



Beleidsnotitie

Input vanuit het Suriname Business Forum (SBF) en het Suriname Business Development Center (SBC)

1. Inleiding en context

Het SBF/SBC heeft vanaf haar oprichting intensief gewerkt aan private sector-ontwikkeling, stimuleren van ondernemerschap en beleidsvoorbereiding in Suriname. Diverse studies, programma's, projecten, trainingen en andere activiteiten zijn uitgevoerd, met als doel het verbeteren van het ondernemersklimaat, het versterken van lokale bedrijven, en het voorbereiden op regionale - en internationale marktontwikkelingen – zie PP presentatie.

De verworvenheden zijn opgesomd in de laatste kolom(resultaat) van de PP!

1. Voortbouwend op bestaand werk/uitgevoerde trajecten

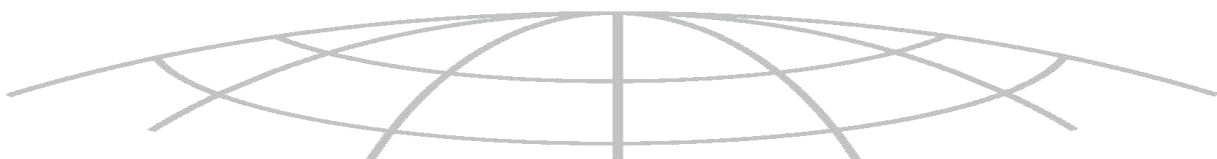
Doorlichting van het vorige Nationaal Strategisch Actieplan (NSAP) ter identificatie van lessen en resterende actiepunten. De resterende actiepunten zijn te lezen in de rapporten: Nationale Strategie voor de Ontwikkeling van Locale Private Sector 2010-2020, SBF Nationale Strategie en Pre-advies Nationale Strategie 2022-2024.

Evaluatie van uitgevoerde (sector)studies en programma's/projecten, o.a. in samenwerking met nationale -, regionale - en internationale organisaties en de recente IDB/NOB-studie (2025) inzake de landbouw-MKB-sector: *“Assessment, Survey and Analysis of MSMEs in the Agriculture Sector of Suriname”*.

Continuering - en versterking van capaciteitsversterkingsprogramma's, zoals SURGE (Wereldbank), SAMAP (EU/FAO).

2. Certificering en Exportvoorbereiding

Het SBF/SBC heeft diverse certificeringsprogramma's ontwikkeld en uitgevoerd, onder meer in het kader van productieverhoging, imports substitutie en exportbevordering.





De verschillende certificeringsprogramma zijn opgesomd in de PP.

Certificering is noodzakelijk voor lokale bedrijven en organisaties om producten en diensten te kunnen leveren aan nationale - en internationale partijen.

Het pad dat bewandeld zal worden is o.a. via Local Content Cooperatie Suriname en de stakeholders.

Uitbreiding van het Export Readiness Programma naar meerdere sectoren (zoals agro-industrie, toerisme, productie, dienstverlening). De instrumenten om dit te bereiken zijn de verschillende programma's van het ministerie van Economische Zaken, Ondernemerschap en Technologische Innovatie, Ministerie van Transport, Communicatie en Toerisme, Internationale organisaties zoals IDB, CDB e.a.

3. Financiering en kapitaaltoegang

Versterking en uitbreiding van bestaande financieringsinstrumenten zoals NOFA, PKF, het KMO-fonds, Garantiefonds en NOB.

Deze hebben hun waarde bewezen maar vereisen verdere opschaling en institutionele versterking. De toegevoegde waarde is dat MKMO's kredieten ontvangen voor de aanschaf van equipment, machines, werkkapitaal e.a. NOB geeft ook technische assistentie bij financiële administratie en boekhouding.

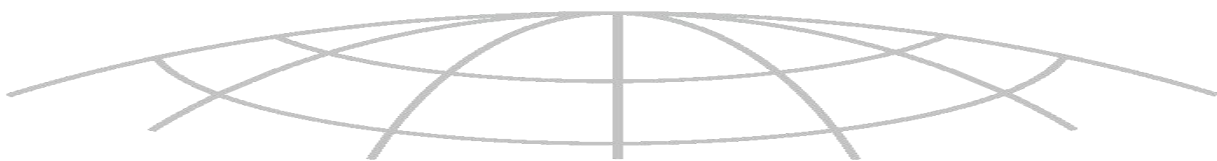
De opschaling en institutionele versterking zal o.a. door middel van vervolgekredieten en soepele afhandeling van aanvragen dienen te geschieden.

