



ESTRATEGIA NACIONAL DEL BIOCOMERCIO y PLAN DE ACCIÓN AL 2025

COMISIÓN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO



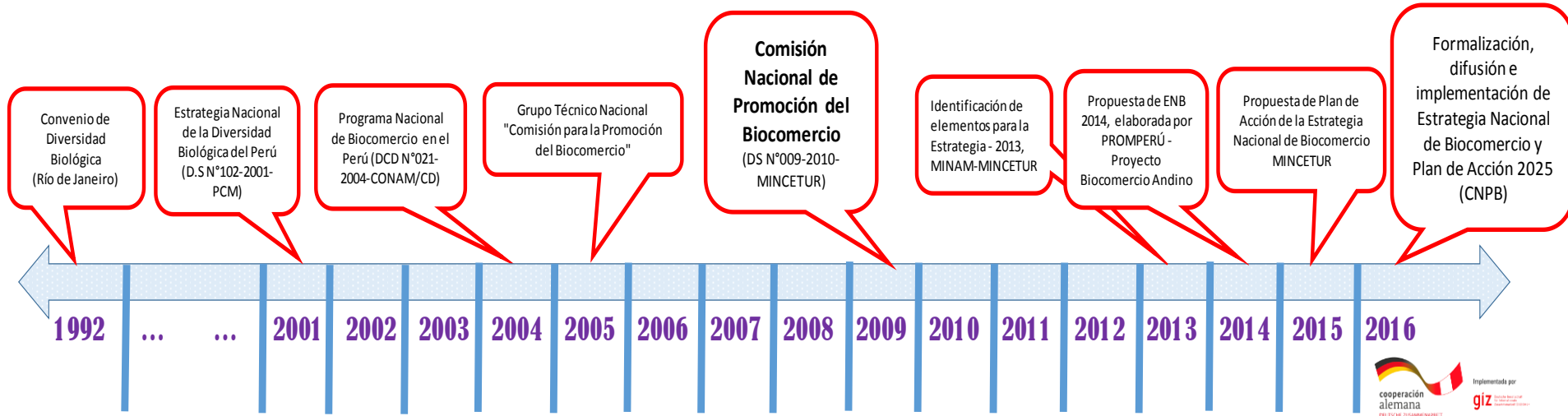
Contenido

1. Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio – CNPB
2. Situación actual del Biocomercio
3. Estrategia Nacional de Biocomercio – ENB
4. Plan de Acción - 2025



Biocomercio en Perú - Línea de tiempo

Acciones realizadas en la Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio:



