

INFORME DE CONSULTORÍA

**Informe sobre el levantamiento de información en campo con
empresas beneficiarias del Proyecto Biocomercio Andino
en Perú**

María del Carmen Piazza

Octubre, 2014

Índice

Siglas

Introducción

I.	EL BIOCOMERCIO EN LA REGIÓN ANDINA	
a.	Desarrollo sostenible y preservación del medio ambiente: convenios y programas de apoyo al biocomercio	6
b.	Algunas barreras para el desarrollo del biocomercio	10
c.	¿Cómo se enmarca el proyecto en este proceso?	11
II.	EL PROYECTO	
a.	Antecedentes	13
b.	Propósito y objetivos del proyecto	14
c.	Componentes, Resultados y Actividades	16
d.	Estrategia de intervención y riesgos	18
f.	Ámbito de intervención	22
III.	RESULTADOS DEL PROYECTO	
a.	Fortalecimiento de políticas	23
b.	Acceso a mercados	24
c.	Creación de competencias	28
d.	Información sobre productos y mercado	30
e.	Apalancamiento de recursos financieros para iniciativas de biocomercio	31
f.	Proyectos piloto para negocios de la biodiversidad	32

Anexos:

A	Relación de entrevistados
B	Documentos revisados
C	Agenda de la visita de campo

Siglas

CAF	Corporación Andina de Fomento
CMMAD	Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo
EPANB	Estrategia y Plan de Acción Nacional en materia de Diversidad Biológica
GEF	Fondo Mundial para el Medio Ambiente, por sus siglas en inglés
PNUMA	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
PyC	Principios y Criterios del Biocomercio
PRODOC	Documento del Proyecto
SGCAN	Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones
UNTAC	Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo

Introducción

El proyecto “Suministro de financiación para negocios de la biodiversidad y apoyo a actividades de creación de mercados en la Región Andina” (en adelante Proyecto de Biocomercio Andino) se desarrolla en Colombia, Ecuador y Perú, con recursos de la Corporación Andina de Fomento (CAF) y el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF por sus siglas en inglés). La Agencia encargada de la puesta en marcha del proyecto es el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). El proyecto fue aprobado el 2009, se inició el 2011 y su finalización está prevista para el primer trimestre del 2015.

En concordancia con la Estrategia Regional Andina de Biocomercio, formulada por los países andinos para fortalecer la capacidad regional de aprovechar las oportunidades que ofrece el biocomercio, entre los años 2004 y 2007 la CAF unió esfuerzos con la Secretaría General de la Comunidad Andina de Naciones (SGCAN), el GEF, el PNUMA, los Ministerios de Medio Ambiente y los Programas Nacionales de Biocomercio de Colombia, Ecuador y Perú. En este marco se llevó a cabo el proyecto “Negocios basados en la biodiversidad en la región andina” que antecedió al Proyecto Biocomercio Andino.

El Proyecto Biocomercio Andino ha sido financiado por GEF, CAF, UNEP y el PNUMA y ejecutado en Perú por PromPerú en alianza con el Ministerio del Ambiente, en el marco del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio.

Este proyecto se inscribe en el interés creciente de los países por vincular la conservación de la naturaleza con el desarrollo sostenible, que se comenzó a perfilar a partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano realizada en Estocolmo en 1972. En el proceso de armonizar las políticas de desarrollo con la sustentabilidad ambiental un hito central ha sido la décima reunión de la Conferencia de las Partes, celebrada en Nagoya, Japón, en el 2010, en la que se adoptó el Protocolo de Nagoya cuyo objetivo es la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos, contribuyendo a la conservación de la diversidad biológica y la utilización sostenible de sus componentes.

A partir de este convenio la diversidad biológica es considerada un reservorio genético de enorme valor para la innovación tecnológica, indispensable para afrontar problemas locales y globales como el cambio climático y la adaptación a otros factores de incertidumbre ambiental, así como para la seguridad alimentaria. Los recursos genéticos se utilizan para diversos fines, desde la investigación básica hasta el desarrollo de productos. En algunos casos, los conocimientos tradicionales asociados a recursos genéticos que provienen de comunidades indígenas y locales proporcionan información valiosa a los investigadores en cuanto a las propiedades y el valor específico de estos recursos y su posible utilización para el desarrollo. Por ejemplo, de nuevos medicamentos o cosméticos. Entre los usuarios de recursos genéticos pueden incluirse instituciones de investigación y académicas así como empresas privadas que desarrollan actividades en diversos sectores como el farmacéutico, agricultura, horticultura, cosmética y biotecnología.

Este documento presenta un primer avance de la sistematización del Proyecto Biocomercio Andino. Para su elaboración se revisó el documento del proyecto, los

informes de avance técnico y otros documentos elaborados por el equipo ejecutor que contienen los principales logros que se han obtenido en los componentes del proyecto. Asimismo, se entrevistó a la coordinadora del proyecto en Perú, funcionarios del MINAM, directivos de empresas y cooperativas beneficiarias del proyecto, personal técnico y representantes de los productores que participan en las mismas. Las visitas de campo se realizaron en las regiones de Puno y Cusco. En estas regiones se visitó a seis empresas beneficiarias.

El primer capítulo describe los avances en el contexto internacional que han permitido identificar al biocomercio como una oportunidad para la conservación de la biodiversidad, el uso sostenible de los recursos y la disminución de la pobreza. Asimismo, se presentan algunas barreras que afectan el desarrollo del biocomercio y cómo el proyecto se enmarca en el contexto descrito. El segundo capítulo sintetiza los objetivos, componentes y estrategia de intervención del proyecto.

En el tercer capítulo se examinan los principales resultados e impactos obtenidos en los seis componentes del proyecto y se presenta la opinión de las empresas y cooperativas beneficiarias de las regiones de Puno y Cusco con respecto a los aportes del proyecto.

I. EL BIOCOMERCIO EN LA REGIÓN ANDINA

a. Desarrollo sostenible y preservación del medio ambiente: convenios y programas de apoyo al biocomercio

La apuesta por vincular la conservación de la naturaleza y el desarrollo sostenible, comienza a incorporarse gradualmente en el compromiso y la planificación de los países a partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano realizada en Estocolmo en 1972, en la cual se abordan problemas como la pobreza y el bienestar de la población mundial. En ese entonces el énfasis se coloca en los efectos negativos de la contaminación y de la crisis ambiental provocada por la industrialización, el crecimiento demográfico y la urbanización.

En los años ochenta se pasó al convencimiento de que los problemas del medio ambiente no pueden ser disociados de los que se derivan del desarrollo. Tal como señala la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD), los problemas del medio ambiente se encuentran directamente relacionados con los de la pobreza, la satisfacción de necesidades básicas de alimentación, salud y vivienda, las fuentes renovables de energía y el proceso de innovación tecnológica. Señala, además, como tres ejes principales del desarrollo, el aumento de la producción (crecimiento económico), la distribución apropiada de los recursos (combate a la pobreza) y el mantenimiento del ecosistema (sostenibilidad ecológica).

En el marco regional, el informe "Nuestra propia agenda" (CEPAL 1990), enfatizó los vínculos entre riqueza, pobreza, población y medio ambiente, e intentó sentar las bases para iniciar un proceso de sustentabilidad en la región andina. Paralelamente, la CEPAL determinó de necesidad armonizar los desafíos de lograr que las economías latinoamericanas sean competitivas, promover mayor equidad y permitir la preservación de la calidad ambiental y del patrimonio natural de los países, a la vez que consideró la relación entre desarrollo y medio ambiente como de carácter sistémico.

De igual modo, a partir de evaluaciones y estudios previos, CEPAL sostuvo que *"la sustentabilidad del desarrollo requiere un equilibrio dinámico entre todas las formas de capital o acervos que participan en el esfuerzo del desarrollo económico y social de los países, de tal modo que la tasa de uso resultante de cada forma de capital no exceda su propia tasa de reproducción [...] Entre las formas de capital más importantes cabe destacar el capital humano (en que las personas también representan el sujeto del desarrollo), el capital natural, el acervo institucional (los sistemas de decisiones), el acervo cultural, el capital físico (infraestructura, maquinarias y equipos) y el financiero"* (CEPAL, 1991, pp. 24 y 25).

Con la finalidad de armonizar el desarrollo económico con el uso sostenible del medio ambiente se suscribió el Convenio sobre la Diversidad Biológica, tratado internacional vinculante que busca atender tres objetivos principales: la conservación de la diversidad biológica, la utilización sostenible de sus componentes y la participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos. Su propósito es promover medidas que conduzcan a un futuro sostenible.

Cubre la diversidad biológica en todos los niveles: ecosistemas, especies y recursos genéticos, además de la biotecnología, y abarca aquellos dominios que están directa o indirectamente relacionados con la diversidad biológica y su papel en el desarrollo, desde la ciencia, la política y la educación hasta la agricultura, los negocios o la cultura.

El Convenio sobre la Diversidad Biológica quedó listo para la firma en junio de 1992 en la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro y entró en vigor en diciembre de 1993. Para su implementación, en 1996 la UNCTAD lanzó 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 objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica: conservación de la diversidad biológica, uso sostenible de sus componentes, distribución justa y equitativa de los beneficios generados por la utilización de recursos.

Los recursos de la biodiversidad tienen una serie de valores de acuerdo a los productos y servicios que ofrece a las generaciones presentes y futuras. La mayoría de estos productos y servicios son usados por poblaciones locales e indígenas para su subsistencia o son intercambiados en mercados locales, nacionales o internacionales. La Iniciativa BIOTRADE busca mejorar las capacidades de los países en desarrollo para producir bienes y servicios con alto valor agregado, tanto para mercados nacionales como internacionales. Es un programa que ayuda a los países en desarrollo y sus organizaciones asociadas a crear un ambiente que permita el desarrollo y fortalecimiento de sectores relacionados con la biodiversidad, estableciendo acuerdos de participación con actores clave, promoviendo empresas sustentables y aportando insumos para la formulación de políticas. En este marco, BIOTRADE apoya al establecimiento de Programas Nacionales de Biocomercio.

Los programas nacionales se complementan con programas regionales e internacionales como los firmados durante la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible de Johannesburgo. Uno de ellos es el Programa Regional Andino de Biocomercio (CAN/CAF/UNCTAD) acordado por la CAN, la CAF y la UNCTAD, para apoyar los objetivos de la Estrategia Regional Andina de Biodiversidad y contribuir al desarrollo sostenible mediante actividades regionales que complementen los programas nacionales de biocomercio existentes.

