

# BIOCOMERCIO ANDINO

GEF+CAF+UNEP



## Biocomercio: destino atractivo para el financiamiento especializado



# Introducción

## 1. Presentación:

- El curso:



- El expositor:

### **Aldo Fuertes**

Es Gerente General de Popular S.A. Sociedad Administradora de Fondos de Inversión (Popular SAFI) y responsable de fondos de inversión de más de 100 millones de dólares. Estructuró y administró el Fondo Mi Cosecha (Impact Investing) que entrega financiamiento a agricultores orgánicos a través de la cadena productiva. Ha laborado anteriormente en empresas vinculadas al mercado de capitales y a la promoción del emprendimiento. Es profesor en ESAN y en Centrum y consultor de Triodos FACET / Timoc y del Centro de Mercado de Capitales y Financieros (MC&F).

Tiene un MBA del INCAE Business School (High Honors) y es graduado con Distinción Especial en Administración y Finanzas por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Cuenta además con un Diplomado en Administración de Riesgos Financieros del Tecnológico de Monterrey (México), un Diplomado en Gestión de Portafolios Alternativos de la Universidad del Pacífico (Perú) y una especialización en Alta Dirección de Instituciones Microfinancieras en el INCAE Business School (Costa Rica-Nicargua).

# Introducción

## 2. Objetivo:

“Lograr que los participantes tengan un mejor entendimiento del Biocomercio, reconozcan su atractivo como destino de financiamiento y aprendan enfoques alternativos de estructuración financiera para éstos”.

## 3. Dinámica del Curso-Taller

- Exposición
- Participación
- Trabajo en grupo
- Evaluación

# Biocomercio: destino atractivo para el financiamiento especializado

## PROGRAMA

### 1. El Biocomercio

- 1.1 Concepto
- 1.2 Antecedentes
- 1.3 Tendencias
- 1.4 Promoción del BioComercio en el Perú

### 2. Empresas de Biocomercio en el Perú

- 2.1 Mapeo
- 2.2 Productos y Mercados
- 2.3 Potencial

### 3. Atractivo financiero

- 3.1 Benchmark
- 3.2 Contexto favorable
- 3.3 Riesgo administrable
- 3.4 Estructuración conveniente

### 4. Estructuración financiera

- 4.1 Fundamentos financieros
- 4.2 Proceso
- 4.3 Financiamiento en Cadenas de Valor

# ***1.- El Biocomercio***

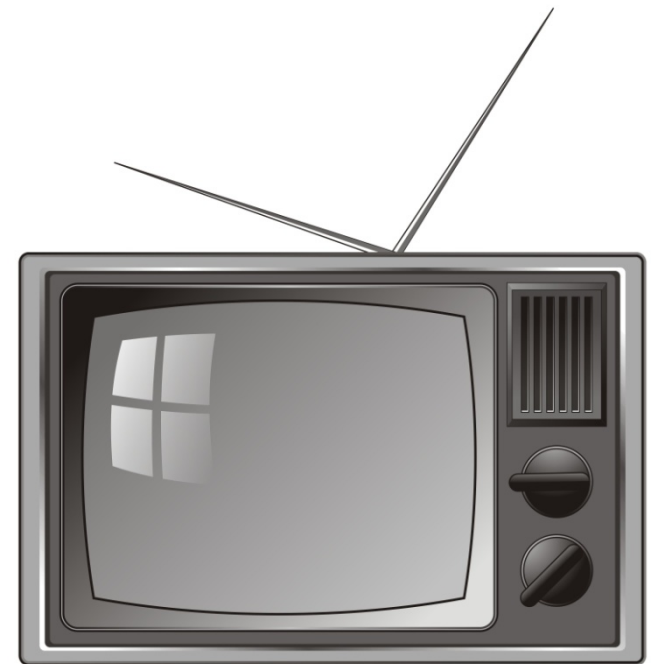


***Unidad I***

# El Biocomercio

En el video se reproduce la exposición del estudioso Antonio Brack acerca de la Biodiversidad peruana y de su importancia como sustento del Biocomercio.

