

“Año de la universalización de la salud”

“Producción y comercialización de aceite de aguaje (Mauritia flexuosa) para la industria de la cosmética y cuidado personal de Comunidades Nativas Grupo Étnico Awajún, del corredor Cuenca Media del Marañón (CMM), Provincia del Datem del Marañón, Loreto, Perú-



PROYECTO:

CONSTRUYENDO RESILIENCIA EN LOS HUMEDALES DE LA PROVINCIA DEL DATEM DEL MARAÑÓN

SEPTIEMBRE 2020

1. RESUMEN EJECUTIVO (Total 2 hojas máximo)

1.1. Descripción de la asociación y concepto del bionegocio.

La presente propuesta tiene como denominación: “Producción y comercialización de aceite de aguaje (Mauritia flexuosa) para la industria de la cosmética y cuidado personal de Comunidades Nativas Grupo Étnico Awajún, del corredor Cuenca Media del Marañón (CMM), Provincia del Datem del Marañón, Loreto, Perú-”, debidamente enmarcado en el Proyecto “Construyendo resiliencia en los humedales de la provincia Datem del Marañón, Perú” (en adelante Proyecto “Humedales del Datem”), ejecutado por PROFONANPE, cuya finalidad es la de mejorar las capacidades de resiliencia de las comunidades indígenas que viven en los ecosistemas de humedales ricos en reservas de carbono en la Provincia Datem del Marañón y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) producto de la deforestación, teniendo como una de las estrategias el desarrollo e implementación participativa de Bionegocios a partir del manejo sostenible de recursos naturales como es el fruto de “Aguaje” *Mauritia Flexuosa*, el cual es procesado a aceite con la finalidad de acceder a nichos de mercado de la industria de la cosmética.

1.2. Producto del bionegocio.

El Bionegocio negocio plantea el aprovechamiento del recurso Aguaje (Mauritia Flexuosa) y su posterior procesamiento en Aceite de Aguaje para su comercialización a empresas del rubro de la Industria de la Cosmética entre las que destacan la empresa CANDELA PERU, siempre bajo los principios de Biocomercio.

1.3. Mercado objetivo y estrategias.

El producto principal corresponde Aceite de Aguaje el cual es obtenido del procesamiento de Aguaje en estado silvestre debidamente enmarcado en los principios de Biocomercio y alineado a la normatividad vigente (Ley forestal y de Fauna Silvestre)

Este producto su actual principal presentación demandada es Aceite a granel en envases de 20 Litros, el cual se propone sea comercializado a la Empresa Candela en el marco de sus contratos comerciales renovados anualmente. Este producto prosigue la siguiente ruta:: Comunidad Nativa de Ugarte -> Villa Saramiriza -> Bagua Capital-> Jaén-Lima (CANDELA PERU)

Así mismo el presente plan propone la diversificación del producto otorgándole un valor en presentaciones de 30 ml y que estas puedan ser ofertadas y comercializadas a un público consumidor de manera directa haciendo uso de ferias nacionales o ventas en línea. Esto se basa en el siguiente análisis de mercado:

Cuadro N° 01 Empresas Demandantes de Aceite de Aguaje A nivel Nacional

Nombre Empresa	Producto demandado	Presentación	Precio
MISHA RASTRERA	Aceite de Aguaje	Botella de 10 ml	S/ 20.00
CANDELA PERU	Aceite de Aguaje	Botella de 33 ml	S/ 35.00
AMAZON ANDES	Aceite de Aguaje	Botella de 30 ml	S/ 37.00
NUA PERU	Aceite de Aguaje	Botella de 33 ml	S/ 35.00
ARTSTORE PERU	Aceite de Aguaje	Botella de 30 ml	S/ 50.00
INKANATURA PERU	Aceite de Aguaje	Botella de 30 ml	S/ 35.00

Fuente: Estudio de Mercado, elaboración Propia

1.4. Resumen de los aspectos técnicos y productivos.

La propuesta parte del potencial del recurso Aguaje presente en dicho territorio, el cual involucra Comunidades Nativas como es el caso de Alfonso Ugarte, Vencedor, Puerto Limón y Acapulpo, teniendo como mira el desarrollo de un Bio-Corredor que vincule a dichas comunidades a través de un mercado de bienes y servicios vinculados a la Cadena de Valor de Aguaje, generando una serie de negocios alternativos a partir del “Bio-Negocio Producción de Aceite de Aguaje”.

Para consolidar dicha estrategia, el Bionegocio contempla del desarrollo de 04 Componentes como:

1) Infraestructura adecuada, para el procesamiento de aceite de aguaje en base a normas orgánicas, sanitarias e inocuidad.

- 2) Adquisición de equipos/maquinarias, para la mejora de la eficiencia en el procesamiento de aceite de aguaje.
- 3) Fortalecimiento de Capacidades organizativas, técnicas (Aprovechamiento, procesamiento) financieras y de comercialización
- 4) Adecuación del producto “Aceite de Aguaje” a las normas y legislación vigente

1.5. Resumen de los aspectos económicos y financieros.

La presente propuesta presenta una inversión de **S/586,179.00** soles, de las cuales PROFONANPE financiará con **S/539,444.00**. y por su parte Las Comunidades Beneficiarias como beneficiarios y aliados del presente plan, aportará con una contrapartida de **S/ 46,735.00** relacionada específicamente a mano de obra no calificada.

CUADRO N° 02 DISTRIBUCION DE LAS INVERSIONES DEL PLAN DE BIONEGOCIO

CONCEPTO	Comunidades CMM	PROFONANPE	TOTAL INVERSION
		Efectivo	
INVERSION FIJA	11,500.00	514,679.00	526,179.00
I.1. INVERSION FIJA TANGIBLE	11,500.00	292,129.00	303,629.00
I.1.1. TERRENOS Y OBRAS CIVILES	11,500.00	187,569.00	199,069.00
I.1.2. MAQUINARIA Y EQUIPO	-	102,660.00	102,660.00
I.1.4. MUEBLES Y ENSERES	-	1,900.00	1,900.00
I.2. INVERSION FIJA INTANGIBLE		222,550.00	222,550.00
EL CAPITAL DE TRABAJO	35,235.00	24,765.00	60,000.00
TOTAL INVERSION	46,735.00	539,444.00	586,179.00
PORCENTAJE	7.97%	92.03%	100%

Por ser un recurso forestal se estableció un horizonte del presente Plan de Bionegocio de 10 años y en relación a su evaluación financiera, los valores arrojan un **VAN S/ 16,854.67** y **TIR de 10.35 %** el cual se interpreta como una inversión viable desde el punto de vista financiero.

1.6. Resumen de conclusiones.

- Del estudio realizado se puede concluir que el Bionegocio de producción de aceite de aguaje tiene potencial y es una propuesta sostenible en el tiempo, sin embargo, es necesario implementar de manera paralela desarrollo de capacidades del tipo organizacional, empresarial y asociativo junto con la adquisición de maquinaria e instalación de infraestructura adecuada.
- Desde el punto de vista financiero el Plan de Bionegocio es factible con indicadores como VAN S/. 16,854.67y TIR de 10.35 %
- La presente propuesta presenta una inversión de **S/586,179.00** soles, de las cuales PROFONANPE financiará con **S/539,444.00**. y por su parte Las Comunidades Beneficiarias como beneficiarios y aliados del presente plan, aportará con una contrapartida de **S/ 46,735.00** relacionada específicamente a mano de obra no calificada.
- Entre los principales indicadores del presente plan de Bionegocio se encuentran:
 - Implementar una Planta de procesamiento de aceite de Aguaje
 - Realizar acuerdos comerciales con empresas dedicadas al rubro de la industria de la cosmética.
 - Desarrollar capacidades en los socios en relación al proceso de cosecha de Aguaje haciendo uso de subidores.
 - Procesar al primer año al menos 06 Sacos de Aguaje/Día /campaña, procesando al menos 240 kg/día.
 - Al 4to año procesar 09 Sacos de Aguaje/Día/Campaña procesando al menos 360 Kg Diarios.
 - Crear una unidad de negocio que represente de manera activa a las CCNN de la CMM en relación al Bionegocio de Aceite de Aguaje.
 - 01 Junta Directiva y 02 personales de planta debidamente han logrado desarrollar capacidades organizativas, técnicas financieras y de comercialización
- El Plan de Bionegocio se basa en el enfoque de “Cadena de Valor” el cual se enmarcar claramente en los 07 Principios de Bio-Comercio y/o Convenio de Diversidad Biológica donde entre sus principales ejes son:
 - Conservar de Diversidad Biológica, Aprovechar de manera sostenible la diversidad biológica, Realizar la distribución equitativa de los beneficios por el aprovechamiento de la diversidad biológica.

