

Comercio y economía VERDE :

Tendencias, Retos y Oportunidades

El sector de Biocomercio en Perú

Presentación para la
reunión extraordinaria
de la Comisión
Nacional de
Biocomercio,
31.07.2013



UNEP: Proyecto GE-TOP

GE-TOP: Fase I (2012)



Informe “Economía Verde y Comercio: Tendencias, Retos y Oportunidades” (Publicado en mayo 2013)

Objetivos:

- Identificar las oportunidades de comercio internacional en diversos sectores económicos clave asociadas con la transición a una economía verde;
- Identificar las políticas y medidas que pueden actuar como facilitadores y ayuden a superar los obstáculos que impiden aprovechar las oportunidades de comercio derivadas de la transición a una economía verde.

Principales hallazgos:

- los mercados de exportación de alimentos, bienes y servicios sostenibles constituyen una oportunidad para los países emergentes.
- en los próximos años es probable que aumente aún más la demanda de bienes y servicios sostenibles.



GE-TOP: Fase II (2013 - 2014)



Estudios de comercio y economía verde en 3 países pilotos

Objetivo:

- Ayudar a los gobiernos, al sector privado y otras partes interesadas a fortalecer su capacidad para aprovechar las oportunidades de comercio sostenible a nivel nacional, regional e internacional.

Estructura de los estudios y de la cooperación:

- Análisis de integración comercial en un sector específico;
- Análisis cuantitativo de cadenas de valor;
- Recomendaciones específicas;
- Fortalecimiento de capacidades de instituciones nacionales;
- Fortalecimiento del dialogo entre los principales actores nacionales e internacionales, públicos y privados.



Resumen de las sugerencias para GE-TOP Perú

Principales cuestiones que quedan abiertas:

- Data del primer proyecto
- Esquema de acreditación a nivel nacional en base al dimensionamiento del mercado local
- Biocomercio (como un sector verde) y su participación en la economía verde. Estudio del potencial comercial del mercado local vs. mercado internacional
- **Intervenciones por los participantes?**

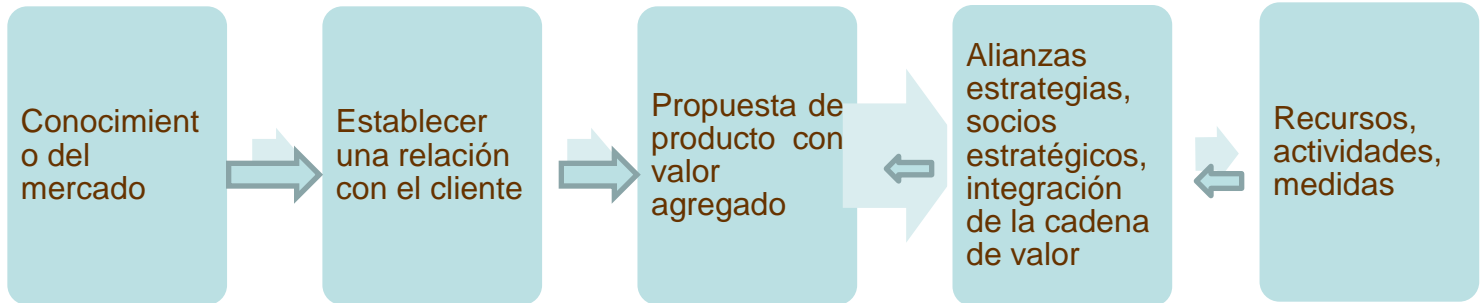


El modelo de “scaling up” de los productos de biocomercio en el marco del plan para asistencia técnica

- El modelo implica el desarrollo de una matriz comercial de un producto con valor agregado de biocomercio dentro de la cadena comercial. Esta matriz será la base teórica para la tercera fase del proyecto que es el desarrollo de capacidades y asistencia técnica. El objetivo final de este tema es el desarrollo e implementación de una línea de producto que tenga valor agregado para ventas internacionales a través de una empresa local que ya sea parte de la iniciativa del sector de biocomercio.
- La idea es crear un guía/un cuadro lógico para las diversas empresas del rubro sobre los puntos a considerar para el desarrollo de un exitoso portafolio de productos con valor agregado con potencial de mercado. Para tal propósitos se va a definir los criterios como presentación de productos, canales comerciales, y canales de promoción.
- Se buscará la forma de darle valor agregado, se va a desarrollar el marketing mix (envasado, etiquetado) y los canales más efectivos de ventas (online, offline), con el objetivo de maximizar tanto ventas como márgenes. Se buscarán socios estratégicos que impulsen la venta de este producto.
- Se va a hacer el ejercicio con un producto particular donde las empresas podrán ver en un caso práctico todos los puntos a considerar para un exitoso lanzamiento.



El modelo de "scaling up" de los productos de biocomercio



Análisis costo-beneficio de una cadena valor antes y después de aplicación de estándares sostenibles



Como parte del proyecto se realizara un análisis costo-beneficio con el objetivo de proporcionar una medida de la rentabilidad de dos cadenas de valor de productos de biocomercio, mediante la comparación de los costos previos de la aplicación de los estándares de sostenibilidad y los beneficios obtenidos en la realización del mismo.

El análisis costo beneficio (CB) incluirá medición de indicadores sociales, económicos y ambientales. Análisis del potencial *price premiums* para los mercados internacionales como parte de los beneficios estimados.

El análisis CB será relacionado a diferentes estándares internacionales tal como el orgánico y comercio justo y además a los P&C de biocomercio, relacionados a acceso a mercados y a la rentabilidad.

- Presentación de los resultados de medio-termino en la Expo Alimentaria del 15 Octubre



Temas adicionales a tratar



Comercio y Economía Verde: el caso del Biocomercio

1. Discutir la posibilidad de alinear los objetivos del proyecto con estos de la futura estrategia nacional de biocomercio
2. Entender la visión de MINAM y MINCETUR sobre el futuro del sector
3. Hablar sobre el potencial económico del sector dado la contradicción que a pesar que el mercado de productos sostenibles esta creciendo a nivel mundial las ventas de las empresas nacionales están cayéndose. Ver razones claves.
4. Identificar las cadena de valor con que se va a trabajar (desde la: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_ =480.47900)
5. PYMES y MYPES vs. Empresas grandes





Gracias por su atención y participación!!

Contacts:

Anja von Moltke (UNEP), anja.moltke@unep.org

Yovita Ivanova (PUCP), yivanova@pucp.pe

Fabrizio Meliado (UNEP), fabrizio.meliado@unep.org

