

Informe final:

Consultoría para elaborar un
programa de capacitación en
Biocomercio para el sector
privado – Proyecto
Biocomercio Andino

Lima, 15 de noviembre del 2013

Frank Schreiber, Consultor principal

Anke Kaulard, Consultora

Cecilia Pardo, Consultora

Índice

	Pag.
1. Resumen Ejecutivo	1
2. Antecedentes	1
3. Metodología	1
4. Participación.....	2
5. Desarrollo de los talleres	
a) Bienvenida/ introducción.....	3
b) Introducción al Biocomercio y a la sostenibilidad.....	3
c) Introducción a cadenas de valor.....	4
d) Trabajo grupal.....	4
6. Evaluación del trabajo	5
7. Recomendación final	6

Anexos

Anexo 1	Resultados del animometro, día por día.....	7
Anexo 2	Mapas presentados.....	9
Anexo 3	Lineamientos de sostenibilidad	14
Anexo 4	Test de entrada y salida	16

1. Resumen Ejecutivo

En talleres en Lima y en provincia (Huancayo, Piura y Cusco) participaron 140 personas, de los cuales 128 corresponden al sector privado (101 representantes de empresas o asociaciones, 8 de ONGs y 19 de otra índole).

Mediante tests de entrada y salida se comprobó que los asistentes lograron un aprendizaje respecto al concepto del Biocomercio e instrumentos para aplicar técnicas sostenibles (ambientales, sociales y de gestión) en su respectivo rubro.

Además se puede confirmar que la mayoría de los participantes se mostraron contentos con el contenido del taller, la metodología empleada, la facilitación del taller y el ambiente grupal.

2. Antecedentes

En el marco del proyecto “Facilitación de financiamiento para negocios de biodiversidad y apoyo al desarrollo de actividades del mercado en la región”, ejecutado en el Perú por PROMPERU, se contrató al consultor para mejorar el entendimiento del sector privado sobre el enfoque del Biocomercio; así como sobre los instrumentos de Gestión que se han ido construyendo para que las empresas y actores de la cadenas de valor implementen los P&C del Biocomercio.

Para la formación de capacidades en temáticas relacionadas a Biocomercio, en actores estratégicos de cadenas de valor general y en particular de los gremios vinculados al Biocomercio, se realizaron seis talleres a nivel nacional (tres talleres en Lima, uno en Huancayo, uno en Piura y uno en Cusco) entre septiembre y noviembre del 2013.

3. Metodología

Para la realización de los talleres de capacitación se uso una metodología participativa que se basa en Value-Links, una metodología elaborada por la GIZ (Cooperación Técnica Alemana). Esta metodología fue adecuada por el equipo consultor, incorporando exposiciones dialogadas y galerías de información adicional.



Foto Nº 1: Animómetro

Al iniciarse el taller, todos los participantes asistentes llenaron un test de entrada, al final del taller un test de salida. Diariamente y en forma anónima, su percepción del contenido (relevancia), de la metodología empleada, de la facilitación y del ambiente grupal fue consultado mediante un animómetro (ver foto nº 1, los resultados, día por día se encuentran en el anexo nº1)). En los talleres de dos días, en la mañana del segundo día se empleó como “hilo conductor” una dinámica de “Radio en vivo y directo” para retomar los principales aprendizajes y discusiones del día anterior (ver foto nº 2). Además se emplearon una serie de dinámicas para romper el hielo en la bienvenida, ilustrar el enfoque “Cadena de valor”, introducir al tema de estrategias y acelerar el pulso en momentos de mucha pasividad.



Foto Nº 2: Micrófono para la transmisión “en vivo y en directo” de la sala del taller

El equipo consultor tomó fotos de todos los trabajos efectuados en grupo, de las presentaciones y de las dinámicas. Este informe está acompañado de un CD con las fotos de los talleres en Lima y en provincia.

4. Participación

El siguiente cuadro demuestra la asistencia en los diferentes talleres, indicando el rubro al cual pertenece cada asistente.