2. Historia y antecedentes (Total 2 hojas máximo)

2.1. Historia y descripción de la asociación.

La Cuenca Media del Marañón es uno de los corredores priorizados por el Proyecto Humedales del Datem, este desde hace unos años atrás el equipo técnico de la mano con las Comunidades nativas caso Puerto Limón, Vencedor y Acapulco habían priorizado el Bionegocio de Aceite de Aguaje, para lo cual era necesario contar con una planta de procesamiento de este recurso partiendo del potencial existente en dicha zona

En el año 2018 se identificó a la Comunidad Nativa de Acapulco como sede central del presente Bionegocio y se conformó y constituyó la Asociación de Productores Indígenas del Río Marañón – Manseriche denominada de siglas APROIRMAN

Actualmente el PHD cuenta con un equipo técnico renovado, el cual desde finales del año 2019 inicio una serie de trabajos de campo y verificaciones insitu, identificando esta iniciativa, la cual al analizar la propuesta se evidencio que la organización APROIRMAN no se encontraba debidamente consolidada como referente, inclusive existía desconocimiento de los pobladores sobre esta, en su gran mayoría.

Estas condiciones evidenciaron que era necesario convocar a la población beneficiaria con la finalidad de analizar la situación del bionegocio de aceite de aguaje sostenible y realizar la propuesta de mejora para un inversión integral y sostenible a partir de la inversión por parte del Proyecto. Producto coordinaciones, reuniones y asambleas tanto del equipo técnico como de presente servicio propone la reubicación de la planta de procesamiento de Aguaje del presente plan de Bionegocio en la Comunidad de Ugarte, por sobre la ubicación original la cual proponía instalarse en la CCNN de Acapulco, decisión que originalmente no analizaba la viabilidad técnica, organizacional, legal y comercial del Bionegocio, lo que permitiría asegurar la sostenibilidad del mismo.

Las siguientes afirmaciones se basan en lo siguiente:

Inviabilidad Legal: Acapulco no es reconocida oficialmente como Comunidad Indígena, esto se corrobora en la base de DATOS OFICIAL DE PUEBLOS INDÍGENAS U ORIGINARIOS DEL MINISTERIO DE CULTURA, similar es el caso del Título su propiedad el cual aún la Comunidad no cuenta.

Inviabilidad Organizacional: APROIRMAN, no fue concebida de manera participativa por lo que no representa un referente para las comunidades nativas del corredor en relación al Bionegocio de Aguaje.

Inviabilidad técnica: La Comunidad de Acapulco constantemente es afectado por inundaciones en épocas de lluvias por lo que técnicamente no es viable realizar una inversión de este tipo de infraestructura

Inviabilidad comercial: Desde el punto de vista de conectividad Acapulco es la Comunidad más lejana del corredor en relación a la principal ciudad como es el caso de Saramiriza, esto a incrementar de manera considerable los costos de transporte y comercialización

La Comunidad Nativa de Ugarte cumple con las siguientes condiciones para lograr ser la Comunidad “Ancla” que contribuirían a la sostenibilidad del presente plan de Bionegocio como:

Viabilidad Legal La Comunidad Nativa de Ugarte se encuentra debidamente reconocida como pueblo originario mediante Resolución RD 043-82-ORDL-DRA, así mismo cuenta con su respectiva titular del territorio mediante R.M. 0522-85AG-DGRA-AR por una superficie de 6,592 has.

Viabilidad Organizacional: La junta directiva de la Comunidad Nativa de Ugarte se encuentra debidamente inscrita en registros públicos, así mismo esta cuenta con su respectiva Federación Indígena, la cual podría constituir como la Organización Indígena referencia de dicho corredor.

Viabilidad técnica: La Comunidad Nativa de Ugarte cuenta con espacios con los niveles necesarios para no ser afectados por inundaciones técnicamente es viable realizar una inversión de este tipo de infraestructura (Planta de procesamiento de aceite) en este tipo de zonas

Viabilidad comercial y de conectividad Desde el punto de vista de conectividad Ugarte es la Comunidad más cercana del corredor y con mejor acceso en relación a la principal ciudad como es el caso de Saramiriza, esto conllevaría de instalar la planta de procesamiento permitiría el flujo normal y constante del producto procesado (Aceite de Aguaje)

2.2. Principales plazas de mercado, productos, clientes y competidores:

El producto principal corresponde Aceite de Aguaje el cual es obtenido del procesamiento de Aguaje en estado silvestre debidamente enmarcado en los principios de Biocomercio y alineado a la normatividad vigente (Ley forestal y de Fauna Silvestre)

Este producto su actual principal presentación demandada es Aceite a granel en envases de 20 Litros, el cual se propone sea comercializado a la Empresa Candela en el marco de sus contratos comerciales renovados anualmente.

Este producto prosigue la siguiente ruta:

- Comunidad Nativa de Ugarte -> Villa Saramiriza -> Bagua Capital-> Jaén-Lima (**CANDELA PERU**)

2.3. Antecedentes de uso sostenible de los bosques.

Un Bionegocio se refiere a aquellas actividades de recolección y producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas) siempre bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, para lograrlo este debe enmarcarse en principios del Biocomercio.¹

- La presente propuesta de Plan de Bionegocio se basa en el enfoque de “Cadena de Valor” el cual se enmarcar claramente en los 07 Principios de BioComercio y/o Convenio de Diversidad Biológica donde entre sus principales ejes son:
 - Conservar de Diversidad Biológica
 - Aprovechar de manera sostenible la diversidad biológica
 - Realizar la distribución equitativa de los beneficios por el aprovechamiento de la diversidad biológica.

2.4. Historia de su desempeño económico y financiero.

A nivel del corredor de la Cuenca Media del Marañón aun no existe la unidad de negocio dedicada al aprovechamiento y comercialización de Aceite de Aguaje, salvo la fallida iniciativa de la creación de la Asociación APROIMAN la cual no se conformó de manera participativa por lo que no tiene reconocimiento por las comunidades.

Parte del plan de Bionegocio propone la conformación participativa de una Unidad de Negocio que pueda representar a las comunidades que forman parte del presente corredor en relación al Bionegocio de Aceite de Aguaje.

¹ <https://www.ecured.cu/Biocomercio>

3. Diagnóstico de la situación presente de la asociación (Total 5 hojas máximo)

3.1. El entorno general (regional, nacional o internacional). (1 hoja máximo)

3.1.1. Factores políticos.

En el periodo 2020-2022, la actividad económica crecerá 4,8% en promedio. Asimismo, se proyecta apuntalar el crecimiento del PBI potencial de 3,5% en 2017 a 4,5% en 2022, en un contexto de mayor fortaleza del gasto privado e implementación de medidas de política económica orientadas a mejorar la productividad y competitividad del país a través de un uso más eficiente de los factores de producción: capital, fuerza laboral y productividad.

Se cuentan con normas que protegen a las comunidades nativas, como la ley de consulta previa, la exoneración del IGV. La legislación forestal nacional que es la que rige el aprovechamiento de estos tipos de recursos forestales no maderables. Los Planes de Manejo y los DEMAS que son los principales instrumentos de gestión que rigen el aprovechamiento de estos tipos de recursos forestales diferentes a la madera.

3.1.2. Factores económicos y de negocios.

La explotación de Bosques registra una participación marginal en la producción nacional (0.5% del PBI) y las exportaciones peruanas explican menos del 1 % de la exportación mundial de productos forestales

La contribución actual del sector forestal al PBI es de menos del 1 % aunque lamentablemente la misma se encuentra subestimada, pues no considera la contribución del medio ambiente (servicios ecosistémicos) a la economía.

Así mismo en esta categoría no se visualiza la contribución de los recursos no maderables y/o biodiversidad a dicha contribución en los cuales muchas veces es diluido en otras categorías como el caso de Agropecuarias/Agrícolas

3.1.3. Factores sociales

En la zona del Datem del Marañón existen 21251 pobladores, 50% hombres y 50 % mujeres según el INEI II Censo de Comunidades Indígenas de la Amazonía Peruana – 2017

3.1.4. Factores ambientales.

La Zona del Datem del Marañón se caracteriza por presentar un ecosistema de humedales.

Los humedales son indispensables por los innumerables beneficios o "servicios ecosistémicos" que brindan a la humanidad, desde suministro de agua dulce, alimentos y materiales de construcción, y biodiversidad, hasta control de crecidas, recarga de aguas subterráneas y mitigación del cambio climático.

3.1.5. Factores culturales.

Las comunidades nativas que aprovechan el aguaje como parte de sus saberes ancestrales, son consideradas del tipo vulnerable, debido a las bajas condiciones de pobreza, niños con altos índices de desnutrición, mortalidad, bajo nivel educativo y elevado índice de deserción escolar (especialmente primaria). Existe un empoderamiento por parte de las federaciones y organizaciones amazónicas para las negociaciones con el Gobierno Peruano para mejorar esta situación.

3.2. El entorno sectorial específico (1 hoja máximo)

Las fuerzas competitivas del sector: el poder de negociación de los compradores; el poder de negociación de los proveedores; la amenaza de ingreso de nuevas empresas; la rivalidad entre competidores; la amenaza de productos sustitutorios

Con la finalidad de determinar la fortaleza de dicho Plan de Bionegocio, se realizó un análisis de las cinco fuerzas propuesta metodológica de Porter.

La propuesta es que las comunidades que forman parte de la **CMM**, puedan evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia.

