



Las empresas de Biocomercio en el Perú

Lectura 1

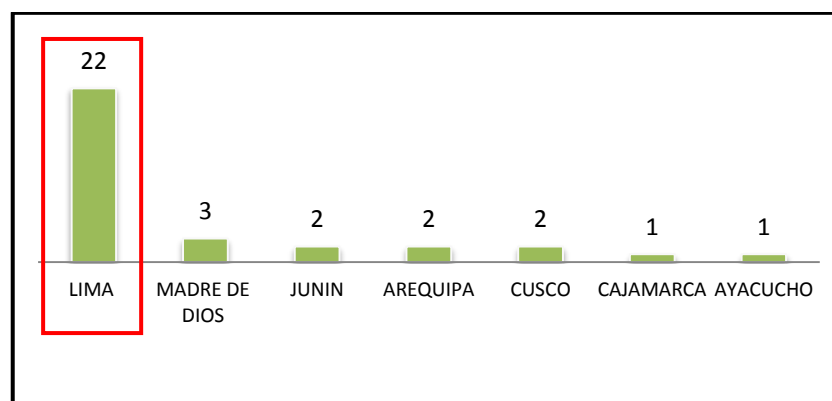
Documento elaborado teniendo como referencia el contenido del Capítulo I del Producto 1 del Servicio de Consultoría para la "Promoción del Biocomercio en el Sector Financiero para la facilitación de Líneas de Crédito" elaborado por el Consorcio SASE Consultores – IGDSL S.A.C. para la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ

Las empresas de Biocomercio en el Perú

Características de las empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino

En el Perú, como ya ha señalado, el sector Biocomercio está en construcción y como mercado puede adquirir grandes dimensiones. Los cálculos actuales de la dimensión de este mercado son referenciales, preliminares y provisionales. Las inferencias realizadas a partir de las actuales 33 empresas (del Proyecto Biocomercio Andino) ya “verificadas”, así como las estimaciones que se pueden realizar sobre la base de los productos priorizados, permiten establecer la gran heterogeneidad que tiene y puede tener este sector, desde los diferentes criterios con los que se les puede clasificar: sector productivo, tamaño, grado de desarrollo tecnológico, ubicación geográfica, de potencial exportable o de mayor realización en el mercado nacional, etc. Las empresas que se van “verificando” pueden incrementarse poco a poco, como viene sucediendo, y su potencial número es “ilimitado”.

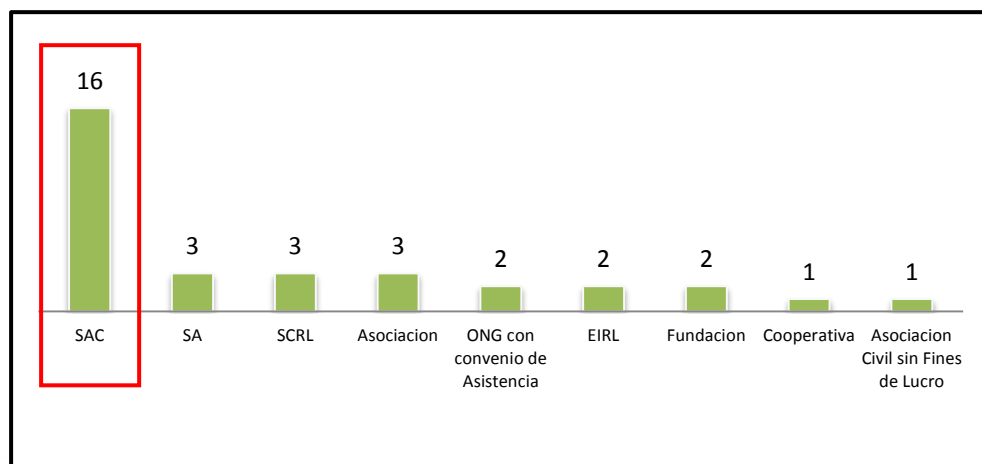
Gráfico 01
Ubicación de las Empresas del Proyecto Biocomercio Andino



Fuente: Fichas de inscripción de Empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino, **Elaboración:** Consorcio SASE – IGDSL.

Para los efectos del acercamiento a las instituciones del Sistema Financiero, es conveniente clasificarlos, sobre todo por su tamaño y grado de desarrollo económico.

Gráfico 02
Forma Jurídica de las Empresas del Proyecto Biocomercio Andino



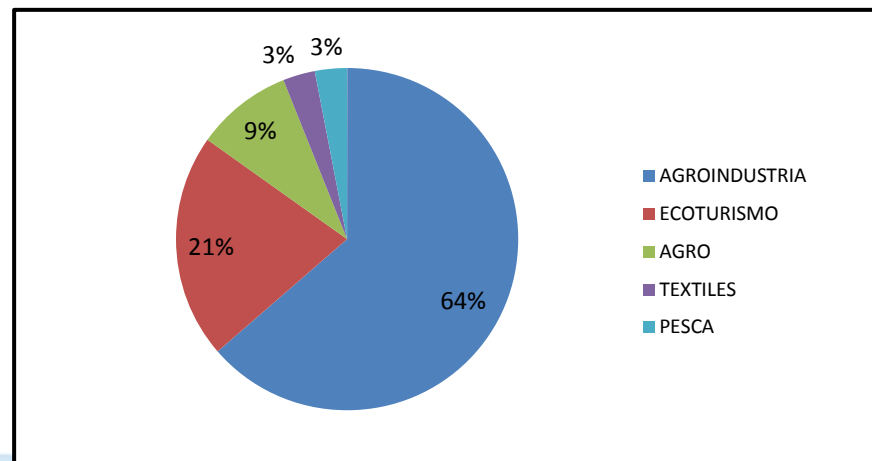
Fuente: Fichas informativa de las Empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino.
Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

Esta primera clasificación permite diferenciar entre los que son, o pueden ser, principalmente clientes de los bancos y entre los que son, o pueden ser, clientes de las entidades dedicadas a las microfinanzas.

De acuerdo al sector en la que desempeñan sus actividades empresariales, el 64% de las empresas pertenecen a la agroindustria y un 9% en el sector agrícola. Esto quiere decir, que el 73% de las empresas tienen relación con la agricultura (destacan la Quinoa, Nuez de Brasil y Maca) y los procesos industriales de muchos de ellos para su exportación como productos con valor agregado a principales mercados del mundo como Estados Unidos, Europa y Japón.