La Iniciativa promueve el uso comercial de la biodiversidad, según criterios sostenibles, a fin de contribuir a la conservación del ecosistema y mejorar el nivel de vida de las personas, especialmente en los países en desarrollo. Así, combina la conservación de la biodiversidad nativa en los países ricos en biodiversidad con un uso sostenible de la misma para el comercio internacional, de acuerdo con los Principios y Criterios de BIOTRADE definidos conjuntamente por la UNCTAD, asociados y profesionales de la materia a nivel nacional.

Estos principios ofrecen un marco integrado para hacer frente a los objetivos de conservación, uso sostenible, y reparto justo y equitativo de los beneficios, tal y como se refleja en la Convención sobre la Diversidad Biológica, la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), los resultados de Río+20 y otros acuerdos multilaterales sobre medio ambiente relacionados con la biodiversidad. Como parte de esta iniciativa, la UNCTAD, junto con sus asociados, ofrece estudios, elabora directrices y lleva a cabo actividades de creación de capacidades en los países.

La Iniciativa BIOTRADE ha concentrado sus esfuerzos en el comercio de bienes y servicios basados en la biodiversidad. Entre ellos se incluyen insumos y productos

alimentarios naturales como frutas, cereales, granos, tubérculos, frutos secos, cacao, pescado, mermeladas, dulces, fruta. Además, insumos y productos farmacéuticos naturales, plantas medicinales y medicamentos naturales. Considera también fauna silvestre, flores tropicales, artesanía y turismo basado en la naturaleza y observación de aves. Con este propósito, la Iniciativa BIOTRADE ha establecido una serie de alianzas con organizaciones nacionales y regionales, para impulsar programas que amplíen la capacidad de los países en desarrollo de producir bienes y servicios derivados de los recursos biológicos con alto valor agregado, para mercados nacionales e internacionales.

Estas organizaciones tienen, a su vez, vínculos con organizaciones locales que trabajan en el campo. Este enfoque permite que los socios engloben todos los aspectos de la cadena productiva de los productos y servicios derivados de la biodiversidad, incluyendo aspectos de mercado y política. Al mismo tiempo, este sistema se construye sobre las ventajas comparativas de cada organización, creando sinergias, minimizando la duplicidad y maximizando el uso de los recursos. Esta red se fortalece e incrementa constantemente con nuevas alianzas que garanticen un valor agregado y que la cooperación pueda ser traducida en soporte práctico.

La Iniciativa BIOTRADE está integrada por tres componentes principales que se complementan: programas nacionales y regionales, elaboración de políticas y facilitación del comercio, y servicios de información. Los programas nacionales y regionales constituyen su actividad principal. Las contrapartes nacionales y los socios regionales, trabajan conjuntamente con otros actores locales (gobierno, ONGs, comunidades indígenas, sector privado, sector académico, etc.) para desarrollar políticas, estrategias y proyectos piloto que promuevan la inversión y el comercio de productos y servicios derivados de la biodiversidad. Esto incluye el desarrollo de sistemas de información del mercado y servicios relacionados a la facilitación del comercio y el desarrollo de negocios. El componente de Servicios de Información de BIOTRADE busca corregir la barrera de deficiencias en la información que representa un serio obstáculo para las inversiones, el comercio y el desarrollo sostenible de recursos biológicos. Estas barreras pueden reducirse si la información se distribuye de manera eficiente, rápida y a bajo costo. El acceso a la información se hace mediante el sitio Internet BIOTRADE de las organizaciones socias y redes regionales.

En el 2000 se inició el Programa conjunto CAN-CAF-UNCTAD para los países andinos. Sus principales objetivos son:

- Apoyar la formulación de programas BIOTRADE por país.
- Apoyar al proceso de definición y puesta en práctica de las estrategias nacionales y sub-regionales de biodiversidad.
- Apoyar el análisis de oportunidades de negocio, mercado e inversión para productos y servicios derivados de la biodiversidad, tanto a nivel nacional como sub-regional en el contexto de las políticas comerciales de cada país y sub-regionales.

Entre las actividades que se han ejecutado en el marco de este programa se encuentran:

- Intercambio de experiencias e información por medio de reuniones regionales de BIOTRADE.
- Apoyo al Proyecto CAN/BID para la Formulación de la Estrategia Regional de Biodiversidad de la Región Andina.

- Cooperación sub-regional por medio de misiones técnicas con expertos regionales e internacionales, en especial en lo referente a la inversión y comercialización.
- Lanzamiento del Primer Concurso de Biocomercio.
- Apoyo al desarrollo de la capacidad empresarial para el efectivo desarrollo de oportunidades de bionegocios en el contexto del desarrollo sostenible
- Financiamiento de proyectos específicos y demostrativos de productos y servicios derivados de la biodiversidad

En la décima reunión de la Conferencia de las Partes, celebrada en Nagoya, Japón, en octubre de 2010, se adoptó el Protocolo de Nagoya sobre Acceso a los Recursos Genéticos y Participación Justa y Equitativa en los Beneficios que se deriven de su Utilización. Es un nuevo acuerdo internacional que tiene por objetivo la participación equitativa en los beneficios que se deriven del empleo de recursos genéticos, contribuyendo a la conservación y uso sostenible de la diversidad biológica. La diversidad biológica es considerada un reservorio genético de gran valor para la innovación tecnológica, indispensable para afrontar problemas locales y globales como el cambio climático y la adaptación a otros factores de incertidumbre ambiental, así como para la seguridad alimentaria de la humanidad.

El Protocolo de Nagoya fortalece las disposiciones sobre acceso y participación en los beneficios creando una mayor certeza legal y transparencia tanto para los proveedores como para los usuarios de recursos genéticos. Ello a través del establecimiento de condiciones más predecibles para el acceso a los recursos genéticos y ayudando a garantizar que se compartan los beneficios cuando los recursos genéticos salen de la Parte contratante que los proporciona.

Los recursos genéticos se utilizan para diversos fines, desde la investigación básica hasta el desarrollo de productos. En algunos casos, los conocimientos tradicionales asociados a recursos genéticos que provienen de comunidades indígenas y locales proporcionan información valiosa a los investigadores en cuanto a las propiedades y el valor específico de estos recursos y su posible utilización para el desarrollo. Por ejemplo, de nuevos medicamentos o cosméticos. Entre los usuarios de recursos genéticos pueden incluirse instituciones de investigación y académicas y empresas privadas que desarrollan actividades en diversos sectores como el farmacéutico, agricultura, horticultura, cosmética y la biotecnología.

En el 2010 los países firmantes del Convenio sobre la Diversidad Biológica adoptaron el Plan Estratégico para la Diversidad Biológica 2011-2020, que es el marco de acción para que salvaguarden la diversidad biológica y los beneficios que proporciona a las personas. Como parte del Plan Estratégico se adoptaron 20 metas que son conocidas como las Metas de Aichi para la Diversidad Biológica. Los gobiernos se han comprometido a establecer metas nacionales que apoyen las Metas de Aichi. La elaboración de metas nacionales y su incorporación en estrategias y planes de acción nacionales en materia de diversidad biológica es un proceso clave para cumplir con los compromisos establecidos en el Plan Estratégico. Las estrategias y planes de acción nacionales en materia de diversidad biológica reflejan de qué manera un país tiene intención de cumplir con los objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica y las medidas concretas que tiene intención de tomar.

El Convenio sobre la Diversidad Biológica establece que cada país desarrolle una Estrategia y Plan de Acción Nacional en materia de Diversidad Biológica (EPANB) para garantizar que se aborde los objetivos del Convenio en todos los niveles de gobierno y sectores. La estrategia nacional refleja la visión del país para la diversidad

biológica y las medidas de política e institucionales que tomará para cumplir con los objetivos del Convenio, mientras que el plan de acción comprende medidas concretas que se abordarán para alcanzar las metas de la estrategia. Se considera esencial que todos los sectores cuyas actividades tengan un impacto sobre la diversidad biológica participen en el proceso de la EPANB desde el inicio. Se entiende por transversalizar que todos los interesados en la diversidad biológica trabajen en conjunto para elaborar y aplicar la EPANB. Transversalizar significa también integrar las consideraciones relativas a la diversidad biológica en la legislación, los planes, programas y políticas relacionados, tales como planes nacionales de desarrollo, estrategias nacionales para el desarrollo sostenible, documentación sobre estrategias de reducción de la pobreza, estrategias para alcanzar los Objetivos del Milenio, programas nacionales de lucha contra la desertificación, estrategias de adaptación nacional al cambio climático y políticas pertinentes en el sector privado.

b. Algunas barreras para el desarrollo del biocomercio

En términos generales, a los países de la región aún les falta avanzar en la comprensión del valor que representa la biodiversidad y dirigir más su confianza en materia planificación del desarrollo hacia los productos que se extraen y procesan de manera sostenible. Las políticas públicas no canalizan suficientes recursos para los negocios de biocomercio ni fomentan que los sectores productivos incorporen con criterio de prioridad prácticas de uso sostenible de la biodiversidad. De otro lado, las líneas de base de la biodiversidad que suministran información de mercado o servicios de promoción a las comunidades, empresarios y gobiernos subregionales y locales son limitadas.

Como señalan diversos especialistas, para que el impacto socioambiental del biocomercio se multiplique y sea sostenible, es necesario incrementar la conciencia, el conocimiento, la capacitación y la formación en todos los aspectos, además de diseñar mecanismos que apoyen la creación, el crecimiento y la competitividad empresarial. Iniciativas como la certificación de bosques, producción y mercadeo de productos orgánicos, de silvicultura y ecoturismo demuestran que una de las mejores maneras de conservar la biodiversidad es aprovechándola de manera sostenible. Para lo cual se requiere consolidar la investigación científica, desarrollar productos innovados, organizar a los grupos de productores, conformar cadenas productivas de biocomercio e identificar nichos de mercado específicos.

A pesar del crecimiento de las iniciativas de biocomercio en los últimos años existen diversas barreras para su consolidación, entre las cuales se encuentran:

- Desafíos en materia jurídico – legal. Se requiere homogenizar el marco normativo regional para corregir las disparidades legales que establecen los marcos institucionales de cada país, adaptándolo a los principios del desarrollo sostenible y a la creación de un enfoque de gestión del ecosistema. Al mismo tiempo, se deberá incorporar el objetivo del biocomercio en la legislación comercial y extractiva, y en los instrumentos y procedimientos específicos de aplicación de protocolos, normas técnicas y legislación en materia de biocomercio, creando y reglamentando incentivos fiscales y de otra naturaleza.
- La producción es a pequeña escala y no es sostenible en términos económicos porque los nichos de la demanda internacional exigen mayores volúmenes de productos que utilicen prácticas ecológicas. Por lo cual, es necesario que los Estados y actores involucrados en la comercialización de la biodiversidad asuman el compromiso de fortalecer a los pequeños productores en el

contexto de cadenas de valor regionales e inviertan en investigación aplicada y el apoyo a iniciativas gremiales de biocomercio.