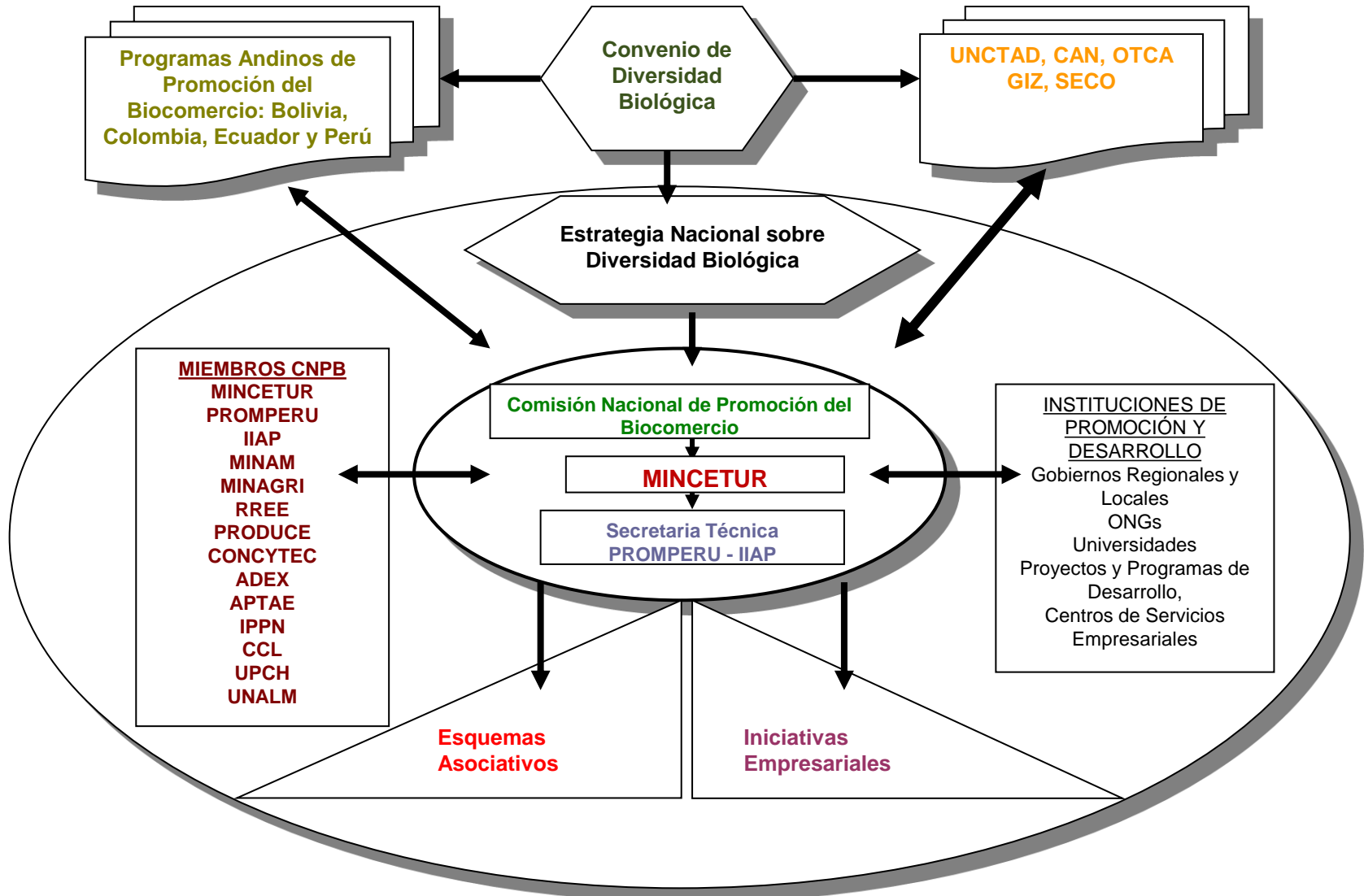
Principales proyectos desarrollados:



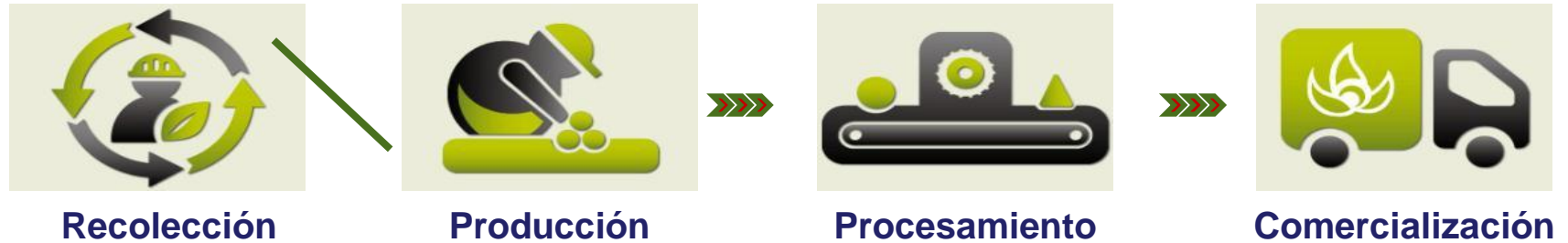
Principal plataforma internacional de negocios:



Biocomercio en Perú



Biocomercio en Perú



de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (especies, recursos genéticos y ecosistemas), bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

Se consideran 4 categorías de iniciativas:

Enfoque de cadena de valor



Productos naturales no maderables



Sistemas agropecuarios sostenibles



Productores



Ecoturismo

Enfoque de manejo adaptativo

Enfoque ecosistémico



Objetivos del Biocomercio



Promover la inversión, el comercio y la expansión de los mercados de recursos biológicos en los países en desarrollo



Involucrar a los pueblos indígenas, comunidades nativas y campesinas, cadenas valor, reparto justo y equitativo



Crear incentivos para promover la conservación y el uso sostenible de recursos biológicos a través de los mercados