Por otro lado, el 21% de las empresas ofertan servicios diferenciados en Ecoturismo, el cual está destinado a nichos de mercados específicos. El resto de las empresas se dedican al sector textil y pesca, ambos también de gran potencial e importancia en nuestro país.

Gráfico 03
Clasificación Empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino según Sector

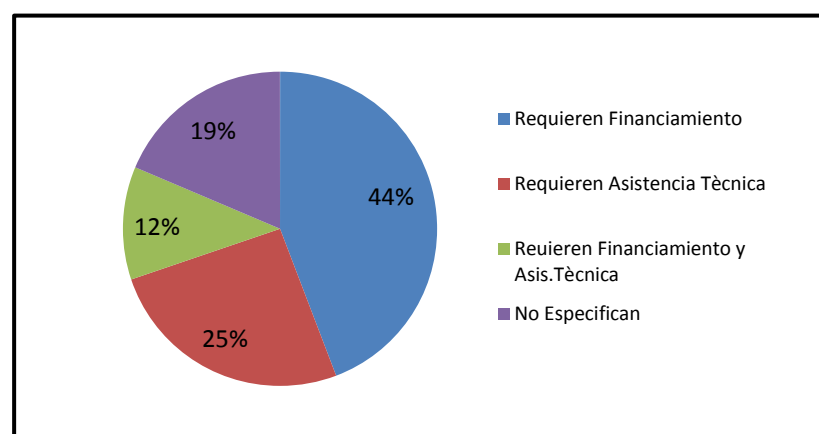


Fuente: Fichas informativa de las Empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino, **Elaboración:** Consorcio SASE – IGDSL.

Necesidades de las Empresas del Programa Biocomercio

Se puede señalar que el 44% de las empresas del Proyecto Biocomercio Andino requieren financiamiento, el 25% asistencia técnica y el 12% declara que requiere tanto financiamiento como asistencia técnica. Si bien estos resultados son sólo referenciales debido al reducido número de empresas analizadas, es importante resaltar que se hace evidente la necesidad de créditos competitivos.

Gráfico 04
Principales necesidades de las empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino

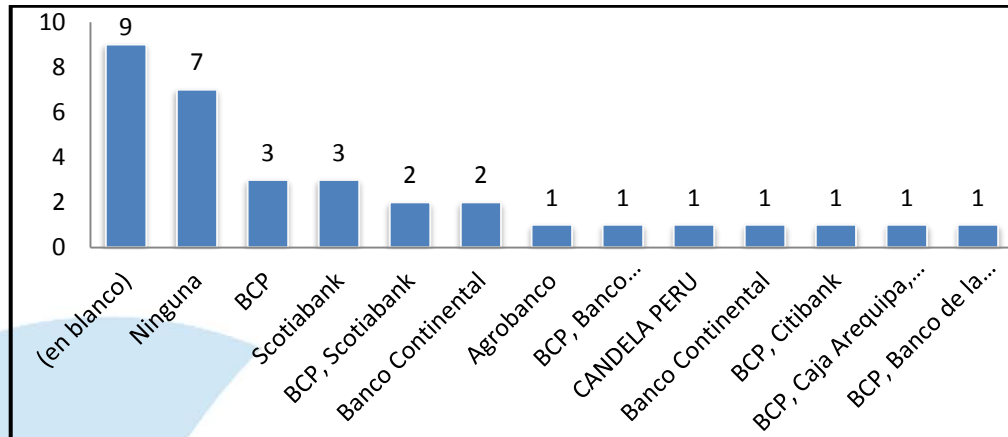


Fuente: Fichas informativa de las Empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino, **Elaboración:** Consorcio SASE – IGDSL.

Al respecto, el siguiente gráfico muestra que el aproximadamente el 50% de éstas empresas han efectuado alguna operación de crédito con Entidades del Sistema

Financiero y, el otro tanto por ciento, aún no ha accedido a los servicios financieros disponibles en el mercado nacional.

Gráfico 05
Empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino que han efectuado operaciones financieras

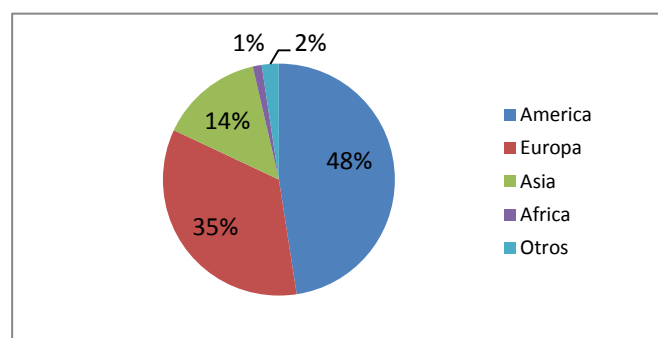


Fuente: Fichas informativa de las Empresas adscritas al Proyecto Biocomercio Andino,
Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

Desempeño económico del Sector Biocomercio en el Perú:

En el año 2012, el sector Biocomercio exportó US\$ 247 millones en valor FOB cuyo destino principal fue Estados Unidos y el resto de los países de América que juntos representan el 48% del mercado internacional de nuestros productos. En segundo lugar se ubica el continente europeo que consume el 35% del total de las exportaciones.

Gráfico 06
Principales Mercados de los productos del Biocomercio exportados por el Perú (2012)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).
Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

Entre los principales productos exportados se encuentran la Cochinilla, el cual constituye el 34% de las exportaciones totales del sector. En segundo lugar se encuentra la tara, cuyo valor *Free On Board* (FOB) exportado en el año 2012 superó los US\$ 56

millones y constituye el 23% de las exportaciones. Otros productos que resaltan en esta lista son la quinua, la nuez de Brasil y el maíz gigante que representan el 13%, 9% y 6% respectivamente.