Lugar	Fecha taller	Número de participantes									
		un día	Empresas/ asociaciones	Sector público	ONG	otros	dos días	Empresas/ asociaciones	Sector público	ONG	otros
Huancayo	23/09/2013	1			1		13	8		3	2
	24/09/2013	4		3		1					
Piura	01/10/2013	6	3			3	14	11	1		2
	02/10/2013	1	1								
Lima	10/10/2013	2	2				6	5			1
	11/10/2013	0									
Cusco	24/10/2013	6	2	2	1	1	24	19	2	2	1
	25/10/2013	6	4			2					
Lima	05/11/2013	4	2			2	25	20	3		2
	06/11/2013	3	3								
Lima	12/11/2013						25	21	1	1	2
Totales		33	17	5	2	9	107	84	7	6	10

Como se puede observar, en los seis talleres se contó con la asistencia de 140 personas. 107 personas participaron tanto en el primer como en el segundo día o durante todo el día del taller a gerentes en Lima (que duró un solo día). 101 asistentes eran empresarios, 12 del sector público, 8 de ONGs y 19 de otros rubros (academia, consultores).

5. Desarrollo de los talleres

a) Bienvenida/ introducción

Se inició los talleres con rompehielos, un ordenamiento en el espacio por orden alfabético del nombre de los participantes y un posicionamiento frente al Biocomercio (qué tan lejos o cerca), poniendo una tarjeta con la palabra “Biocomercio” en el piso y pidiendo que los participantes se posicionen. Esta dinámica concluyó en una explicación de los participantes sobre el “porqué” de su posición.

Se colectó las expectativas de los participantes sobre el taller las cuales se contrarrestaron contra los objetivos. A través de esta dinámica fue posible indicar con qué expectativas el taller iba a poder cumplir y con qué expectativas eso no iba a ser posible (ejemplo “Comprar productos orgánicos de Alemania”).

Además se presentó y explicó el programa del taller.

b) Introducción al Biocomercio y a la sostenibilidad

Se presentó la historia del Biocomercio, sus cuellos de botella y sistemas productivos afines con sus respectivas exigencias (Power Point). Además se discutió con los participantes los criterios de sostenibilidad ambiental, social y consideraciones para evaluar la sostenibilidad de la cadena de valor, ver anexo nº 3). Se optó presentar las respectivas exigencias en cuatro papelógrafos grandes (ver foto nº 3), tipo galería. No se entregó las exigencias a los grupos como listas fotocopiadas, lo que hubiera convertido la lista de exigencias en un “checklist”, por otro lado, los participantes tenían que acercarse a los papelógrafos y quedarse en pie lo que garantizaba más atención que si hubiesen estado sentados.