Principios y Criterios del Biocomercio

Mandato

Objetivos Convenio de Diversidad Biológica

Convenio de Desarrollo Sostenible
Objetivos Desarrollo del Milenio

Otros AMUMA, CITEs.
CNULD, RAMSAR

Conservación

Uso sostenible

Distribución justa y equitativa de beneficios

Sostenibilidad socio-económica

Cumplimiento de legislación

Respeto de los derechos de los actores

Claridad sobre tenencia de tierras, uso de recursos

Enfoques

Manejo adaptativo

Cadena de valor

Ecosistémico

AMUMA: Acuerdos Multilaterales sobre el Medio Ambiente

CITE: Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres

CNULD: Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación

RAMSAR: Convención Relativa a los Humedales de Importancia Internacional especialmente como Hábitat de Aves Acuáticas

Estado Situacional de Biocomercio



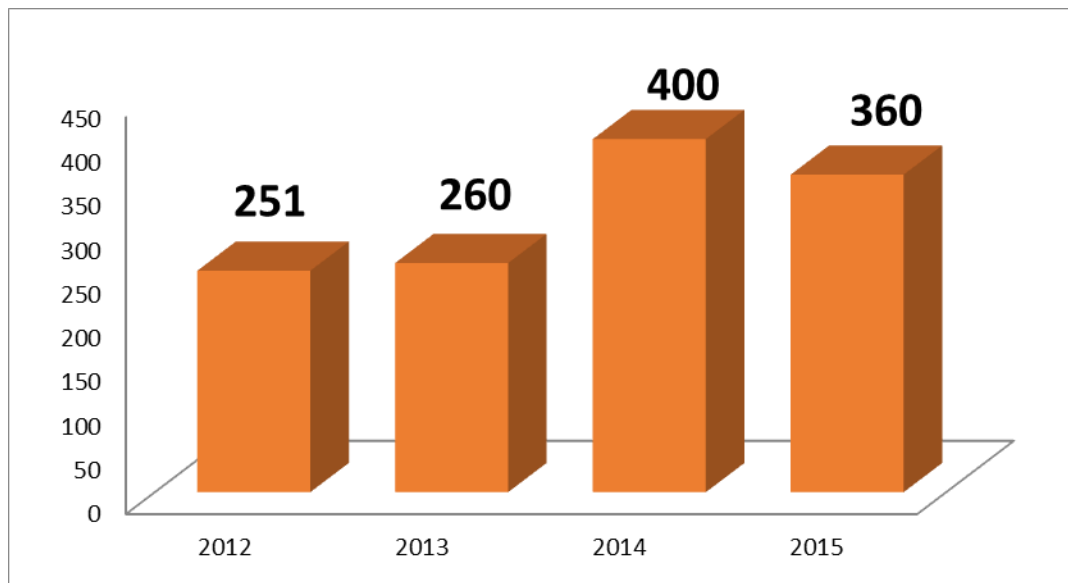
Productos de Biocomercio

PRODUCTO	Nombre científico	PRODUCTO	Nombre científico
1 Achiote	<i>Bixa orellana</i>	19 Kañihua	<i>Chenopodium pallidicaule</i>
2 Aguaymanto	<i>Physalis peruviana</i>	20 Lúcuma	<i>Pouteria obovata</i>
3 Algarrobo	<i>Prosopis pallida</i>	21 Maca	<i>Lepidium meyenii</i> Walp
4 Barbasco	<i>Lochocarpus nicou</i>	22 Maíz gigante	<i>Zea mays</i>
5 Caigua	<i>Cyclanthera pedata</i>	23 Maíz morado	<i>Zea mays</i> L.
6 Camu Camu	<i>Myrciaria dubia</i>	24 Molle	<i>Schinus molle</i>
7 Chancapiedra	<i>Phyllanthus niruri</i>	25 Muña	<i>Minthostachys mollis</i>
8 Castaña	<i>Bertholletia excelsa</i>	26 Pasuchaca	<i>Geranium dielsianum</i> Knuth
9 Chirimoya	<i>Annona cherimolia</i>	27 Quinoa	<i>Chenopodium quinoa</i>
10 Chuchuhuasi	<i>Maytenus macrocarpa</i>	28 Ratania	<i>Krameria lappacea</i>
11 Cochinilla	<i>Dactylopius coccus</i>	29 Sacha Inchi	<i>Plukenetia volubilis</i>
12 Cocona	<i>Solanum sessiliflorum</i>	30 Sangre de Grado	<i>Croton dracanooides</i>
13 Copaiba	<i>Copaifera paupera</i>	31 Sauco	<i>Sambucus peruviana</i>
14 Granadilla	<i>Passiflora ligularis</i>	32 Tara	<i>Caesalpinia spinosa</i>
15 Guanábana	<i>Annona muricata</i>	33 Tumbo	<i>Passiflora mollisima</i> H.B.K
16 Hercampure	<i>Gentianella alborosea</i>	34 Tuna	<i>Opuntia ficus-indica</i>
17 Huito	<i>Genipa americana</i>	35 Uña de Gato	<i>Uncaria tomentosa</i>
18 Kiwicha	<i>Amaranthus caudatus</i>	36 Yacón	<i>Smallanthus sonchifolius</i>