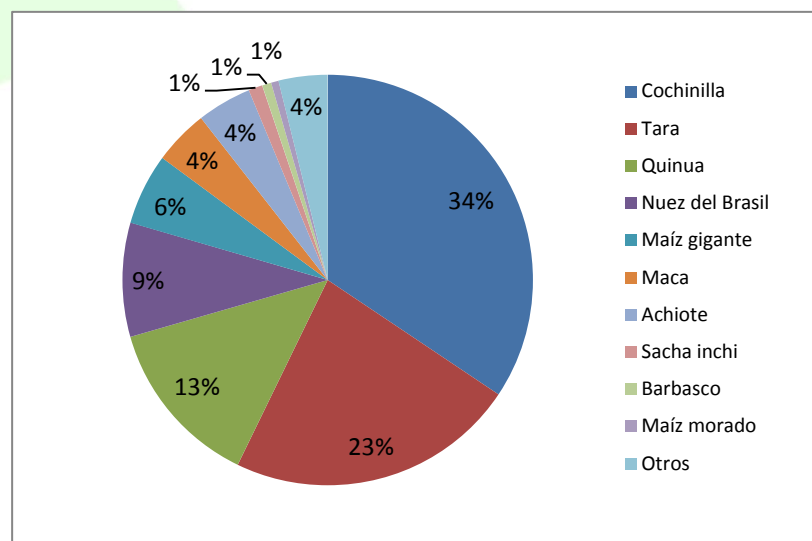
Cuadro 01
Principales productos exportados del Sector Biocomercio (2012)

Producto del Sector Biocomercio	Valor FOB exportado en el año 2012
Cochinilla	85,022,020.39
Tara	56,428,927.21
Quinua	32,939,728.42
Nuez del Brasil	22,158,160.95
Maíz gigante	13,888,396.45
Maca	10,682,281.52
Achiote	10,575,493.69
Sacha inchi	2,757,194.56
Barbasco	1,775,199.41
Maíz morado	1,466,649.09
Otros	9,527,321.87
Total FOB	247,223,385.56

Fuente: SUNAT.

Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

Gráfico 07
Principales productos exportados del Sector Biocomercio (2012)



Fuente: SUNAT.

Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

Para conocer con mayor amplitud el comportamiento de este sector en el mercado nacional e internacional, a continuación vamos a analizar el desempeño comercial de la tara y la quinua en los últimos años.

a) Tara

Es un árbol silvestre, nativo del Perú, cuyo nombre científico es *Caesalpinia Spinosa* o *Caesalpinia* utilizada en la curtiembre de cueros. El color blanco que da el tanino de la Tara al cuero es muy apreciado en la obtención de matices, cuando se combinan con otros taninos.



El Perú es el principal productor de tara en el mundo, se estima que aporta aproximadamente el 80% de la producción mundial de esta especie. Los principales departamentos productores son Cajamarca, La Libertad, Ayacucho, Huancavelica, Apurímac, Ancash y Huánuco.

La producción de tara en vaina, según las estadísticas obtenidas a través del INRENA, muestra que el crecimiento de la producción ha evidenciado tasas considerablemente altas desde el año 2001¹.

Cuadro 02
Regiones productoras de Tara por toneladas (1997 – 2007)

REGIONES	ACUMULADO 1997-2000	ACUMULADO 2001-2004	ACUMULADO 2005-2006	2007	%	TOTAL 1997-2007
Cajamarca	4478	18174	17532	12514	42	52698
Ayacucho	6503	8189	5591	1900	17.7	22183
Ancash	2438	2556	3893	2054	8.6	10941
La libertad	589	2595	7227	0	8.3	10411
Lambayeque	64	5902	1479	4181	9.2	11626
Piura	105	1593	2930	0	3.7	4628
Otros	1414	4259	3619	3868	10.5	13160
Total nacional	15591	43268	32271	24517	100	125647

Fuente: Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) – Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONCYTEC).

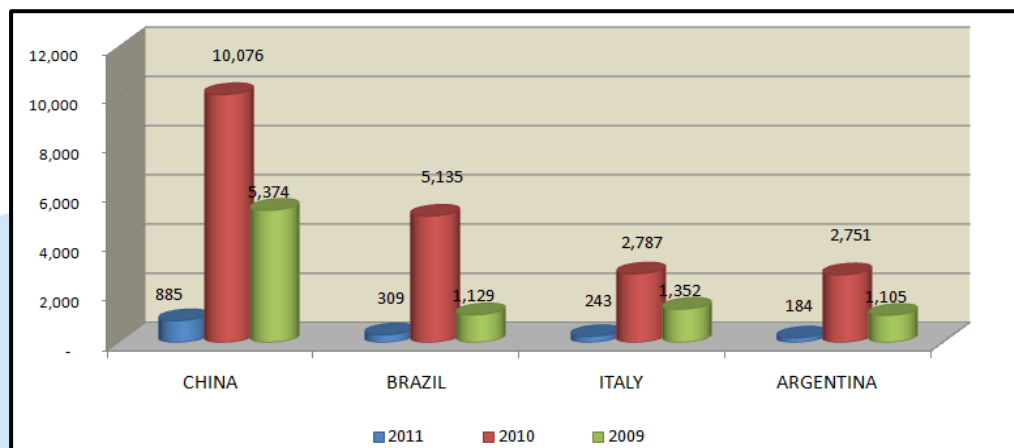
Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

En el caso de Perú, el mercado de este producto es básicamente de exportación y se estima que solo un 3% se destina al consumo interno para las pequeñas curtiembres y al

¹ Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial (UNMSM) – CONCYTEC. *Forestación piloto con tara en Cajamarca*. Elaborado por Oswaldo Rojas Lazo, Nora Rojas Pérez y Germán Díaz Chuquiruna. Publicado en el 2010. Extraído el 1 de Marzo del 2011 desde: <http://revistas.concytec.gob.pe/pdf/id/v13n1/a07v13n1.pdf> pag.45, 47.

teñido de lanas para la artesanía. Por esta razón es importante conocer a los países que importan la mayor producción de tara en polvo a nuestro país, siendo nuestro principal destino China con el 34% del total de exportaciones, seguido de Brasil con 12% e Italia con el 9% del total.

Gráfico 08
Principales mercados a donde se exportan la tara en polvo del Perú
(2009 – 2011)



Fuente: AGRODATA - MINAG.

