

El pasado "BTFP Technical Updates" (abril 2004) fue dedicado a fortalecer la capacidad de aprovisionamiento de las empresas del BTFP. La atención fue centrada en integrar la calidad y el uso sostenible de la biodiversidad en la cadena de abastecimiento de los ingredientes naturales para cosméticos y farmacéuticos. Desde entonces, dos misiones de intercambio y entrenamiento fueron realizadas entre los Programas de Biocomercio de Colombia, Perú y Ecuador. Después del taller de entrenamiento realizado en Bogotá (Febrero 2004), Perú inició un exitoso programa de entrenamiento en calidad y uso sostenible. Este cautivó el interés de empresas, proveedores de materias primas y los entes del gobierno relevante; y generó nuevos ímpetus en el sector de ingredientes naturales en el Perú. Colombia y Ecuador también están avanzando.

Este número del "BTFP technical up-dates" centra su atención en la promoción de la demanda de ingredientes naturales. Se enfoca en el rol que las estrategias B2B pueden jugar en la promoción del comercio. En el futuro, se espera que el BTFP incremente su atención en encuentros entre empresas e incentive las alianzas B2B, mientras que los socios nacionales se concentran en asegurar la capacidad de aprovisionamiento de las empresas.

Utilizando estrategias B2B para promover el comercio de ingredientes naturales

B2B (acrónimo inglés para Business-to-Business) es una tendencia en los negocios que propone alianzas directas entre empresas, eliminando intermediarios y por ende, los costos adicionales que estos generan.

Desarrollos en el comercio mundial y ciertamente también en el sector de ingredientes naturales requieren relaciones de negocios más cercanas entre compradores y vendedores. Las tendencias en el comercio internacional muestran que el mercado de ingredientes naturales, es variable con una amplia oferta de sustitutos de diversas aplicaciones y orígenes.

Los ingredientes naturales son considerados como materias primas procesadas provenientes de recursos animales o vegetales cuyo uso final es en productos de consumo humano como cosméticos, farmacéuticos y suplementos alimenticios. El uso de ingredientes naturales puede contribuir a la conservación de la biodiversidad. Por esta razón, el BTFP apoya a pequeñas y medianas empresas proveedoras de ingredientes naturales en países de desarrollo con el fin de agregar valor a sus productos y promover el comercio con empresas ubicadas en países desarrollados.

Como fue resaltado en el anterior "BTFP technical up-dates", las empresas europeas buscan constantemente eficiencia en sus costos, confiabilidad en sus proveedores, altos niveles de calidad en los productos y visibilidad en la fuente primaria de los recursos en países en vía de desarrollo para controlar mejor la salubridad y la calidad. Por su parte, los proveedores buscan una demanda constante, claridad en los requerimientos del mercado y en general, relaciones de confianza y duraderas con sus clientes.

El desarrollo de alianzas B2B puede resolver vacíos en información, capacidad, infraestructura, conocimiento de socios potenciales, procedimientos de exportación y regulaciones. Entre los proveedores hay a menudo información inadecuada con respecto a los requerimientos de calidad tales como, la documentación (MSDS) y procedimientos estándares de operación (SOP).

B2B: ventajas para los proveedores

- Relaciones comerciales a largo plazo
- Precios y utilidades equitativas
- Potencial para incrementar y/o acceder a otros mercados
- Principios de comercio justo
- Disminución del riesgo
- Transferencia de conocimientos y tecnología
- Buenas practicas relacionadas con Biocomercio
- Mejorar el manejo de Recursos naturales

B2B: ventajas para los Compradores

- Aprovisionamiento continuo
- Eficiencia y estabilidad en los costos
- Innovación de productos
- Apoyo a cadenas de valor sostenibles con manejo adecuado de recursos naturales
- Estrategia de mercadeo por responsabilidad social y ambiental
- Aseguramiento en la calidad esperada

El BTFP y sus socios están explorando formas de promover activamente alianzas B2B. El pasado 30 de abril, el Programa de Facilitación del Biocomercio (BTFP) y el Centro para la promoción de importaciones de países en vía de desarrollo (CBI) organizaron un taller con el fin de discutir estrategias que promuevan la realización exitosa de alianzas B2B.

El taller reunió empresas proveedoras de ingredientes naturales de países en vía de desarrollo, empresas compradoras europeas y organizaciones proveedoras de servicios de apoyo del sector público y privado. El taller se llevó a cabo en Milán, Italia aprovechando la ocasión de la feria internacional de la Industria Cosmética In-cosmetics¹ realizada del 27 al 29 de abril del año 2004 y en cuyos pabellones, algunas de las empresas invitadas al taller, estaban exhibiendo sus productos.

B2B meeting in Milan

El objetivo principal del taller fue el de crear un espacio de discusión entre importantes representantes del sector privado de ingredientes naturales en países desarrollados, países en vía de desarrollo y organizaciones socias del BTFP. Se discutieron enfoques para forjar alianzas exitosas B2B.

Los siguientes cuestionamientos guiaron las discusiones:

- ¿Cuales son las estrategias viables que las empresas, ubicadas en países en vía de desarrollo, deben aplicar al querer desarrollar relaciones comerciales efectivas con clientes o socios en los mercados objetivos?
- ¿Cuales son las barreras existentes y los riesgos percibidos al querer intensificar los lazos comerciales entre compañías en el mercado europeo y empresas en países en vía de desarrollo?
- ¿Cuales son los beneficios potenciales para los compradores que quieren expandir sus operaciones comerciales en países en vía de desarrollo?
- ¿Cuales son las acciones que pueden o deben ser tomadas por los empresarios y otras organizaciones publicas y privadas para desarrollar y mantener en el largo plazo dichas relaciones comerciales?