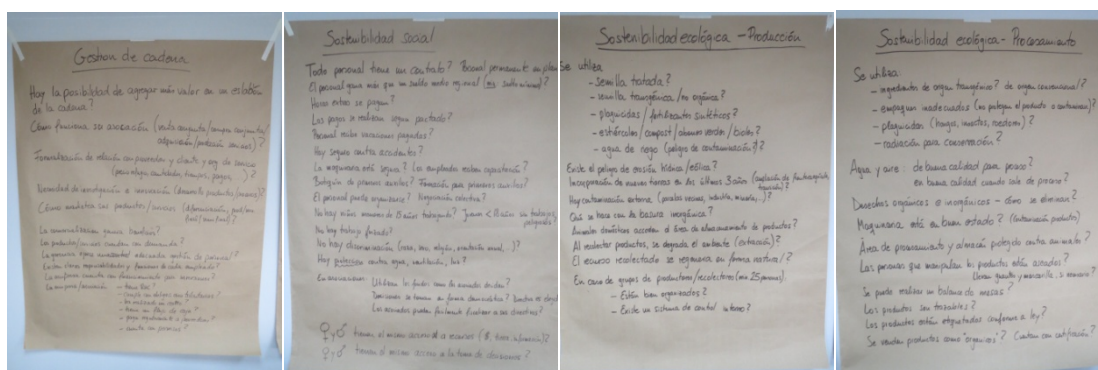


Foto Nº 3: Lineamientos de sostenibilidad en papelógrafos

c) Introducción a Cadenas de Valor

Se presentó un ejemplo de una cadena de valor mapeada y las bases teóricas para el trabajo con esta metodología (Power Point). En Cusco y en Huancayo se presentó también la forma de mapear cadenas de servicios para el mapeo de turismo sostenible. Además se había armado una cadena de valor ficticia (“Ropa de alpaca”), la cual se presentó con sus detalles a los participantes y permitió concretar el trabajo que se esperaba de los grupos.

d) Trabajo grupal

Para permitir el pleno involucramiento de los participantes en el taller, se formó grupos para el mapeo de cadenas de valor de productos de la biodiversidad nativa. Se tuvo cuidado que cada grupo contase con la mayor cantidad de personas que verdaderamente trabajasen en la cadena escogida (mínimamente dos personas por grupo con experiencia en la respectiva cadena). El mínimo por grupo eran tres participantes. A excepción de una cadena en Piura (“Limón”), todas las cadenas elegidas fueron de productos de la biodiversidad peruana.

Lugar de taller	Cadenas trabajadas
Huancayo	Quinua
	Turismo sostenible
	Maca
	Aguaymanto
Piura	Cacao
	Limón
	Algarrobina
Lima 1	Aguaymanto
	Papa nativa
Cusco	Cacao
	Cuy
	Turismo sostenible
	Quinua
	Castaña
Lima 2	Bambú
	Heliconias
	Guanábana
	Quinua

En el mapeo se tomó en cuenta la “Secuencia de funciones”, la “Actividad comercial específica”, los “Operadores de la cadena”, las “Instituciones de apoyo” y las “Instituciones gubernamentales”. Concluido el mapeo (normalmente en la tarde del primer día), los participantes ya se habían ubicado en su respectiva cadena de valor, habían aterrizado mentalmente en el taller y se nivelaron respecto a los conocimientos de la cadena. Habiendo concluido el mapeo, había una presentación de todos los grupos.

En base a los lineamientos de sostenibilidad (ambiental, social, gestión de cadena) presentado por el equipo consultor, los grupos identificaron cuellos de botella/ problemas y oportunidades en sus cadenas mapeadas. Posteriormente concluyeron en iniciativas de mejora que subsanen los problemas detectados de sus cadenas y aprovechen las respectivas oportunidades.

De estas iniciativas se seleccionaron dos de las que se podían realizar con recursos endógenos en las zonas, que mostraran resultados visibles en poco tiempo (seis meses) y que tenían un vínculo directo con el Biocomercio.

La selección de las iniciativas responde a la necesidad de la implementación de un ciclo de aprendizaje, el cual permite la generación de confianza, la generación de experiencias y la motivación para iniciativas de mejora de mayor envergadura.

Sobre estas dos iniciativas se elaboró un plan de acción en base a las seis preguntas de Pfeiffer que son:

1. Que exactamente se hace para lograr realizar la iniciativa de mejora seleccionada?
2. Quién estará a cargo de ejecutar estas actividades?
3. Quién presta apoyo para estas actividades?
4. Qué presupuesto se necesita?
5. De qué fecha a qué fecha se realizará estas actividades?
6. Cuáles son los hitos (qué nos asegura que hemos iniciado el trabajo)?

Cada grupo presentó su plan de acción para dos iniciativas.

6. Evaluación del aprendizaje

Al iniciarse el taller se pidió que los participantes realicen un test de entrada y, al finalizarse el curso, se les presentó un test de salida. Ambos tests consistieron de las mismas preguntas (ver anexo nº 4). Para la evaluación solamente se tomaron en cuenta aquellos tests de las personas que realizaron ambos tests.