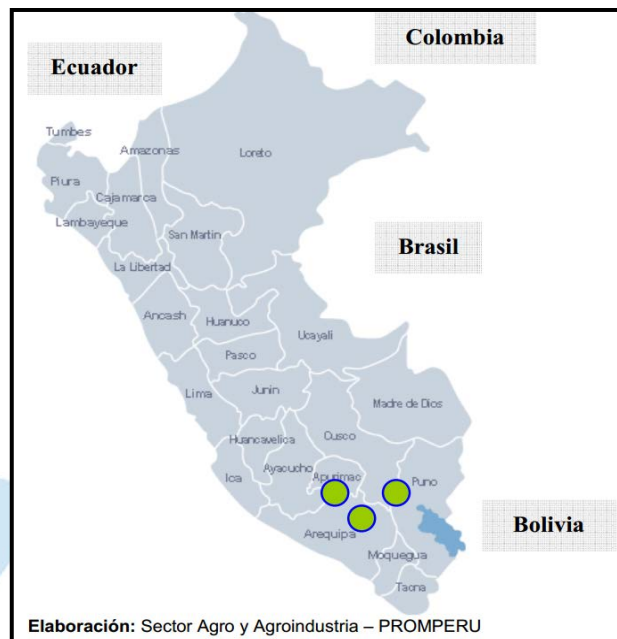
Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

La demanda mundial de taninos orgánicos naturales asciende a 50,000 toneladas al año. El Perú, que es el principal exportador de polvo de tara a nivel mundial, cubre tan solo el 26% de esta demanda, reflejándose una oportunidad para abastecer este mercado insatisfecho.

b) Quinoa

La quinoa es uno de los alimentos más nutritivos que existen en el mundo. Esto se debe a sus altos contenidos de proteínas (13.81% a 21.9%, dependiendo de la variedad) y es el único alimento vegetal que provee todos los aminoácidos esenciales, según el estándar para la nutrición humana de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). La producción de quinoa en el mundo se concentra, principalmente, en Sudamérica. La producción en el altiplano, y sobre **todo en el Perú, está a cargo de pequeños productores. Según la FAO, en el Perú hay alrededor de 60,000 productores.**

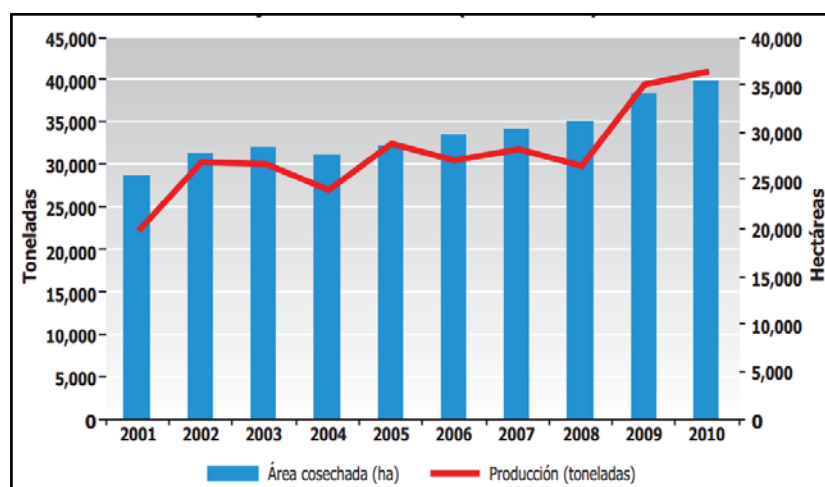
Mapa 01
Principales zonas de cultivo de Quinua en el Perú



Tendencias de Producción y Mercado

Revisando las estadísticas de la FAO se puede apreciar, para el caso peruano, un aumento en la producción entre los años 2005 y 2010, acompañado de un incremento de las áreas cosechadas. Considerando que los rendimientos han sido estables en los últimos cinco años, se advierte que existe un esfuerzo para aumentar la producción y atender la creciente demanda interna y externa.

Gráfico 09
Evolución del área cosechada y producción de la Quinua en el Perú



Fuente: División de Estadística de la FAO – FAOSTATS.

Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

El mercado nacional de la quinua en el 2011, según la SUNAT y la FAO, representa casi el 90% del destino de la producción. El consumo per cápita anual es de 1 kg a 1.3 kg, concentrados principalmente en las zonas productoras. Por otro lado, en el mercado internacional, la quinua peruana es comprada por Japón, Alemania, Canadá y EE.UU. Este último país encabeza las compras con entre el 45% y el 64% de nuestra oferta exportable de los últimos años.

Cuadro 03
Principales indicadores sobre el Comercio Internacional de la Quinua

Año	Valor FOB (US\$)	Peso neto (kg)	Valor unitario FOB (US\$)	Principales países de destino
2007	1'787,784	1'348,150	1.33	EE.UU. 60.84%
2008	5'079,427	2'096,263	2.42	EE.UU. 62.58% y Japón 8.63%
2009	7'304,730	2'711,780	2.69	EE.UU. 45.54% y Alemania 10.09%
2010	13'190,249	4'782,863	2.76	EE.UU. 64.23% y Alemania 7.96%
2011	16'800,386	5'327,737	3.15	EE.UU. 63.43% y Canadá 7.94%

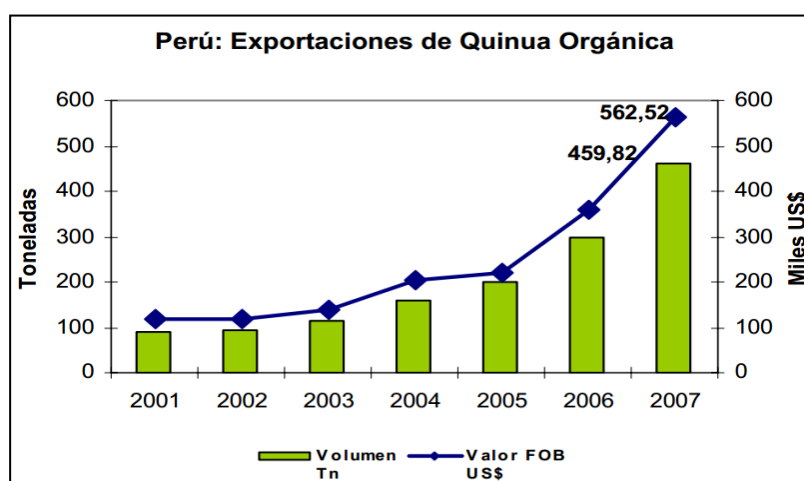
Fuente: SUNAT.

Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

Indicadores respecto a Quinua Orgánica

- ❖ Exportaciones Totales: US\$ 552.52 miles
- ❖ Principales Productos: Grano 99.5%, Hojuela 0.3%, Harina 0.2%.
- ❖ Nuevos Destinos de Exportación: Australia – Finlandia.

Gráfico 10



Fuente: SUNAT.

Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.