Esta parte del plan de negocio se desarrolló de manera participativa durante los talleres participación de elaboración y validación de dicha propuesta

CUADRO N° 03 Análisis de las fuerzas competitivas Plan de Bionegocio CMM

FUERZA	DESCRIPCIÓN
<i>Poder de negociación de los Clientes</i>	El Corredor Cuenca Media del Maraón se proyecta a ser una de las primeras iniciativas de procesamiento de aceite de aguaje a nivel de Comunidades Nativas, por lo que plantea posicionarse como productor indígena de aceite de aguaje orgánico en el país. Además, que es un producto que contando con certificado respectivo lo cual lo hace más demandado tanto en el mercado nacional como internacional. Por ello se considera que el poder de negociación de los Clientes es MEDIA
<i>Poder de negociación de los proveedores</i>	El poder de negociación de los proveedores actualmente es relativamente BAJA, debido a que en la situación actual ninguna de las comunidades de la CCM produce y procesan aceite de aguaje, por lo que no existe un vínculo comercial entre ellas.
<i>Amenaza de ingreso de competidores</i>	Las barreras de entrada no son muy limitadas para el sector productivo de Aceite de Aguaje, además que, la demanda de aceites vegetales ha aumentado ello genera mayor demanda en lo que es el mercado de Aceite de Aguaje, lo cual se convertiría en un mercado atractivo para la competencia, sin embargo, La propuesta se proyecta a posicionar un producto orgánico, lo cual hace que sea más difícil el ingreso de nuevos competidores, al haber una empresa ya posicionada en ese rubro. Por tal razón se considera que la amenaza de ingreso de nuevos competidores es BAJA.
<i>Rivalidad entre competidores</i>	La creciente demanda de aceites vegetales en la formulación de productos alimentarios, farmacéuticos y cosméticos ha motivado en el país y otros lugares del mundo la necesidad de importar materias primas oleaginosas para satisfacer as demandas del mercado, debido a que las grasas y aceites juegan un rol importante en la nutrición humana por una variedad de razones, sin embargo, La CMM se proyecta a posicionarse como una unidad de negocio indígena de aceite de aguaje en el país, ello hace que la amenaza de rivalidad entre competidores sea relativamente BAJA Existen Comunidades Nativas en Loreto que vienen iniciando y/o produciendo producen Aceite de Aguaje (Con Apoyo de SERFOR CAF y AMPA) por lo que CMM no sería la única. Podría serlo desde la perspectiva orgánica su poder es BAJA

3.2.1. Cadena de valor del sector (mapa de actores y mapa de influencias):

a. Operadores de la cadena y servicios de operación.:

A nivel de la Cadena de Valor de Aguaje destacan los siguientes actores: comunidades y asociaciones productoras, acopiadores locales ubicados en la ciudad de Saramiriza. Por último, se identifican el actor transformador representado por las Asociaciones caso APUAPISEM y otras empresas privadas dedicadas al proceso de transformación de Fruto de aguaje en derivados caso Aceite, Néctar, Pulpa, etc.

b. Servicios de apoyo:

Destacan instituciones como es el caso de PROFONANPE el cual a través de su Proyecto HD viene fortaleciendo dicha Cadena de Valor, así mismo se identifica a la Municipalidad Distrital de Manseriche, FONCODES, y CANDELA PERÜ quienes intervienen o tiene programado intervenir en alguno de los eslabones en dicha Cadena de Valor.

c. Entidades reguladoras (Estado y otros)

Por ser reconocido como un recurso forestal, este se enmarca en la legislación forestal nacional vigente, siendo los Gobiernos Regionales con funciones ya transferidas por parte del SERFOR, los encargados de monitorear, regular y autorizar este tipo de aprovechamiento a través de Declaraciones de Manejo.

3.3. El estudio del mercado. (2 hojas máximo)

3.3.1. Características del consumidor:





El producto se orienta al rubro de la industria de la cosmética, motivo por el cual su perfil corresponde a una persona especialmente del género femenino preocupada por su salud consume productos nutraceuticos en este caso de la industria de la cosmética con el objetivo de cuidar su salud y/o apariencia.

3.3.2. Análisis de la demanda, con enfoque de segmentación (geográfica, demográfica, psicográfica, conductual).

La demanda nacional del aguaje está comprendida principalmente por empresas del rubro naturista o que ofertan productos de belleza y/o nutraceuticos entre los que se encuentra el aguaje con valor agregado, en aceites para el cuerpo, para el cabello, harina, pulpa, cápsulas, etc.

Estas empresas por lo general buscan proveedores de aguaje natural, en bruto, con manejos que no afecten el recurso, incluso buscan convenios o contratos con asociaciones recolectoras de este fruto de la Amazonía peruana.

Las mismas son las siguientes:

EMPRESA	PRODUCTO	CONTACTO
MISHA RASTRERA	 <p>BOTELLA DE 10 ml</p> <p>Se vende como producto cosmético para el cuidado de la piel Precio referencial a S/20.00 soles</p>	<p>Dirección La Calandria 28 De Julio 206-C, Distrito de Barranco 15063 Lima – Perú</p> <p>Página web: www.mishastrera.com Misha Fono +51 924713062 Consultas: info@mishastrera.com</p> <p>Contacto Comunicaciones / Entrevistas / Relaciones Comerciales CEO paloma@mishastrera.com CEO luis@mishastrera.com</p>
CANDELA PERU	 <p>BOTELLA DE 33 ML</p> <p>Extraído del fruto de una palmera amazónica. No probado en animales y libre de aditivos químicos.</p>	<p>MADRE DE DIOS Carretera La Joja, Km 3.5 - Puerto Maldonado - Madre de Dios</p> <p>LIMA Parque Industrial Villa El Salvador Mz. F Lote 9, Villa El Salvador Lima</p>
AMAZON ANDES	 <p>Botella de 30 ml</p> <p>Producto se vende como complemento alimenticio, también venden cápsulas de guaje y harina de aguaje. Precio referencial S/37.00</p>	<p>Contacto: info@amazon-andes.com</p> <p>Exportación: (+51) 413-5377 Ventas Locales: (+51) 715-1466 Whatsapp: (+51) 970 823 740 Lima - Perú</p> <p>Página web: amazon.andes</p>
NUA PERU	 <p>Botella de 33 ml</p> <p>Se vende como producto prensado en frío, rico en vitamina A y con antioxidantes Precio referencial S/35.00</p>	<p>DIRECCIÓN AV. 28 DE JULIO 462, TIENDA 203 MIRAFLORES, LIMA LUNES A SÁBADO: 10:00 – 18:00 TELÉFONO +51 979388585 +51 949194049 E-MAIL ventas@nuaperu.com Puntos de venta en Lima, Tarapoto, Arequipa, Trujillo, Piura , Cajamarca</p>

ARTSTORE PERU	Botella de 30 ml  Producto proveniente de Iquitos, en la Amazonía peruana. Es extraído de una primera prensa en frío, virgen, 100% puro y natural. Precio referencial S/50.00	Jr Carlos Alayza y Roel 2280 Teléfono: 997 917 624 Correo: info@artstoreperu.com Web: www.artstoreperu.com
INKANATURA PERU	Botella de 30 ml  Producto de origen de la asociación APIKET Precio referencial S/. 35.00	teléfono: (+511)-3439678 WEB: https://www.inkanatural.com WhatsApp 988031884 Venden a España, Europa, México, EEUU

La ventana comercial según la investigación realizada en los sitios web de estas empresas indica que ofrecen el producto todo el año, por lo que en base a entrevistas con cada uno de estos se presente la siguiente demanda proyectada.

**CUADRO N° 04
PROYECCION DE LA DEMANDA ACEITE DE AGUAJE**

Año	Demanda Aceite en TM
2020	8.46
2021	8.73
2022	9.02
2023	9.32
2024	9.62
2025	9.94

3.3.3. Análisis de la oferta como un todo (cantidad de empresas, características principales, segmentos que atiende, estrategias, atributos de sus productos).

A continuación, se presenta la oferta de Aceite de Aguaje a partir de información estadística del Ministerio de Agricultura y Riego.

Dicha información se ha estado a partir de información oficial y procesada en base a datos de IIAP Loreto el cual detalle que menos del 1% de la producción de Aguaje es destinada al procesamiento industrial.

Así mismo para dicha proyección se estableció el parámetro de rendimiento de 2 % para aceite de aguaje (IIAP-2018)

**CUADRO N° 05
PROYECCION DE LA OFERTA ACEITE DE AGUAJE**

AÑOS	PRODUCCION DE AGUAJE (KG)	% QUE ES PROCESADO (0.2%)	OFERTA DE ACEITE (L)
2020	65559000	131118	2622
2021	64543000	129086	2582
2022	64619182	129238	2585
2023	64695455	129391	2588
2024	64771817	129544	2591
2025	64848270	129697	2594

Fuente: MIDAGRI (PRODUCCIÓN, SUPERFICIE Y RENDIMIENTO NACIONAL DE AGUAJE)

3.3.4. Conclusiones (incluyendo demanda insatisfecha).

En base a los siguientes análisis se determinó la brecha insatisfecha de Aceite de Aguaje, la cual el plan de Bionegocio plantea atender en un 12 %

CUADRO N° 06 Brecha Oferta Demanda Aceite de Aguaje

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
	Aceite Aguaje	Aceite Aguaje	Aceite Aguaje
2020	8.46	2.62	5.83
2021	8.73	2.58	6.15
2022	9.02	2.58	6.44
2023	9.32	2.59	6.73
2024	9.62	2.59	7.03
2025	9.94	2.59	7.34

Fuente: Elaboración Propia

3.4. El análisis de la cadena de valor interna **(1 hoja máximo)**

3.4.1. Actividades primarias (logística de los insumos, procesos de transformación, logística de distribución de los productos, comercialización, otros).