- Dificultades de orden técnico de los productos del biocomercio en el cumplimiento de estándares de calidad y certificación. Ante ello resulta imprescindible establecer una estrategia regional que permita acreditar la calidad, la diferenciación y/o estandarización o certificación de los mismos, promoviendo la difusión de la información sobre biocomercio en el ámbito regional. Además de brindar apoyo a la capacitación e incremento del conocimiento en normas y estándares internacionales, normas y asistencia técnica (normas de calidad ISO, normas ambientales, normas de justicia laboral, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y sobre normas de inocuidad alimenticia, comercio justo, trazabilidad del producto, sellos diferenciadores del origen).
- Dificultad para acceder al conocimiento y orientación de las actividades empresariales en función del mercado, los intermediarios y los consumidores; desconocimiento de los productos de biocomercio en los mercados y débil formación de los agentes de la cadena en materia de mercadeo y empleo de las tecnologías de información aplicadas a esta labor. Esta falta de información se debe al escaso acervo de investigación y al aún débil desarrollo del biocomercio. Por ejemplo, en Perú, el escaso apoyo a la investigación por parte del Estado agrava la dispersión y produce enormes vacíos en la información científica y tecnológica. Asimismo, la escasa divulgación de la información a los consumidores sobre los beneficios de los productos obtenidos en concordancia con parámetros ambientales, limita el acceso de productos de este tipo en el mercado nacional, regional e internacional.

c. ¿Cómo se enmarca el proyecto en este proceso?

El proyecto Biocomercio Andino se ha orientado a impulsar actividades e iniciativas que fomenten el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad en la Región Andina, como estrategia para la prosperidad de su población y la sustentabilidad de los ecosistemas locales, incorporando herramientas y mecanismos que faciliten el biocomercio a través de buenas prácticas ambientales y sociales. Ello para alentar el aprovechamiento racional de los recursos naturales, tanto para evitar su uso excesivo como para procurar su utilización compatible con la conservación de los productos y servicios y de los ecosistemas de donde provienen éstos.

El proyecto se inscribe en una visión alternativa de desarrollo de la región andina. El biocomercio, además de agregar valor al medio ambiente, ha logrado articularse bajo un nuevo paradigma a la dinámica del mercado y obtener beneficios tales como la generación de empleos, impuestos, exportaciones y dividendos comerciales.¹

De otro lado, el biocomercio es una actividad económica que surge como alternativa a las prácticas agrícolas y forestales inadecuadas, que deterioran los recursos biológicos para generar beneficios económicos de corto plazo. La pobreza y la falta de desarrollo económico constituyen circunstancias que amenazan el deterioro del medio ambiente, en especial de los recursos biológicos. Los sectores pobres dependen de manera determinante de la diversidad biológica para satisfacer sus

¹ Proyecto CAF-GEF-PNUMA. La Biodiversidad: el patrimonio por descubrir de los países andinos. Facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercado en la región andina.

necesidades básicas de alimentación, vestimenta, combustible, vivienda, por lo cual incurrir en actividades que la degradan, como es la destrucción de los bosques para la agricultura, el comercio y tala ilegal de madera, el uso no sostenible de los suelos y la pérdida del hábitat natural de especies. Por lo que es posible señalar que *“potenciando la participación de los pobres en la gestión de la diversidad biológica, se brinda no solo un incentivo positivo, sino que se estimula una forma de atacar las causas subyacentes de la pérdida de diversidad biológica, contribuyendo además a prevenir la pobreza”*.²

Sin duda, a la Región Andina pertenecen algunos de los países más biodiversos del mundo, lo cual ofrece un potencial enorme para que productores y exportadores desarrollen negocios derivados del uso sostenible de la biodiversidad. La confluencia de la disponibilidad de productos de la biodiversidad locales y una demanda creciente de esos productos en los mercados del mundo, ofrecen oportunidades potenciales, considerando además que la investigación sigue descubriendo recursos genéticos de utilidad económica.

² Plan Estratégico para la Diversidad Biológica 2011-2020.

II. EL PROYECTO

a. Antecedentes

En concordancia con la Estrategia Regional Andina de Biocomercio, formulada por los países andinos para fortalecer la capacidad regional de aprovechar las oportunidades que ofrece el biocomercio entre los años 2004 y 2007, la Corporación Andina de Fomento (CAF) aunó esfuerzos con la Secretaria General de la Comunidad Andina de Naciones (SGCAN), el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), los Ministerios de Medio Ambiente y los Programas Nacionales de Biocomercio de Colombia, Ecuador y Perú para desarrollar el proyecto “Negocios basados en la biodiversidad en la región andina”. Las recomendaciones que surgieron de dicha intervención sirvieron de base para que se formule el proyecto “Suministro de financiación para negocios de la biodiversidad y apoyo a actividades de creación de mercados en la Región Andina” (en adelante Proyecto Biocomercio Andino), que contempló la participación de Colombia, Ecuador y Perú y para cuya implementación se gestionaron recursos ante el GEF que fueron aprobados el 2009.

Los gobiernos de los tres países han promulgado diferentes políticas vinculadas al Biocomercio y su aplicación ha sido encargada a las instituciones vinculadas con el tema. En el caso del Perú, los esfuerzos se han realizado en el marco de la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica y del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio, que en sus inicios estuvo bajo las competencias de la Comisión de Promoción de las Exportaciones y a partir del 2005 de la Comisión Nacional de Biocomercio. La Comisión Nacional de Biocomercio está integrada por el Ministerio del Ambiente (MINAM), la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), el Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA), el Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Ministerio de la Producción, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana y la Asociación de Exportadores (ADEX).

En el Perú el proyecto es financiado por GEF, CAF, UNEP y el PNUMA y ejecutado en el marco del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio por PROMPERÚ, en alianza con el MINAM. El PNUMA es la agencia encargada de la implementación del proyecto y cumple la función de apoyar el diseño, la ejecución y la evaluación del mismo, incluyendo los lineamientos de elegibilidad y seguimiento. El PNUMA integra el Comité de Dirección del proyecto.

En el marco del Programa Andino de Fomento creado el año 2000 durante la Cumbre Mundial en Johannesburgo, por iniciativa de la CAF en cooperación con la UNCTAD y GEF se brinda apoyo al fortalecimiento de las oficinas nacionales de biocomercio, con el propósito de que faciliten la generación de negocios sostenibles a través de empresarios y comunidades locales en los países andinos. En el caso del proyecto, las oficinas nacionales de biocomercio participaron en su formulación y los programas nacionales de biocomercio contribuyeron a lograr que se consolide la cooperación de una gama amplia de agencias participantes.

Para la formulación del proyecto se tomó en consideración los aprendizajes de otras experiencias.³ Una de ellas fue el proyecto “Gestión Participativa de Áreas Naturales Protegidas (GPAN)”, que fue considerado por la misión de evaluación del Banco Mundial como modelo que se debe repetir en otros países de la Región Andina y generó lecciones valiosas con respecto al apoyo a actividades de generación de ingresos en zonas de biodiversidad de importancia global. Dicho proyecto se basó en el modelo de gestión participativa con cuatro ejes: promoción de la participación, apoyo financiero del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado del Perú (SINANPE), realización continua de actividades de sostenibilidad y sensibilización pública sobre la conservación.

Se incluyó, además, el proyecto “Conservación in situ de cultivos nativos y sus parientes silvestres”, cuya finalidad es la preservación de la biodiversidad en Perú y es uno de los centros más importantes de diversidad genética en sistemas agrícolas. Se consideró que en este tipo de sistemas existen oportunidades para iniciativas de biocomercio y que la coordinación con éstos sería de utilidad para el proyecto.

Así mismo, se incluyó el proyecto “Conservación de la biodiversidad en el cultivo del café”, sector que podía tener influencia positiva en la protección de relictos de hábitats críticos, mediante la adopción de prácticas de producción que sean tanto rentables como ambientalmente seguras. El proyecto Conservación de biodiversidad en café consiste en la transformación de las prácticas productivas del sector cafetero, aumentando la demanda de café sostenible de parte del mercado. Rainforest Alliance es la organización encargada de apoyar la promoción del café ecológico en los mercados internacionales, generando beneficios para la conservación de la biodiversidad mediante la transformación de las prácticas productivas en fincas certificadas. El proyecto Conservación de la biodiversidad en café trabaja con gobiernos, empresas comercializadoras y organizaciones cafeteras en los mercados de productores y consumidores y viene trabajando en la formulación de propuestas de políticas de apoyo a la sostenibilidad, además de iniciativas vinculadas a apoyar las prácticas de la pequeña y mediana agricultura.

Finalmente, se examinó el Fondo EcoEmpresas orientado a contrarrestar las amenazas a la conservación de la biodiversidad en América Latina y el Caribe, por medio de inversiones en iniciativas que protejan los recursos naturales. En el Perú, conjuntamente con Conservation International y Ecologic Finance, el Fondo cofinancia la Rainforest Expeditions Company, que es un modelo de proyecto de ecoturismo que ofrece hospedaje cómodo y de bajo impacto en el Amazonas peruano. En razón a lo cual, el Proyecto Biocomercio Andino incluyó esta iniciativa como base de información y como historia de éxito de un negocio de la biodiversidad que se podría complementar con incentivos tributarios para los productores de biocomercio.

b. Propósito y objetivos del proyecto

Propósito

El propósito del proyecto es “establecer una estrategia para lograr la conservación y uso sostenible de la biodiversidad de la Región Andina, mediante la implementación de iniciativas que promuevan el biocomercio”, entendidas éstas como el conjunto de actividades de recolección y/o producción, procesamiento y comercialización de

³ Se presenta una síntesis de los proyectos que fueron examinados durante la elaboración del PRODOC.

bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica dentro de los siguientes parámetros:

- **Ambientales:** utilización de la biodiversidad nativa o naturalizada, de por lo menos 200 años, que provenga de tipos de recolección, producción u otros métodos amigables con el ambiente, permitiendo la conservación de la biodiversidad y la eficiencia del ecosistema. Debe existir, además, información biológica del recurso de la especie y no ser organismos genéticamente modificados.
- **Económicos:** productos que cuenten con potencial de ser comercializados y/o exportados, con un mayor valor agregado que en su estado natural. Los sectores involucrados deben contar con capacidad productiva organizada o con potencial en el corto plazo y debe existir un grupo significativo de empresas de cada sector así como instituciones públicas y empresas privadas locales para apoyar el desarrollo de la producción.
- **Sociales:** se refiere al potencial para vincular a las comunidades en la cadena productiva, con el fin de generar un importante impacto social (desarrollo comunitario, indígena y campesino) y beneficios indirectos adicionales, así como un impacto ambiental positivo en zonas estratégicas del país.