**Fuente** : TV Perú  
**Programa** : La Buena Tierra  
**Capítulo** : El oro verdel del Perú – El Biocomercio  
Parte 2



# I.1 El concepto del Biocomercio

- **El Biocomercio, es** un concepto que comprende al conjunto de actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, que, a su vez, comprende especies, recursos genéticos y ecosistemas, desarrollados bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.
  
- **Los ámbitos propios** del Biocomercio, son:
  - ✓ La producción forestal no maderable (por ejemplo, aceites esenciales y oleorresinas, gomas y resinas, colorantes, pigmentos y tintes naturales, especias, hierbas y flores exóticas)
  - ✓ La zootría, acuicultura y maricultura
  - ✓ La agricultura sostenible (por ejemplo, frutas nativas, plantas medicinales)
  - ✓ El ecoturismo, turismo científico, vivencial (o etnoturismo) y turismo rural.

## 1.2 Antecedentes del Biocomercio

- La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, también conocida como la *Cumbre de la Tierra*, realizada en Río de Janeiro, Brasil, en junio de 1992:
  - ✓ Los recursos naturales no son infinitos
  - ✓ Importancia del uso sostenible, reconociendo que los ecosistemas, las especies y los genes deben utilizarse en beneficio de la humanidad pero a un ritmo que no afecte a largo plazo la diversidad biológica.
  
- En esta reunión más de 150 líderes mundiales firmaron **dos acuerdos jurídicamente vinculantes** de gran importancia ambiental:
  - ✓ *La Convención Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático*
  - ✓ *El Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB).*

## 1.2 Antecedentes del Biocomercio

### ✓ *El Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) (continuación...)*

Se fijó tres objetivos:

- Conservación de la biodiversidad.
- Usos sostenible de los componentes de la diversidad biológica; y,
- Distribución equitativa de los beneficios derivados de la explotación de los recursos genéticos.

Se volvió en el acuerdo mundial más importante sobre la vinculación entre el medio ambiente y el desarrollo sostenible de los países en vía de desarrollo.

### ▪ Adopción del concepto en la Organización de las Naciones Unidas (ONU):

- ✓ En 1996, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) presentó la *Iniciativa Biotrade*, con el objetivo de estimular el comercio y la inversión en recursos biológicos para impulsar el desarrollo sostenible, de acuerdo con los tres objetivos del CDB.
- ✓ Desde entonces, ha procurado generar alianzas para establecer programas nacionales e internacionales que refuercen todas las necesidades identificadas.

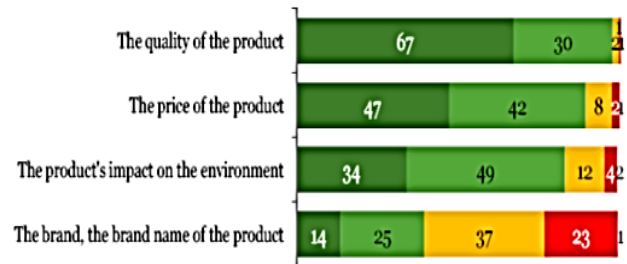
## I.3 Tendencias Actuales: contexto mundial y nacional

- A nivel nacional: el mercado incipiente está en proceso de formación a partir de la demanda cada vez mayor de productos naturales (cuidado de la salud).
- Por ahora, la demanda hace que la producción de las empresas de Biocomercio y de los productos “certificados” (como sostenibles, orgánicos o justos) se dirijan sobre todo a la exportación
- A nivel mundial, está en constante crecimiento siendo ya mercados atractivos (salud + responsabilidad):
  - ✓ Europa
  - ✓ Estados Unidos
  - ✓ Asia
  - ✓ Oceanía
- “Consumidores Responsables” están tomando más fuerza en el extranjero y poco a poco se está difundiendo en el Perú, aunque aún es muy débil.

