



RELATORÍA

**Presentación de las empresas preseleccionadas en la
Segunda Convocatoria del Proyecto Biocomercio Andino**

23 de agosto del 2013

PRESENTACIÓN DE EMPRESAS PRESELECCIONADAS EN LA SEGUNDA CONVOCATORIA DEL PROYECTO BIOCOMERCIO ANDINO (GEF+CAF+UNEP)

1. RESUMEN DEL EVENTO

El evento se llevó a cabo el viernes 23 de agosto del 2013 en el auditorio de la Cámara de Comercio de Lima, contando con la participación de 27 asistentes, entre representantes de las empresas seleccionadas en la segunda convocatoria del proyecto y especialistas designados para la asesoría en sus respectivos planes de negocio.

2. RESUMEN DE EXPOSICIONES

2.1 Palabras de Bienvenida

❖ *Juan Luis Kuyeng*

Coordinador del Departamento de Programas y Proyectos – PROMPERU

El motivo de la convocatoria a la reunión es para explicarles los beneficios que traería el proyecto a sus negocios; contarles acerca de la relación que entablaría PROMPERU con las empresas; los fondos que van a aplicar; la historia del proyecto; la manera en que se incluyen principios y criterios (PyC) en sus negocios; las buenas prácticas, que son para nosotros un elemento diferencial para acceder a mercados internacionales y nacionales.

Queremos generar una nueva cultura de gestionar la diversidad nativa, haciendo un buen manejo ambiental, social; y enfocado desde el punto de vista comercial que es lo que caracteriza a PROMPERU.

¿Cuál es el valor diferencial de este tipo de iniciativas comerciales, del comercio justo y las certificaciones orgánicas? Que no solo promueven beneficios para su empresa, sino también para el comprador; por ende, pueden conseguir un precio y utilidad marginal adicional mediante la implementación de PyC y la obtención de certificaciones especializadas.



No deben olvidar que PROMPERU buscará realizar el *matchmaking* (el cruce entre los compradores con los exportadores); es por ello que al tener este encargo institucional buscamos que el *match* que encontremos en los nichos de mercado se adapten de la mejor forma al estado de sus iniciativas.

Trabajamos con diferentes líneas de empresas, entre ellas las productivas (para el mercado local o mercado exportador); últimamente se está trabajando también el tema de ecoturismo. Mejorar las capacidades en sus empresas y darles el contacto comercial, es el trasfondo del presente acercamiento, dentro de este gran paraguas que es el Biocomercio.

Durante la reunión dialogaremos también con sus asesores en lo concerniente al desarrollo de sus planes de negocio. Queremos incentivarlos a que sigan –y persigan– estas buenas prácticas (de mediano y largo plazo), mientras nosotros como gobierno incentivamos la gestión de este tipo de empresas.

2.2 ¿Qué es el Biocomercio? Y el compromiso institucional de PROMPERU

❖ *Guadalupe Amésquita*
Especialista en Comercio Sostenible – PROMPERU

PROMPERU está viviendo una transición, y ha sido el Biocomercio la base de las actividades. Gracias al proyecto Biocomercio Andino se viene apoyando a empresas de diferentes sectores, como por ejemplo: ecoturismo y gastronomía.

El Biocomercio no trabaja con especies introducidas; las empresas que incorporan el Biocomercio deben cumplir con “*people, planet and profit*” (lo que se conoce como las tres “p”). El proyecto buscará apoyar a las empresas en el fortalecimiento de prácticas ambientales y sociales, además de reforzar también el plano económico; esto aplicado en conjunto les va a permitir una propuesta de valor mayor en los mercados locales e internacionales.



El Biocomercio no es una certificación, es un enfoque de negocios holístico, que comprende diversas dimensiones que en los mercados se traducen en las certificaciones.

Con el proyecto Biocomercio Andino y los servicios de PROMPERU las empresas e iniciativas se verán fortalecidas; el trabajo, en su mayoría, será de mediano y largo plazo. Identificaremos hacia qué mercado se dirigen, para posteriormente apoyarlos en la articulación de un plan de trabajo adecuado y acorde a sus objetivos.

Cabe resaltar que el apoyo que brinda el proyecto está regido por la Ley de Adquisiciones y Contrataciones del Estado, y por ende, no hay transferencia de recursos a las empresas. Identificamos los recursos que ustedes necesitan y los convertimos en asistencia para que el proyecto les pague directamente a los proveedores.

PROMPERU se involucra porque forma parte de un programa de promoción del Biocomercio, el cual se creó en el 2004 como una plataforma institucional desde la cual se promueve el Biocomercio como lo hacen otras instituciones.

PROMPERU comparte la secretaría técnica con el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP). Es en ese espacio donde materializamos acuerdos y compromisos, cuando las empresas deben enfrentarse a los siete (7) principios, 26 criterios y todo lo que involucra incorporar el Biocomercio.

El Biocomercio se sustenta en tres enfoques: ecosistémico, cadena de valor y manejo adaptativo (empresas se adaptan a los requerimientos de mercado). Además de ellos, buscamos fortalecer también un enfoque asociativo, para que los productos vayan a segmentos especializados.

El enfoque de cadena de valor permitirá que las iniciativas y/o empresas tengan sostenibilidad empresarial. El proyecto apoya al desarrollo de nuevos productos. Un servicio próximo a ser provisto por PROMPERU es la capacitación en Biocomercio.



