

30 AÑOS



Metodología para la
**Promoción
de Bionegocios**

De acuerdo al MINAM, los bionegocios se basan en el aprovechamiento sostenible de productos de la biodiversidad teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Estos incorporan los costos por la conservación de los recursos naturales, la inclusión de comunidades y conocimientos tradicionales en la generación de valor y la dinamización de las economías locales.

La CAF señala que los bionegocios son un “motor de desarrollo inclusivo en América Latina” porque ayudan a enfrentar la pobreza rural aprovechando las tendencias de consumo por productos de origen ambiental y socialmente sostenible.

Sin duda, una posible solución para potenciar el desarrollo en la Amazonía peruana. Sin embargo, la falta de infraestructura, la falta de capacidades y el poco desarrollo de mercados son factores que pueden dificultar seriamente la implementación de este tipo de proyectos.

Un estudio reciente realizado por el BID¹ recogió evidencia de 1,334 intervenciones en los departamentos que conforman la Mancomunidad Regional Amazónica, el cual estima que hubo una inversión total de más de S/. 2,300 millones². Alrededor del 75% de ellos tenía un presupuesto menor al millón de soles y 37% tenía como objetivo la intensificación productiva sostenible. Por otro lado, tanto el gobierno nacional como los gobiernos regionales son los principales intermediarios de estas intervenciones y la cooperación internacional es la principal fuente financiadora (86% de la inversión).

Algunas dificultades reportadas con estas intervenciones³ incluyen: deficiencias del Estado, pandemia COVID-19, dificultades estructurales, disposición de la población y arraigamiento cultural y articulación-coordinación deficiente. De estas, una que presenta un gran obstáculo es la falta de infraestructura y servicios públicos. Lo cual impide que los bionegocios se conviertan en un motor de desarrollo para las comunidades más alejadas y pobres de la Amazonía.

El típico modelo de bionegocio, que contempla una articulación entre una empresa ancla que acopia la oferta de pequeños productores y la ofrece a los mercados presenta serias dificultades en la región Amazónica, en donde hay falta de infraestructura, falta de capacidades y falta de mercados, entre otros.

¹ BID (2023). “Mapeo de intervenciones, proyectos, programas y actores públicos y privados a cargo en la Amazonía peruana” (mimeo).

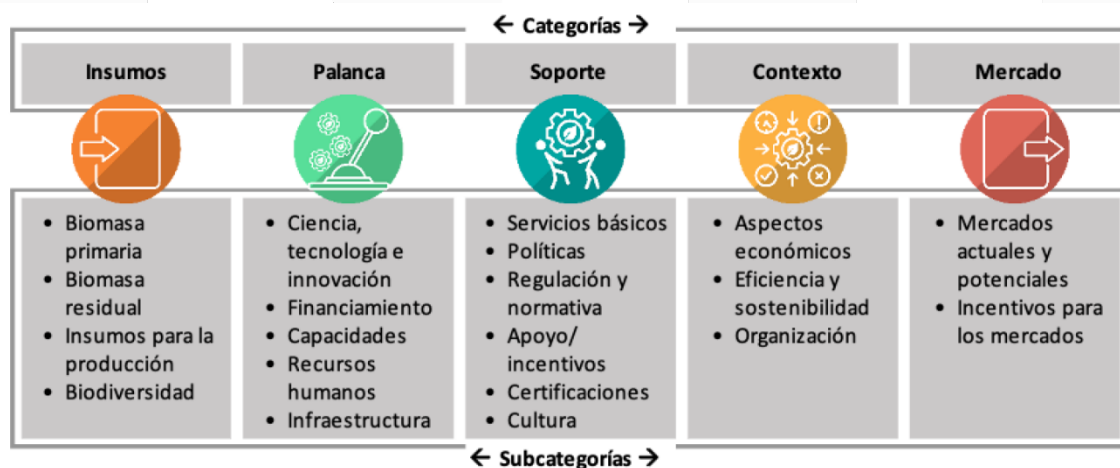
² Si se incluyen las intervenciones nacionales y las multidepartamentales, el número de proyectos se incrementa a 1,421 y la inversión se eleva a más de S/. 4,560 millones

³ Basadas en una muestra más pequeña de intervenciones, en las que se entrevistó a los ejecutores de las mismas.

En ese sentido, la metodología propuesta por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) resulta más adecuada. La metodología incluye los siguientes pasos⁴:

- a) analizar las condiciones y características del territorio donde funciona la cadena;
- b) evaluar el actual desempeño productivo-comercial de esta;
- c) determinar de modo preliminar los senderos de la bioeconomía con mayor potencial de aprovechamiento;
- d) examinar los recursos y las capacidades de la cadena/territorio con respecto a los senderos de la bioeconomía con mayor potencial de aprovechamiento;
- e) identificar y estudiar los conocimientos y las tecnologías de punta que posibilitan nuevos aprovechamientos de la bioeconomía; y
- f) definir y elaborar, junto con los actores del territorio y la cadena, propuestas de nuevos modelos de negocios de la bioeconomía en la cadena.

Un elemento fundamental en la selección del bionegocio es la evaluación de su viabilidad. No es suficiente contar con un recurso, que incluso pueda ser abundante, es necesario que sea demandado. El camino a recorrer para contar con un bionegocio viable y sostenible pasa por tomar en cuenta factores como la disponibilidad de los insumos; los recursos que potenciarán la transformación de los mismos en productos que sean demandados; una plataforma que brinde los elementos de soporte; una estrategia basada en el análisis del contexto del bionegocio y el acceso a mercados (IICA, 2021).



Fuente: IICA (2021)

⁴ Ver: IICA (2021). "Guía para el análisis de las posibilidades de negocios de la bioeconomía en las cadenas agroindustriales". San José: IICA.

Si bien en el caso particular de la promoción de bionegocios en Amazonía es imperativo analizar exhaustivamente los 5 grupos de factores señalados en el gráfico anterior, uno de ellos requiere de especial atención. En el caso de los factores “palanca”, ya se ha mencionado la importancia de la disponibilidad de infraestructura pero también es necesario tomar atención al factor de los recursos humanos. Los pequeños productores locales, especialmente si pertenecen a pueblos indígenas tienen que adquirir capacidades que les permitan recolectar y/o transformar los insumos de una manera que puede ser distinta a la forma en que ellos consumen ese insumo. El reto no se limita a brindarles capacitación técnica, sino requiere también de un alineamiento con sus valores culturales. En ese sentido, la promoción de bionegocios en Amazonía es una labor de mediano y largo plazo.

Ciertamente, la mayoría de los bionegocios no pasa por un proceso tan exhaustivo en su formulación y promoción, por lo que se intuye que muchos de ellos no son sostenibles más allá del término del proyecto con el que se inician. Esto también pone en cuestionamiento si las iniciativas de financiamiento de corto y mediano plazo y con montos limitados son eficaces en la promoción de bionegocios.