# 1.3 Tendencias Actuales: contexto mundial y nacional

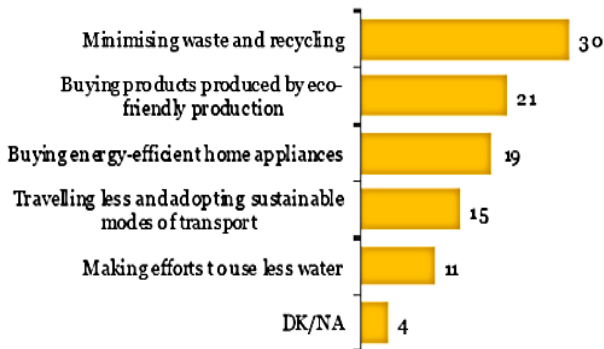
## Importance of various aspects of products when deciding which ones to buy

■ Very important ■ Rather important ■ Rather not important ■ Not at all important ■ DK/NA



Q2. How important are the following aspects when making a decision on which products to buy? Very important, rather important, rather not important, not at all important?

## Actions with the greatest impact on solving environmental problems



Q8. In your opinion, which one of the following actions would have the highest impact on solving environmental problems?  
 Base: all respondents, % EU27

**LOHAS-Lifestyles of Health & Sustainability:**  
 80 mio consumidores, mercado de US\$209 billones (2006), duplica para 2010, y cuadruplica 2015 – *Environmental leader*

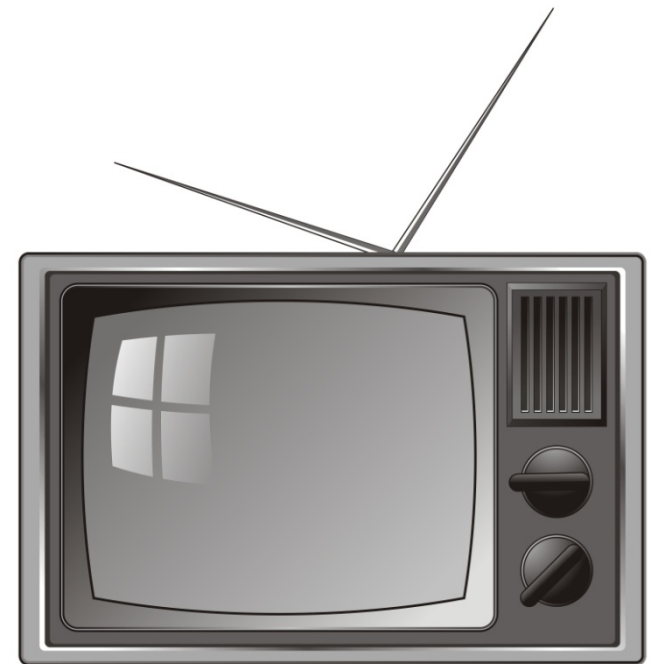
**EEUU- 2008 venta de productos orgánicos**  
 llegaron US\$24.6 billones (17% increm/anual); alimentos creció 15.8% (vs. tasa 4,9% sector)- *OTA*

**UE- mercado de cosméticos naturales**  
 creció apprx. 20% entre 2007 - 2008, llegando a €1 billion (2007) - *CBI*

# DUHEM: Consumo Responsable

- En el video se reproduce la exposición de Lucía Valencia-Dongo, cofundadora de DUHEM, sobre el concepto del portal.

**Fuente** : Wayra Perú



# DUHEM: Consumo Responsable

Busca tus productos favoritos

DUHEM

0 Ingresar

ACCESORIOS CULINARIO HOGAR INFANTIL MODA OTROS ¡OFERTAS!

MARCAS CAUSAS SOCIALES IMPACTO ¿CÓMO FUNCIONA?

*Cada producto tiene una causa... ¡descúbrela!*

La mejor forma de decir feliz cumpleaños, felicidades o simplemente hola.

GIFTCARD DUHEM S/. 75

GIFTCARD DUHEM S/. 100

GIFTCARD DUHEM S/. 150

GIFTCARD DUHEM

ropa y accesorios divertidos para mamás y bebés furry

Kurru Kuku

S/. 60

LOOP Polar mujer fucsia

S/. 22

Polo para perros lentes verde

S/. 32

S/. 60

-10% S/. 50 S/. 45


¿Alguna duda? (Presiona aquí para conversar con nosotros!)