Estado Situacional del Biocomercio

Evolución de las Exportaciones de Biodiversidad Nativa 2012-15 FOB USD



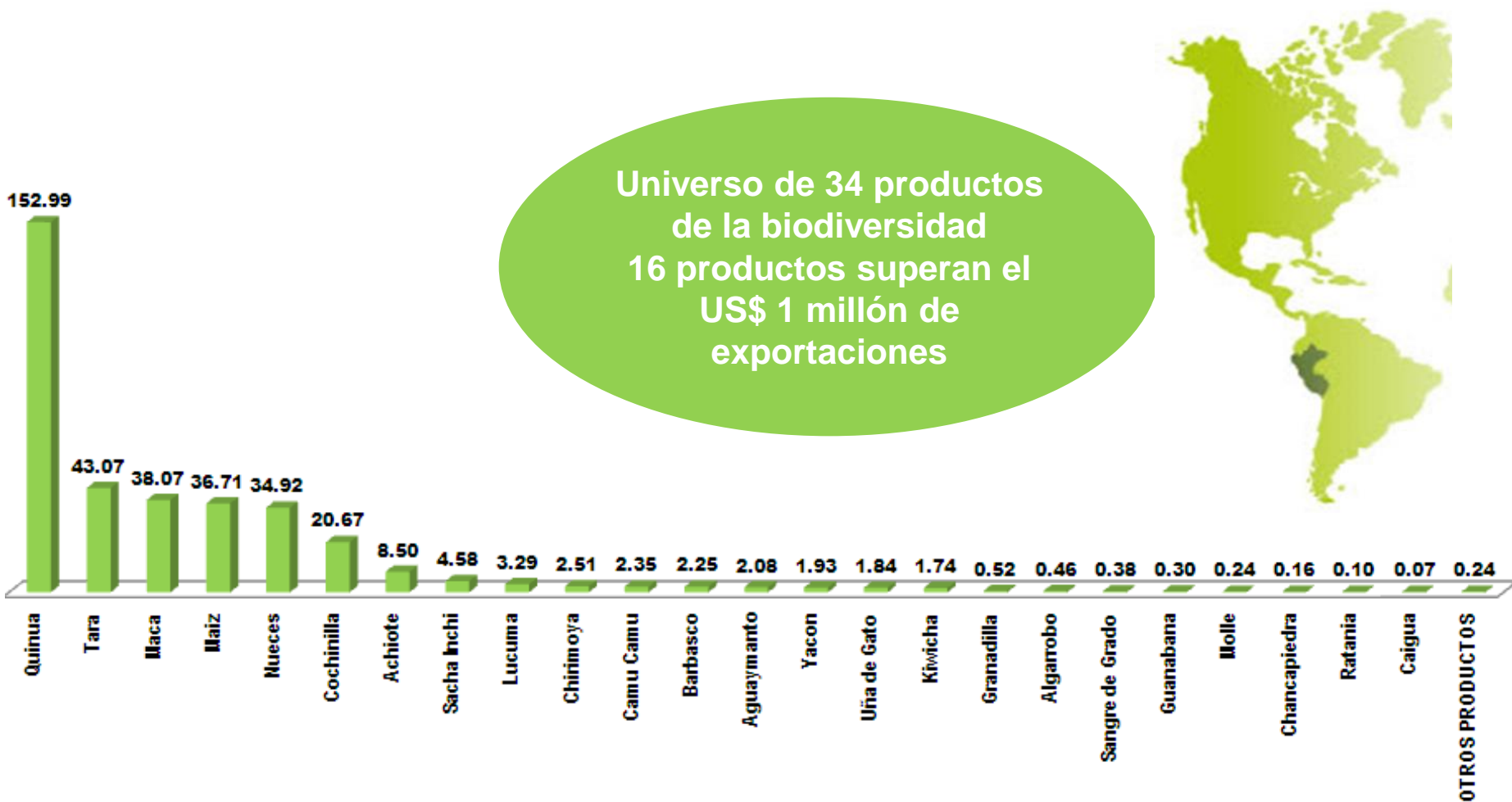
Fuente: SUNAT, US\$ Millones



En 2015, las exportaciones peruanas provenientes del Biocomercio totalizaron US\$ 360 millones...