Actualmente la Cadena de Valor de Aguaje a nivel de la CMM se encuentra diseñada de la siguiente manera:

DIAGRAMA N° 01 Diseño de la Cadena de Valor Situación Actual



Como puede observarse en el gráfico previo actualmente únicamente existen recolectores aislado y desorganizados que aprovechan el fruto de aguaje para comercializarlo como materia prima al mejor postor a nivel local. Siendo estos los que realizan el proceso artesanal de transformación en Aguajina y/o Helados de Aguaje conocidos como "Curichi".

Hasta en el momento en dicho territorio no se realiza mayor procesamiento para la obtención de derivados, caso Aceite, Pulpa, entre otros.

El presente plan de Bionegocio plantea diseñar e implementar a Cadena de Valor de la siguiente manera:

DIAGRAMA N° 02 Diseño de la Cadena de Valor propuesta en el Plan de Bionegocio



Tal es así que en base al presente plan de negocio se plantea el fortalecimiento organizacional de una futura unidad de negocios de la CMM que pueda aprovechar y acopiar de manera formal

y organizada el fruto de aguaje para después procesarlo en Aceite y comercializarlo a nichos de mercados como es el caso del rubro orgánico en el cual se encuentra

3.4.2. Actividades secundarias o de apoyo (procesos administrativos, recursos humanos, innovaciones, abastecimiento)

Actualmente a nivel del Corredor CMM no existen instituciones públicas y privadas que otorguen soporte temas de aprovechamiento, manejo, post cosecha, procesamiento, , soporte comerciales y/o contables relacionados a la Cadena de Valor de Aguaje, salvo el Proyecto HD quien viene fortaleciendo este emprendimiento aún en idea de negocio y con la meta de involucrar a nuevos aliados caso Gobiernos Locales, Ministerio de la Producción , entre otros, necesarios para fortalecer dicha Cadena con gran potencial de desarrollo en el presente territorio

4. Tendencias (Total 1 hoja máximo)

4.1. De las variables relevantes del entorno general (macroentorno).

Las organizaciones modernas se encuentran inmersas en un nuevo orden geopolítico marcado por operar en un mundo multipolar, cambiante, asimétrico, y en una economía globalizada, que ha generado la caída de las fronteras económicas que dividían el entorno nacional del entorno internacional (D'Alessio, 2008), se hace necesario establecer la situación actual del producto que contempla el presente Plan de Negocios que es el Aceite de Aguaje que posee diversas vitaminas especialmente Vitamina A, por lo que su valor comercial dependerá específicamente de esta cualidad, será comercializada en la industria farmacéutica y servirá como insumo para la elaboración de productos nutracéuticos, complejos o suplementos vitamínicos, etc

4.2. De las variables relevantes del entorno sectorial.

En el Perú los niveles de tecnología aplicados a la agroindustria están aun lejos de alcanzar niveles interesantes de desarrollo debido a ser este un sector complicado, si bien algunos se adaptan a las novedades tecnológicas del mercado en lo que a maquinaria se refiere, esto requiere altas inversiones, sin embargo con el paso del tiempo se hace mayor la necesidad de incorporar novedades tecnológicas del mercado, además del cambio generacional,

4.3. De las variables relevantes del mercado.

En el 2007 la fabricación de productos farmacéuticos en el mundo creció 12.8% La industria farmacéutica está muy relacionada con el incremento de poder de compra de las familias, previéndose un aumento en el consumo per capita para el presente año.

4.4. Configuración de posibles escenarios futuros.

La Comisión para la Promoción de Exportaciones [PROMPEX Perú] y el Programa de Promoción de Bienes y Servicios de la Biodiversidad Nativa del Perú [BIOCOMERCIO], (2007) establecen que el manejo y el uso racional de los recursos naturales en nuestro país, ofrecen grandes posibilidades para propiciar actividades económicas de significativo impacto sobre las exportaciones, la generación de empleo y la conservación del ambiente, mas aún si tenemos en cuenta que los productos que se envían al exterior provienen en casi 25% de los recursos naturales (pesca, agricultura, forestales y pecuaria) y que el uso de los mismos es de gran importancia

5. La planificación estratégica (Total 1 1/2 hoja máximo)

5.1. Misión y visión.

Misión

Somos una asociación de pueblos indígenas originarios de la etnia Awajun que se proyecta al aprovechamiento sostenible de Palmeras Amazónicas (Aguaje, Ungurahui), para su respectivo procesamiento en aceite con la participación activa de la comunidad y prácticas de conservación del medio ambiente.

Visión

CMM al 2024 contará con una Unidad de Negocio indígena del pueblo Awajun reconocida por el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y elaboración de productos orgánicos basados en el "Ecosistema aguajal" generando valor agregado que impactan positivamente al BioCorredor de la CMM, sociedad en su conjunto y medio ambiente.

5.2. El análisis externo (determinación de oportunidades y amenazas).

5.2.1. Del entorno general.

El lanzamiento de los productos BIO sigue la tendencia mundial y preferencia de los consumidores por productos orgánicos, saludables y ambientalmente amigables, así mismo ha posicionado al recurso a nivel local, regional y nacional, situación que antes era comercializado a pequeña escala a través de acopiadores, comercializadores, en mercados regionales especialmente a nivel de la Amazonía Peruana.

5.2.2. Del entorno sectorial:

Profonampe mantiene como estrategia del proyecto HD fortalecer la Cadena de Aguaje como una de los Bionegocios pilares de la intervención, la cual aún cuenta con un horizonte de intervención de 02 años.

El estado a través de instituciones como SERFOR, MINAGRI, MINAN, están apoyando al desarrollo de la cadena productiva del AGUAJE identificado y categorizado como un recurso forestal no maderable.

5.2.3. Del mercado.

Se cuenta con un acuerdo comercial con la Empresa CANDELA PERU, interesada en adquirir el Producto Aceite de Aguaje Orgánico con una demanda proyectada de más de 1,000 litros de Aceite de Aguaje Anuales.

Es necesario detallar que la misma cuenta experiencia de trabajo y comercial a nivel de Comunidades y Amazonía como es el caso de APUAPISEM ubicada en la quebrada del Kangaza Distrito de Manseriche.

5.3. El análisis interno (determinación de fortalezas y debilidades).

5.3.1. De las actividades primarias:

En el ámbito del Plan de Bionegocio cuenta con un potencial de aprovechamiento del recurso aguaje, con 6,700 has aproximadamente las cuales proyectando existe un potencial que supera las 5 mil Toneladas de fruto de aguaje de manera anual, condición privilegiada para promover un aprovechamiento de sostenible partiendo de unidades de aprovechamiento piloto de 50 a 150 has en el corto plazo.

5.3.2. De las actividades secundarias.

En la zona aun el aprovechamiento y procesamiento de aceite de aguaje es empírico resultado por el momento la producción de aguajina y curichi sin mayor soporte técnico de instituciones públicas y privadas centralizadas en la Ciudad de Iquitos.

5.4. La matriz FODA y determinación de estrategias.

CUADRO N° 07 Matriz FODA Plan Bionegocio CMM

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Se cuenta con cliente potencial identificado para el aceite de aguaje, CANDELA PERU	1. Crecimiento del mercado orgánico.
2. Se identifica un alto potencial del recurso Aguaje en el corredor CMM	2. Existencia de la banca verde disponibles para productos de la Biodiversidad y comunidades.
3. Motivación del personal de la asociación para desarrollar nuevos productos que agreguen valor a la biodiversidad.	3. Existencia de fondos concursables del estado que promueven la investigación e innovación productiva, Bionegocios.
4. Alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para recibir fondos: PROFONANPE, CANDELA PERÚ.	4. Existencia de Invierte.pe para el financiamiento de servicios de saneamiento y desarrollo de cadenas productivas.
5.	5. Intervención del PHD-PROFONANPE
	6. Disponibilidad de internet y telefonía fija en la comunidad de Chapis.