Acerca de No conectado - Déjanos tu mensaje

feedback

# DUHEM: Consumo Responsable

Busca tus productos favoritos  

 0

HOGAR | INFANTIL | MODA | OTROS | **OFERTAS!**

 MARCAS | CAUSAS SOCIALES | IMPACTO

**+ GÉNERO**

- Género -

---

**+ PRECIO**


S/. 0

---

**+ CAUSA**


- Causa -

Ordenar por:




S/. 30

**Dúo piqueos**




S/. 25,6

**Pack Aguaymanto**




S/. 36

**Pack Yacón**




S/. 19

**Aguaymanto deshidratado y nectar**



S/. 20,6

**Aguaymanto deshidratado y mermelada**



S/. 21

**Aguaymanto deshidratado y nectar con Stevia**

# OLOKUTI: Web Eco-Bio-Justo



**Olokuti**  
*tu mundo sostenible*

Hola. Entra en [tu cuenta](#) para personalizar tu visita  
¿Eres nuevo en Olokuti.com? [Empieza aquí](#)

🛒 (0 producto) [E](#) [F](#)

[Olokuti](#) | **Tienda Online** | [Blog](#) | [Empresas](#) | [Club](#)

🏠  [Buscar](#)

Alimentación | Hogar | Cosmética natural | Salud y Relax | Ecoideas y gadgets | Complementos | Ropa | Infantil | Papelería | Cultura | Navidad | Jardín, ocio, mascotas



**Olokuti**  
*tu mundo sostenible*

**Eco - Bio - Justo**

+ de 4000 productos

Olokuti, tu mundo sostenible

**Envío estándar GRATIS**  
a partir de 50€ de compra



Nuestro servicio te encantará  
**¡Pruébanos!**

Tu cesta está vacía

**Entrega**

A toda España: **Desde 4,98€**

Según opción: **24h / 72h**

Compra > 50€ ▶ Envío GRATIS

**Tu cesta : 0,00 €**

## Destacados

**Café verde en grano Dietas Depurativas bio 150 gr.**  
*Alternativa 3*

**Tabletas para lavavajillas 1,4kg 70 ud. Ecover**  
*Ecover*

**Cargador Solar Platinum Plus A-Solar**



**TRUSTED SHOPS**  
Valoración del vendedor

★★★★★

# OLOKUTI: Web Eco-Bio-Justo



Hola. Entra en [tu cuenta](#) para personalizar tu visita  
 ¿Eres nuevo en Olokuti.com? [Empieza aquí](#)

 (0 producto)
 


Olokuti

Tienda Online

Blog

Empresas

Club

Alimentación

Buscar

[Alimentación](#)
[Hogar](#)
[Cosmética natural](#)
[Salud y Relax](#)
[Ecoideas y gadgets](#)
[Complementos](#)
[Ropa](#)
[Infantil](#)
[Papelería](#)
[Cultura](#)
[Navidad](#)
[Jardín, ocio, mascotas](#)

**Aperitivos y Snacks**

Frutos secos  
 Olivas  
 Snack salado

**Bebidas alcohólicas**

Cerveza  
 Licores  
 Vino y cava

**Bebidas, zumos y refrescos**

Leche y bebidas vegetales  
 Refrescos  
 Zumo

**Café, té e infusiones**

Café  
 Infusiones  
 Té

**Cereales, harinas y semillas**

Derivados de cereales  
 Granos de cereales  
 Harinas  
 Mezclas preparadas  
 Semillas  
 Sémolas, cus cus y quinoa

**Chocolates y dulces**

Bombones  
 Cacao  
 Chocolate  
 Snacks y dulces

**Conservas y preparados**

Comida en conserva  
 Conservas dulces  
 Purés, sopas y caldos

**Desayuno**

Azúcar y Edulcorantes  
 Cereales y Mueslis  
 Copos de cereales  
 Galletas  
 Mermelada  
 Miel  
 Pan y Biscotes

**Dietética**

Complementos dietéticos  
 Tortas de arroz




**Pasta, arroz y legumbres**

Arroz  
 Legumbres  
 Pasta

**Salsas y Condimentos**

Aceite de oliva  
 Aliños  
 Especias  
 Sal  
 Salsas

Buscas ...

