

Tema 3: Conociendo empresas de biocomercio

Subtema 1: Biocomercio: Biodiversidad y sostenibilidad



“Algarrobos Orgánicos nació como un sueño, como una idea de negocio, que buscó en el origen preservar algo, preservar los bosques secos de algarrobos en Piura que, en ese entonces, estaba siendo altamente depredado.

El gerente general veía esto, entonces, inició toda una idea para que no se talara el árbol y pudiera usarse el fruto, de tal manera que pudiera tener rédito económico para las familias de la zona, siendo sostenible ello.

Al día de hoy trabajamos con varios productos de biodiversidad, entre los cuales está el algarrobo, la maca, la lúcuma, el cacao, el aguaymanto, el camu camu, el yacón, el maíz morado, todos ellos de producción orgánica y todos ellos derivados de biodiversidad.

Es importantísimo para nosotros trabajar con la cadena de valor. Esta es la metodología que nos enseñaron, la que aprendimos con PROMPERÚ, con MINCETUR, con los proyectos Perú Biodiverso 1, Perú Biodiverso 2, Biocomercio, y que ahora está rindiendo sus frutos.

Estamos en los cinco continentes, con una cartera de alrededor de 63 clientes diferentes. Ya no solamente es un negocio familiar de la familia nuclear, sino también, es un trabajo familiar con cada una de las familias en campo. El reto ahora es consolidarlo, hacerlo sostenible, lograr poder tener manuales tan sólidos, que, por más que salgan las cabezas principales de la empresa, el negocio no caiga. El trabajar sobre la habilidad que puede tener la familia para desarrollar una tierra sin ningún tipo de agroquímicos es ahora lo que se convierte en el secreto de la empresa: Concientizar a todo el mundo, desde nosotros mismos, hacia todos nuestros stakeholders de la cadena.

Es una inversión y aparte tiene mucho más valor, mucho más impacto, no solo económico y financiero, sino también, quizás, cultural, moral, social. Entonces ése es el mensaje: Trabajar sobre la base del largo plazo, no pensar solo en el hoy, sino generar una inversión de largo plazo que no necesariamente es tan grande. Lo podemos decir nosotros que hemos empezado desde muy pequeños.”

Jonatan Malache, Gerente de Producción y Desarrollo de Algarrobos Orgánicos



“Bueno, describiría Amazon Health Products como una empresa comprometida con sus principios. Casi caímos en el biocomercio por casualidad porque, cuando nos metimos a este negocio, vimos tremendas oportunidades, pero mucho trabajo por hacer. Entonces, a raíz de eso es que nos verticalizamos en nuestras operaciones.

Básicamente significa estar involucrado en campo, cultivo, cosecha, postcosecha, procesamiento, mercado; estratégicamente buscando los espacios en los cuales nuestros productos son más competitivos y, en eso, coincidentemente encontramos sacha inchi como un cultivo perenne, que produce todo el tiempo, cada quince días, todo el año. Comenzó a calar la idea de que la biodiversidad misma podía ser la herramienta de protección de la selva.

Hoy en día trabajamos con casi mil familias, pero ha sido todo un trayecto arduo el que hemos tenido que recorrer.

Hacemos aceite, harina proteica, snacks, comercializamos camu camu, chía, maca. Nosotros no solamente comercializamos productos de la biodiversidad, sino que generamos cadenas de valor para cumplir con los estrictos requisitos que el mercado requiere.

Con sacha inchi estamos con un producto que se comercializa en distintas partes del mundo. Nosotros vendemos a Oceanía, Europa, Estados Unidos, Canadá.

Trabajar directamente con nuestras comunidades es crítico para nosotros, el desarrollo de la cadena es elemental para que nosotros podamos seguir creciendo. El sachá inchi, bajo el enfoque que nosotros lo trabajamos, está cambiando vidas a diario. Es por eso que el sachá inchi peruano tiene una identidad, la idea de vender sachá inchi con una historia le llega al consumidor como una oportunidad para no solo cambiar su salud, sino el entorno en el que vive y en el que viven otras personas.

La visión que tenemos del país es la de poder, a través de nuestra biodiversidad, generar riqueza en nuestra cultura, en nuestras vidas, en la salud de las personas. El elemento más importante en este camino ha sido responsabilizarnos por toda la cadena. Si no, no habríamos llegado a ningún lado."

Wallis Winder, Gerente General de Amazon Health Products