

IVAI PERÚ

Iniciativas de
VINCULACIÓN
para **ACELERAR**
la **INNOVACIÓN**



¡Bienvenido!

Para esta sesión considerar:



Ingrese con su
micrófono silenciado



Tendremos un espacio
para debate



La presentación se
enviará posterior a la
sesión



Los datos de contacto
del equipo se
facilitarán al finalizar
la reunión



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales

**SEGUNDO DIÁLOGO
PÚBLICO-PRIVADO**

**INICIATIVA DE
VINCULACIÓN PARA
ACELERAR LA INNOVACIÓN**

17
Set



un proceso liderado por:



Con el apoyo de:



Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Tendencias de la industria
- Formas de competir
- Cadena de valor ideal
- Áreas de mejora
- Percepciones | Diálogo Público-Privado
- Siguiendo pasos



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales



CONCYTEC

Agenda

- **Palabras de apertura**
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Tendencias de la industria
- Formas de competir
- Cadena de valor ideal
- Áreas de mejora
- Percepciones | Diálogo Público-Privado
- Siguiendo pasos



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales



CONCYTEC

Agenda

- Palabras de apertura
- **Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo**
- Tendencias de la industria
- Formas de competir
- Cadena de valor ideal
- Áreas de mejora
- Percepciones | Diálogo Público-Privado
- Siguietes pasos



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales



Objetivos del Proyecto

¿Qué es una IVAI?

IVAI es una propuesta estratégica para impulsar un **proceso de cambio** en **cadenas de valor** seleccionadas con el fin de **potenciar la productividad**, promover la inserción en mercados más atractivos e impactar en la competitividad.



Se identificarán
oportunidades
de innovación para la
creación de nuevos
productos y procesos
de bienes y servicios.





TRABAJANDO JUNTOS

**ACADEMIA
INDUSTRIA
ESTADO**



industria

Permitirá a las empresas desarrollar nuevas habilidades para competir y para moverse hacia nuevos mercados



academia

El sector académico podrá potenciar una investigación más focalizada hacia las necesidades de cada cadena de valor



estado

El sector público podrá identificar reformas necesarias para promover una productividad y competitividad

Objetivos del proyecto

¿Cómo se refuerza la competitividad?

Reforzar la competitividad de los actores del sector de Castaña Amazónica en Madre de Dios

Estrategia empresarial

- Lograr que cada actor, de manera individual, **innove** y mejore de forma continua para satisfacer las necesidades de sus clientes

Entorno

- **Favorecer y estimular** la innovación y el desarrollo de las empresas

Objetivos del proyecto

¿Cómo se refuerza la competitividad?

Reforzar la competitividad de los actores del sector de Castaña
Amazónica en Madre de Dios



Objetivos del proyecto

Resultado del proyecto

Estrategia empresarial	Entorno
Integrar las perspectivas individuales hacia una visión consensuada de futuro	Poner en marcha acciones necesarias para favorecer el desarrollo competitivo de las empresas



ESTUDIO

Objetivos del proyecto

Resultado del proyecto

Estrategia empresarial	Entorno
<p>Integrar las perspectivas individuales hacia una visión consensuada de futuro</p>	<p>Poner en marcha acciones necesarias para favorecer el desarrollo competitivo de las empresas</p>

El proyecto tiene un objetivo práctico: generar una dinámica de cambio empresarial



Plan de trabajo

Proceso de cambio en cada **IVAI**

Cada IVAI tendrá
3 fases de trabajo:



Análisis estratégico

Proceso de cambio - Generación de capital social

Plan de Trabajo de la IVAI

El calendario

6 meses



Plan de Trabajo de la IVAI

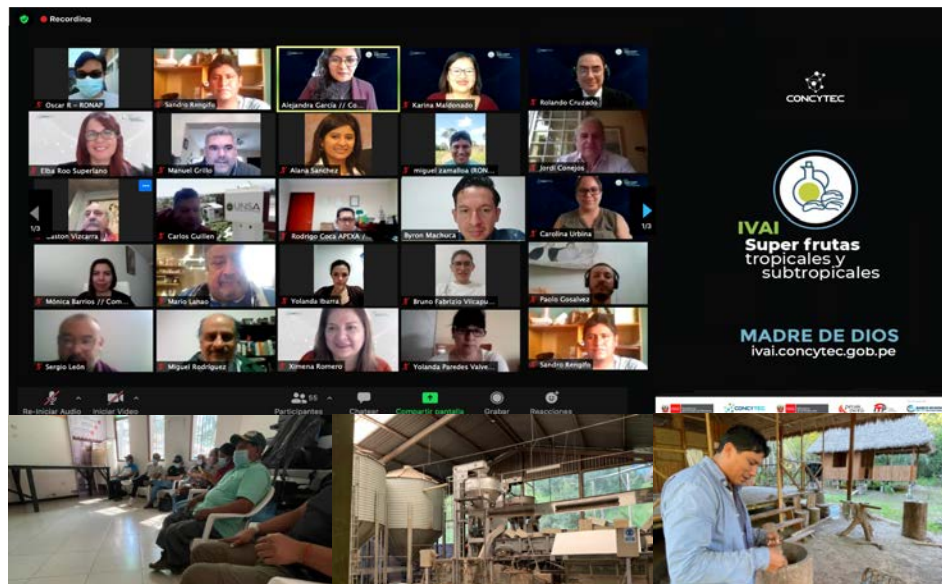
El calendario

6 meses



1ª reunión
16 de Julio de 2021

- Entrevistas con empresas e instituciones
- Análisis de informes y estudios previos



Plan de Trabajo de la IVAI

El calendario

6 meses

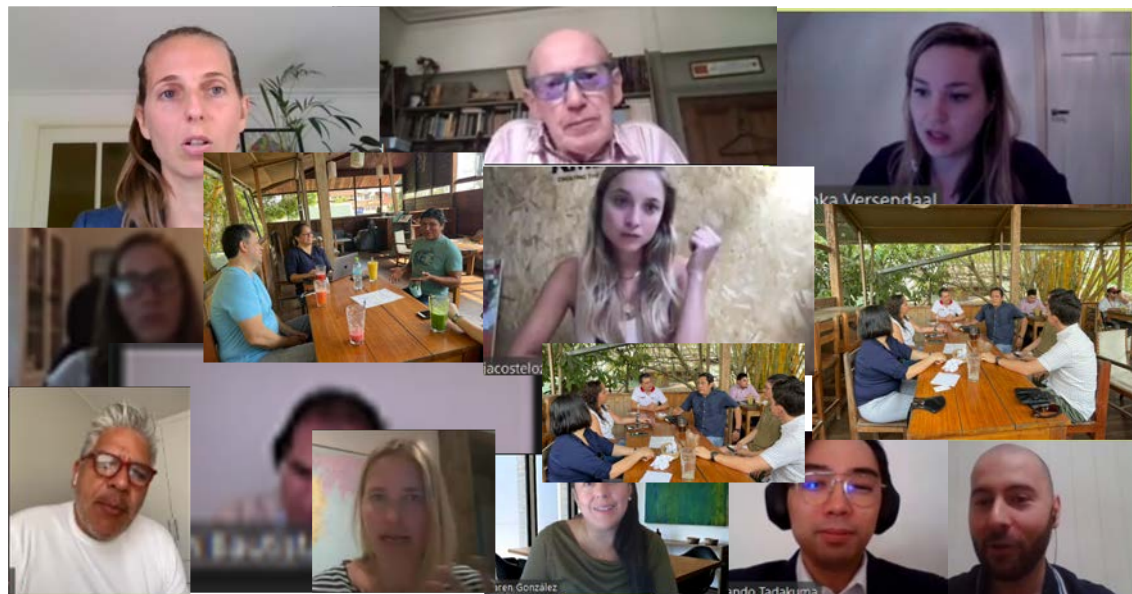
2

Guiar la estrategia

2ª reunión

17 de setiembre de 2021

- Entrevistas internacionales virtuales con compradores sofisticados
- Grupos estratégicos



Plan de Trabajo de la IVAI

El calendario

6 meses



3ª reunión

19 de noviembre de
2021

- Entrevistas con empresarios y expertos
- Grupos de trabajo con agentes del sector