-  Productos ecológicos
-  Productos biológicos
-  Comercio justo

esta está vacía

**Entrega**

En España **Desde 4,98€**

Opción **24h / 72h**

Para > 50€ ► Envío GRATIS

Total : **0,00 €**

**378.886**

preguntas a nuestro equipo  
 dudas urgentes por teléfono

**TRUSTED SHOPS**  
 valoración del vendedor

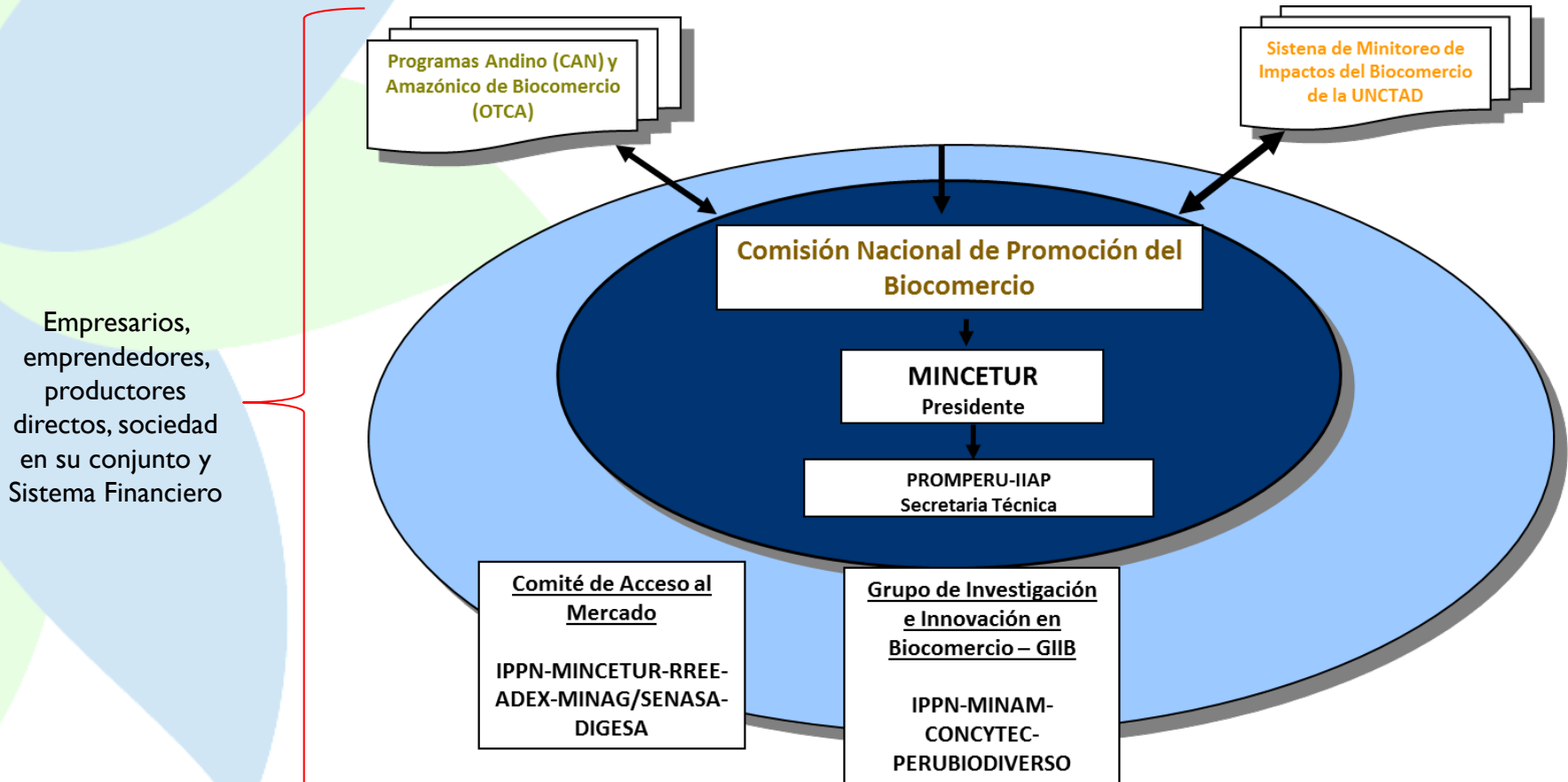
# I.3 Tendencias Actuales: contexto mundial y nacional

La oferta del Biocomercio en el Perú: varios son “no contactados” por el sistema financiero.