Número de empresas y/o productores partícipes del sector:

El tamaño del sector por números de empresas, organizaciones y/o productores partícipes de este mercado resulta aún difícil calcular, sobre todo, por la carencia de información disponible. Sin embargo, se puede señalar que aproximadamente 628 empresas se dedican a las exportación en el sector Biocomercio, ello de acuerdo al Registro de Exportaciones del Sector Biocomercio de la SUNAT para los años 2011 y 2012. Por otro lado, de acuerdo a información disponible de fuentes confiables, existen en el Perú aproximadamente 251 752 productores directos quienes se dedican al cultivo de tara, quinua, maíz blanco gigante del cusco, papa nativa, camu camu y a la recolección de la castaña.

Cuadro 04
Estimado referencial de demanda en base a algunos productos priorizados

Producto	N° de Productores	Regiones	Fuente de Información
Tara	41,650	Cajamarca, Ayacucho, Ancash, La Libertad, Lambayeque, Piura	Programa Regional para la Gestión Social de Ecosistemas Forestales ECOBONA
Quinua	60,000	Ayacucho, Arequipa, Puno	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)
Maíz Blanco Gigante del Cusco	5,000	Cusco	Agrorural - FAO
Papa Nativa	134,854	Junín, Huancavelica, Apurímac, Huánuco, Puno, Cusco, Ayacucho, Ancash y Cajamarca	Ministerio de Agricultura
Camu Camu	2,000	Loreto y Ucayali	Bebidas Interandinas S.A.C.
Castaña	8,248	Madre de Dios	Asociación para la Conservación de la Cuenca Amazónica - ACCA
Total	251,752		

Elaboración: Consorcio SASE – IGDSL.



Empresarios exitosos del Biocomercio: entrevistas

Lectura 2

Entrevista efectuada para la elaboración del Kit Educativo en el marco del Servicio de Consultoría para la “Promoción del Biocomercio en el Sector Financiero para la facilitación de Líneas de Crédito” elaborado por el Consorcio SASE Consultores – IGDSL S.A.C. para la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ

Empresarios exitosos del Biocomercio: entrevistas

Wiraccocha del Perú S.A.C.

Wiraccocha del Perú S.A.C. es una empresa creada en diciembre de 2008, en el distrito San Juan Bautista, de la provincia de Huamanga, departamento y región Ayacucho, que se dedica a la producción, comercialización y exportación de productos andinos, en especial la quinua orgánica negra, roja y blanca, y kiwicha orgánica. Su representante, Glicerio Felices Prado, responde en esta entrevista sobre aspectos de su singular experiencia empresarial.



Datos generales de la Empresa

Razón Social	Soluciones Avanzadas en Agronegocios Wiraccocha del Perú S.A.C.
Nro. de RUC	20494626897
Dirección	Jr. Madrid N° 203
Región	Ayacucho
Provincia	Huamanga
Distrito	San Juan Bautista
Número de Teléfono	+51 (066) 313382
Número de Fax	+51 (066) 313382
Representante / Contacto	Glicerio Felices Prado
Dirección electrónica (email)	gfelicesp@wiraccochadelperu.com.pe
Página Web de la empresa	www.wiraccochadelperu.com.pe
Fecha de Creación de la Empresa	09/12/2008
Actividad Económica	Producción, Comercialización y Exportación de Quinoa (negra, blanca y roja) y kiwicha orgánica.
Sector Económico	Biocomercio

¿Sobre qué pilares Wiraccocha Perú SAC desarrolla su actividad empresarial?

Nuestra empresa desarrolla el concepto de inclusión productiva, por ello incorpora a la cadena productiva a familias de extrema pobreza, tanto de la propia región como de Huancavelica y, además, realiza asesoría productiva en el campo. Otros pilares que rigen nuestra vida empresarial son la revaloración de los cultivos andinos y de las costumbres y buenas prácticas ancestrales, la innovación a través de la adaptación de semillas, elaboración de abonos orgánicos, adaptación a los cambios del mercado e investigación; y, la integración mediante la generación de confianza y la transmisión de valores como la transparencia, cooperación, cohesión y lealtad.

¿Cómo enfoca su modelo de negocio?

A partir de la demanda que existe en el mercado nacional e internacional, Wiraccocha Perú SAC se constituye como empresa agrícola y procesadora de alimentos, principalmente de quinua, asumiendo la relación con el agricultor en condición de socio.

Para ganar una posición en ambos mercados incorporamos al modelo de negocio: tecnología, capacitación, provisión de insumos, asistencia técnica y criterios y garantías para acceder a créditos.

Forma parte sustancial de este modelo el relacionamiento con actores privados, tales como financieras, ONG´s, e instituciones públicas, como son los municipios, Gobiernos regionales, programas sociales estatales, Ministerios, Prom Perú, Ministerios, proyectos, etc.

La misión empresarial que nos proponemos es la de contribuir al desarrollo económico y social de los socios productores de las zonas alto andinas del Perú, promoviendo la producción orgánica de cultivos andinos, a través de cadenas productivas y negocios inclusivos.

¿Cuáles son las bondades que convierten a la quinua en un producto de exportación cuya demanda actual es insatisfecha?

La quinua es conocida como el "grano de oro", porque es un alimento altamente nutritivo. Es el primer alimento que posee las proteínas completas (21

aminoácidos). Se siembra entre 1500 a 4500 msnm. Como proteína vegetal ayuda al desarrollo y crecimiento del organismo, conserva el calor y energía del cuerpo, es fácil de digerir, forma una dieta completa y balanceada. Entre sus propiedades destaca el hecho que constituye una ayuda para las personas con diabetes tipo 2, así como para las que tienen enfermedades del corazón. Incrementa el hierro en las mujeres embarazadas, puede ayudar a las personas con cataratas y cálculos biliares.

Todos estos atributos difundidos y reconocidos sobre todo en el mercado extranjero, lo hacen un producto de alta demanda en Estados Unidos de Norteamérica y Europa. En el Perú, a raíz de la declaración del Año Internacional de la Quinua, también se ha despertado el interés por su mayor consumo.

¿Cómo ha evolucionado la demanda de quinua en los últimos años?

La demanda es fuertemente creciente, en el mercado interno y externo. Del 2008 al 2011, la exportación peruana de quinua se incrementó en 300%. La facturación peruana en el 2006 fue de 1.5 millones de dólares, el 2008 fue de 5 millones de dólares, y el 2011 la cifra subió a 22 millones de dólares. En el 2011, del total de exportación de quinua, 60% tuvo como destino USA, 8% a Alemania, 7% Italia y 5% Canadá.

La exportación mundial de quinua ronda las 5,600 TM, repartidas 62% Bolivia, 32% Perú y el resto Ecuador. Los principales importadores son Estados Unidos, Europa y Japón.