CONCYTEC

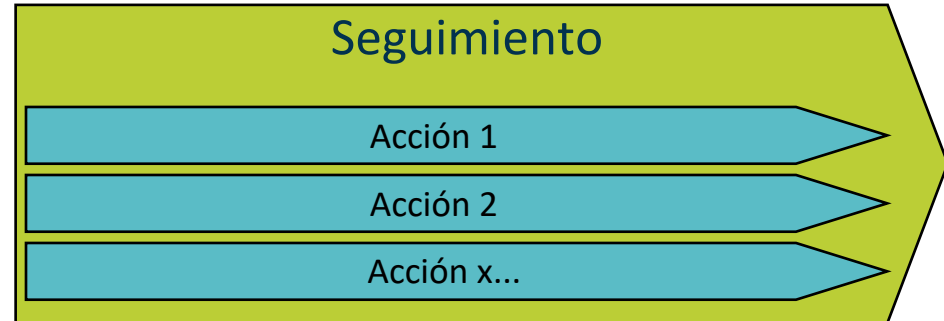
Plan de Trabajo de la IVAI

El refuerzo de la competitividad es un objetivo a largo plazo

6 meses



+ 2 años



Tras 6 meses intensivos de trabajo conjunto se ponen en marcha las acciones de mejora

Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- **Tendencias de la industria**
- Formas de competir
- Cadena de valor ideal
- Áreas de mejora
- Percepciones | Diálogo Público-Privado
- Siguietes pasos



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales



CONCYTEC



Tendencias de la industria

En 2020, los principales países exportadores de Castaña Amazónica fueron Perú, Bolivia y Brasil.



Bolivia:
24,000 toneladas
\$125 MDD Valor FOB



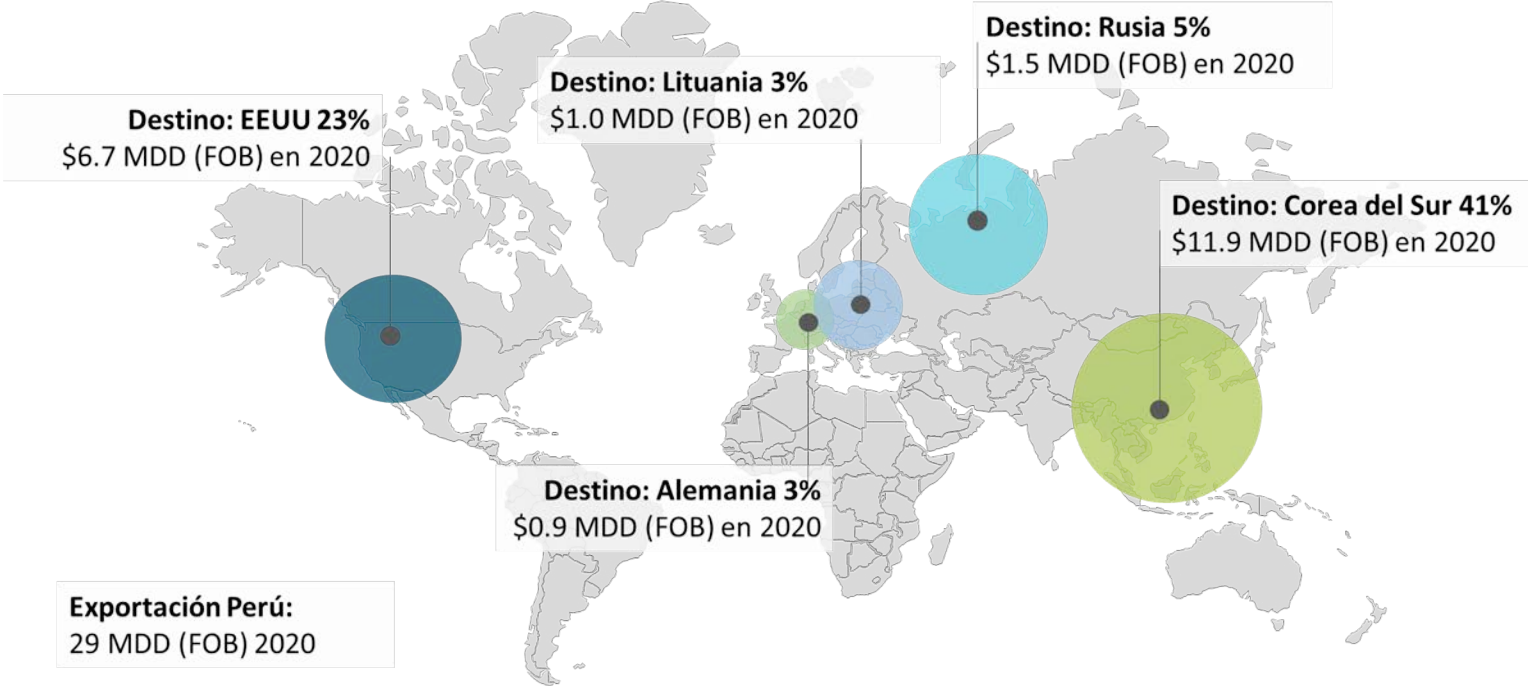
Perú:
5,575 toneladas
\$29 MDD Valor FOB