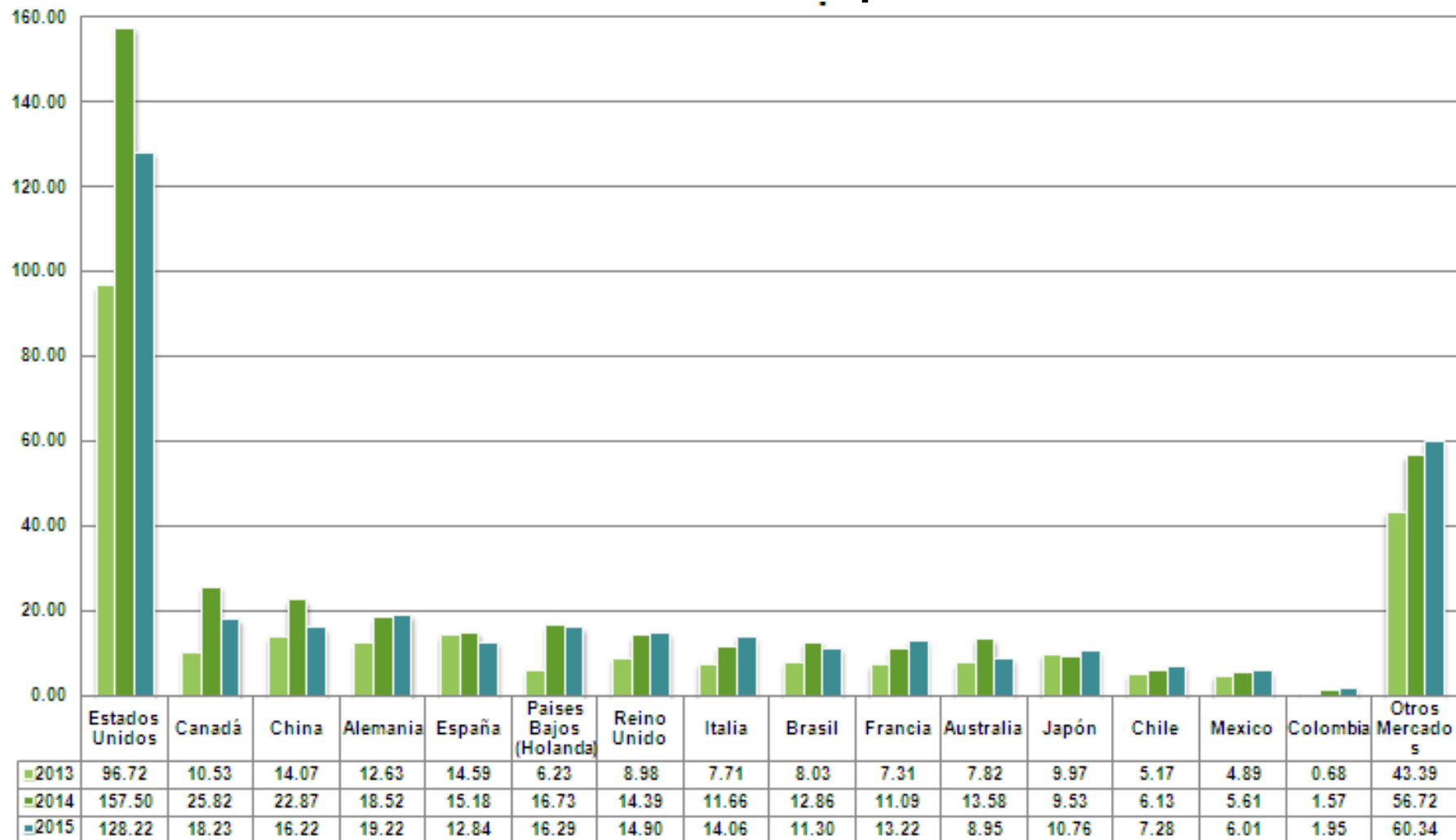
Estado Situacional del Biocomercio

Las exportaciones de los productos del Biocomercio en 2015 se realizaron a través de cerca de **700 empresas**, superando los **US\$ 360 millones** en ventas



Estado Situacional del Biocomercio

Evolución de las Exportaciones de Biodiversidad Nativa 2013-2015 FOB millones USD por País



Estado Situacional del Biocomercio

Exportaciones de Biodiversidad Nativa según País de Destino durante período 2015

TOTAL (34)	Estados Unidos (31)	Canadá (20)	China (13)	Alemania (25)	España (21)	Países Bajos (22)	Reino Unido (23)	Italia (23)	Brasil (14)	Francia (28)	Australia (9)	Japón (18)	Chile (26)	México (17)	Colombia (12)	Otros Mercados (27)
Achiote																
Aguaymanto																
Algarrobo																
Barbasco																
Caigua																
Camu Camu																
Chancapiedra																
Chirimoya																
Chuchuhuasi																
Cochinilla																
Cocona																
Copaiba																
Granadilla																
Guanábana																
Hercampure																
Huito																
Kiwicha																
Lucuma																
Maca																
Maíz																
Molle																
Muña																
Nueces																
Pasuchaca																
Quinua																
Ratania																
Sacha Inchi																
Sangre de Grado																
Sauco																
Tara																
Tumbo																
Tuna																
Uña de Gato																
Yacón																

Nota: Se incluye información del producto en todas sus presentaciones



Retos al 2025

Biocomercio considerado como modelo de negocio con potencial y viabilidad.

Institucionalidad fortalecida que brinde soporte y soluciones para la promoción del Biocomercio.

Alta competitividad de productos y servicios derivados de la biodiversidad nativa.

Promover el mercado nacional e internacional de productos derivados de la biodiversidad nativa enmarcados en el biocomercio.

Avances en la investigación, desarrollo e innovación en productos del biocomercio.

Conocimiento del concepto de Biocomercio entre los actores y público interesado.

Estrategia Nacional de Biocomercio al 2025



Proceso para su elaboración

Primera etapa

Identificación de elementos para la Estrategia - 2013, MINAM-MINCETUR (objetivos, estrategias y acciones para la promoción del Biocomercio)