En el test elaborado, se puede lograr un puntaje máximo total de 10 puntos. La tabla siguiente demuestra los resultados de los diferentes talleres:

	Huancayo	Piura	Lima 1	Cusco	Lima 2	Lima 3
Cantidad de tests evaluados	11	8	5	21	16	11
Test de salida mejor	11	7	4	18	15	10
Tests igual puntaje	0	1	1	2	1	0
Test de entrada mejor	0	0	0	1	0	1
Puntaje promedio entrada	5.3	4.9	4.0	3.7	3.6	5.2
Puntaje promedio salida	9.0	7.0	6.8	6.7	5.9	8.6

7. Recomendación final

Se pudo observar que muchas empresas que salieron como contrapartes del proyecto, no asistieron a los talleres, sin embargo, un gran número de pequeños emprendimientos se involucraron con gran entusiasmo y compromiso.

Se entiende que organizaciones y empresas con experiencia de trabajo con fondos de la cooperación requieren de menos orientación por parte de la administración y del staff técnico del proyecto y que están más acostumbrados a cumplir con requisitos que son esenciales para poder manejar un fondo como el que actualmente ejecuta Promperu. Sin embargo, también es posible que estas organizaciones y empresas ya llegaron a un nivel de saturación que los desmotiva participar en eventos como los talleres realizados.

Pensamos que el grupo que asistió a los talleres se compone de muchas iniciativas que valdrían la pena ser rescatadas en futuros concursos para la asignación de fondos. Se podría pensar que en los talleres, mediante la metodología empleada, se generen los proyectos e iniciativas para financiamiento.

Anexo 1: Resultados del animómetro, día por día

Taller Huancayo

23/09/2013				
Contenido	3	9		
Metodología	7	5		
Facilitación	4	6	2	
Ambiente grupal	3	4	5	

24/09/2013				
Contenido	12			
Metodología	6	7		
Facilitación	9	3		
Ambiente grupal	5	7		

Taller Piura

01/10/2013				
Contenido	9	7	1	
Metodología	10	5		
Facilitación	12	3	1	
Ambiente grupal	13	3		

02/10/2013				
Contenido	11	1		
Metodología	9	3		
Facilitación	12			
Ambiente grupal	12			

Taller Lima 1

10/10/2013				
Contenido	5			
Metodología	5			
Facilitación	5			
Ambiente grupal	5			

11/10/2013				
Contenido	5			
Metodología	4	1		
Facilitación	5			
Ambiente grupal	5			

Taller Cusco

24/10/2013				
Contenido	6	9	1	
Metodología	8	6	1	
Facilitación	4	8	2	
Ambiente grupal	2	10	3	

25/10/2013				
Contenido	13	12		
Metodología	20	8	1	
Facilitación	15	8		
Ambiente grupal	19	11		

Taller Lima 2

05/11/2013				
Contenido	8	10		
Metodología	13	5	1	
Facilitación	13	6		
Ambiente grupal	13	6		

06/11/2013				
Contenido	12	6		
Metodología	14	4		
Facilitación	17	1		
Ambiente grupal	19			

Taller Lima 3

12/11/2013				
Contenido	14	1		
Metodología	14	1		
Facilitación	14	1		
Ambiente grupal	14	1		

