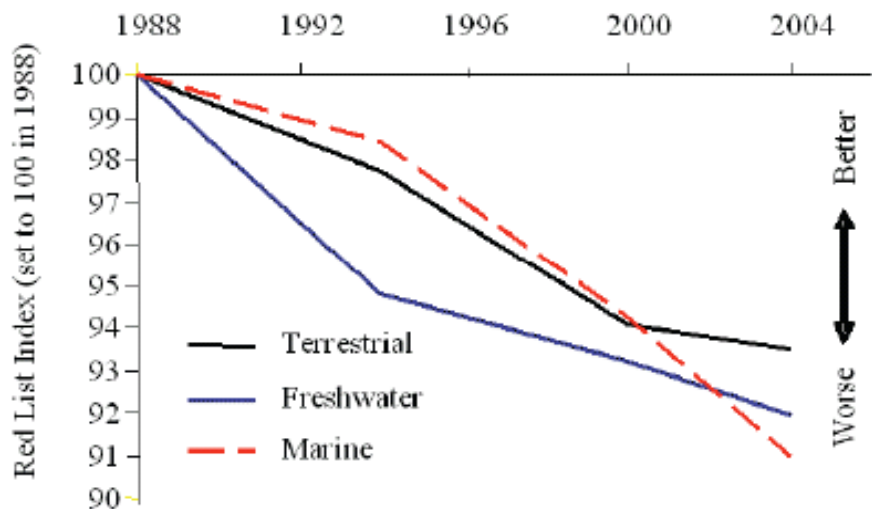


# **BIOCOMERCIO Y LA SOSTENIBILIDAD DE LAS CADENAS DE VALOR**

Cecilia Terry



Red List Index for birds



## Algo de historia...

- 90s:

- Se evidencia problemas ambientales:

*“Pese a que las temperaturas han sufrido grandes variaciones en los últimos 2.000 años, los años 90 constituyeron la década más calurosa de la historia”*

*Nature - RU*

- Incremento de especies amenazadas
- Tasa de deforestación promedio : 50 000 Km<sup>2</sup> /año de bosque virgen

# Esfuerzos Políticos



**1972: Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Entorno Humano Estocolmo**  
– Desarrollo y Seguridad Ecológica

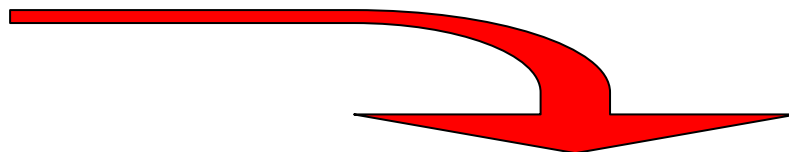
20 años después.....

**1992: Cumbre Mundial de Río o Cumbre de la Tierra**

- Carta de la Tierra
- Acuerdos Multilaterales (172 países)
  - Agenda 21
  - La Declaración de Principios Forestales
  - La Convención para un Marco de las Naciones Unidas en Cambio Climático - UNCCC
  - La Convención de las Naciones Unidas sobre la diversidad biológica CDB
  - La Declaración de Río sobre Medioambiente y Desarrollo.

## Especies en flora

Colombia	45,000
Perú	40,000
Ecuador	27,000
Venezuela	24,000
Bolivia	20,000
Europa	12,000
Japón	3,000



## Flora en Perú

Únicas del Perú (endémicas)	7,500
Uso registrado	4,400
Medicinales	1,430
Colorantes	134
Venenos / biocidas	174

# Pluriétnico y multicultural

- 14 familias lingüísticas
- 72 etnias
- La población indígena es heredera de los conocimientos de los antiguos peruanos



# Estos esfuerzos y riquezas...



**No han solucionado los problemas generados por la deforestación y calentamiento global**



**Persiste la tala y extracción ilegal especies en extinción**



**Se mantiene los niveles de pobreza en los países megadiversos**

# ¿Cómo se relaciona el comercio con Bio...?

El desarrollo sostenible:

- Componente Económico
- Componente Ambiental
- Componente Social

- Existe un **mercado**, i.e., una necesidad o demanda de productos o servicios con **valor agregado**, derivados de la biodiversidad
- Se genera beneficios que deben ser **distribuidos** a lo largo de la **cadena de valor**

# ¿Qué es BioComercio?

Conjunto de actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas), desarrolladas de conformidad con los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

Con especial énfasis en:

- el *uso sostenible* de los recursos biológicos nativos;
- la promoción de estrategias y actividades productivas que apoyen la *conservación* de los recursos en áreas con alto grado de biodiversidad;
- la generación de beneficios económicos y su *distribución equitativa* con comunidades locales e indígenas.

# Principios & Criterios

1. Conservación de la Diversidad Biológica
2. Uso sostenible de la Diversidad Biológica
3. Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la Diversidad Biológica
4. Sostenibilidad Socio-Económica (gestión, producción, finanzas y mercado)
5. Cumplimiento de la legislación nacional e internacional
6. Respeto de los derechos de los actores involucrados
7. Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos y a los conocimientos

# ¿Qué busca el BioComercio?



- Generación de riqueza a nivel local
- Empoderamiento y riqueza local
- Reducción de la pobreza
- Conservación de la Biodiversidad
- Estrategia a largo plazo
- Globalización sin perder lo nuestro

# LOS NEGOCIOS HOY

# Nuevas tendencias y nichos de mercado



- ❖ Mercados verdes
- ❖ Orgánicos
- ❖ Comercio Justo
- ❖ Amables con el medio ambiente
- ❖ Nutraceuticos y Cosmeceuticos
- ❖ Gourmet
- ❖ Mercados Kosher, Halal, etc.
- ❖ Ecoturismo