Objetivo General

El Objetivo General del proyecto es “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”. En el marco de acuerdos tomados por los programas nacionales de biocomercio de la región, la CAF, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la SGCAN, las empresas y organizaciones deben cumplir los siguientes 7 Principios y Criterios (PyC) para el desarrollo del biocomercio:

1. Conservación de la biodiversidad
2. Uso sostenible de la biodiversidad
3. Distribución justa y equitativa de beneficios resultantes del aprovechamiento de la biodiversidad
4. Sostenibilidad socioeconómica (de gestión, producción y de mercado)
5. Cumplimiento de la legislación y de los acuerdos nacionales e internacionales
6. Respeto por los derechos de los actores que participan en actividades de biocomercio
7. Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y el conocimiento

Objetivos Específicos

El proyecto tiene seis objetivos específicos:

- (i) Facilitar la formulación y racionalización de políticas favorables al biocomercio
- (ii) Aumentar el acceso de productos de la biodiversidad a mercados que premien la extracción y la producción sostenibles
- (iii) Fortalecer las competencias empresariales en el contexto de las cadenas de valor de productos de la biodiversidad y fomentar el conocimiento sobre el biocomercio
- (iv) Mejorar la obtención de información sobre los productos y mercados de biocomercio más importantes, así como el acceso a esa información
- (v) Apalancar recursos financieros de tal manera de enfocarlos a iniciativas de biocomercio
- (vi) Apoyar proyectos piloto de biocomercio para la conservación de la biodiversidad

c. Componentes, Resultados y Actividades

El Proyecto fomenta el desarrollo de acciones en seis componentes, que guardan correspondencia con los objetivos específicos señalados.

1. Fortalecimiento de las políticas
2. Acceso a mercados
3. Creación de competencias
4. Información sobre producto y mercados
5. Apalancamiento de recursos financieros para iniciativas de biocomercio
6. Proyectos piloto para negocios de la biodiversidad

Este acápite presenta los resultados esperados por el proyecto y las actividades que se consideró desarrollar en cada componente.

- Componente 1: Fortalecimiento de las políticas

Este componente se ha orientado a la revisión y ajuste del marco político y legal del sector biocomercio, con la finalidad de llenar los vacíos legales existentes para la aplicación del marco regulatorio nacional en beneficio de la conservación de la diversidad biológica del país, así como facilitar la construcción de un sistema administrativo para la regulación de la biotecnología moderna. Este componente incluyó dos resultados esperados: Resolver las deficiencias legales que persisten en el sector de biocomercio y eliminar las inconsistencias en la reglamentación del biocomercio.

Para el logro del componente 1 se previó desarrollar las siguientes actividades:

1. Programas de capacitación en políticas y marcos legales relacionados con el biocomercio
2. Propuestas nacionales revisadas respecto del marco institucional y legal sobre biocomercio
3. Propuestas de mayor concertación de normas y salvaguardas entre países participantes

- Componente 2: Acceso a mercados

Su propósito ha sido generar las condiciones para lograr el acceso efectivo al mercado de productos del biocomercio andino o de bienes y servicios derivados de la

biodiversidad nativa. En esta perspectiva, el resultado esperado es el aumento del acceso de los productos de biocomercio andino a los mercados.

Para su logro se consideró desarrollar diversas actividades y productos:

1. Investigación de mercados y estudios de mercado/producto.
2. Capacitación e investigación piloto sobre las categorías seleccionadas de productos.
3. Planes pilotos de gestión para las categorías seleccionadas de productos.
4. Programa piloto de estrategias de promoción para los productos seleccionados
5. Programas para fortalecer las normas de calidad y la logística locales.

- Componente 3: Creación de competencias

Este componente ha buscado crear competencias empresariales y estimular el conocimiento sobre biocomercio en el ámbito local. Para ello se previó realizar programas de capacitación y apoyar la formulación de planes de negocio y gestión empresarial, mediante las siguientes acciones y productos:

1. Normas de programas de incubación para iniciativas de biocomercio.
2. Capacitación en aspectos de desarrollo y administración de iniciativas de biocomercio.
3. Programas piloto de incubación para fines de demostración.
4. Fomento del concepto de biocomercio entre productores y consumidores.

- Componente 4: Información sobre productos y mercado

Su propósito ha sido generar información sobre productos y mercados de la biodiversidad y ponerla a disposición de productores y empresarios. Para ello se consideró desarrollar una estrategia para mejorar la información sobre productos y mercados en el ámbito nacional y regional, utilizando medios de divulgación virtuales y convencionales. Los productos previstos para este componente han sido:

1. Redes y sistemas de información sobre mercados para productos de la biodiversidad.
2. Información sobre productos y mercados para ser difundida por medios electrónicos y convencionales.
3. Información para elaborar el perfil de sectores prioritarios.

- Componente 5: Apalancamiento de recursos financieros para iniciativas de biocomercio

El proyecto ha procurado contribuir al aumento del acceso a la financiación para iniciativas de biocomercio. Para cuyo logro se previó realizar actividades destinadas a lograr el apalancamiento de recursos financieros para el sector, identificando mecanismos y fuentes que debían ser adaptados al marco regulatorio de las iniciativas de biocomercio, además de acciones de capacitación y sensibilización del sector. Las acciones y productos previstos para este componente fueron:

1. Adaptación de instrumentos financieros que se dirigen a iniciativas de biocomercio.
2. Actividades de capacitación para actores clave del sector financiero sobre riesgos y oportunidades de negocios en biocomercio.

3. Actividades de capacitación sobre servicios e instrumentos financieros para iniciativas de biocomercio.

- Componente 6: Proyectos piloto para negocios de la biodiversidad

El proyecto previó que como mínimo 16,184 Has. de producción de biocomercio se acogerían a los principios del uso de hábitat con el menor impacto posible, mediante el apoyo a proyectos piloto identificados, seleccionados, gestionados y evaluados en cadenas principales de valor de biocomercio.⁴

Los productos previstos para este componente fueron:

1. Definición de normas y pautas para el proceso de selección de los proyectos piloto.
2. Acuerdos de planes de gestión de negocios.
3. Oferta de asistencia de incubación a iniciativas de biocomercio.

d. Estrategia de intervención y riesgos

El proyecto ha aplicado un enfoque de dos frentes. El primero de fortalecimiento de políticas e instituciones que comprendió la congruencia de políticas, el desarrollo organizacional, la creación de competencias, la investigación de mercados y el acceso a la información. Las actividades de fortalecimiento de políticas e instituciones se han considerado como una inversión que permite a largo plazo cosechar beneficios duraderos por medio del mejoramiento de las condiciones ambientales.

El segundo frente es el de desarrollo de capacidades y apoyo financiero a iniciativas piloto. En su diseño inicial se consideró el aporte por medio de líneas de microcrédito y que las empresas apalancaran recursos financieros adicionales. Considerando que las líneas de microcrédito beneficiarían a las PYME del país receptor, esas líneas estuvieron condicionadas a generar una vinculación de recursos de contrapartida en una proporción de 1:1 que estaría cargo del país receptor.

Con relación a este segundo frente, cabe señalar que en Perú el proyecto optó por brindar apoyo económico a las empresas mediante tres modalidades: a) la contratación de especialistas para apoyar la elaboración de planes de bionegocio para las empresas beneficiaria, b) contratación de servicios de consultoría especializados para desarrollar los servicios y productos que cada empresa identificó como necesarias para su desarrollo con perspectiva de atender los PyC del biocomercio, y c) invitación a ferias que favorezcan su acceso a mercados. Ello porque, a diferencia de Colombia y Ecuador, la unidad ejecutora es una institución pública y no opera como banca.

Como ejemplos de contratación de servicios técnicos se puede mencionar la asistencia técnica para la obtención de certificaciones, la realización de estudios de suelos con fines de microzonificación que solicitó la Cooperativa Coopain Cabana, localizada en Puno, el diseño de una página web bilingüe para la Cooperativa Agrovas.

Sin embargo, cabe anotar que este apoyo es a “demanda” de cada empresa, en función de sus planes de trabajo, y tomando en cuenta que el proyecto ha apoyado a 65 empresas, representa un esfuerzo de gestión (toma de decisiones y monitoreo)

⁴ Fuente: PRODOC, marco lógico. Meta considerada para el conjunto de los tres países.

que encuentra no pocas dificultades en los procesos administrativos estatales. Para asumir este desafío el proyecto tuvo que contratar a un equipo de siete profesionales que se dediquen al monitoreo de los avances de las empresas y de los procesos de contratación de PromPerú asociados a sus iniciativas.

De otro lado, el proyecto ha buscado complementar los esfuerzos de orden nacional fortaleciendo aquellos sectores en los cuales el aprovechamiento de la biodiversidad constituye una característica importante del proceso de producción y, por consiguiente, donde los actores participantes tienen intereses directos en la preservación de la biodiversidad a través del aprovechamiento sostenible. Así, el proyecto ha buscado apoyar la consolidación de iniciativas de biocomercio en los países participantes. Para generar los impactos previstos el proyecto no asumió un enfoque basado en las especies, sino un enfoque basado en el ecosistema. Por lo tanto, circunscribió su apoyo a iniciativas de biocomercio localizadas en áreas de elevado valor de biodiversidad, corredor y relicto de bosques nativos protegidos donde el concepto de biocomercio pueda funcionar como un estándar de certificación y medida de salvaguardia con principios claramente definidos.

Desde la perspectiva de la biodiversidad, el proyecto se encaminó a lograr que las prácticas de extracción y de aprovechamiento de los recursos sean compatibles con la conservación a largo plazo de los hábitats que son importantes para la biodiversidad de significación global. A la vez, procuró que la conservación de los hábitats pueda garantizar que los sectores productivos cumplan a cabalidad con las normas de la iniciativa del biocomercio; es decir, que cuenten con protocolos de seguimiento y verificación del impacto mínimo sobre el hábitat y evalúen el éxito de los negocios de la biodiversidad en la región y los indicadores de niveles de biodiversidad.