	<ol style="list-style-type: none"> 7. Ventaja comparativa de los aceites de aguaje. 8. Seguridad del abastecimiento sostenible de materia prima por la abundancia de las especies y porque los comuneros proveedores disponen de los correspondientes permisos de ley. 9. Posibilidad de Contratos comerciales de compra con CANDELA PERU, empresa que se presenta con responsabilidad social y ambiental. 10. Los potenciales competidores no cuentan con certificación orgánica. 11. Ventajas comparativas de los aceites de aguaje por sus características sobresalientes.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Deficientes capacidades técnicas y organizacionales relacionadas al aprovechamiento y procesamiento de aceite de aguaje 2. Inexistente tecnología para producir aceite de aguaje. 3. Inexistente infraestructura de las áreas de trabajo, escasez de desagüe y servicios higiénicos y distribución adecuada de las áreas de trabajo. 4. Capacidades limitadas para la comercialización y pocos clientes. 5. Limitada capacidad de investigación para la innovación. 6. Limitada capacidad de financiamiento con la Banca por no contar con terrenos o activos con valor de garantía. 7. Limitados conocimientos de los directivos y operarios para el manejo del Bionegocio con enfoque gerencial. 8. Limitados conocimientos sobre administración de empresas, insuficientes capacidades para llevar los registros y controles del proceso productivo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contaminación de ecosistemas de aguajales por el derrame de crudo. 2. Ventaja de los competidores por contar con documentos que garantizan la inocuidad de los productos: registro sanitario, licencia de funcionamiento. 3. Alto costo de maquinaria y equipos adecuados para el aprovechamiento y procesamiento de aceite de aguaje. 4. Limitados medios de transporte fluviales en la comunidad. 5. Limitados servicios de saneamiento, manejo sostenible de tierras. 6. Caída del precio por el aumento de la oferta

5.5. Identificación de objetivos (general y estratégicos), metas e indicadores.

- Implementar una Planta de procesamiento de aceite de Aguaje
- Realizar acuerdos comerciales con empresas dedicadas al rubro de la industria de la cosmética.
- Desarrollar capacidades en los socios en relación al proceso de cosecha de Aguaje haciendo uso de subidores.
- Procesar al primer año al menos 06 Sacos de Aguaje/Día /campaña, procesando al menos 240 kg/día.
- Al 4to año procesar 09 Sacos de Aguaje/Día/Campaña procesando al menos 360 Kg Diarios.
- Crear una unidad de negocio que represente de manera activa a las CCNN de la CMM en relación al Bionegocio de Aceite de Aguaje.
- 01 Junta Directiva y 02 personales de planta debidamente han logrado desarrollar capacidades organizativas, técnicas financieras y de comercialización

6. La organización del bionegocio (Total 1 hoja máximo)

6.1. El plan organizacional.

La futura Unidad de Negocio de las CCNN del corredor CMM deberá desarrollar herramientas de gestión que permita su sostenibilidad a través de la creación herramientas de planificación actualizadas como es el caso de PEI, POA, MOF, ROF, Plan Acopio y Comercialización, necesarios para implementar una estrategia con una visión de desarrollo clara y validada por las CCNN socias, dicha construcción y elaboración se encuentra contemplada en el presente plan de Bionegocio.

Es necesario detallar que todos los documentos organizaciones e institucionales mencionados deben enfocarse en los 07 principios de Bio-Comercio mencionados párrafos arriba.

En el corto plazo se propone que **dicha futura unidad de negocio** mantenga la siguiente estructura simple, con el objetivo de poder delegar las responsabilidades en un administrador general y a medida que se incrementa las operaciones del Bio Negocio, se empiece a establecer las áreas de asistencia técnica, comercialización y el área ambiental y social.

Sin embargo, parte de la estrategia es que cuentan con una asistencia permanente del tipo gerencial, administrativa y contable.

6.2. El plan de manejo sostenible de recursos y del ambiente.

El principal instrumento de gestión que asegura la sostenibilidad del recurso Aguaje corresponde a su Declaración de Manejo el cual se enmarca en la legislación forestal vigente aprobado y monitoreado por la Autoridad Competente, en este caso GERFOR Loreto.

Las acciones del mismo pueden ser supervisadas por entidades como es el caso del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre OSINFOR, y que caso contrario de que dicha entidad verifique acciones que afectan al ecosistema pueden incurrir en sanciones del tipo administrativas.

El contenido del mismo detalla las zonas autorizadas, volúmenes máximos, acciones/ prácticas/medidas de prevención que deben ser empleadas con el objetivo de asegurar la sostenibilidad del recurso forestal no maderable Aguaje:

Respecto a la modalidad de aprovechamiento del recurso:

- “El aprovechamiento se realizará manualmente, utilizando herramientas tales como ganchos, tijeras bolsas, etc.
- No se permitirá la tala de palmeras para la recolección de frutos.
- Se dejará como mínimo dos racimos por palmera para regeneración natural y alimentación de la fauna silvestre.
- No se aprovecharán aquellas palmeras que tengan menos de dos racimos.

Las palmeras productoras de frutos que no cuenten con las características para consumo humano se conservarán como fuente de alimentación de la fauna silvestre.

6.3. Plan de marketing.

Esta herramienta básica de gestión que debe ser utilizada y orientada al su mercado orgánico con el objetivo de mejorar su competitividad.

El mercado objetivo son empresas comercializadoras de Aceite de Aguaje Orgánico (Podría ser convencional acorde al precio) con enfoque de sostenibilidad que cuentan con cadenas de comercialización que se encuentran en Lima que comercializan productos orgánicos provenientes de la Amazonía.

Población de las principales ciudades del Perú, especialmente mujeres de clase media educada de 35 años a más que quieren utilizar el aceite de aguaje como una fuente de rejuvenecimiento.

CUADRO N° 08 Mezcla de Marketing

Mezcla de Marketing	Estrategias
<i>Producto</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Aceite de Aguaje Orgánico a granel en envases del 20 L, producido por Comunidades Nativas Awajun en el Marco de Acuerdos de Conservación. • Aceite de Aguaje en presentaciones de 30 ML, , producido por Comunidades Nativas Awajun.
<i>Precio</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer alianzas estratégicas con CANDELA para establecer un precio que cubra los costos de producción variables y Fijos, para el año 2020 se ha establecido en 140 SOLES, sin embargo, se han evidenciado que dicho precio es posible incrementar. • Para la presentación de 30 ML el precio propuesto es de 20 soles
<i>Persona</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente CANDELA es el principal cliente potencial, sin embargo es necesario que El Bionegocio explore otras posibilidades de nuevos y mejores mercados.
<i>Promoción</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Se deberá desarrollar un Marca para el Producto de Aceite de aguaje, a fin de promocionar y comercializar la presentación de 30ML que puede darse a conocer mediante redes sociales, páginas por internet, ferias

	orgánicas amazónicas y a través de programas de Estado que promuevan la producción de los productos sostenibles .
<i>Plaza</i>	<ul style="list-style-type: none"> El Mercado para el aceite primero es través de empresas intermediaras como el Caso de Candela, sin embargo, este crecimiento la demanda por el mercado nacional de productos amazónicos por lo cual deberá también desarrollará a través de la participación en ferias destinadas al público objetivo de la ciudad de Lima. Para la presentación de 30ML son tiendas de productos orgánicos, centros de masajes y de belleza femenina.
<i>Distribución</i>	<ul style="list-style-type: none"> Distribuir el Aceite de aguaje partirá desde de la comunidad de Ugarte vía fluvial hasta Saramiriza y luego por Carretera Semi asfaltada hasta Bagua donde se enviar vía servicio Courier a la Ciudad de Lima. Para el caso de la presentación de 30 ML podrán ser enviadas a ciudades importantes como Chiclayo, Trujillo, Lima Tarapoto, acorde a los pedidos via telefónica, redes sociales y páginas por internet.

6.4. Plan de operaciones.

Esta parte del Plan comprende y explica la forma en que **la Unidad de Negocio CCMM** llegará a la elaboración del Producto final (**ACEITE DE AGUAJE**) y describirá paso a paso, identificando los insumos utilizados en la fabricación de este /estos. Esto con la finalidad de conocer el gasto que implica este proceso, el cual logra mantener no solo un control más eficiente de tales actividades sino también de un orden de los recursos financieros que serán utilizados en el presente plan de Bionegocio:

CUADRO N° 09 Plan de Operaciones

<i>Insumos</i>	<ul style="list-style-type: none"> Fruto de Aguaje, provenientes de ecosistemas de aguajales Leña, para el proceso de deshidratado 												
<i>Personal</i>	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Negocio CMM deberá contar con 04 personales capacitados en el proceso de aprovechamiento de aguaje mediante la técnica de subidores, su modalidad de contrato corresponde al número de aguaje cosechados. Unidad de Negocio CMM c deberá contar con 07 personales que son contratados por Campaña de Aguaje (Agosto –Enero), estos son conocedores de proceso de elaboración de Aceite. <ul style="list-style-type: none"> El presente plan de Bionegocio plantea la formación cuadros en ambas etapas, provenientes de CCNN caso Alfonso Ugarte, Vencedor, Puerto Limón y Acapulco, 												
<i>Gastos de financiación</i>	<ul style="list-style-type: none"> En base al análisis financiero del presente plan de Bionegocio, los costos unitarios determinados son los siguientes: <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Costo Unitario/Litro Aceite</td> <td>S/ 230.20</td> <td>S/ 156.25</td> <td>S/.159.31</td> <td>S/.119.80</td> <td>S/122.33</td> </tr> </tbody> </table> <p>La reducción de los costos por año, deriva del incremento de la producción e identificación de nuevos y mejores mercados (precios)</p>	Año	1	2	3	4	5	Costo Unitario/Litro Aceite	S/ 230.20	S/ 156.25	S/.159.31	S/.119.80	S/122.33
Año	1	2	3	4	5								
Costo Unitario/Litro Aceite	S/ 230.20	S/ 156.25	S/.159.31	S/.119.80	S/122.33								

Fuente: Elaboración Propia

7. El análisis económico y financiero (Total 3 hojas máximo)

7.1. El análisis del Balance General.

Situación financiera

Actualmente las Comunidades Socias de la CMM aún no se dedican a la actividad de producción y comercialización de aceite de Aguaje, así mismo aún no cuentan con una unidad de negocio debidamente constituida que pueda representarlos e implementar dicha actividad económica, motivo por el cual no es posible analizar la situación financiera de dicho negocio.