Brasil:
3,007 toneladas
\$15 MDD Valor FOB

Restante: países re exportadores

La Castaña de Madre de Dios en 2020, se exportó principalmente a Corea, EE.UU. y Rusia.



Exportación Perú:
29 MDD (FOB) 2020

Fuente: SUNAT - TRADEMAP

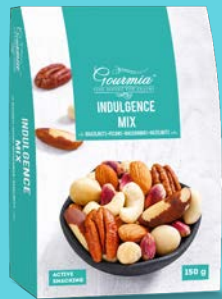
La principal forma de comercialización es en un “mix” de nueces, en donde la castaña es un elemento más.



\$12.90 USD



\$19.90 USD



\$20 USD



\$9 USD

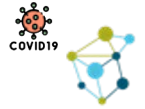
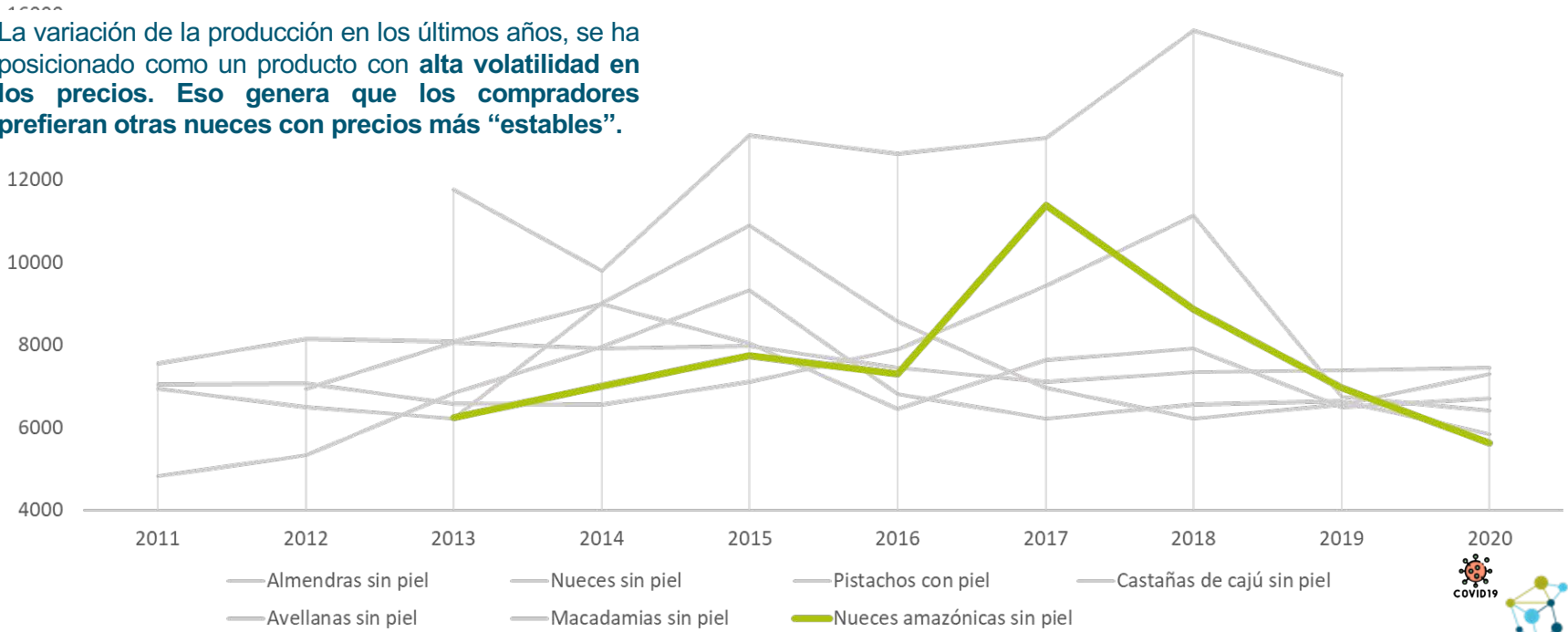


\$6.3 USD

El precio con el que se comercializa es definido por el mercado de las nuts, del que representa menos del 1%.