Para el caso peruano, en el 2011 del total de las 40,4 mil TM producidas, se destinaron 6,1 mil TM al mercado externo, dejando 34,2 mil TM para consumo interno. El mayor consumo en Lima y en las principales ciudades del interior es el impulso de la demanda interna que presenta la quinua.

Esta tendencia se refuerza por los hábitos de consumo del mercado internacional, que busca salud, nutrición, seguridad y cuidado del medio ambiente. Los consumidores cada vez más buscan alimentarse fácilmente, una nueva generación de "productos portables" de fácil preparación: barras alimenticias, yogurts bebibles, sopas en envases para micro-ondas, sobres y desayunos energéticos de preparación instantánea, avena preparada, etc.

A estos factores se suman otros, como la apertura comercial, los tratados de libre comercio, el Año Internacional de la Quinua y la actual política del Gobierno Nacional que busca promover la “dieta andina” a partir de cultivos andinos de gran valor nutritivo.

Según un estudio llevado a cabo por el Gobierno Regional de Puno, en el 2011 hubo “una demanda externa insatisfecha de quinua de 13,765 TM y una proyección de demanda insatisfecha para el 2015 de 43,298 TM”.

¿Y cómo ha evolucionado la producción y el rendimiento de la quinua?

En el Perú, en los últimos años la producción de quinua registra una tendencia positiva hacia el crecimiento. Entre el 2008 y el 2010 la producción se incrementó en un 78%, en este lapso de tiempo se pasó de producir de 29,867 a 41,079 TM. Puno es la región determinante de la producción nacional, ya que en el 2010 alcanzó un volumen de producción de quinua de 32 mil TM, equivalente al 77,8% de la producción nacional de ese año. Las demás regiones productoras de quinua son Ayacucho (5,8%), Cusco (4,6%), Junín (3,9%), Apurímac (2,9%), Arequipa (1,6%), La Libertad (1,0%) y Huancavelica (0,9%).

Si bien, en promedio el rendimiento nacional se ha mantenido casi estable en el 2010, existe diferencias del rendimiento a nivel regional, así entre las regiones que reportaron el mayor rendimiento de su producción fueron Arequipa (3,5 TM por ha), Ayacucho (1,6TM), Junín (1,4 TM por ha) y Puno (1,2 TM por ha).

¿Cómo está conformada la Cadena de Valor de la quinua y cuáles son sus principales aspectos críticos?

La línea de transacciones del productor al consumidor constituye la Cadena de Valor, en el caso específico de la quinua la Cadena de Valor lo constituyen la red de empresas conformada por los proveedores de insumos, los productores, los acopiadores, los procesadores, los distribuidores y los consumidores finales.

Los principales nudos críticos de la cadena de valor de quinua:

- En cuanto a los proveedores de insumos, podemos señalar que las semillas de calidad y certificadas son poco accesibles para los pequeños agricultores. Lo

mismo ocurre con los insumos de calidad y certificados para el manejo integral del cultivo.

- En lo que se refiere a los productores, existe baja producción, productividad y calidad de quinua, a la vez que limitadas capacidades técnicas y productivas, y de gestión empresarial, limitado acceso a insumos de calidad, débil acceso a sistema de calidad y certificación, limitado acceso a crédito formal y bajo nivel de organización de los productores y condiciones y prácticas laborales inadecuadas. Asimismo, limitado acceso y uso de tecnología para los procesos de siembra, cosecha y pos cosecha.
- Respecto a los acopiadores, los puntos críticos se centran en la limitada información sobre las tendencias del mercado, limitadas capacidades en buenas prácticas manufactureras y trazabilidad, y alta informalidad y especulación de precios.
- En cuanto a los transportistas, se detectan limitadas capacidades en buenas prácticas y manipulación y transporte de granos andinos.
- En los transformadores, se evidencia baja oferta de quinua de calidad para el mercado nacional e internacional, alto porcentaje de merma (15 a 20%), baja producción y comercialización de productos intermedios y terminados (con alto valor agregado), bajo nivel de capital de trabajo, limitada incorporación de sistemas de calidad y certificación, limitado acceso a tecnologías adecuadas para el procesamiento y elaboración de productos intermedios y terminados.
- Para los distribuidores, el nivel de elaboración de productos intermedios y terminados es bajo.
- Y, en lo que respecta al consumidor, existe una demanda internacional insatisfecha, y bajo consumo per cápita de quinua en el Perú.

¿De qué manera el sistema de mercado afecta a la Cadena de Valor de la quinua?

Las principales limitaciones del sistema de mercado que afectan a la Cadena de Valor de la quinua, en lo que se refiere a funciones de soporte, podemos resumirlas en la limitada y poco accesible oferta de servicios:

- ✓ servicios financieros, sabemos que la oferta crediticia al sector agrícola, en general, es muy reducido en el país y, sobre todo, casi inexistente en los eslabones básicos de la producción de quinua. En nuestro caso, en la región Ayacucho, nuestros campesinos proveedores sólo eran calificados como sujetos de crédito por las Cooperativas de ahorro y crédito de la región Ayacucho: Santa María Magdalena y San Cristóbal de Huamanga, quienes asumieron un convenio con nosotros para financiar a pequeños productores de quinua (1-2 Ha) con nuestro aval, posteriormente y a partir del 2012, Agrobanco firmó un convenio con Wiraccocha para asumir el reto de financiar a pequeños agricultores desde 1 Ha; sin embargo es paradójico que la quinua como principal alimento de la cadena gastronómica peruana, muy afamada a nivel mundial, no sea financiable por otras instituciones del sistema financiero.
- ✓ Servicios empresariales no financieros de buena calidad, también la oferta de insumos adecuados no son tan accesibles a los pequeños agricultores, hay débil e insuficiente provisión de información de mercados, y limitado desarrollo tecnológico agrícola para la producción orgánica y transformación.
- ✓ En lo que se refiere a reglas y regulaciones, podemos resumirlas en: endeble institucionalidad e insuficientes políticas para la promoción y fomento del sector, limitada implementación de políticas y sistemas de protección social en el sector; y, desarticulación de los programas de desarrollo productivo públicos y privados.

Volviendo a la experiencia directa de Wiraccocha Perú SAC, ¿cuáles son las bondades que puede atribuir a sus productos?