Supuestos producción

Para este caso los ingresos se encuentran en función de la capacidad de procesamiento de la Planta Aguaje la cual en la actualidad es de 06 Sacos/diarios durante 06 meses (Campaña de Aguaje que corresponde a 144 días)

El presente plan contempla la eficiencia de dicho proceso, proyectando para el año 2-3 el incremento de procesamiento hasta 07 Sacos diarios y para los años 4-10 efectivizar el mismo hasta 09 sacos/diarios. Respecto al rendimiento de aceite por Sacos también influye directamente en dicho indicador iniciando con rendimientos actuales de 2%/Saco procesado, e cual a través del desarrollo de capacidades y

adquisición de equipos mejorados se plantea incrementar este parámetro a 2.5 % para los años 2-3, mientras que para los años entre 4 – 10 el rendimiento es de 3% en el presente Bionegocio.

En el siguiente cuadro se presenta los datos para la proyectar la producción a 10 años, la capacidad de Planta, litros a producir.

**CUADRO N° 10
PRODUCCION ACEITE AGUAJE²**

PLAN DE PRODUCCION DE ACEITE DE AGUAJE EN BASE A SUPUESTOS			
SUPUESTOS DE PLAN DE NEGOCIO	AÑO1	AÑO 2 -3	AÑO 4 -10
Número de Sacos de Aguaje procesados diariamente en Planta*	6	8	9
Procesamiento diario de Kg de Aguaje en Planta (Kg/día)	240.00	320.00	360.00
Numero de dias trabajo por campaña (24 días por 6 Meses)	144	144	144
Procesamiento de Aguaje por año /campaña (Kg/Campaña)	34560	46080	51840
Sacos de aguaje por año/campaña	864.00	1152.00	1296.00
Rendimiento de aceite de aguaje (%)	0.02	0.025	0.03
Rendimiento de aceite por día (L/día)	4.80	8.00	10.80
Producción de aceite por año campaña en litros (Litros/Campaña)	691.20	1152.00	1555.20

Fuente: Análisis Financiero Plan de Bionegocio Aceite de Aguaje.

Fuente: Elaboración Propia

7.1.2 Supuestos económicos

En el Siguiete cuadro se presentan los supuestos económicos como

- Precio de venta del litro de aceite de agua a 140.00 soles pactado con la empresa CANDELA, este precio se proyecta mejorar al recuperar la certificación y análisis de los precios por parte de otros mercados.
- El Precio de venta del aceite de aguaje en presentación de 30 ml será de 20.00 soles
- El capital de trabajo es el monto que se necesita para que la operación funcione se pueda pagar a los trabajadores y se pague los sacos de aguaje según el análisis realizado |es de S/ 19,400 soles relacionado a la compra de aguaje en fruto.
- Se ha planteado un crecimiento de ventas de 5-7 % anual
- Una tasa de descuento de 10% (promedio de lo que se quiere ganar por la inversión realizada)
- Se plantea una vida útil de los equipos de 10 años

**CUADRO N° 11
Supuestos económicos**

Detalle	Unidades
Precio de 1 Litro de aceite (S/.)	140.00
Precio de venta de aceite 30 ML (S/.)	20.00
Vida útil (años)	10
Tasa de crecimiento de VENTAS (%)	5-7
TC	3.35
Tasa de descuento (%)	10

.Fuente Elaboración Propia

² Producción en base a procesamiento diario de sacos de aguaje, meses de campaña y rendimiento de aceite por saco

7.2. El análisis del Estado de Pérdidas y Ganancias

En el cuadro N° 12 que se muestra a continuación el estado de Ganancia y pérdida del presente plan de Bionegocio. Cabe precisar que para este plan de negocio solo tendremos un análisis sin financiamiento.

CUADRO N° 12 Análisis del Estado de Ganancia y Pérdida

CONCEPTO	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. INGRESOS (VENTAS)	97,558.00	174,120.20	187,687.76	271,182.61	291,194.86	312,429.42	313,840.35	315,251.28	316,662.21	447,876.29
Ventas	97,558.00	174,120.20	187,687.76	271,182.61	291,194.86	312,429.42	313,840.35	315,251.28	316,662.21	318,073.14
Ingresos Extraordinarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	129,803.15
II. COSTOS DE PRODUCCIÓN	84,824.00	96,039.70	98,418.69	101,724.15	104,387.36	107,183.72	110,119.91	113,202.90	116,440.05	119,839.05
III. UTILIDAD BRUTA	12,734.00	78,080.50	89,269.07	169,458.46	186,807.50	205,245.70	203,720.44	202,048.38	200,222.16	328,037.24
IV. GASTOS DE OPERACIÓN	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00
Gastos de venta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos administrativos	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00	920.00
V. DEPRECIACIÓN DE A.F. Y AMORT. INTANG	61,742.58	61,742.58	61,742.58	61,742.58	61,742.58	61,742.58	61,742.58	61,742.58	61,742.58	61,742.58
VI. UTILIDAD OPERATIVA	(49,928.58)	15,417.92	26,606.49	106,795.88	124,144.92	142,583.12	141,057.86	139,385.79	137,559.57	265,374.65
VII. GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pago de intereses	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VIII. UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	(49,928.58)	15,417.92	26,606.49	106,795.88	124,144.92	142,583.12	141,057.86	139,385.79	137,559.57	265,374.65
IX. IMPUESTO A LA RENTA (29.5 %) (*)	(14,728.93)	4,548.29	7,848.91	31,504.78	36,622.75	42,062.02	41,612.07	41,118.81	40,580.07	78,285.52
UTILIDAD NETA	(35,199.65)	10,869.63	18,757.57	75,291.09	87,522.17	100,521.10	99,445.79	98,266.98	96,979.50	187,089.13

Fuente : Plan Financiero del Plan de Bionegocio CMM

7.3. El flujo de caja:

A continuación, se presenta el flujo de caja del presente plan de Bionegocio

CUADRO N° 13 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. INGRESOS	-	97,558.00	174,120.20	187,687.76	271,182.61	291,194.86	312,429.42	313,840.35	315,251.28	316,662.21	1,300,283.52
INGRESOS POR VENTA		97,558.00	174,120.20	187,687.76	271,182.61	291,194.86	312,429.42	313,840.35	315,251.28	316,662.21	318,073.14
VALOR RESIDUAL											129,803.15
RECUPERO CAPITAL DE TRABAJO											852,407.23
II. EGRESOS	-	(134,015.07)	(167,657.99)	(176,645.10)	(207,079.31)	(218,507.00)	(230,571.48)	(237,078.00)	(243,889.04)	(251,019.82)	(296,778.25)
II.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN		(84,824.00)	(96,039.70)	(98,418.69)	(101,724.15)	(104,387.36)	(107,183.72)	(110,119.91)	(113,202.90)	(116,440.05)	(119,839.05)
II.2. GASTOS DE OPERACIÓN		(920.00)	(920.00)	(920.00)	(920.00)	(920.00)	(920.00)	(920.00)	(920.00)	(920.00)	(920.00)
II.3. IMPUESTO A LA RENTA		14,728.93	(4,548.29)	(7,848.91)	(31,504.78)	(36,622.75)	(42,062.02)	(41,612.07)	(41,118.81)	(40,580.07)	(78,285.52)
II.4. INVERSION FIJA AÑO 0	(586,179.00)										
ACTIVO FIJO	303,629.00										
ACTIVO INTANGIBLE	222,550.00										
CAPITAL DE TRABAJO	60,000.00	(63,000.00)	(66,150.00)	(69,457.50)	(72,930.38)	(76,576.89)	(80,405.74)	(84,426.03)	(88,647.33)	(93,079.69)	(97,733.68)
GASTOS GENERALES	-										
GASTOS DE SUPERVISION	-										
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	(586,179.00)	(36,457.07)	6,462.22	11,042.66	64,103.30	72,687.86	81,857.94	76,762.35	71,362.24	65,642.39	1,003,505.27
PRESTAMO	-										
SERVICIO DE DEUDA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ESCUDO FISCAL		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	(586,179.00)	(36,457.07)	6,462.22	11,042.66	64,103.30	72,687.86	81,857.94	76,762.35	71,362.24	65,642.39	1,003,505.27

Fuente: Plan Financiero del Bionegocio

7.4. Los indicadores de rentabilidad (TIR, VAN).

En base al cuadro anterior se puede determinar que el Valor Actual Neto (VAN) es de **S/. 16,854.67** y la TIRE es de **10.35%**, concluyendo que el plan de Bionegocio de Aceite de aguaje propuesto es rentable.