2.3 Proyecto Biocomercio Andino: Pasos posteriores a la preselección

❖ *Cynthia Garcia Arcia*

Coordinadora Nacional del Proyecto Biocomercio Andino - PROMPERU

El proyecto Biocomercio Andino lleva por nombre oficial: “Facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercados en la región andina”. Este proyecto se ejecuta en tres países (Ecuador, Colombia y Perú); en el Perú, la unidad ejecutora es PROMPERU.

En el Perú se decidió tomar el Ecoturismo y la Gastronomía como nuevos sectores donde aplicar el Biocomercio, es decir, ya no sólo se busca evaluar cómo se incorporan los PyC del Biocomercio en productos, sino también en servicios.

Se debe tomar en cuenta que los recursos del proyecto provienen del Fondo Medioambiental Mundial (GEF), por ello es necesario enfatizar en que el comercio es una estrategia para proteger los recursos nativos.

Si pasan la verificación de PyC con un porcentaje mayor al 50.0%, serán parte del grupo de empresas beneficiadas por el proyecto. Existen actividades transversales y otras focalizadas en empresas. La unidad ejecutora está realizando un gran esfuerzo por descentralizar las acciones por regiones.

Una gran concentración de actividades se dará en el Componente 2 del proyecto “Acceso a mercados”, donde contarán con el apoyo de especialistas en Biocomercio. El análisis de la ruta exportadora nos permitirá evaluar si los servicios solicitados en su ficha de registro guardan relación con el estado actual de su empresa.

El plan de trabajo, sobre el cual firmarán un convenio, utiliza tres (3) referentes de información: el Plan de Bionegocios, la evaluación en PyC y los resultados de la ruta exportadora.

La finalidad es promover empresas competitivas comercialmente, pero que además permitan aportar a la conservación de los recursos nativos del país; que fomenten la



inclusión y el desarrollo local; y el desarrollo de productos y/o servicios de Biocomercio con alto valor agregado.

El proyecto opera a nivel individual, a través de los proyectos piloto, y a nivel sectorial, busca fortalecer los sectores priorizados por la unidad ejecutora basándose en la concentración de iniciativas por sector.

Las iniciativas y/o empresas que fueron preseleccionadas pasarán por un proceso de verificación en PyC, evaluaciones que se esperan iniciar la última semana del mes de agosto. Una vez obtenidas las evaluaciones, los representantes de las iniciativas y/o proyectos piloto podrán tener acceso a los resultados de la evaluación. Esta evaluación permitirá desarrollar una línea de base, es decir, conocer hasta qué grado los proyectos y/o empresas han podido incorporar en sus iniciativas comerciales principios y criterios de Biocomercio.

La unidad ejecutora, con la finalidad de acelerar procesos, decidió que la elaboración de los Planes de Bionegocios se ejecute de manera paralela a la evaluación de PyC criterios de Biocomercio. Cabe resaltar que las empresas preseleccionadas ya han sido evaluadas sobre la base de los PyC, por lo que no habría motivos para que una iniciativa o proyecto seleccionado quedará fuera en esta etapa. Se concederá el plazo de un mes para articular su Plan de Bionegocios (con o sin asesoría), el cual deberá ser formulado sobre la base del Manual de Bionegocios –actualizado- que se encuentra en la página *web*.

En torno a la ejecución de las actividades, resaltan dos puntos: Las actividades plasmadas en su Plan de Bionegocios que cuentan con financiamiento del proyecto, sólo se ejecutarán una vez que el convenio haya sido firmado, y que los fondos administrados por el proyecto se gestionen bajo la Ley de Contrataciones del Estado. Por otro lado, se exhorta a las empresas a leer adecuadamente las bases del concurso.

El periodo aproximado para la elaboración y respectiva presentación del Plan de Bionegocios será de 30 días útiles. PROMPERU ha designado a especialistas que



apoyarán en la formulación de los planes, sin embargo, este debe ser un trabajo en conjunto –retroalimentado- por las empresas. Los asesores contratados firmarán una cláusula de confidencialidad de la información.

2.4 Importancia del Plan de Bionegocios para el éxito de una empresa de Biocomercio

❖ *David Paredes*

Especialista en Asistencia Empresarial - PROMPERU

Es importante formar un equipo de trabajo y proveer toda la información necesaria para la articulación del documento; leer las bases de manera correcta, ya que existe una matriz de evaluación que deberá articularse paralelamente a su plan de negocios; esa matriz provee información esencial.

El Plan de Bionegocios determina la factibilidad del negocio. El plan financiero va a permitir observar la viabilidad del negocio, y está articulado a una estrategia. Esta estrategia debe estar alineada con el plan de actividades del proyecto (sujeto al monto a ser financiado). Tiene un resumen detallado de todas las actividades que desarrollará la empresa, de las prioridades y en qué se puede mejorar; esto permitirá aumentar la competitividad. El plan ayudará a visibilizar sus principales debilidades.

El “test de potencial exportador” es importante y se aplica por dos razones: para conocer cómo estoy midiéndome y qué requisitos me están exigiendo. PROMPERU apoya el desarrollo de su plan de acción.

La estructura del plan de negocios debe contemplar: a) antecedentes (deben ser brindados al consultor); b) diagnósticos y c) tendencias (se debe diseñar con el consultor los indicadores para la estrategia).



3. DINÁMICA: PRESENTACIÓN DE ESPECIALISTAS EN FORMULACIÓN DE PLANES DE BIONEGOCIOS A EMPRESAS SELECCIONADAS

Un total de 15 representantes de empresas pudieron reunirse con el consultor que los apoyará en el desarrollo de su plan. Si no se encuentra la empresa con el consultor – físicamente- se realizarán sesiones vía Skype para poder proveer la información necesaria.