## **Dimensión de la Industria de Productos Naturales 2006 (US\$ Millones)**

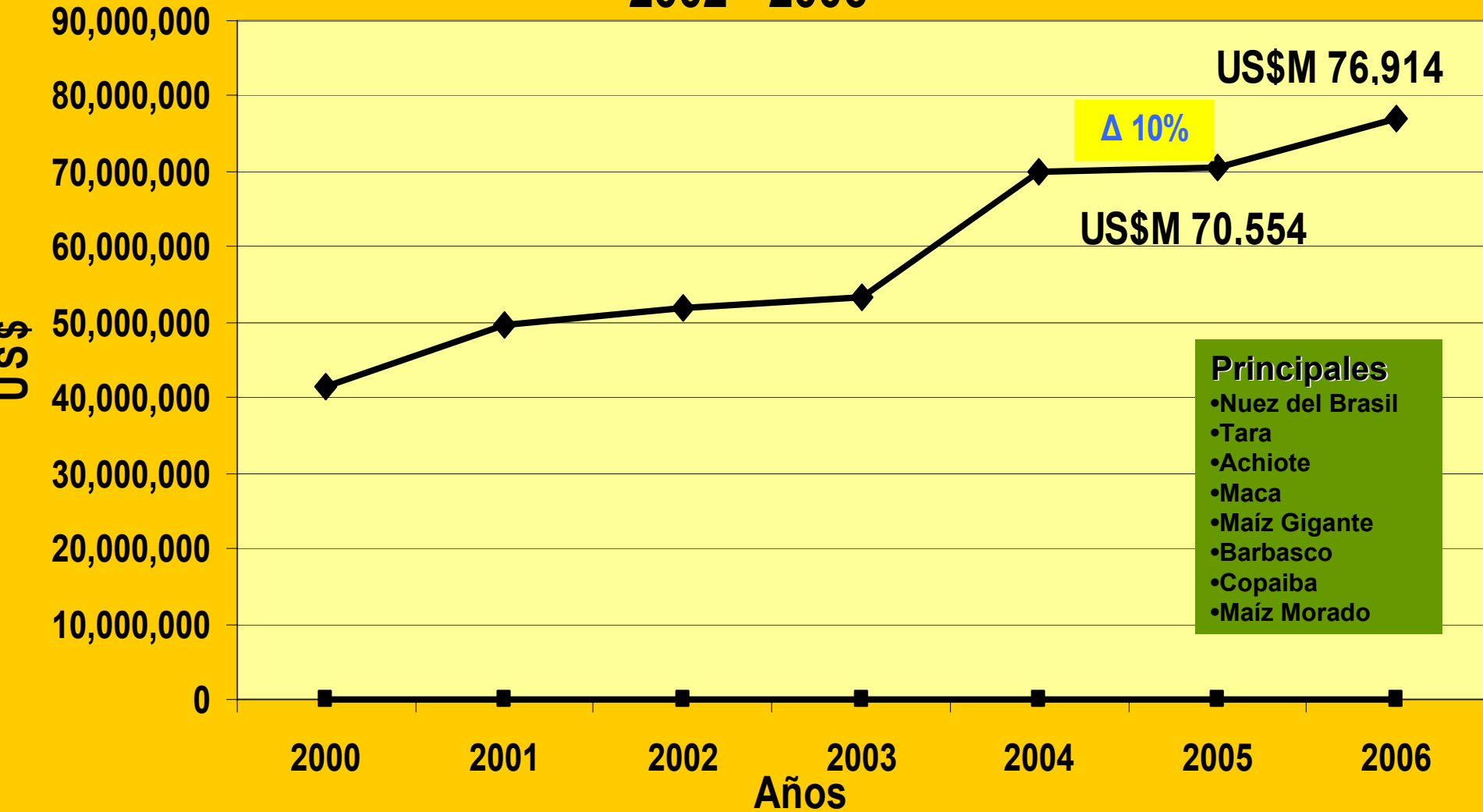
<b>Segmentos</b>	<b>USA</b>	<b>GLOBAL</b>
<b>Suplementos</b>	<b>21,310</b>	<b>66, 550</b>
<b>Alimentos naturales y orgánicos</b>	<b>20,840</b>	<b>47,730</b>
<b>Cosméticos y uso personal</b>	<b>6,560</b>	<b>18,210</b>
<b>Alimentos funcionales</b>	<b>26,660</b>	<b>77,890</b>
<b>TOTAL Industria</b>	<b>75,370</b>	<b>210,380</b>

Fuente: Organic Trade Association

# Perú

## Evolución de las Exportaciones de los Productos del Biocomercio

### 2002 - 2006



# ¿Cómo hacer BONEGOCIOS?

Características:

- Profunda y real preocupación por la conservación de la biodiversidad
- Uso responsable y sostenible de los recursos naturales
- Tasa de retorno económica, social y ambiental positiva
- Distribución equitativa y justa de los beneficios obtenidos

Se considera empresa de “Biocomercio” a aquella institución cuyo fin es producir o comercializar productos o servicios derivados de la biodiversidad involucrando criterios de buen manejo económico y sostenibilidad social y ambiental

# Análisis de las Cadenas de Valor



# Cadenas de Valor

- Cada planta tiene su propia cadena de valor
- Serie de actividades relacionadas e interconectadas que se reúnen para entregar un mayor valor al cliente
- Cada una posee sus fortalezas y debilidades particulares