**CUADRO N° 14
VALOR ACTUAL NETO (VAN) y TIR**

VANE	S/. 16,854.67	Se Acepta
VANF	S/. 16,854.67	Se Acepta
TIRE	10.35%	Se Acepta
TIRF	10.35%	Se Acepta

7.5. Análisis de sensibilidad:

A continuación, se presente el siguiente análisis de sensibilidad en base a dos factores:

- Caída de la Producción en un 4%
- Caída del Precio en n 5%

CUADRO N° 14 Análisis de Sensibilidad del Plan de Negocio

VARIABLES	VARIACION	VANE INICIAL	TIRE INICIAL	VAN FINAL	TIR FINAL
SITUACION INICIAL	0	16,854.67	10.35%		
Caída del 4% de la producción	-4%			(57,534.11)	8.77%
Caída del 5% del precio	-5%			(76,131.30)	8.37%

Fuente: Plan Financiero del Plan de Bionegocio

Como se muestra en el presente cuadro de sensibilidad la proyección demuestra que a pesar de la caída de la producción precio (-4%) y caída del precio (-5%) los indicadores económicos continúan presentando valores rentables, concluyendo que el presente plan de Bionegocio no es sensible ante las variaciones del mercado.

8. La planificación del seguimiento y evaluación de la implementación del bio-negocio

El presente plan de Bionegocio cuenta con un Cronograma de Ejecución Física y Financiera el cual es la hoja de ruta de la ejecución e implementación del mismo.

Ambos documentos forman parte del plan financiero del presente documento.

En adición se sugiere el acompañamiento de un equipo especializado que forme parte del PHD que sea el encargado de asesorar, acompañar y orientar la normal y adecuada implementación del Plan de Bionegocio con un enfoque comercial y de cadena de Valor

9. Conclusiones (Total 1 hoja máximo)

Del estudio realizado se puede concluir que el Bionegocio de producción de aceite de aguaje tiene potencial y es una propuesta sostenible en el tiempo, sin embargo, es necesario implementar de manera paralela desarrollo de capacidades del tipo organizacional, empresarial y asociativo junto con la adquisición de maquinaria e instalación de infraestructura adecuada.

Desde el punto de vista financiero el Plan de Bionegocio es factible con indicadores como VAN S/. 16,854.67y TIR de 10.35 %

La presente propuesta presenta una inversión de **S/586,179.00** soles, de las cuales PROFONANPE financiará con **S/539,444.00**. y por su parte Las Comunidades Beneficiarias como beneficiarios y aliados del presente plan, aportará con una contrapartida de **S/ 46,735.00** relacionada específicamente a mano de obra no calificada.

Entre los principales indicadores del presente plan de Bionegocio se encuentran:

- Implementar una Planta de procesamiento de aceite de Aguaje
- Realizar acuerdos comerciales con empresas dedicadas al rubro de la industria de la cosmética.
- Desarrollar capacidades en los socios en relación al proceso de cosecha de Aguaje haciendo uso de subidores.
- Procesar al primer año al menos 06 Sacos de Aguaje/Día /campaña, procesando al menos 240 kg/día.
- Al 4to año procesar 09 Sacos de Aguaje/Día/Campaña procesando al menos 360 Kg Diarios.
- Crear una unidad de negocio que represente de manera activa a las CCNN de la CMM en relación al Bionegocio de Aceite de Aguaje.
- 01 Junta Directiva y 02 personales de planta debidamente han logrado desarrollar capacidades organizativas, técnicas financieras y de comercialización

- Plan de Bionegocio se basa en el enfoque de “Cadena de Valor” el cual se enmarcar claramente en los 07 Principios de BioComercio y/o Convenio de Diversidad Biológica donde entre sus principales ejes son:
 - Conservar de Diversidad Biológica
 - Aprovechar de manera sostenible la diversidad biológica
 - Realizar la distribución equitativa de los beneficios por el aprovechamiento de la diversidad biológica.

Entre las potenciales alianzas estratégicas destacan los contratos comerciales con **CANDELA PERU**, interacciones institucionales con la Municipalidad Distrital de Manseriche y articulación con Organizaciones Indígenas caso FENAM **Federación Nativa Awajún del Marañón**

10. Bibliografía:

- Balick, M.J. 1979. Amazonian oil palms of promise Economy Botany. Disponible en
- <http://sciweb.nybg.org/science2/pdfs/mb/Amaz.oil.prom.1979.pdf> 33(1): 11-28.
- Cavalcante, P.B. 1976. Frutas comestibles de la amazonía. 3 ed. Rev. Aum. Belem. Inpa. 166 p.FAO. 2005.
- Procesamiento a pequeña escala de frutos y hortalizas amazónicos nativos. Recuperado de: Gasche. 1999. EE.UU- www.fao.org
- García, A.; Pinto J. 2005. Diagnóstico de la demanda de Mauritia Flexuosa Lf. “aguaje”, en la ciudad de Iquitos. Investigadores del IIAP. Iquitos, Perú. p. 20.
- Betzabe nNataly nicho pretell 2018 tesis “estrategias comerciales para la exportación de aguaje (mauritia flexuosa) de la región loreto a estados unidos”

11. Anexos.

Distribución de la Inversión:

Concepto	U.M.	Cantidad	Valor Unitario	Presupuesto Técnico		
				Inversión Total	CMM	PROFONANPE
						Efectivo
I. INVERSION FIJA				S/. 526,179.00	S/. 11,500.00	S/. 480,974.00
I.1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE				S/. 303,629.00	S/. 11,500.00	S/. 258,424.00
I.1.1. Terrenos y obras civiles				S/. 199,069.00	S/. 11,500.00	S/. 153,864.00
I. TERRENOS	m2	300	5	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	
CONSTRUCCION DE AREA DE ACOPIO, PICADO Y DESHIDRATADO DE AGUAJE (12X6) MATERIAL NOBLE, CIELO RASO, INCLUYE VEREDAS Y CUNETAS	m2	72.00	1,176.00	S/. 84,672.00	S/. 10,000.00	S/. 74,672.00
IMPLEMENTACIÓN DE HORNOS DE DESHIDRATADO DE ACEITE DE AGUAJE (1.5*4) - INCLUYE MATERIAL	unidad	3.00	840.00	S/. 2,520.00		S/. 2,520.00
CONSTRUCCION DE ÁREA DE Prensado de Aceite 6X6 - INCLUYE MATERIAL NOBLE, DRENAJE, PISO PULIDO, CIELO RASO, VEREDAS Y CUNETAS	m2	36.00	1,792.00	S/. 64,512.00		S/. 64,512.00
CONSTRUCCIÓN DE SERVICIOS HIGIÉNICOS - 3X3 INCLUIDO BIODIGESTOR, MATERIAL NOBLE	m2	9.00	3,745.00	S/. 33,705.00		
CONSTRUCCIÓN DE ALMACÉN Y OFICINA - 8X4 CON PISO PULIDO Y LADRILLO ELEVADO HASTA 60 CM	m2	32.00	380.00	S/. 12,160.00		S/. 12,160.00
I.1.2. Maquinarias				S/. 98,660.00	S/. 0.00	S/. 98,660.00
CHIPEADORA/ TRITURADORA de 3 PULGADAS	Unidad	1.00	12,150.00	S/. 12,150.00		S/. 12,150.00
Prensa Hidráulica para Aceite de aguaje y Ungurahui	Unidad	1.00	17,500.00	S/. 17,500.00		S/. 17,500.00
Balanza digital industrial	Unidad	1.00	450.00	S/. 450.00		S/. 450.00
Chancadores de Pepa de Aguaje + Mesa	Unidad	4.00	1,000.00	S/. 4,000.00		S/. 4,000.00
Mesas de acero Inoxidable 2.5X 1	Unidad	3.00	800.00	S/. 2,400.00		S/. 2,400.00
Jabas para traslado de la fruta	Unidad	36.00	25.00	S/. 900.00		S/. 900.00
Tinas de plástico de 48 cm x 25.5 cm de ancho (30 L)	Unidad	10.00	40.00	S/. 400.00		S/. 400.00
Baldes de plástico de 20 Litros	Unidad	10.00	30.00	S/. 300.00		S/. 300.00
Motór 13.5 HP Tipo peque peque	Unidad	4.00	1,800.00	S/. 7,200.00		S/. 7,200.00
Casco de madera capacidad 2 Tn	Unidad	4.00	2,000.00	S/. 8,000.00		S/. 8,000.00
PilORIZADOR de flujo continuo para elaboración de BioCarbon (Capacidad 80 kg/día)	Unidad	1.00	9,000.00	S/. 9,000.00		S/. 9,000.00
Tacho ecológico para manejo de residuos sólidos	Unidad	7.00	80.00	S/. 560.00		S/. 560.00
Extintór PQS 4 KG	Unidad	4.00	100.00	S/. 400.00		S/. 400.00
Equipos para subidores (cuerdas, entre otros)	Unidad	16.00	400.00	S/. 6,400.00		S/. 6,400.00
Equipos de protección personal (cascos, guantes, lentes,	Unidad	100.00	150.00	S/. 15,000.00		S/. 15,000.00
Implementos de campo (machete, capota, plástico)	Unidad	100.00	100.00	S/. 10,000.00		S/. 10,000.00
Botiquín (antifélico, medicinas generales)	Unidad	16.00	200.00	S/. 3,200.00		S/. 3,200.00
Parihuelas	Unidad	10.00	80.00	S/. 800.00		S/. 800.00
I.1.3. Equipos				S/. 4,000.00	S/. 0.00	S/. 4,000.00
Laptop	Unidad	1.00	3,000.00	S/. 3,000.00		S/. 3,000.00
Impresora multifuncional	Unidad	1.00	1,000.00	S/. 1,000.00		S/. 1,000.00
I.1.4. Muebles y enseres				S/. 1,900.00	S/. 0.00	S/. 1,900.00
ESCRITORIOS DE MADERA	Unidad	1.00	500.00	S/. 500.00		S/. 500.00
SILLAS	Unidad	2.00	400.00	S/. 800.00		S/. 800.00
ARMARIOS	Unidad	1.00	400.00	S/. 400.00		S/. 400.00
PARIHUELAS	Unidad	5.00	40.00	S/. 200.00		S/. 200.00
I.2. INVERSION INTANGIBLE				S/. 222,550.00	S/. 0.00	S/. 222,550.00
I.2.1. Consultorías				S/. 52,000.00	S/. 0.00	S/. 52,000.00
Elaboración de Plan de negocio	plan	1.00	8000.00	S/. 8,000.00		S/. 8,000.00
Consultoría para adecuación y obtención de permisos y licencias (DIGEMID, permiso municipal y defensa civil, incluido diseños e impresión de mapas, señalizaciones)	mes	1.00	9000.00	S/. 9,000.00		S/. 9,000.00
Plan de Adecuación Ambiental (EVAP) y (DIA)	GB	1.00	20000.00	S/. 20,000.00		S/. 20,000.00
Asistencia técnica en procesamiento de aceite de aguaje acorde a las normas orgánicas	mes	6.00	2500.00	S/. 15,000.00		S/. 15,000.00
I.2.2. Capacitación				S/. 57,000.00	S/. 0.00	S/. 57,000.00
Fortalecimiento de capacidades organizacionales y Habilidades blandas (Liderazgo asociatividad, coaching, equidad de género) (06 Talleres)	mes	3.00	3000.00	S/. 9,000.00		S/. 9,000.00
Desarrollo de Capacidades en Gestión Empresarial y Gerencia Financiera (Kit de Gestión)	Mes	6.00	1500.00	S/. 9,000.00		S/. 9,000.00
Capacitación en procesos de MFC, aprovechamiento sostenible de aguaje (inducción y uso de equipo EPP)	Mes	10.00	1500.00	S/. 15,000.00		S/. 15,000.00
Servicio de acompañamiento en la gestión comercial e identidad corporativa (mercado y marca comercial)	mes	4.00	3500.00	S/. 14,000.00		S/. 14,000.00
Elaboración de Propuestas de Perfiles/proyectos de innovación tecnologicas, economica circular ligadas al aprovechamiento del recurso	Global	1.00	10000.00	S/. 10,000.00		S/. 10,000.00