## I.4 Promoción del Biocomercio en el Perú

- El Programa Nacional de Promoción al Biocomercio (PNPB): nace de los objetivos de la Estrategia de la Biodiversidad Biológica Nacional como principal referencia para concebir el programa nacional ambiental.



## 1.4 Promoción del Biocomercio en el Perú

- **El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR):** ha asumido la Presidencia y la Secretaria de la Comisión esta siendo manejada conjuntamente por PROMPERÚ (Comisión del Perú para la promoción de las Exportaciones y el Turismo) y el Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAP).

### Objetivo

Impulsar la formulación de mecanismos asociativos para contribuir a la generación de **oferta exportable con valor agregado** mediante elementos de diferenciación, signos distintivos, entre otros, para la consolidación de mercados actuales en primera instancia y consecuentemente la incursión en nuevos nichos de mercado.

- **El Programa Nacional de Promoción al Biocomercio (PNPB): (continuación...)**

- ✓ Apoyar el desarrollo de la competitividad
- ✓ Propiciar la articulación de los agentes involucrados
- ✓ Propiciar el escenario favorable simplificación y adecuación del marco normativo
- ✓ Articulación con instituciones competentes
- ✓ Implementación de un sistema de información

Políticas y Estrategias para el Fomento de Cadenas de Valor



- ✓ Identificación y selección de tipos o grupos de Productos
- ✓ Asistencia integral desde la empresa hasta el productor primario
- ✓ Alianzas estratégicas y eslabonamientos productivos para construir la competitividad

Asistencia Técnica y Cooperación



- ✓ Asesorar a las empresas en la elaboración de sus planes de bionegocios.
- ✓ Apertura de líneas de financiamiento
- ✓ Generar un entorno positivo para la inversión

Promoción de Inversiones y Acceso a Recursos Financieros



- **El Programa Nacional de Promoción al Biocomercio (PNPB): (continuación...)**

- ✓ Fortalecer las actividades comerciales de las empresas y generar oportunidades comerciales.
- ✓ Facilitar la ejecución de estudios de mercado focalizados
- ✓ Apoyar en la búsqueda de nichos de mercado y en la identificación de demandas de los bienes o servicios de la BD.

Promoción Comercial  
y Acceso a Mercados



- ✓ Innovación, transferencia tecnológica
- ✓ Institucionalidad y articulación
- ✓ Formación
- ✓ Investigación

Investigación,  
Desarrollo e  
Innovación

- ✓ Plataformas Internacionales- OTCA – CAN – UNCTAD
- ✓ Cooperación Internacional
- ✓ Biocomercio destacado en COP X 2008
- ✓ Plataformas nacionales interinstitucionales
- Política Nacional Ambiental destaca y prioriza Biocomercio

Políticas,  
Estrategias y  
Gestión  
Organizacional.

## I.5 Mapeo de Empresas

- A nivel nacional: el mercado incipiente está en proceso de formación a partir de la demanda cada vez mayor de productos naturales (cuidado de la salud).
- Por ahora, la demanda hace que la producción de las empresas de Biocomercio y de los productos “certificados” (como sostenibles, orgánicos o justos) se dirijan sobre todo a la exportación
- A nivel mundial, está en constante crecimiento siendo ya mercados atractivos (salud + responsabilidad):
  - ✓ Europa
  - ✓ Estados Unidos
  - ✓ Asia
  - ✓ Oceanía
- “Consumidores Responsables” están tomando más fuerza en el extranjero y poco a poco se está difundiendo en el Perú, aunque aún es muy débil.

## Lecturas de la Unidad

### Lectura 1

Entendiendo el Biocomercio

### Lectura 2

¿Cómo surge el Biocomercio?

### Lectura 3

Tendencias actuales de comercio de la biodiversidad



# GRACIAS