En este marco los países participantes fijaron un orden de prioridades de sectores y líneas de negocio con la finalidad de evidenciar los primeros impactos de la intervención, en base a los proyectos piloto que se previó apoyar y de los cuales se pudiesen extraer lecciones de aprendizaje para fomentar a mayor escala la consolidación de apoyos futuros, para un espectro más amplio de cadenas de valor.

El proyecto previó capacitar a los actores, a través de las cadenas de valor de biocomercio, en el emprendimiento de actividades comerciales de bienes y servicios procedentes de la biodiversidad (y, por consiguiente, dependientes de ella), buscando su eficacia mediante la aplicación de otros componentes del proyecto y en conformidad con los principios y criterios (PyC) del biocomercio en el contexto de las cadenas de valor.

Finalmente, durante la fase preparatoria del proyecto se examinaron los riesgos que se podrían enfrentar para el logro de los objetivos. Del análisis de la situación se tuvo en cuenta los que podían ser resueltos por el proyecto y sus asociados principales. Sin embargo, fueron identificados también algunos aspectos que sí representaban riesgos, aunque se clasificaron como relativamente bajos, lo cual conllevó a considerar que el proyecto tenía una elevada probabilidad de sostenibilidad.

La tabla siguiente detalla los riesgos que fueron considerados para el logro de los objetivos del proyecto y las medidas de atenuación que fueron comprendidas:

Riesgos y medidas de atenuación contempladas por el proyecto

Riesgo	Nivel de Riesgo	Medida de atenuación
Inestabilidad política y económica, diferencias entre los Gobiernos de la región por la ejecución de las políticas	Mediano	Trabajar con los actores clave de las diferentes carteras sobre los beneficios que conlleva la aplicación de políticas a largo plazo para fomentar el biocomercio sostenible. Los programas nacionales de biocomercio han abordado la situación afincando el proyecto en las prioridades de las agendas nacionales y mediante la ejecución de programas.
Ausencia de interés a largo plazo de los beneficiarios	Bajo	Divulgación de nuevas oportunidades técnicas y económicas y capacitación en las mismas, las cuales surgirán de la ejecución del proyecto y, en particular, el desarrollo de actividades piloto que apliquen criterios de sostenibilidad ambiental y social. El proyecto se centrará en los productores locales e incorporará a comunidades para contrarrestar el riesgo de que se trate.
Oposición a proyectos de biocomercio	Mediano (pero local)	Actividades de capacitación y documentos informativos sobre el equilibrio que significan los proyectos de biocomercio para el desarrollo y para la sostenibilidad ambiental, social y económica. Se utilizarán las experiencias de proyectos piloto para difundir de manera demostrativa los beneficios del biocomercio, con impactos en el corto plazo.
Suministro irregular de insumos	Mediano	El proyecto utilizará el enfoque de la cadena de valor, el cual fomenta asociaciones estrechas entre partes diferentes de la cadena de abastecimiento. Asimismo, son objeto de pronta atención en el modelo de cadena de valor los problemas de escala temporal y costos de producción, con miras a aumentar la competitividad de la empresa de que se trate.
Adopción lenta de estándares superiores de calidad y de niveles mayores de volumen de producto	Mediano	El proyecto cuenta con un fondo relativamente grande de empresas potenciales a las cuales está en capacidad de brindar apoyo y se concentrará en las más capaces de adoptar estándares más elevados de calidad y mayores volúmenes de producto. El proyecto implementará acciones de creación de competencias en todos los niveles de la cadena de valor.
Capacidad financiera limitada	Mediano	En el proyecto se incluye acciones a corto, mediano y largo plazo para trabajar con el sector financiero y colaborar en la fijación de precios de la concesión de préstamos, hecho que se considera un obstáculo al acceso a las líneas crediticias.
Cambio climático amenaza la supervivencia de las especies y aumenta los costos de acceso	Mediano	Como parte de las actividades de divulgación de información y creación de competencias, se suministrará información a los proyectos piloto sobre el cambio climático y sus impactos en el biocomercio.
Bajo impacto sobre la conservación proveniente	Mediano	El proyecto hará seguimiento al cumplimiento de los principios del biocomercio para brindar su

de las actividades del proyecto		apoyo. Los principios del biocomercio actuarán como medidas de salvaguarda.
---------------------------------	--	---

f. **Ámbito de intervención**

De acuerdo al informe del proyecto “Negocios basados en la biodiversidad en la región andina”, antecedente del presente proyecto, en el Perú se definieron los ámbitos prioritarios de intervención en base a criterios tales como que sean áreas geográficas con características apropiadas en biodiversidad, riqueza de conocimientos colectivos, confluencia de especies de biota promisoria y potencial eco-turístico. Para la determinación de las mismas se consideraron seis componentes que están relacionados con un ámbito geográfico: i) distribución de productos de flora y fauna silvestre con acogida en el mercado nacional e internacional, ii) agrobiodiversidad nativa y su principales núcleos, iii) centros de endemismo y diversidad biológica, iv) zocriaderos, v) áreas potenciales para el ecoturismo y vi) comunidades nativas.

Los criterios definidos están directamente relacionados con los productos naturales prioritarios para el biocomercio, su distribución geográfica, las actividades económicas preponderantes (ecoturismo y zocria), la diversidad biológica, las especies endémicas, la agrobiodiversidad nativa y el conocimiento ancestral de los pueblos andinos y amazónicos. De acuerdo con lo anterior, se utilizó un proceso lógico para el desarrollo del estudio que consistió en determinar las áreas de distribución para productos prioritarios, y seleccionar y filtrar las áreas geográficas ajustándolas a la distribución de las zonas de vida del mapa ecológico y unidades forestales del Perú.

Este proceso incluyó además otras acciones. Una de ellas fue la corrección de las fuentes de información procedentes de datos estadísticos que indicaban una zona de vida diferente a lo reportado por la literatura especializada y que, generalmente, correspondían a centros urbanos de acopio. También, fue necesario superponer las distribuciones de cada especie prioritaria utilizando la teoría de conjuntos. Finalmente, esta información se traslapó con otros criterios tales como el endemismo, microgenocentros, ecoturismo y especies promisorias o prioritarias. Finalmente, se analizó el nivel de confluencia de criterios en las zonas para determinar los núcleos más importantes, que se consideraron como núcleos finales.

Al usar metodologías SIG, todas las distribuciones se traslaparon siguiendo un orden jerárquico para obtener finalmente diez núcleos o áreas prioritarias para el desarrollo del biocomercio en el Perú: 1) Costa y andes del norte, 2) Ancash, 3) Lima–Ica, 4) Arequipa, 5) Selva Norte de Ucayali, 6) Eje Andino del Cusco, 7) Eje Andino del Collao, 8) San Martín Norte, 9) Amazonas y 10) Puerta Interoceánica del Sur.

III. RESULTADOS DEL PROYECTO

En este capítulo se detallan los principales impactos logrados en cada componente del proyecto y se examinan sus principales indicadores. Previamente, se especifican las acciones que se han desarrollado y la situación de línea de base.

a. Fortalecimiento de políticas

En este componente se ha dado prioridad a:

- Acciones de capacitación en biocomercio para iniciativas comerciales, que se desarrollaron en Lima, Huancayo, Piura y Cusco. El MINAM ha capacitado a 78 funcionarios del sector público, alcanzándose el 78% de la meta prevista.⁵ Los cursos brindados han tenido 2 días de duración y se ha entregado un manual para que los gobiernos regionales orienten sus acciones hacia el biocomercio.
- Se ha capacitado a 165 personas representantes del sector privado.
- Apoyo a la ejecución de las líneas estratégicas de la Comisión Nacional de Biocomercio, que fue establecida en el 2004 y formalizada el 2010.
- Realización de 4 estudios técnicos relacionados a barreras arancelarias y no arancelarias y otras pertinentes al biocomercio (133% de la meta prevista), entre los que se puede mencionar: a) Análisis de la compensación económica de la ley 27811 y b) Barreras burocráticas para productos naturales y suplementos nutricionales.

La situación de línea de base y los principales impactos logrados en el componente 1 son:

Línea de base	Impacto
El limitado conocimiento de las políticas y marcos legales relacionados con el biocomercio, incrementa el impacto negativo ambiental y social, perjudicando las especies nativas.	Representantes del sector público tienen un mayor conocimiento respecto al biocomercio, y facilitan el ingreso de productos hacia nuevos y competitivos mercados. Representantes del sector privado tienen mayor conocimiento respecto al biocomercio, y demuestran mayor interés en el tema.
Carencia de marco institucional para la promoción del Biocomercio.	Participación en la Comisión Nacional de Biocomercio. A esta Comisión le compete la

⁵ Informe de ejecución del proyecto a junio 2014. Cabe mencionar que, de acuerdo a las entrevistas realizadas en el MINAM, dicha entidad ha elaborado un manual de capacitación para gobiernos regionales y un módulo de capacitación como parte de las actividades que tenía planificadas. Los talleres de capacitación brindados para funcionarios que se reportan como parte de este componente del proyecto, se consideran como contrapartida.

	aprobación del Plan Operativo Anual del Programa Nacional Biocomercio en el Perú y velar por el cumplimiento de las actividades programadas.
Las empresas de biocomercio perciben que existen muchas limitaciones legales para que su acceso al mercado sea exitoso. Muchas de éstas buscan virar hacia otros modelos de gestión donde las limitaciones sean menores y los procesos sean más claros.	Se cuenta con fundamentos técnicos para hacer frente a determinadas barreras legales, como la Ley No 27811, y otras, que afectan al sector de productos naturales para la industria de alimentos.

En términos generales, con este componente se ha contribuido a ampliar los conocimientos de quienes tienen a cargo discernir sobre las políticas y normas que rigen las actividades sectoriales destinadas a conservar y usar sosteniblemente la biodiversidad. Diferentes estudios señalan que la tendencia de la problemática jurídico-legal tiene como base la poca comprensión de parte de las autoridades sobre el tema de biocomercio (conceptos, principios y criterios). Esta circunstancia crea incertidumbre en los usuarios y las autoridades y, de otro lado, el desconocimiento de contenidos y la poca claridad en su aplicación deviene en conflictos de competencia entre autoridades (a nivel local y nacional), además de generar conflictos normativos por la contraposición de contenidos.