Precio promedio de exportación (USD / tonelada)

La variación de la producción en los últimos años, se ha posicionado como un producto con **alta volatilidad en los precios. Eso genera que los compradores prefieran otras nueces con precios más “estables”.**



En este negocio, el productor llega a recibir menos del 5% del precio final con el que se comercializa.

- El **transformador primario y exportador** en promedio recibe alrededor del 30% del precio final.
- Los **minoristas** pueden recibir hasta el **40% del precio final al consumidor.** .



Esto genera que se busquen otras fuentes de ingresos del bosque en el que se cultivan las castañas.



- De acuerdo con Global Forest Watch, **Perú es el 5to país que más sufre de deforestación** de bosques tropicales (2020)
- En los últimos 18 años se han perdido **2.16 Millones de Hectáreas de bosques tropicales**.
- Parte de su pérdida se explica por altas tasas de extracción ilegal de madera, así como la deforestación por la minería de oro ilegal (Global Foresta Watch 2020))

No es un negocio sostenible, se migran a otras actividades y se deja de conservar el bosque



Los bosques donde se produce la Castaña Amazónica **podrían desaparecer en 50 años** de acuerdo con un estudio publicado en 2020 por diversas Universidades Británicas.

¿Cómo vamos a garantizar que la industria de las Castañas Amazónicas siga existiendo en 50 años?



Ha surgido un consumidor que busca productos responsables con el medio ambiente y está dispuesto a pagar más por ellos.



- De acuerdo a Accenture 2020, el **76% de los consumidores** prefieren productos que hayan sido obtenidos de **manera ética y sustentable**.
- **72% de los encuestados** compran más productos amigables con el ambiente comparado con hace 5 años.
- En la encuesta de consumo de Nielsen en 2020, en EEUU y Europa el **31% de los encuestados está dispuesto a pagar un premium** por productos que sean socialmente responsables.

Y la oferta responde a estas demandas haciendo visible las huellas de carbono e hídricas de los productos.

The Climate Store (La tienda del clima) - Suecia



La migración hacia el consumo de proteínas vegetales está tomando relevancia en la industria gastronómica gourmet



“la sensibilidad al impacto que tenemos en nuestro entorno con la que siempre hemos operado, pero cada vez estaba más claro que **el sistema alimentario actual simplemente no es sostenible**”.



Daniel Humm

Eleven Madison Park / Chef



CONCYTEC

Y el potencial de crecimiento de esta industria refleja esta relevancia con un crecimiento anual de 7.1%



- “Se proyecta que el tamaño del mercado mundial de proteínas de origen vegetal **crecerá de 10,3 mil millones de USD en 2020 a 14,5 mil millones para 2025** (Markets and Markets, 2020)



La historia del producto es una de las tendencias para lograr una transparencia

El “Story telling” surge no solo como un factor para influir en la compra, sino como estrategia para lograr transparencia con el consumidor.



Tendencias que influyen en el sector



Consumidor de comercio justo



Quiere contribuir al cuidado del medio ambiente



Dietas de origen vegetal *plant-based*



Busca una historia de su producto



Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Tendencias de la industria
- **Formas de competir**
- Cadena de valor ideal
- Áreas de mejora
- Percepciones | Diálogo Público-Privado
- Siguiendo pasos



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales



CONCYTEC



Formas de competir

¿Cómo compite la Castaña Amazónica el día de hoy?



Convencionales



**Especialidad y
sostenible**

¿Qué busca el consumidor en este negocio?



Convencionales

- Nueces
- Alimentos sanos para complementar su dieta.
- Busca nueces por su valor nutricional. Compra un mix pero no busca una nuez en especial.
- Sensible al precio. Busca un mix que se adapte a su presupuesto.

¿Cómo se compite en este negocio?

Castañas convencionales peladas

Grandes volúmenes

Sensible al precio (dictado por las nuts)

Certificaciones de calidad

Información Nutricional



¿Cómo compite la Castaña Amazónica el día de hoy?



Convencionales



**Especialidad y
sostenible**

¿Qué busca el consumidor del negocio más atractivo?