Las buenas prácticas que desarrollamos en todas las etapas de producción, desde la identificación de campos, estandarización de semillas, proceso de siembra, seguimiento en la producción, cumplimiento de normas y procedimientos orgánicos, almacén en nuestros propios centros de acopio, procesamiento y almacenamiento en nuestra propia planta. Es un trabajo que se hace de la mano con los productores de la sierra sur del Perú, sumado a la destacada calidad de nuestros productos que cuentan con certificación orgánica, para cumplir con las exigencias del mercado exterior.

Somos en la actualidad una empresa mayorista que distribuye su producto a empresas procesadoras y exportadoras nacionales e internacionales. Realizamos comercialización principalmente de exportación, tanto en grano como en productos derivados: quinua en hojuelas, quinua en harina y quinua POP insuflada.



CANDELA Perú

CANDELA PERÚ (acrónimo de Comercio Alternativo de Productos No Tradicionales y Desarrollo para Latino América Perú), es una organización de comercio alternativo que está en el mercado desde 1989, es decir mucho antes que en nuestro país se inicie formalmente, desde el Estado, el incentivo al Biocomercio. Su representante, el Sr. Gastón Vizcarra, responde en esta entrevista sobre aspectos de su singular experiencia empresarial.



Datos generales de la Empresa

Razón Social	Asociación sin fines de Lucro – Organización Alternativa de Comercio
Nro. de RUC	20110804483
Dirección	Calle Forjadores Mz. F Lt 9. Parque Industrial
Región	Lima
Provincia	Lima
Distrito	Villa El Salvador
Número de Teléfono	(51) 1 2880019 / 1 287 5028 / 1 287 3703
Representante / Contacto	Gastón Adolfo Vizcarra Kennedy
Dirección electrónica (email)	gvizcarra@candelaperu.net
Página Web de la empresa	www.candelaperu.net
Actividad Económica	Exportación de Castañas, Aguaymanto deshidratado, Sacha Inchi (tostado y natural), Aceite de castaña
Sector Económico	Biocomercio

¿Quiénes son y cuáles son los productos que comercializan?

Somos una organización que fortalece cadenas de valor de productos naturales y su misión y visión están definidas con base en dos niveles de gestión: a través de la facilitación de procesos de desarrollo social, y la actividad empresarial con el desarrollo, procesamiento y comercialización de productos peruanos.

Entre los productos que comercializamos están en primer lugar la castaña, los aceites naturales, sachá inchi productos cubiertos con chocolate, y suplementos vitamínicos como la maca. Algunos de nuestros productos son ofrecidos con certificación orgánica y de Comercio Justo.

¿Cómo asumen el concepto de Biocomercio?

Así como definimos que nuestros productos orgánicos están destinados al bienestar de las familias y del planeta, y ejercemos el comercio justo con calidad y equidad social, así también consideramos que el Biocomercio es una excelente alternativa para los productos nativos, y por eso hemos asumido la práctica de sus principios, de hecho estas certificaciones son medulares en nuestra estrategia empresarial y comercial.

Nosotros subrayamos la importancia que el Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB), de las Naciones Unidas, ha sido firmado por más de 120 países y que su objetivo es garantizar el sostenimiento de la vida sobre la tierra. CANDELA PERÚ es miembro fundador de la UEBT (Unión para Biocomercio Ético). En el año 2009, se realizó nuestra primera auditoria UEBT por parte de la certificadora Rainforest Alliance. Como resultado de la auditoria contamos con un Plan de Acción N° 001: Plan de Adecuación a los Principios y Criterios UEBT, el cual está formulado para cinco años.

¿De qué manera participan los productores en su plan de acción empresarial?

Desarrollamos actividades de nuestro plan de acción en conjunto con los castañeros y actores locales con capacitaciones, talleres y encuestas, desarrollando acciones de carácter social local tales como , procedimientos de manejo de conflictos, validando procedimientos de precios justos y costos de producción, identificando bosques de alto valor de conservación, sensibilizando a los castañeros en la conservación de flora y fauna para mantener productivas sus concesiones forestales.

Contamos con procedimientos que venimos desarrollando desde hace varios años, los mismos que cumplen con los principios del biocomercio, certificación orgánica y comercio justo.

¿Qué unidades abarca su certificado orgánico?

Contamos con certificación orgánica que abarca las unidades del Plan del Sistema Orgánico (OSP):

- D1: Procesadora La Joya – Puerto Mdo / Madre de Dios.
- D2: Procesadora Villa El Salvador – Lima.
- D3: Centro de Acopio Alegría – Tambopata / Madre de Dios.
- D4: Centro de Acopio Mavila – Tambopata / Madre de Dios.
- D5: Centro de Acopio Alerta – Tahuamanu / Madre de Dios.
- F01 Castañera del Río – Tambopata / Madre de Dios.
- F02 Castañera de Carretera – Tambopata y Tahuamanu / Madre de Dios.

¿Cómo han estructurado su Programa Orgánico?

Somos responsables de un grupo de castañeros (F01/F02), ubicados por río (Sectores Piedras, Pariamanu, Ashipal, Pariamarca, Lago Valencia), y carretera (Alerta, Alegría, Mavila), los cuales se encuentran empadronados dentro del Programa Orgánico de Candela Perú, los mismos que son capacitados y monitoreados por un Sistema Interno de Control (S.I.C).

¿Cómo funciona el seguimiento de la certificadora?

Para renovar nuestros certificados orgánicos en las Normas Regulación EU (EEC), NOP-USDA, la Certificadora Control Unión realiza todos los años una auditoria de seguimiento a nuestras diferentes unidades, con el rigor de su reconocida acreditación internacional. SENASA es la entidad oficial que hace seguimiento a las certificadoras que actúan en el país para el buen cumplimiento de la normatividad organica en el Peru.

¿De qué manera incentivan a los productores para mantener los niveles de los estándares nacionales e internacionales?

A través de lo que denominamos Incentivo Orgánico: CANDELA PERÚ tiene establecido el otorgamiento del PREMIO ORGANICO, que consiste en el pago de una determinada cantidad a cada productor del Programa Orgánico por kilos de producto orgánico vendido.

¿Cómo se han organizado para responder a los lineamientos del Comercio Justo?

Estamos registrado en la Organización Internacional de Etiquetado de Comercio Justo (*Fair Trade Labelling Organization - FLO*), desde 2004, contamos con

certificación de Comercio Justo en alianza con la Asociación de Recolectores Orgánicos de Nuez Amazónica del Perú – RONAP. Candela Perú es un procesador y exportador autorizado FLO, desde el año 2005, la organización de productores RONAP certifica como FLO, para lo cual cumple con los criterios socio-ambientales de la certificación, y recibe un premio por libra exportada de castaña pelada. En la actualidad la Asociación Forestal Indígena de Madre de Dios está en proceso de certificación FLO.