Sin embargo, más allá de contribuir a mejorar el conocimiento jurídico-legal del biocomercio, los productos de este componente han impactado a favor de llenar vacíos legales o de no regulación que lleva a escenarios de i) inseguridad jurídica, informalidad e ilegalidad, ii) inaplicación o aplicación parcial o errónea del ordenamiento normativo, iii) poca capacidad de desplegar el aparato gubernamental para hacer frente a situaciones no contempladas o contempladas parcialmente por dicho ordenamiento, incurriendo en la interpretación subjetiva de criterios por parte de autoridades y usuarios.

b. Acceso a mercados

En este componente se han realizado acciones de asistencia técnica para el desarrollo de productos y su presentación en plataformas comerciales:

- Participación de empresas en plataformas locales como Perunatura, Mistura, Expoamazónica, Surexporta, Supplside west, SIAL y Biofach.
- Asistencia técnica a empresas como Ultimate Voyages, Inkaterra Asociación, Parque de la Papa, entre otras.
- Se ha facilitado el intercambio de información entre la investigación privada y pública para coadyuvar al desarrollo de nuevos productos competitivos. La meta fue desarrollar seis productos a partir de la investigación, habiéndose logrado desarrollar siete, entre los que destacan Muccha Chocolates de Candela, mantequilla de castaña de Shiwi y Quinoa Power de Dinamika Business.

La situación de línea de base y los principales impactos logrados en el componente 2 son:

Línea de base	Impacto
La producción de Sacha Inchi y de Granos Andinos se realiza sin ningún estándar, lo que dificulta su acceso a los mercados	Se cuenta con normas técnicas de Sacha Inchi y Granos Andinos. Las empresas que se acogen voluntariamente a éstas cuentan con insumos que las hace competitivas en mercados internacionales específicos
Empresas de biocomercio evidencian restricciones para acceso a mercados especializados	Empresas de biocomercio comercializan productos que cumplen criterios mínimos, tales como: no generar perjuicio en la salud, controlar el impacto ambiental negativo y permitir la distribución equitativa de beneficios. Los estándares y certificaciones permiten que las empresas puedan comercializar los productos a un precio mayor en mercados especializados. Entre el 2011 y el 2013, los proyectos piloto reportaron un aumento en ventas del 29% 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%.
Empresas de biocomercio tienen limitado acceso a plataformas especializadas	Empresas de biocomercio acceden a plataformas internacionales y locales.
Divorcio entre el sector privado y el sector público limita el desarrollo de productos con alto valor agregado	Agenda de investigación e innovación en Biocomercio, permite orientar a los actores involucrados en el sector respecto a temas de I+d+i, buscando desarrollar productos de alta calidad. Esta agenda fue realizada por el Grupo de Innovación e Investigación de la Comisión Nacional de Biocomercio.

En este componente se ha propiciado impactos favorables sobre la probabilidad de aumentar el acceso a los mercados de exportación para los productos locales. De manera específica, se ha influido para obtener las certificaciones necesarias y los estándares de calidad requeridos para que productos y servicios accedan al mercado y satisfagan las exigencias del consumidor. Al 2014, de un total de 65 empresas apoyadas por el proyecto, 18 se encuentran en procesos de implementación para obtener certificaciones (Orgánica y Fair trade) que les permitirán acceder a mercados

especializados y 14 empresas se encuentran implementando certificaciones de calidad.

El apoyo a la certificación ha generado un mayor dinamismo en las empresas y cooperativas y está redundando en incrementos de su producción. En el caso de las cooperativas, nuevos productores muestran interés por venderles su producción.

*“El proyecto ha sido de gran ayuda por la certificación que nos ha permitido obtener, nos apoyaron con S/.26000 y la cooperativa puso S/. 8,400. Nos dio **inyección de capital** y ahora ya tenemos más compradores internacionales porque la quinua está certificada. El 2013 exportamos 500 toneladas, el 2014 subimos a 560 toneladas a pesar de los problemas climáticos que desanimaron a algunos los productores de incrementar su inversión. El proyecto nos ha apoyado para caminar bien...” (Calixto Huamán. Cooperativa Coopain. Distrito de Cabana-Provincia de San Ramón-Puno)*



Ingenieros de la Cooperativa Coopain-Cabana, productora de quinua orgánica. Puno.

Otro ejemplo del impacto del proyecto mediante el apoyo a la certificación de cultivos orgánicos es el acceso a nuevas empresas exportadoras, tal como relata el Gerente de la Cooperativa Mateo Pumacahua:

“Nos acaban de llamar de INDACO, empresa exportadora de productos terminados de cacao, nos han llamado porque ya tenemos la certificación. INDACO trabaja con la central de cooperativas COCLA, de la que formábamos parte, pero nos han llamado directamente porque COCLA está en una crisis

financiera” (Walter Delgado, Gerente General de la Cooperativa Mateo Pumacahua, Quillabamba-Cusco).

La empresa Aicacolor, localizada en la Provincia de Quillabamba- Cusco, especializada en comercialización de achiote desde el 2002, señala que no contaba con certificación por el elevado costo que significa contratar a empresas certificadoras, que están localizadas en Lima y cuyo costo de sus servicios se incrementan por el gasto de transporte y alojamiento de los consultores. En su experiencia, al contar con certificación se les abre la posibilidad de planificar el desarrollo de nuevos productos con valor agregado.

“Con la certificación se abren puertas para solicitar apoyo a otras instituciones y generar nuevos productos, por ejemplo, aceite de achiote, muy valorado por su contenido vitamínico según recientes estudios, vamos a pedir asistencia técnica las SINCIT para este tema” (Margarita Arriola, Gerenta de Producción de Aicacolor, Quillabamba-Cusco).

Asimismo, el proyecto ha apoyado la participación en ferias financiando una parte de la inversión en esta actividad. Cabe señalar, además, que ha fomentado que las cooperativas accedan a participar en ferias, a cuales por lo general acuden sólo empresas. De otro lado, aquellas empresas y cooperativas que no pueden aún acceder a plataformas internacionales han recibido apoyo del proyecto para participar en plataformas locales como Perunatura y Mistura.

Un ejemplo del impacto de la participación de empresas y cooperativas en ferias es el incremento de hectáreas destinadas a la producción de quinua orgánica que ha logrado la empresa Avendaño Trading, localizada en Puno, que pasó de contar con 300 hectáreas el 2012, a 500 en el 2013 y 700 en el 2014.⁶ Ello porque se han ido incorporando nuevas comunidades que prefieren vender su producto a la empresa en razón de que están obteniendo S/.100 soles por arroba de quinua orgánica mientras que anteriormente obtenían en promedio S/.75 soles por arroba de quinua convencional.

Como resultado de ello, sus ingresos por la campaña del 2014 han sido de S/.10,000 y el costo de producción S/.1,000.⁷ El impacto en sus ingresos será mayor desde el 2015 debido a que cuando firmaron el convenio con la empresa Avendaño Trading sólo dedicaban la mitad de su extensión de tierra al sembrío de quinua. Para el 2015 proyectan dedicar todo su terreno a este cultivo. La costumbre era dedicar la mitad de sus hectáreas a otros productos, principalmente papa, pero además de que este cultivo insume un mayor trabajo desde la etapa pre-cosecha, lo que la quinua no requiere, por kilo de papa obtienen únicamente S/.1 sol.

⁶ Entrevista a técnicos de la planta de producción situada en la Provincia de Yunguyo-Puno.

⁷ El clima de Puno no permite dos campañas al año.



Productores y productoras de quinua orgánica, Provincia de Yunguyo, Puno.

Cabe señalar que para la conversión de los productores en productores de quinua orgánica la empresa Avendaño Trading les brinda capacitación, con sesiones teórico-prácticas mensuales que están a cargo del equipo técnico que labora en su planta de producción en Yunguyo, Región Puno. Además, para no incidir negativamente en su seguridad alimentaria fomenta que reserven parte de su cosecha para autoconsumo y les proporciona recetas para que diversifiquen su dieta en base a diversas alternativas de preparación de dicho grano nativo.

c. Creación de competencias

Este componente se ha orientado a la formación de capacidades empresariales y difusión del concepto de Biocomercio, mediante:

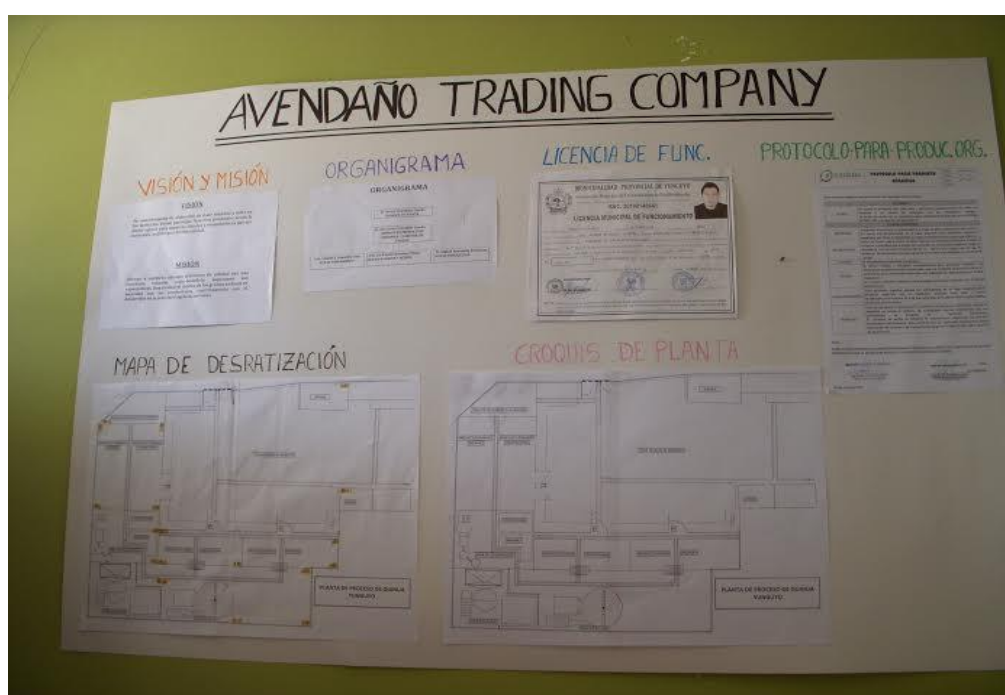
- Foro “Biocomercio como modelo sostenible de negocio e inclusión social”
- Capacitación mediante el sistema de Ruta Exportadora, establecido por Promperú.
- Asistencia técnica para el desarrollo de planes de bionegocios.