- Especialmente busca castañas para consumir con sus platillos o complementar su dieta.
- Garantía de sostenibilidad, amigable con el medio ambiente.
- Baja huella de carbono e hídrica
- Responsabilidad social.
- Cuente una historia del producto.



**Especialidad y
sostenible**

¿Cómo se compite en este negocio?



Peder Schjødt

Gerencia General de Klimamad

Peder Schjødt

Gerencia General de Klimamad



¿Cómo se compite en este negocio?

Castañas convencionales peladas

No es sensible al precio por sus características diferenciadoras

Información nutricional (investigación)

Garantía de sostenibilidad. Baja huella de carbono e hídrica.

Baja huella de carbono e hídrica

Responsabilidad social

Este negocio, por sus características y especificaciones permite acceder a mejores precios en la cadena de valor



Productores de Castaña sin pelar

Commodity

5% del precio final

Especialidad y sostenible

15 al 20% del precio final



La cadena de valor ideal busca una relación más cercana entre el consumidor final y el productor.

A lo largo de la cadena se busca garantizar que el “premium” pagado se refleje directamente en el productor para garantizar el cuidado y conservación del bosque.

Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Tendencias de la industria
- Formas de competir
- **Cadena de valor ideal**
- Áreas de mejora
- Percepciones | Diálogo Público-Privado
- Siguietes pasos



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales

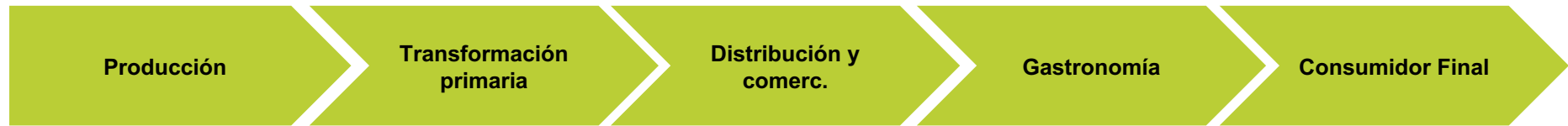


CONCYTEC



Cadena de valor ideal

Para poder competir dentro del negocio más atractivo, la cadena de valor de la Castaña Amazónica debe cambiar



Para poder competir dentro del negocio más atractivo, la cadena de valor de la Castaña Amazónica debe cambiar



Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

En la **cadena de ideal** se consideran los siguientes factores en la producción:

- **Estrecha relación de confianza** entre productores y canales de venta.
- **Certificaciones** que avalen las buenas prácticas a nivel social y ambiental.
- **Trazabilidad de la Castaña** a lo largo de todo el proceso. Origen único.
- Estudios avalan las **propiedades nutricionales** de la Castaña Amazónica, así como también su impacto ambiental y socioeconómico.



CONCYTEC

Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

Ejemplos Internacionales: Tony's Chocolonely



Empresa que vende chocolates y obtiene su cacao de con garantías de estándares de producción y comercio justo otorgado por una empresa de block chain llamada Chainpoint.



- Ingreso dividido en toda la cadena de valor
- Trabajar en conjunto para profesionalizar cooperativas.
- Pago de precio justo (premium) a proveedores
- Apuesto por el largo plazo. Relaciones de mínimo 5 años.
- Productividad y calidad



CONCYTEC

Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

Ejemplos Internacionales: Sustainable Nut Initiative

Plataforma de colaboración para atraer a la cadena de valor de las nueces. Se han unido fuerzas para crear impacto en los temas clave de sostenibilidad que enfrenta el sector.

- Actualmente trabajan con las cadena de valor de las nueces de anacardo, sin embargo tienen planes para extenderse a toda la cadena.
- Promueven la trazabilidad y transparencia a lo largo de la cadena como condiciones para lograr cadenas de producción más sustentables.



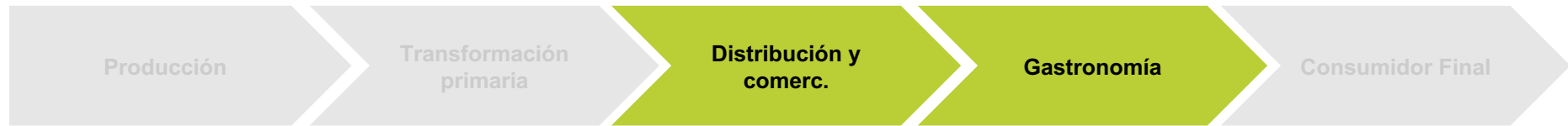
“El error más grande que se puede cometer, es seguir comercializando la Castaña Amazónica como un *commodity*. Se garantizará la pérdida del bosque”.