¿Cómo definen su actividad empresarial en los conceptos de misión y visión?

La misión de Candela es generar, facilitar y liderar propuestas innovadoras para el desarrollo económico y social de las unidades empresariales (familias) rurales. Nuestra visión es ser un equipo líder en el aprovechamiento sostenible de recursos naturales nativos a través del desarrollo de mercado y desarrollo de productos con valor agregado para fortalecer las capacidades de las unidades empresariales rurales que conforman las cadenas productivas amazónicas y andinas.

¿Cómo así surgió la idea de fundar esta empresa en un momento en el que había poca difusión acerca de las características de los mercados para este tipo de productos?

Desde sus inicios, hace casi 25 años, nuestra organización se planteó el reto de reconocer y considerar a los actores de las cadenas como parte importante de nuestras acciones comerciales. El tiempo nos ha dado la razón y en la actualidad existen oportunidades crecientes en los mercados para los productos orgánicos, de biocomercio y comercio justo, es algo que en los últimos años está teniendo referentes un poco más estructurados.

Esta realidad confirma la existencia de una demanda creciente y en la convicción de que, con las ventajas comparativas y competitivas de nuestros productos, había que hacer camino al andar.

¿Con qué organizaciones y cómo desarrollan su relacionamiento institucional?

CANDELA PERÚ trabaja con productores de la región de Madre de Dios y con otros socios en diferentes regiones del Perú y a nivel internacional. Comprendemos

que para la actividad comercial es necesario crear sinergias para fortalecer su desarrollo. Por ello, en todo momento nuestro trabajo de relacionamiento está enfocado en fortalecer alianzas con diversos actores de la cadena de valor como productores asociados, productores individuales, organizaciones de base, gremios, y otros socios.

Las organizaciones con las que desarrollamos relacionamientos institucional, son, principalmente:

RONAP

La Asociación de Recolectores Orgánicos de la Nuez Amazónica del Perú fue fundada en el 2003. El trabajo en alianza con RONAP ha permitido desarrollar los estándares de Comercio Justo para la Nuez Amazónica (2004). Actualmente tiene representación en la Cooperativa Internacional de Nueces y trabaja en proyectos conjuntos con otras cooperativas y asociaciones de nueces amazónicas de Brasil y Bolivia. Agrupa a 58 productores de la región de Madre de Dios.

AFIMAD

La Asociación Forestal Indígena de Madre de Dios, es una organización que reúne a seis comunidades nativas de la región de Madre de Dios (Boca Parimanu, Palma Real, Sonene, Tres Islas, San Jacinto y el Pilar), los pueblos indígenas pertenecen a dos etnias (Esejas y Amahuacas). La organización está enfocada en desarrollar las oportunidades económicas y comerciales de las comunidades nativas de la región en busca de generar un desarrollo económico sostenible para sus pobladores.

Actualmente CANDELA PERÚ se encuentra trabajando con las comunidades de Boca Parimanu, Palma Real y Tres Islas. AFIMAD cuenta con su propio programa de certificación orgánica.

ASECESS – SABALUYOC

La Asociación de Extractores Ecológicos del Sector Sabaluyoc, es un grupo de productores organizados con la cual CANDELA PERÚ ha desarrollado un trabajo conjunto en busca de fortalecer su organización así como oportunidades para el desarrollo de su comunidad. En este sentido se han realizado algunas experiencias y propuestas piloto como el proyecto de la construcción de un galpón para la

comunidad mediante el apoyo directo de un cliente (GEPA), al comprar producto de esta asociación y generar una vinculación más directa con estos productores. Asimismo, hemos generado lineamientos para el trabajo sostenible de la extracción de madera y castaña de sus concesiones.

IPPN

Es un grupo de empresas, instituciones y personas, que busca promover la investigación científica, el cultivo, la producción, consumo interno y exportación con valor agregado de plantas medicinales y productos naturales oriundos, preservando el medio ambiente, articulando con las comunidades locales e indígenas y colaborando con la mejora de la calidad de vida.

Proyecto Perú Biodiverso

CANDELA PERÚ participa en el proyecto Perú Biodiverso para articularse con proveedores de la cadena de valor del Sacha Inchi en la región de San Martín.

WFTO

WFTO es la Organización Mundial de Comercio Alternativo cuya misión es mejorar la calidad de vida de los productores más desfavorecidos de los países en desarrollo y a la vez promover y fortalecer a organizaciones de Comercio Justo. Alrededor de 400 organizaciones forman parte de la WFTO, siendo CANDELA PERÚ miembro desde 1993. Aproximadamente el 65% de los miembros se encuentran en el Sur: Asia, Medio Este y América del Sur, los demás miembros son de Norteamérica y Europa. Los miembros de WFTO trabajan sobre una base de un código ético y de cooperación mutua con el objetivo de crear una manera más justa de comercio.

FLO

Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), se estableció en el año 1997, con el objetivo de promover y mejorar las condiciones socioeconómicas de los productores, mediante la oferta de productos certificados que cumplen con los estándares de comercio justo. A través de esta certificación los productores pueden obtener los beneficios de la certificación de los productos con sello FLO. El Comercio Justo contribuye al desarrollo sustentable al ofrecer mejores condiciones comerciales a los productores y trabajadores marginales, especialmente en el Sur,

respetando sus derechos. CANDELA PERÚ está registrado como procesador/exportador autorizado desde el año 2005.

UEBT

Union for Ethical Biotrade, organización sin fines de lucro fundada en el 2007, busca promover la 'producción con respeto' ('Sourcing with respect'), de ingredientes provenientes de la biodiversidad nativa. Los miembros de la UEBT están comprometidos con prácticas de trabajo que promueven la conservación de la biodiversidad, respetan los conocimientos tradicionales y aseguran la repartición equitativa de beneficios en la cadena de valor. CANDELA PERÚ es miembro fundador de la UEBT.

SHARED INTEREST

Es una cooperativa de inversión ética Británica cuyo objetivo es financiar organizaciones de Comercio Justo del Norte y del Sur. Cumpliendo un rol muy importante en el financiamiento de productos de los países en desarrollo. CANDELA PERÚ se ha beneficiado de éstos préstamos por parte de Shared Interest por varios años.