Er is een structureel knelpunt bij MKB-bedrijven op het gebied van boekhouding, financiële administratie en management.

Voorstel: het organiseren van technische assistentie en opleidingstrajecten al dan niet in samenwerking met andere actoren.

4. Productie en markttoegang

Bevordering van efficiency en productieverhoging door (sub)sectorgerichte ondersteuning middels awareness en trainingsprogramma.





Ruimtelijke ordening en zoning voor agrarische - en productieclusters (zoals landbouw, toerisme).

Het bevorderen van de interconnectie van onze binnenlandse - met de buitenlandse markten, streven naar het opzetten een centraal keuringsinstituut in samenwerking met onze universiteit welke op regionale erkenning kan bogen omdat onze producten vaak stuiten op muren van tekort schietende kwaliteitsnormen en adequate afzetkanalen.

5. Clustervorming en samenwerking

Ontwikkeling van clusterprogramma's, o.a. in de agrarische – en toerismesector.
Voorbeeldprojecten: *Suriname Agriculture Market Access Program - SAMAP* (EU/FAO) en *“Revitalization of the Coconut Industry in the Caribbean”* (ITC/CARDI).

Versterken van veilingfaciliteiten (zoals Veilinghal Landbouw Cooperatie Kwatta (LCK)) en logistieke samenwerking via coöperaties en waardeketenplatforms.

6. Local Content Ontwikkeling

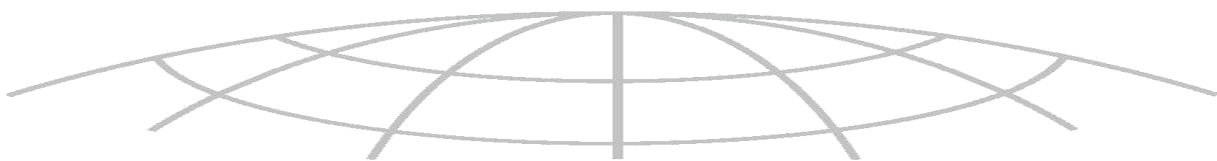
Oprichting van de Local Content Coöperatie voor Suriname (LCC4SR) voor ontwikkeling van Local Content in Suriname.

Het bevorderen van lokale participatie in de economie vereist structurele acties:
Opleidingen en trainingen

Professionalisering van financiële administratie

Lokale toeleveringsketens versterken.

(Buitenlandse) investeerders zouden contractueel moeten worden verplicht om een samenwerking aan te gaan met lokale bedrijven en - organisaties. Wel is wettelijk vastgelegd dat zodra een [buitenlands] bedrijf zich hier inschrijft in het Handelsregister bij de KKF of als een dochtermaatschappij of Surinaamse tak, wordt het bedrijf als FULL-LOKAAL beschouwd en is geen samenwerking nodigconclusie; we moeten eerst aan onze Handelswet sleutelen.





7. Wet- en Regelgeving

Hervormingen noodzakelijk om de *Ease of Doing Business*-ranking significant te verbeteren (zie: [Doing Business Suriname](#)). Niks nog gedaan aan de door de KKF 175 geconstateerde zwaktes.

Voorstellen voor versterking - en operationalisering van o.a. de Investeringswet, Milieuwet, toerisme- en bankwetgeving.

8. Dialoog en beleidsinstrumenten

Structurele dialoogmechanismen inzetten voor overleg tussen overheid, private sector en relevante stakeholders. Is er al, instituten o.a. de SER etc...maar zijn vaker terzijde gelegd of genegeerd door de regering of krijgen onvoldoende ruimte zoals het SBF.

Het Suriname Investment & Trade Agency (SITA) actiever inzetten als instrument voor promotie van investeringen en internationale positionering van Suriname.

Clusteren van de diverse sub-sectororganisaties onder de SITA ...denk b.v. aan de SHATA die trekt aan het Toerisme.

Ontwikkeling van een centraal overzicht van bedrijven en organisaties & hun competenties en behoeften bij het Ministerie van Economische Zaken (EZOTI). Het streven is dat bedrijven & organisaties hun producten c.q. diensten via een centraal punt ook kunnen promoten zodat ze met elkaar/onderling kunnen matchen. Verder is de behoefte van elk bedrijf / organisatie gelist, zodat potentiële investeerders en donoren adequaat hierop kunnen inspelen.