Principales resultados del taller

Sobre estrategias realistas para formar alianzas B2B:

Los ejecutivos de las diferentes empresas confirmaron el gran potencial que las alianzas estratégicas pueden traer a sus negocios. Sin embargo, Finalmente, la identificación de socios potenciales representa el mayor reto para la creación de alianzas B2B.

"Las alianzas directas con proveedores de ingredientes naturales ubicados en los países de origen con una capacidad de producción sostenible y constante; es un reto para nuestra empresa ya que nos permitiría anticiparnos al mercado con nuevos ingredientes..... Si identificamos un proveedor cuya oferta tenga un potencial interesante, estaríamos dispuestos a explorar todos los caminos posibles para lograr posicionar el producto con nuestros clientes en Europa."

Jan Dekker International, Holanda.

Con respecto a alianzas B2B, fue mencionado que podría ser mas efectivo contactar directamente a los formuladores en las empresas compradoras en lugar de crear departamentos de mercadeo. Los formuladores usualmente tienen información mas concreta sobre los requerimientos de los compradores.

Se requiere que los compradores provean guías claras sobre sus requerimientos (BPAR, BPM) y que los proveedores las sigan: por ejemplo trazabilidad de los ingredientes.

Sobre las barreras de entrada:

El comercio de ingredientes naturales esta principalmente afectado por barreras no tarifarias. En el caso de ingredientes naturales, las barreras tarifarias no son consideradas muy importantes, excepto para productos a granel. Barreras no tarifarias incluyen una serie de requerimientos complejos como: pruebas de eficacia, propiedad intelectual, trazabilidad, inocuidad, calidad, precio, acceso al mercado europeo y el manejo de nuevas legislaciones tales como Novel Foods. Sin embargo, compradores y vendedores coincidieron en que las alianzas B2B pueden ayudar a enfrentar estos temas, pues implican una reducción en los riesgos de inversión y arreglos de distribución de costos.

Sobre beneficios potenciales:

Las alianzas B2B pueden facilitar la conducción conjunta de investigación y desarrollo, por ejemplo en nuevos ingredientes naturales para tratamientos que combatan el envejecimiento, la polución, el estrés, etc. La innovación está dada por múltiples factores tales como el origen de la especie, las condiciones de extracción, la interacción con las comunidades rurales en la producción, etc.

¹ www.in-cosmetics.com

La importancia de generar valor, la calidad y el usos sostenible en los ingredientes naturales se esta convirtiendo de alta importancia. Las empresas europeas confirmaron que el precio no es un factor determinante en el caso de ingredientes naturales con valor agregado, ya que tienen un segmento específico que prefiere procesos de producción mas avanzados en los países de origen, certificaciones de tipo ecológicas, principios de comercio justo. Las alianzas B2B pueden dar a las empresas acceso a tales ingredientes de alta calidad sobre una base de sostenibilidad.

"Cuando ingresamos al mercado de ingredientes naturales con el Índigo, un colorante natural obtenido a partir de plantas autóctonas de Centro América, creímos que no íbamos a lograr competir ya que la calidad y pureza de nuestro producto implicaba un sobre-costo que repercutía directamente en el precio. Tres años después, logramos segmentar el mercado de acuerdo a los diferentes grados de calidad, el precio de nuestro producto se triplico y vendemos el 100% de la producción."

Azules, Asociación de Añileros de El Salvador, El Salvador.

Sobre acciones a tomar:

Con respecto a acciones que pueden ser tomadas por empresarios y proveedores de servicio para facilitar alianzas B2B, los participantes mencionaron los métodos tradicionales de encuentro entre empresas, tales como, ferias comerciales, mesas redondas, seminarios, simposios, etc- . Sin embargo, e en el caso de relaciones B2B en el sector de ingredientes naturales, se requieren acercamientos personalizados y con comunicación continua. Reuniones pequeñas con compradores y vendedores, facilitadas por expertos en el tema, pueden cooperar ampliamente con el objetivo de establecer alianzas estratégicas B2B.

"Programas como el BTFP son un excelente recurso de información y facilitación para el encuentro con proveedores confiables. Resulta fascinante encontrar proveedores ubicados en el origen de los recursos y examinar alternativas de cooperación. En nuestro papel de empresarios europeos, estamos dispuestos a desplazarnos hasta las instalaciones de nuestros socios potenciales e incurrir en los gastos que ello implica."

Italian Importers Association Assoerbe, Italy.

Lo que sigue....

La reunión mostró que el BTFP provee un contexto adecuado para promover alianzas B2B. Con el fin de continuar con esta labor, se requiere comunicación continua y reuniones de seguimiento. Durante los próximos meses, el BTFP buscara discutir con los socios el establecimiento de mecanismos que permitan promover eficientemente alianzas B2B.



**UNITED NATIONS CONFERENCE
ON TRADE AND DEVELOPMENT**

Para mayor información por favor envíe un mensaje a biotrade@unctad.org.

El BTFP es financiado por los Gobiernos de los Países Bajos y de Suiza.