# Formación de la Cadena de Valor

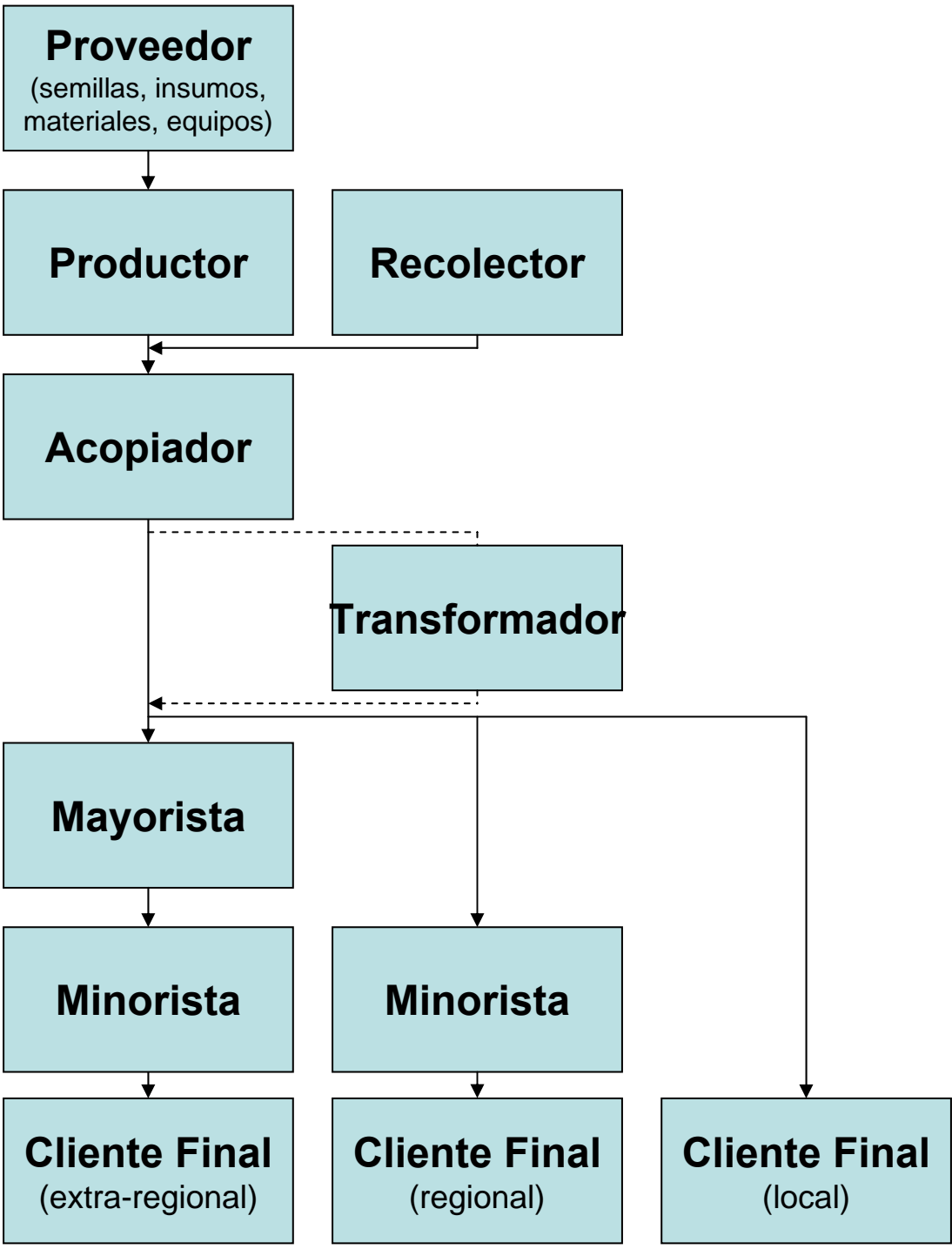
- Estructura de la cadena productiva
  - Productor, acopiador rural, mayorista, etc.
  - Funcionamiento de la cadena y roles de los participantes
  - Identificación de los principales problemas y cuello de botella.

# Formación de la Cadena de Valor

- Establecimiento de diálogos para la acción
  - Consultas institucionales entre entes privados y estatales
  - Mesas de diálogo entre los representantes
  - Mesas de concertación para la suscripción de acuerdos, convenios, contratos, etc.