La situación de línea de base y los principales impactos logrados en el componente 3 son:

Línea de base	Impacto
Empresas de biocomercio presentan debilidades en desarrollo empresarial	Mediante el sistema de Ruta Exportadora 34 empresas han fortalecido sus capacidades empresariales, habiendo sido la meta fortalecer a 30 empresas.
Empresas carecen de herramientas que faciliten la planificación estratégica	El total de los proyectos piloto (65) cuenta con un Plan de bionegocios, que fue utilizado para definir sus planes de trabajo en incremento de

	PyC, habiendo sido la meta de 20 iniciativas piloto.
	Manual de bionegocios actualizado, disponible en la web del proyecto

Estas acciones han propiciado impactos favorables en las capacidades organizacionales de los grupos de productores que desarrollan proyectos piloto en el marco del Proyecto Biocomercio Andino, puesto que en la actualidad cuentan con herramientas como plan y manual de bionegocios además de haber accedido a capacitaciones en temas administrativos, de planeamiento estratégico y gestión empresarial.



Mural de presentación de la planta de producción de la empresa Avendaño Trading. Incluye un protocolo para la producción orgánica.

El aporte del proyecto al desarrollo de herramientas de gestión es muy apreciado por las empresas y cooperativas entrevistadas. Por ejemplo, la empresa Aicacolor, creada hace más de una década y que cuenta con líneas de crédito en el sistema bancario y elevados niveles de exportación de achiote, señala que no contaba con un plan de negocios y que su elaboración, con la asistencia técnica del proyecto, ha sido una experiencia de aprendizaje muy importante.

“Ese proceso nos sirvió para ver nuestras debilidades y cambiar la perspectiva de cómo llevar adelante la planta” (Margarita Arriola, Gerente de Producción de la empresa Aicacolor, Quillabamba)

Además, algunos de los proyectos pilotos apoyados son parte de la Ruta Exportadora, habiendo recibido el Curso de Inducción de Comercio Exterior, el curso Crea tu Web y capacitación en imagen corporativa.

d. Información sobre productos y mercado

Este componente ha priorizado actividades que favorecen un acceso más eficiente a la información de mercados, factor crucial en las decisiones comerciales y en el desarrollo de estrategias. Entre éstas destacan:

- Página web del proyecto Biocomercio Andino y su actualización con estudios, reportes, foto y videos.
- Estrategia de comunicación del proyecto, que será utilizada como base para desarrollar la estrategia del Programa Nacional de Biocomercio.

La situación de línea de base y los principales impactos logrados en el componente 4 son:

Línea de base	Impacto
El Biocomercio es un modelo de desarrollo poco difundido y entendido	Ha sido aprobada la estrategia de comunicación del proyecto Biocomercio Andino y temas afines, que incluye realización y difusión de publicaciones, videos y brochures. Se han desarrollado 8 mecanismos de distribución de información, habiéndose previsto inicialmente sólo dos. El número de usuarios de los sistemas de información es de 189,982, habiendo sido la meta 21,000.
Información básica y desactualizada de las cadenas de valor priorizadas	Mayor conocimiento de las cadenas de valor priorizadas por la Unidad Ejecutora y sus socios, a través de estudios o perfiles sectoriales. Se han realizado seis análisis sectoriales, habiendo sido la meta tres.

Estos productos han fomentado impactos favorables en la ampliación de conocimientos de los actores de las cadenas de valor, respecto a los productos y a los mercados del Biocomercio. De manera específica, se trata de información relativa a tendencias de mercado, perfil de sectores prioritarios y cadenas de valor.

e. Apalancamiento de recursos financieros para iniciativas de biocomercio

En este componente se consideró realizar actividades destinadas a lograr el apalancamiento de recursos financieros para el sector, identificando mecanismos y fuentes que debían ser adaptados al marco regulatorio de las iniciativas de biocomercio. Las principales acciones realizadas han sido:

- Capacitación de funcionarios financieros en Biocomercio, en Arequipa, Lima y Piura.
- Asistencia técnica a empresas para acceder a productos financieros.

La situación de línea de base y los principales impactos logrados en el componente 5 son:

Línea de base	Impacto
Las instituciones financieras no ofrecen productos que de manera específica respondan a los requerimientos de las empresas de Biocomercio. Por lo cual, estas empresas tienen dificultades para acceder a productos financieros.	56 representantes de instituciones financieras fueron capacitados y sensibilizados en temas de Biocomercio, habiendo sido la meta 50. Se ha diseñado un Kit de capacitación en Biocomercio, especialmente dirigido a funcionarios financieros.
Las empresas presentan grandes debilidades organizacionales. La data financiera es imprecisa y poco clara, lo cual dificulta el acceso a productos financieros	25 proyectos piloto de biocomercio accedieron a servicios financieros. La meta fue 40, habiéndose alcanzado el 63%, siendo éste el componente con menor % de logro.

En este componente se ha procurado incidir en la ampliación de conocimientos de los representantes de las instituciones financieras y de las empresas de biocomercio. Cabe señalar, sin embargo, que éste ha sido el componente que más desafíos planteó al proyecto. Por el lado del sector financiero tradicional (banqueros, inversionistas), porque éste carece de las capacidades técnicas y la experiencia para evaluar planes de negocios vinculados a la conservación de la biodiversidad y aplicar mecanismos específicos de financiación. En cuanto a las empresas de biocomercio, un gran número de ellas carece de experiencia en materia comercial y de finanzas; en gran medida, los empresarios son biólogos o especialistas forestales y también entre ellos hay representantes de las comunidades o grupos indígenas.

Algunas empresas han accedido a financiamiento bancario. Otras desistieron durante el proceso debido a las altas tasas de interés que les proponían las entidades financieras.

Las entrevistas efectuadas en las regiones de Puno y Cusco permitieron constatar que la situación de cada empresa y cooperativa con respecto a sus necesidades de acceso a financiamiento bancario es muy dispar. Por ejemplo Aicacolor, empresa exportadora de achiote, dispone de líneas de crédito con una tasa de interés menor a la que ofrece el sistema bancario a otras empresas, por su trayectoria crediticia. En la actualidad y a partir de que están obteniendo la certificación del cultivo de achiote orgánico con el

apoyo del proyecto, la empresa está evaluando solicitar financiamiento bancario para adquisición de equipos y ampliación del proceso productivo.



Margarita Arriola, Gerente General de Aicacolor, Marco Vargas, Jefe de Planta y David Jiménez, Jefe de control de calidad. Quillabamba, región Cusco.

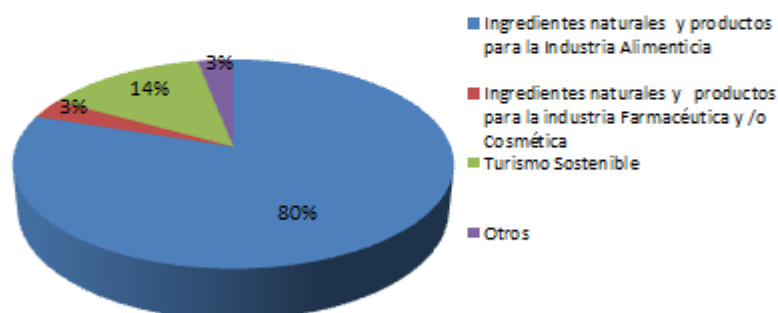
Asimismo, la cooperativa Maranura, que produce tabletas de cacao orgánico, está gestionando financiamiento con entidades internacionales. Al momento de la entrevista, estaba solicitando un crédito con IIG Capital LLC que les ofrece una tasa de interés de 4.5% mensual.

“La cooperativa Maranura es mediana, no es pequeña, por lo que nuestras necesidades de endeudamiento son por montos mayores a los que el proyecto está tratando de promover con los bancos. Tenemos ya experiencia crediticia con Agrobanco y el Banco Continental y ello nos permitirá negociar con bancos internacionales”. (Ludgardo Pimentel, Gerente de la cooperativa Maranura. Quillabamba-Cusco)

f. Proyectos piloto para negocios de la biodiversidad

En el marco de este componente se ha brindado apoyo a 65 empresas y cooperativas que dependen de la diversidad biológica 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).

Distribución por sectores



Fuente: Proyecto Biocomercio Andino

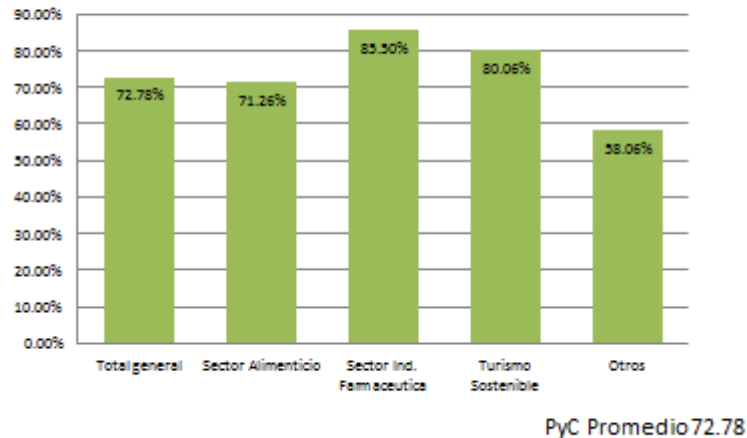
Cabe señalar que durante la formulación del proyecto se establecieron criterios de evaluación para las empresas que serían convocadas para constituirse en proyectos piloto, para recibir el acompañamiento y apoyo técnico del proyecto. La convocatoria se realizó a través de la página web de PromPerú, eventos en algunas regiones e invitación directa a empresas que habían sido apoyadas por otros proyectos. En este último caso, fueron realizadas por las oficinas regionales de PromPerú o directamente por el proyecto.

Las iniciativas que se han apoyado han sido evaluadas en Principios y Criterios de Biocomercio (PyC). Para ello se desarrollaron varios instrumentos, cada uno de los cuales perfeccionó al anterior. El instrumento inicialmente propuesto para la pre-selección de las empresas beneficiarias por el documento Sistema de Monitoreo del Proyecto y que fue elaborado durante la misión de formulación, era una ficha en Excel compleja y extensa. Posteriormente se elaboró un documento basado en la evaluación de dicho instrumento y el diagnóstico de empresas mediante visitas de campo, que estableció las bases para los criterios de selección y operacionalizó el concepto de biocomercio, otorgando una valoración mediante puntajes para las diferentes variables comprendidas en los PyC.