Anexo 2: Mapas presentados



Cacao nativo: Cusco



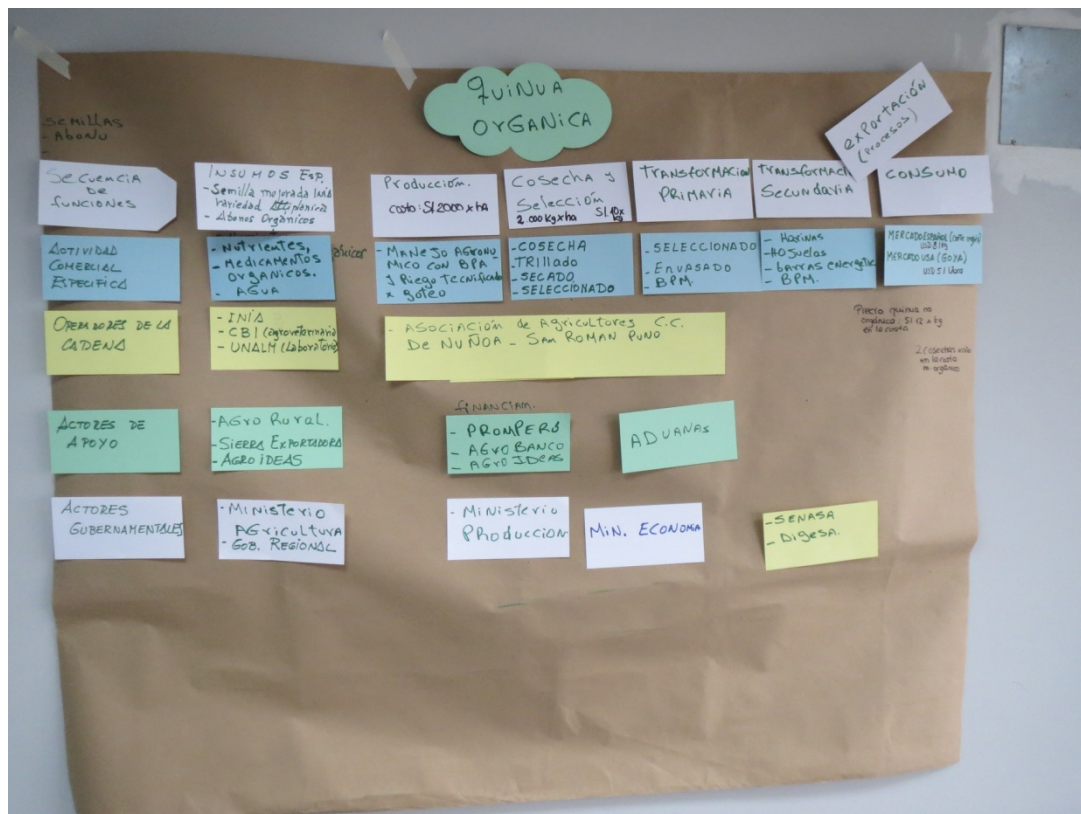
Cacao nativo: Piura



Quinoa: Huancayo



Quinoa: Cusco



Quinua: Lima



Algarrobina: Piura



Maca: Huancayo



Turismo sostenible: Cusco

Anexo 3: Lineamientos de sostenibilidad

Criterios de sostenibilidad ambiental en producción

Se utiliza ...

- semilla tratada?
- semilla transgénica?
- semilla no orgánica?
- plaguicidas sintéticos?
- fertilizantes sintéticos?
- estiércoles de los animales para fertilizar? Se compostea previamente?
- compost, abonos orgánicos, bioles?
- agua de riego? Es posible que esté contaminado (agricultura, minería, ...)?

Existe el peligro de erosión hídrica o eólica?

En los últimos tres años, han incluido nuevas tierras en la producción? Qué había en estas tierras antes?

Hay producción convencional u otra contaminación externa que perjudica la propia parcela?

En la parcela se encuentra basura (plásticos, galoneras, ...)?

Se realiza la quema de desechos orgánicos e inorgánicos?

Animales domésticos tienen acceso al almacén de productos?

Al recolectar productos, se cuida el medio ambiente?

En la recolección hay señales de degradación del medio ambiente?

El recurso recolectado se regenera constantemente?

En caso de un grupo de productores (min. 25) asociados en una organización

- Están bien organizados?
- Existe un sistema de control interno?

Criterios de sostenibilidad ambiental en procesamiento

Se utiliza ...

- ingredientes de origen transgénico?
- Ingredientes de origen convencional?
- empaques inadecuados (que no preservan el producto o que permiten la contaminación del producto)?
- plaguicidas contra hongos, insectos u otros animales?
- radiación para la conservación de productos?