**Bienes y Servicios Públicos**

(infraestructura, derechos de propiedad, seguridad, administración de justicia, etc.)



asistencia técnica y capacitación en producción y gestión, acceso al financiamiento

**Servicios de Desarrollo Empresarial (SDE):**

# Principales problemas

- El concepto “**biocomercio**” no es conocido ni utilizado
  - No hay conciencia de pertenencia a una cadena del biocomercio
  - Motivación: negocio individual o ingreso adicional
- Productores:
  - su conocimiento de la **cadena productiva** se restringe a los eslabones inmediatos (acopiadores),
  - tienen poca comunicación con los compradores y desconocimiento de los **mercados** (características, estructura y tendencias de la demanda)
  - volumen de producción y ventas
  - estacionalidad
  - requerimientos de presentación y calidad esperada por el cliente
  - nivel de información es creciente en eslabones más cercanos al mercado final

# Principales problemas

- **Minifundios**, sin saneamiento físico-legal.
- **Contratos de corto plazo**, susceptibles de ser renovados o no en cada oportunidad.
- **Negociación del productor / recolector** con el acopiador local individual sin capacidad de negociación. Venden al contado, a quien ofrece mejor precio.
- **Acopiadores locales** almacenan progresivamente y revenden luego a los grandes acopiadores enviados por los transformadores / mayoristas.
- **Desconfianza**: La “volubilidad del productor” en el cumplimiento de compromisos de entrega de cosechas y la “volubilidad del comprador”, no interesado en ir al centro de producción y establecer relaciones de confianza de largo plazo con los productores.

# Principales demandas de apoyo

- **Producción / Recolección**

- Capital de trabajo
- Insumos y materia prima de calidad, en cantidad y oportunidad adecuadas
- Bienes de capital y superación del nivel artesanal de desarrollo tecnológico
- Acceso a asistencia técnica y capacitación de calidad y en el campo en temas de manejo del cultivo y gestión empresarial
- Información de mercados (precios)
- Acceso a mayor financiamiento (exige saneamiento físico-legal de la propiedad)