I.2.3. Servicios				S/. 113,550.00	S/. 0.00	S/. 113,550.00
Servicio de constitución democrática de una Asociación ligada al Bionegocio	GB	1.00	5000.00	S/. 5,000.00		S/. 5,000.00
Elaboración de DEMA's	mes	4.00	9000.00	S/. 36,000.00		S/. 36,000.00
Servicio de adecuación del proceso de aprovechamiento y comercialización orgánica de aguaje	GB	1.00	9000.00	S/. 9,000.00		S/. 9,000.00
Servicio de Registro de Plantaciones en el marco del aprovechamiento legal de material de combustión para hornos de secado de aguaje	GB	1.00	6000.00	S/. 6,000.00		S/. 6,000.00
Servicio de certificación orgánica y auditoría interna	GB	1.00	15000.00	S/. 15,000.00		S/. 15,000.00
Análisis físico químico de aceite de aguaje	GB	2.00	1800.00	S/. 3,600.00		S/. 3,600.00
Envíos de muestras y pruebas a clientes potenciales	muestra	3.00	400.00	S/. 1,200.00		S/. 1,200.00
Diseño e impresión de etiquetas y Tarjetas de	GB	1.00	2000.00	S/. 2,000.00		S/. 2,000.00
Pago de servicios para registro sanitario para productos	GB	1.00	4500.00	S/. 4,500.00		S/. 4,500.00
Pago de servicios para obtención de licencia municipal	GB	1.00	150.00	S/. 150.00		S/. 150.00
Pago de servicio para obtención de permiso ante	GB	1.00	100.00	S/. 100.00		S/. 100.00
Servicio de elaboración de expediente técnico de planta de procesamiento de aguaje	GB	1.00	31000.00	S/. 31,000.00		S/. 31,000.00
II. CAPITAL DE TRABAJO				S/. 60,000.00	S/. 35,235.00	S/. 24,390.00
II.1.1 Materia Prima				S/. 23,115.00	S/. 0.00	S/. 23,115.00
Fruto de Aguaje x campaña 6 meses				S/. 19,440.00		S/. 19,440.00
Sacos de polipropileno				S/. 1,125.00		S/. 1,125.00
Leña recolectada de plantaciones registradas				S/. 1,200.00		S/. 1,200.00
Botella				S/. 1,350.00		S/. 1,350.00
II.1.2 Mano de Obra				S/. 35,235.00	S/. 35,235.00	S/. 0.00
Mano de Obra Directa				S/. 29,295.00	S/. 29,295.00	
Mano de Obra Indirecta				S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	
Mano de obra Operación				S/. 0.00	S/. 0.00	
Mano de Obra Administrativa				S/. 540.00	S/. 540.00	
II.1.3 Otros costos				S/. 1,650.00	S/. 0.00	S/. 1,275.00
Artículos de limpieza				S/. 150.00		S/. 150.00
Equipos de Bioseguridad (COVID)				S/. 375.00		
Mantenimiento y reparación				S/. 1,125.00		S/. 1,125.00
Flete Fluvial				S/. 0.00		S/. 0.00
TOTAL INVERSION				S/. 586,179.00	S/. 46,735.00	S/. 505,364.00

ACTA DE VALIDACION DE PLAN DE BIONEGOCIO

ACTA DE VALIDACION DE BIONEGOCIO

"Año de la Universalización de la Salud "

Yo Melecio Lavinto Amaringo con DNI: 43643952 APU de la Comunidad Nativa de Ugarte detallo que en el Marco del proceso de elaboración del PLAN DE BIONEGOCIO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE AGUAJE (MAURITIA FLEXUOSA) PARA LA INDUSTRIA DE LA COSMÉTICA Y CUIDADO PERSONAL DE COMUNIDADES NATIVAS GRUPO ETNICO AWAJÚN, DEL CORREDOR CUENCA MEDIA DEL MARAÑÓN (CMM), PROVINCIA DEL DATEM DEL MARAÑÓN, LORETO, PERÚ", hemos revisado la propuesta en detalle y concluimos:

- Validamos y aprobamos de manera participativa el Bionegocio "PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE AGUAJE (MAURITIA FLEXUOSA) PARA LA INDUSTRIA DE LA COSMÉTICA Y CUIDADO PERSONAL DE COMUNIDADES NATIVAS GRUPO ETNICO AWAJÚN, DEL CORREDOR CUENCA MEDIA DEL MARAÑÓN (CMM), PROVINCIA DEL DATEM DEL MARAÑÓN, LORETO, PERÚ"
- Así mismo tomamos el acuerdo de trabajar de manera conjunta en el desarrollo del proyecto y la ACEPTACIÓN, validando participativamente el plan de Bionegocio "PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE AGUAJE (MAURITIA FLEXUOSA) PARA LA INDUSTRIA DE LA COSMÉTICA Y CUIDADO PERSONAL DE COMUNIDADES NATIVAS GRUPO ETNICO AWAJÚN, DEL CORREDOR CUENCA MEDIA DEL MARAÑÓN (CMM), PROVINCIA DEL DATEM DEL MARAÑÓN, LORETO, PERÚ",

Siendo el día 08 de septiembre del 2020

Atte.

*

Melecio Lavinto Amaringo

APU Comunidad Nativa de Ugarte



ELIO CURIANGO TILLAS
DNI N° 45154678



Roberta C. Arriaga Guerra
DNI N° 41462792
VICE PRESIDENTE FENAG

Julio Lavinto Amaringo
DNI N° 05626297

Idorinda Patricio
N° DNT
05620885

Segundo Lavinto Patricio
47840229

MESIAS TUJAS CHUMBIA