Seguidamente se elaboró una matriz de verificación de PyC, cuya limitación fue que se circunscribía al rubro de exportaciones y finalmente se desarrolló una matriz con apoyo del MINAM que incluye el rubro de comercialización en el mercado local y el tipo de actividad comercial. Este instrumento ha sido aprobado por la Comisión Nacional de Biocomercio como herramienta que será utilizada a nivel nacional para posteriores intervenciones.

Como muestra el siguiente gráfico, los niveles de cumplimiento de los PyC por las empresas seleccionadas en Perú, en los diferentes sectores, son elevados. Las iniciativas superan el 70% de cumplimiento en los sectores de industrias alimenticias e industria farmacéutica y cosmética y el 80% en turismo sostenible.

Calificación de PyC Biocomercio por sectores



Fuente: Proyecto Biocomercio Andino

El proyecto cuenta con un sistema y software de monitoreo con información de cada una de las empresas que apoya. El proyecto realiza dos mediciones del cumplimiento de los PyC, una al inicio como parte de la selección (fase de verificación de PyC) y una posterior que está prevista para el mes de noviembre del 2014.

La situación de línea de base y los principales impactos logrados en el componente 6 son los siguientes:

Línea de base	Impacto
Limitada oferta de empresas que implementen prácticas de sostenibilidad dentro de su modelo empresarial	Se cuenta con 65 Proyectos Piloto en 20 cadenas de valor, con 31,273 has de influencia directa (la meta fue 2,000 has) y 10,794 productores beneficiados directamente. ⁸
	Se han trabajado 6 documentos de Lineamientos para Implementación de Prácticas de Sostenibilidad, que buscan fortalecer la relación entre empresas y proveedores.

El proyecto ha logrado impactos favorables que se constatan tanto en la magnitud de superficie ocupada con proyectos de biocomercio que han sido beneficiados como en el número de empresas que han implementado prácticas de sostenibilidad en su

⁸ Documento sobre avance de los proyectos piloto. Estado de avance PIR 2014 por país.

modelo empresarial. Se ha logrado apoyar 31,273 hectáreas de influencia directa, mediante las empresas beneficiarias.

Estas empresas se consideran como proyectos piloto en la medida que se les brinda asesoría técnica y herramientas para que incrementen sus niveles de cumplimiento de los Principios y Criterios (PyC) de Biocomercio y porque representan un punto de entrada para fortalecer cadenas productivas atendiendo a la sostenibilidad ambiental, social y económica de las empresas.

Las empresas integran los PyC en sus planes de negocio y planes de trabajo. Para la implementación de los PyC se aplican seis herramientas:

- Acuerdos/Contratos de entendimiento
- Programas de capacitación
- Cálculo de costos de producción
- Trazabilidad: sistema interno de control
- Registro de proveedores
- Mapas de zonificación

Las empresas beneficiarias elaboran planes de trabajo en base a los cuales solicitan el apoyo del proyecto, mediante servicios de asistencia técnica. El tratamiento individualizado, por empresa, constituye una fortaleza del proyecto, en opinión de los entrevistados.

Las principales actividades realizadas por el proyecto en apoyo a las iniciativas piloto, de acuerdo a los tres componentes de sostenibilidad, son las siguientes:

Componente de sostenibilidad	Actividades genéricas	Sectores intervenidos				Total Pilotos
		# pilotos Industria Alimenticia	# pilotos Industria Farmacéutica y cosmética	# pilotos Turismo sostenible	# pilotos Otros sectores	
Sostenibilidad ambiental	Asistencia técnica (acompañamiento) para uso sostenible recursos	30	0	0	2	32
	Capacitaciones uso sostenible recursos (orgánico, Biocomercio, BPA)	11	1	1	1	14
	Implementación estándares/prácticas de sostenibilidad ambiental (Orgánica, certificación ambiental turística, mapas zonificación, etc)	32	1	3	0	36
Sostenibilidad social	Fortalecimiento de capacidades a empleados/proveedores (temas organizativos, administrativos, técnicos)	16	1	6	2	25
	Implementación estándares de sostenibilidad social (ej. comercio justo)	7	0	0	0	7
	Elaboración de políticas empresariales, código de ética	13	0	1	0	14
Sostenibilidad económica	Participación en plataformas comerciales	30	2	1	0	33
	Misiones comerciales/pasantías	2	1	3	0	6
	Acceso a financiamiento	1	0	0	0	1
	Desarrollo de nuevos productos/servicios	14	0	4	0	18
	Implementación sistemas de calidad/inocuidad (HACCP, BPM, SSOP, SQF, BRC, ISO)	24	2	0	0	26
	Obtención de otros certificados para valor agregado (Kosher, gluten free etc)	4	0	0	0	4
	Estudios de mercado	6	0	0	1	7
	Estrategias de marketing/comercial/ de ventas (desarrollo de marcas, imagen corporativa, empaques, web, publicidad)	32	1	6	2	41

La mayoría de empresas y cooperativas que fueron entrevistadas para el presente informe señala haber cumplido con los requisitos solicitados por PromPerú pero, sin embargo, las contrataciones no han sido aprobadas oportunamente. Estos retrasos en los procesos administrativos ocasiona dificultades con la contratación de los consultores que han convocado para que les provean asistencia técnica, para la capacitación a productores, certificaciones, estudios de suelos, entre otros.

A modo de ejemplo, la Cooperativa Agrovas, cuya planta de producción de maíz frito envasado está localizada en la Provincia de Calca-Cusco, ha recibido sólo la conformidad para una contratación (elaboración de su página web bilingüe), de un total de 18 que han sido aprobadas por el proyecto.

“El proyecto es muy bueno pero ya va a terminar y aún no comenzamos con las actividades, por ejemplo, teníamos organizada la capacitación a los productores pero ahora tenemos que reprogramarla” (Yolanda Jiménez, Gerente General)

Este es un caso singular, por el volumen del aporte ofrecido por el proyecto. En el caso de otras empresas y cooperativas, están aún pendientes de iniciarse entre 1 y 2 iniciativas.

Cabe señalar que los entrevistados distinguen entre el desempeño del equipo del proyecto y el del área administrativa de PromPerú e identifican que existen demoras por parte de la institución. Ello porque la lógica del proyecto implica el tratamiento individualizado a cada empresa beneficiaria.

Por el contrario, señalan que con el equipo del proyecto la comunicación es fluida y perciben que éste tiene una actitud proclive a brindar soluciones con celeridad y en base al examen de cada situación particular.

Es importante destacar que para el desarrollo del componente 6 se cuenta con un equipo de monitoreo, compuesto por siete profesionales, que acompaña a las empresas beneficiarias en la implementación de las prácticas de biocomercio. Los monitores velan por la correcta ejecución de las actividades de las empresas, brindan soporte técnico para su implementación y tienen a su cargo, además, el fortalecimiento de una cadena de valor. En opinión de los entrevistados, el apoyo de los monitores es valioso pues brindan asesoría y al mismo tiempo los acompañan en el seguimiento de las solicitudes que presentan a Promperú en función de los planes de trabajo aprobados por el proyecto.

Anexo A: Relación de entrevistados

Lima

Cynthia García Arcia	Coordinadora del Proyecto Biocomercio Andino en Perú
Vanessa Ingar	Ministerio del Ambiente
Nathalie Gil	Ministerio del Ambiente

Puno

Cooperativa Coopain-Cabana

Abelardo Coila	Gerente General
Francisco Flores	Gerente de Producción Orgánica y Microcréditos
Mercedes Velarde	Pdta. Consejo de Vigilancia
Feliciano Quispe	Integrante del Consejo de Vigilancia
Estefanía Roque	Integrante del Consejo de Administración
Calixto Huamán	Área técnico-productiva
Tania Mamani	Área de control de calidad
Omar Escobedo	Área comercial

Empresa Avendaño Trading- Planta de Yunguyo- Ilave

Héctor Avendaño	Gerente de Producción
Blakely Flores	Jefa de asistencia técnica
Liz Avendaño	Administradora
Estéfani Avendaño	Responsable de saneamiento
Natividad Yujra	Teniente Gobernadora comunidad Camachi – Ilave
Wilson Incacutipa	Productor, comunidad Camachi – Ilave
Antonio Mamani	Productor, comunidad Camachi – Ilave
Simón Cutipa	Productor, comunidad Camachi – Ilave
Mateo García	Productor, comunidad Camachi – Ilave
Victoria García	Productora, comunidad Camachi – Ilave
Marginice Yujra	Productora, comunidad Camachi – Ilave
Celia Limachi	Productora, comunidad Camachi – Ilave
Valentina Palle	Productora, comunidad Camachi – Ilave
Mario Flores	Técnico de campo
Stalin Quispe	Técnico de campo
Francisco Arcata	Técnico de campo
Gabriela Quispe	Técnica de contabilidad y documentación

Cusco (Quillabamba)

Cooperativa Mateo Pumacahua

Walter Delgado	Gerente
Darwin Pagan	Asesor

Empresa Aicacolor

Margarita Arriola	Gerente de Producción
Marco Vargas	Jefe de Planta
David Jiménez	Jefe de control de calidad

Cooperativa Maranura

Lugardo Pimentel	Gerente
Yunilda Sañac	Encargada de ventas
Silvestre Huamán	Pdte. Del Consejo de Administración

Cusco (ciudad)

Cooperativa Agrovas

Yolanda Jiménez	Gerente General
-----------------	-----------------

Anexo B: Documentos revisados

- PRODOC
- Convenios internacionales
- Informes de ejecución del proyecto 2013 y 2014
- Manual del sistema de monitoreo
- Documento “Aprendizajes Proyecto Biocomercio Andino en Perú”
- Informes de avance de metas en Excel
- Presentaciones de avances del proyecto en Power Point
- Herramientas producidas por el proyecto
- Informes de consultoría

Anexo C: Agenda de la visita de campo

(Semana del 20 al 27 de Octubre)

Octubre

- | | |
|---------------|--|
| Lunes 20: | Viaje a Puno |
| Martes 21: | Visita a Cooperativa Coopain-Cabana |
| Miércoles 22: | Visita a Empresa Avendaño Trading |
| Jueves 23: | Viaje Puno – Cusco – Quillabamba
Entrevista a Cooperativa Mateo Pumacahua |
| Viernes 24: | Entrevista a Empresa Aicacolor
Entrevista a Cooperativa Maranura |
| Lunes 27: | Entrevista a Agrovas en Cusco |