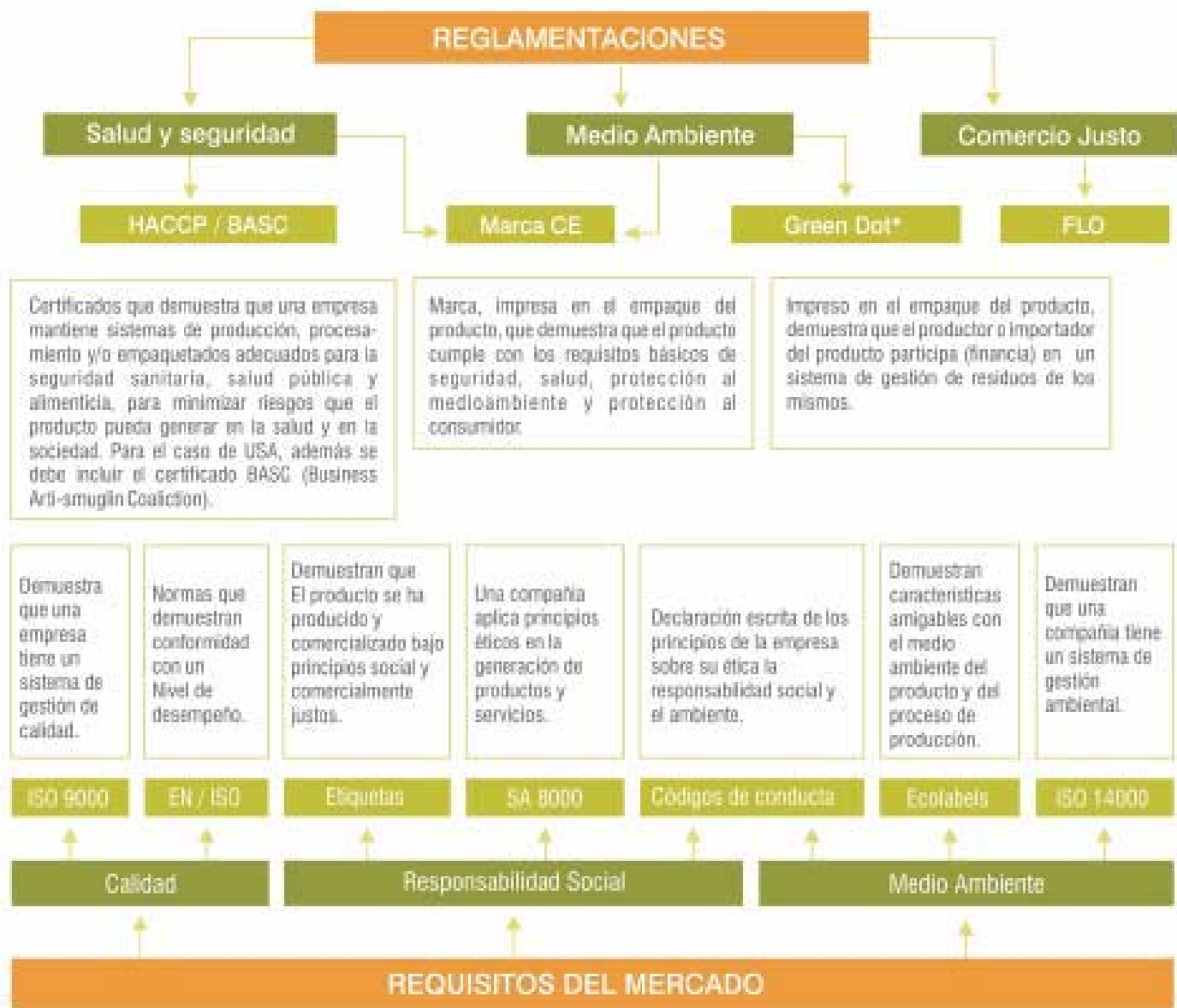
# Principales demandas de apoyo

- **Transformación**

- Financiamiento más barato, capital de trabajo
- Investigación y desarrollo
  - para validación de paquetes tecnológicos poco conocidos,
  - Pruebas de Eficacia
  - Incorporación de Universidades

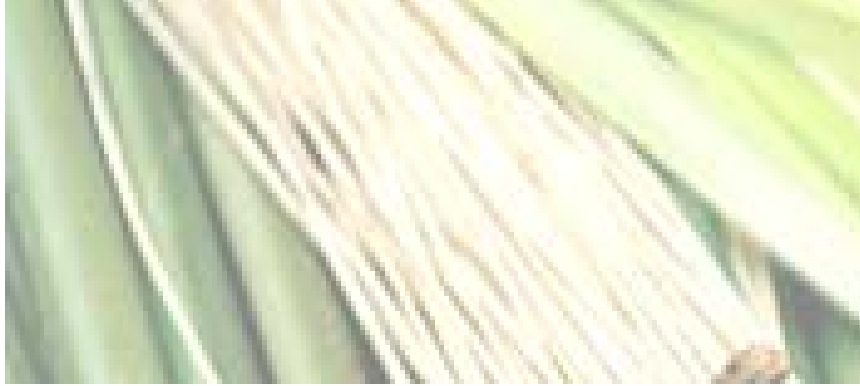
- **Comercialización**

- Financiamiento más barato (mínima demanda)
- Mejores vías de comunicación vial a nivel local (en particular, bienes perecibles)



# BIOCOMERCIO

Reto para personas con mentalidad empresarial para que generen empresas eficientes, rentables, dinámicas , competitivas y con responsabilidad social y ambiental



# BI COMERCIO PERU O



EXPORTANDO  
BIODIVERSIDAD  
SOSTENIBLEMENTE