El agua o el aire que sale de la planta contamina el medio ambiente

Los desechos orgánicos e inorgánicos son depositados sin causar daño al medio ambiente?

El agua y el aire usado en el procesamiento son de buena calidad?

La maquinaria empleada está en buen estado y no contamina el producto?

Animales domésticos o salvajes tienen acceso a la planta o el almacén?

Las personas que manipulan alimentos están aseados? Llevan, si necesario, mascarilla y guantes?

Se puede realizar un balance de masas?

Los productos finales son trazables?

Los productos finales son etiquetados tal como pide la ley?

Se venden productos en conversión como orgánicos?

Se venden productos convencionales como orgánicos?

Criterios de sostenibilidad social

Todo el personal tiene contrato?

El personal gana más que un sueldo regional (por lo menos un sueldo mínimo)?

Horas extras se pagan?

Todo el personal recibe el mismo pago por el mismo trabajo?

Los pagos se dan en forma regular, según pactado?

El personal permanente está en planilla? Tiene seguridad social (salud, jubilación)?

El personal recibe vacaciones pagados?

El personal no trabaja más de 48 horas por semana?
 Hay permiso por maternidad?
 El personal está asegurado contra accidentes?
 No hay niños menores de 15 años trabajando?
 Menores de 18 años no realizan trabajos peligrosos?
 La maquinaria es segura para los empleados? Los empleados reciben capacitación?
 Hay un botiquín de primeros auxilios? Hay personal capacitado para prestar primeros auxilios?
 El personal puede organizarse en un comité de trabajadores? Puede formar un sindicato?
 No hay trabajo forzado?
 No hay discriminación (raza, sexo, religión, orientación sexual, ...)?
 El personal tiene acceso (y protección) a agua, ventilación, luz?
 En asociaciones:

- Se utilizan los fondos de la asociación como los asociados lo decidan?
- Las decisiones se toman en forma democrática? La directiva es elegida libremente?
- Los socios pueden fácilmente fiscalizar el desempeño de sus directivos?

Criterios para la gestión de la cadena de valor

Hay la posibilidad de agregar más valor en un eslabón de la cadena?
 Cómo funciona la asociación (venta conjunta, compra conjunta, adquisición y prestación de servicios)?
 La relación con proveedores, clientes y proveedores de servicios requiere formalización (precio refugio, cantidades, tiempos, pagos, ...)?
 Hay la necesidad de investigación e innovación (desarrollo de productos y procesos)?
 Cómo marketea sus productos/ servicios (diferenciación, producto/ servicio final/ semifinal)?
 La comercialización de los productos genera ingresos?
 Los productos están demandados en el mercado nacional e internacional?
 Los productos y los servicios ofrecidos corresponden al Objeto Social de los estatutos?
 La gerencia ejerce una adecuada gestión del personal?
 Existen claras descripciones de las responsabilidades y funciones de cada empleado (MOF)?
 La empresa cuenta con financiamiento para inversiones?
 La empresa/ asociación ...

- tiene RUC?
- cumple con sus obligaciones tributarias (emisión de comprobantes de pago, declaración a SUNAT, programa de administración, libros contables, ...)?
- ha realizado un costeo de sus productos?
- paga regularmente a sus proveedores?
- cuenta con los permisos para llevar a cabo su actividad (extracción de ecosistema, licencia de funcionamiento, ...)?

Además, qué otras oportunidades encuentra para su cadena de valor?

Anexo 4: Test de entrada y salida

Nombre:

Pregunta 1: Qué es el Biocomercio?

.....

.....

.....

.....

Pregunta 2: Cuales son los objetivos de la Convención de Diversidad Biológica (Cumbre de las Tierras, Rio 1992)?

- 1.
- 2.
- 3.

Pregunta 3: Con qué estándares (normas) tiene similitudes el Biocomercio?

.....

.....

.....

Pregunta 4: Qué es una cadena de valor?

.....

.....

.....

.....