Herman Uit De Bosch - SNI



SNI
sustainable
nut initiative

Para poder competir dentro del negocio más atractivo, la cadena de valor de la Castaña Amazónica debe cambiar



Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

En la **cadena de ideal** se consideran los siguientes factores en la distribución, la comercialización y gastronomía:



- La castaña se busca especialmente por sus **propiedades ambientales**, por sus características que promueven la conservación del bosque.
- Se vende también en **bajos volúmenes, personalizado a clientes sofisticados** (que buscan cuidado al medio ambiente, comercio justo y nutrición) directamente
- Comercialización basa su propuesta en el cuidado del **medio ambiente y comercio justo**.
- Cuenta con **contenido e información** para que el consumidor conozca cómo se encuentra aportando al medio ambiente.

Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

Ejemplos Internacionales: Burlap & Barrel

Empresa que comercializa con especias de especialidad.

Precio de canela

\$2 USD

Precio de canela de
Burlap & Barrel

\$12.95 USD

“Educación, embajadores son la clave para sacar un producto del commodity y posicionarlo como especialidad. El consumidor necesita entender por qué es especial.”.

Bree Wroughton – Burlap & Barrel



CONCYTEC

Ejemplos Internacionales: Klimamad & New Basics



Brazil nuts

\$6.9 USD
250 gr

Comercializador danés que vende productos amigables con el clima. Su estrategia consiste en educación al cliente para que conozca la ventaja de consumir sus productos y cómo aporta al consumirlos al medio ambiente.

Se promociona de esta manera:

75% menos de CO2 que la producción de almendras
35% menos de CO2 que la producción de avellanas

CO2 total producido

- Cultivo: 0.0 per kg
- Procesamiento y empaquetado: 0.7 kg por kg
- Transporte a Dinamarca: 0.3 kg por kg
- Total 1kg por Kg de Castañas

Para poder competir dentro del negocio más atractivo, la cadena de valor de la Castaña Amazónica debe cambiar



Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

En la **cadena de ideal** se consideran los siguientes factores en el consumidor final:



- Consumidor consciente con interés en cuidar el planeta y en productos de especialidad.
- Interés en la salud (sin gluten, menos carne, menos lácteos) conservando el buen sabor.
- Este consumidor busca entender cómo se producen los productos que consumen y busca información sobre el impacto que producen a nivel social y ambiental.
- Le interesa saber de dónde proviene, quién estuvo involucrado en el proceso.



CONCYTEC

Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

Ejemplos Internacionales: Veganuary



- Más de 580,000 personas participaron en 2021
- Participaron personas de 209 países
- Más de 825 nuevos productos y menús veganos fueron lanzados en el 2021
- El 98% de las participantes recomendaría Veganuary

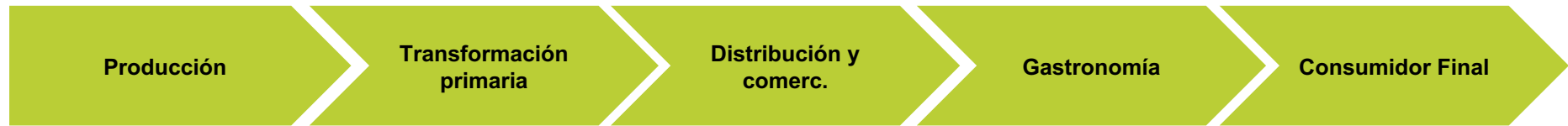
“Si miras la crisis climática o la violencia de nuestro sistema alimentario y te sientes impotente, pensando ‘ojalá hubiera algo que pudiera hacer’, ¡pues hazlo!”

Joaquín Phoenix – Actor



- La campaña de 2021 apareció en más de 1,500 artículos de prensa

Para poder competir dentro del negocio más atractivo, la cadena de valor de la Castaña Amazónica debe cambiar



Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Tendencias de la industria
- Formas de competir
- Cadena de valor ideal
- **Áreas de mejora**
- Percepciones | Diálogo Público-Privado
- Siguietes pasos



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales



CONCYTEC



Áreas de mejora

Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

Entorno

Área de Mejora 1

Impulsar la investigación de atributos de la castaña amazónica: en términos de nutrición en la salud humana, impacto climático y económico.

