monto de US\$ 21.000.
- v. El monto aproximado de transacciones de la I Rueda Social de Negocios es de US\$ 259.000.
- vi. El monto aproximado que las IFIs (ANED, FADES, IDEPRO y PRORURAL) colocaron entre las interesados en crédito asciende a US\$ 72.000.
- vii. En cuanto al plazo de las operaciones comerciales: un 62% afirma que se realizarán en un plazo estimado de 3 meses; un 14% en 6 meses, un 4% en 9 meses, un 10% en un año y el restante 10% en un año o más.
- viii. Respecto a los acuerdos de cooperación empresarial, al 62% les interesa el asesoramiento/asistencia técnica, al 3% una representación comercial, al 18% distribuidores mayoristas/minoristas y al restante 15% les interesa formar una sociedad.
- ix. La impresión sobre la Rueda Social de Negocios fue: el 29% de los participantes indicaron que fue excelente, el 66% muy bueno y el restante 5% la calificó de regular.

4.3.3 Feria de productos

El objetivo de la feria de productos fue de mostrar al público los productos del biocomercio que son apoyados por el PNBS.

4.3.3.1 Participantes.

Se tuvo la presencia de 26 empresas expositoras:

- i. Productos ecológicos de los Andes
- ii. ADEPOM. Maca.
- iii. Naturalcos. Maca.
- iv. Sobre la roca. Derivados de maca.
- v. Promaca. Maca
- vi. Laboratorios Hahnemann. Maca.
- vii. Fundación Uñatatawi. Planta medicinales y aromáticas.
- viii. Aproandino. Maca.
- ix. Productos Naturales Bioherbal.

- x. Colonia Siete Estrellas.
- xi. Asociación de médicos Naturistas y Tradicionales.
- xii. Super Ecológico. Tienda.
- xiii. Prorural. PIE. Financiera.
- xiv. IDEPRO. Financiera.
- xv. ANED. Financiera.
- xvi. FADES. Financiera.
- xvii. Bio Latina. Certificadora.
- xviii. Sub Central Indígena Río Mamoré.
- xix. CERES. Certificadora.
- xx. SUMAR. Cacao nativo.
- xxi. Sub Central Indígena TIPNIS. Cuero de lagarto.
- xxii. San Buenaventura.
- xxiii. Trópico Asociación Boliviana para la Conservación.
- xxiv. Sociedad Agropecuaria Futuro.
- xxv. Guaguazu. Cusi.
- xxvi. Asociación de Productores de Abejas Nativas Yapacaní. Abejas nativas.

4.3.4 Propósito.

El Encuentro de Biocomercio cumplió su principal propósito que fue el de contribuir a la articulación de relaciones entre los actores del biocomercio fortaleciéndolos, logrando una mayor presencia en los procesos de desarrollo económico y consolidando su participación en instancias de negociación con otros actores económicos.

4.3.5 Objetivo principal.

Generó un espacio de encuentro que contribuyó a la conformación y/o fortalecimiento de relaciones nuevas y/o existentes, entre actores que participan de la colección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de especies de la biodiversidad nativa priorizadas por el PNBS.

4.3.6 Objetivos específicos.

- i. Facilitar el establecimiento de relaciones comerciales y de desarrollo de mercados para los productos nativos de Bolivia.
- ii. Promover los servicios de las entidades financieras que apoyan iniciativas de biocomercio.
- iii. Promover el intercambio de información entre los actores que son apoyadas por el PNBS.
- iv. Proveer un espacio de exposición para los productos nativos apoyados por el PNBS.
- v. Facilitar la conformación de la red de oferentes de servicios técnicos de biocomercio.