Producción

Transformación
primaria

Distribución y
comerc.

Gastronomía

Consumidor Final

Área de Mejora 2

Desarrollo de un producto premium: donde se incorporen buenas prácticas para garantizar la calidad y trazabilidad de la castaña como un producto que cuida el medio ambiente y es socialmente justo.



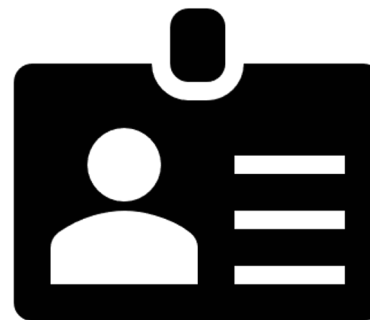


Área de Mejora 3

Posicionar y educar a la demanda: impulsando la promoción de la castaña y sus propiedades (climáticas y nutricionales)

Grupos de Trabajo

Lo invitamos a inscribirse en el formulario adjunto para formar parte de alguno de los grupos de trabajo de las áreas de mejora.



Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Tendencias de la industria
- Formas de competir
- Cadena de valor ideal
- Áreas de mejora
- **Percepciones | Diálogo Público-Privado**
- Siguiendo pasos



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales



CONCYTEC



Percepciones | Diálogo Público - Privado

¡Queremos escucharle!

Para intervenciones considerar:



Levante la mano para pedir la palabra. El moderador asignará turnos para hablar.



Mantener micrófono silenciado hasta que el moderador asigne la palabra



Intervenciones máximas de 3 minutos por participante



Al inicio de su participación mencione su nombre y empresa

Percepciones de la estrategia propuesta y áreas de mejora.

Área de Mejora 1

Impulsar la investigación de atributos de la castaña amazónica: en términos de nutrición en la salud humana, impacto climático y económico.

Área de Mejora 2

Desarrollo de un producto premium: donde se incorporen buenas prácticas para garantizar la calidad y trazabilidad de la castaña como un producto que cuida el medio ambiente y es socialmente justo.

Área de Mejora 3

Posicionar y educar a la demanda: impulsando la promoción de la castaña y sus propiedades (climáticas y nutricionales)



Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Tendencias de la industria
- Formas de competir
- Cadena de valor ideal
- Áreas de mejora
- Percepciones | Diálogo Público-Privado
- **Siguientes pasos**



IVAI
Super frutas
tropicales y
subtropicales



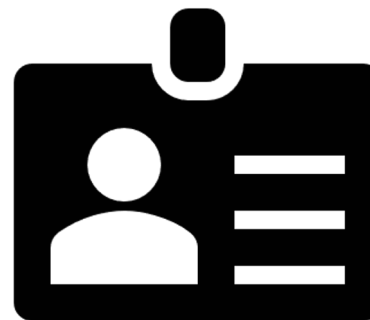
CONCYTEC



Siguientes Pasos

Grupos de Trabajo

Lo invitamos a inscribirse en el formulario adjunto para formar parte de alguno de los grupos de trabajo de las áreas de mejora.



Siguientes pasos

Próximo encuentro

6 meses



3ª reunión
19 de noviembre 2021

- Entrevistas con empresarios y expertos
- Grupos de trabajo con agentes del sector



Siguientes pasos

Información de contacto

Datos de contacto

Equipo local CONCYTEC

Rolando Cruzado

bm-rcruzado@prociencia.gob.pe

Carolina Urbina

bm-curbina@prociencia.Gob.pe

Karina Maldonado

kmaldonado@concytec.gob.pe

Equipo de apoyo de otras instituciones

Franck Pucutay

fpucutay@promperu.gob.pe

Italo Fernández

jfernandez@itp.gob.pe

Alejandra García

Alejandra.garcia@competitiveness.com

¡Muchas gracias por su participación!

Los esperamos en el siguiente Diálogo Abierto Público-Privado de la IVAI
Castaña Amazónica

3ª reunión
19 de noviembre 2021

<https://ivai.concytec.gob.pe/>

JUNTOS ESTAMOS
TRANSFORMANDO
EL PERÚ

Calle Chinchón No 867
San Isidro, Lima
(051 1) 644-0004
www.concytec.gob.pe



PROYECTO
BICENTENARIO 2021