Segunda etapa

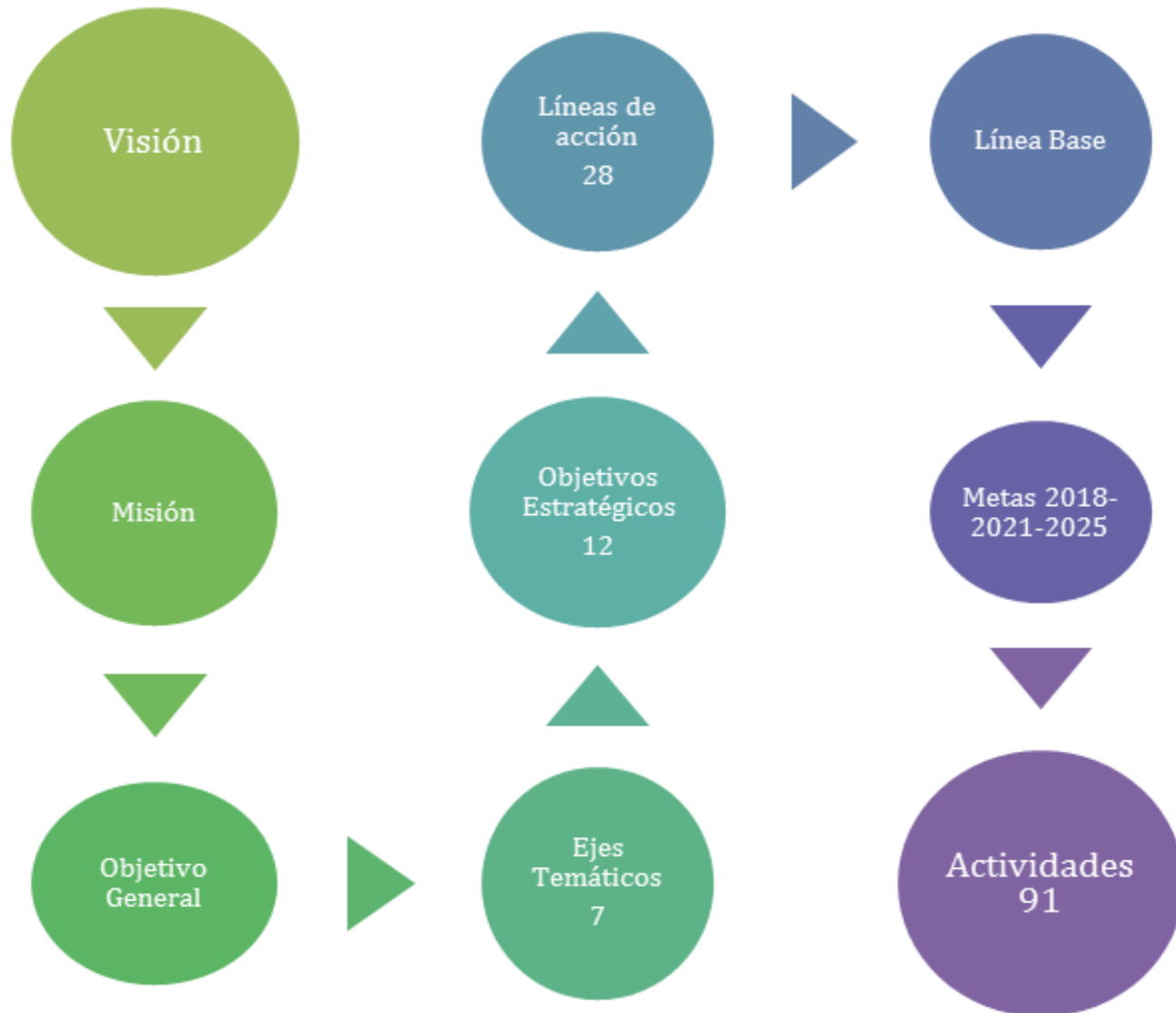
Propuesta de ENB 2014, elaborada por PROMPERÚ - Proyecto Biocomercio Andino (ejes temáticos y objetivos estratégicos).

Tercera etapa

Propuesta del Plan de Acción al 2025 -ENB 2015, a cargo del MINCETUR. (diagnóstico situacional, línea base al 2014 y propuesta de Plan de Acción al 2025).

Estrategia Nacional de Biocomercio – 2025

Estructura de la ENB y Plan de Acción – 2025



Visión:

“Hacia el 2025, el Biocomercio en el Perú será un modelo de negocio exitoso de bienes y servicios de la biodiversidad nativa reconocido en el mercado nacional e internacional”.



Misión:

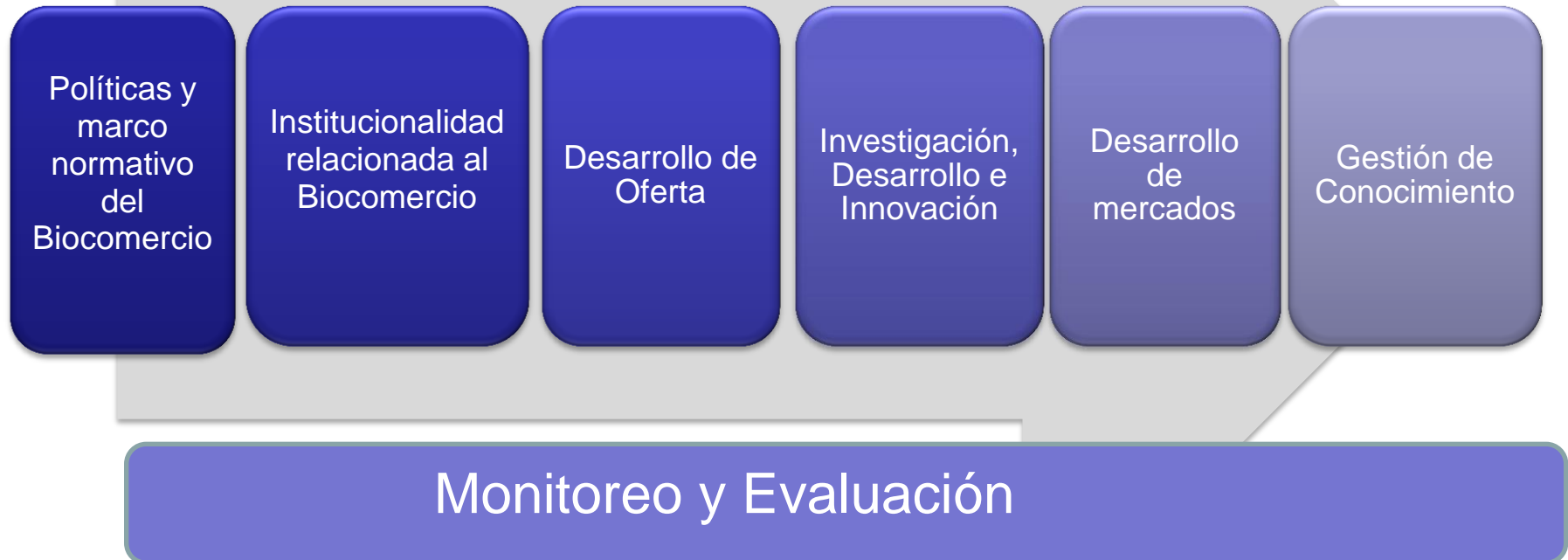
Posicionar al Biocomercio como un modelo de negocio que eleve la calidad de vida de la población, a través del uso sostenible y conservación de la biodiversidad nativa.

Objetivo general:

*Consolidar la **institucionalidad**, el **marco legal** y los **mecanismos necesarios** para promover e implementar el Biocomercio en el Perú.*



Ejes temáticos



Plan de Acción al 2025



Estrategia Nacional de Biocomercio – 2025

EJES TÉMÁTICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
1. Políticas y marco normativo para la promoción e implementación del Biocomercio	1.1: Incorporar el Biocomercio al más alto nivel de la agenda política y como tema transversal en las políticas públicas	1.1.1 Evaluar y monitorear la aplicación de las políticas de Biocomercio.
		1.1.2 Fortalecer el marco normativo y regulatorio y hacerlo más eficiente y eficaz para el desarrollo del Biocomercio.
		1.1.3 Inclusión del Biocomercio en estrategias y en instrumentos regionales de planificación, así como en presupuestos.
2. Institucionalidad relacionada al Biocomercio	2.1: Fortalecer el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio y la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio	2.1.1 Promover la articulación, coordinación y cooperación entre las instituciones y actores vinculados al Biocomercio a nivel nacional, regional y local.
		2.1.2 Desarrollo e implementación de instrumentos de gestión del Biocomercio
	2.2: Promover el financiamiento para el Biocomercio	2.2.1 Desarrollo de capacidades en Biocomercio en actores e instituciones financieras
		2.2.2 Apalancar recursos de para el Biocomercio.



Estrategia Nacional de Biocomercio – 2025

EJES TÉMÁTICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
3. Desarrollo de oferta	3.1: Promover el potencial de la oferta de productos derivados de la biodiversidad nativa y biocomercio.	3.1.1 Identificar cadenas de valor de bienes o servicios de la biodiversidad nativa y biocomercio, teniendo en cuenta aspectos como zonas de producción, proveedores y producto.
	3.2: Contar con iniciativas de Biocomercio con capacidades técnicas, ambientales, de gestión productiva y organizacional	3.2.1 Generar capacidades técnicas y ambientales en las cadenas de valor de bienes y servicios de Biocomercio, para incrementar la productividad y la calidad de forma sostenible.
		3.2.2 Generar capacidades de gestión en aspectos administrativos, financieros, contables, tributarios, entre otros.
		3.2.3 Promover la asociatividad entre actores y el fortalecimiento de las iniciativas empresariales
	3.3: Promover el cumplimiento de normas de sanidad, calidad y de sostenibilidad.	3.3.1 Fomentar el cumplimiento de normas de sanidad, calidad y buenas prácticas.
		3.3.2 Fomentar la implementación de estándares ambientales y sociales.



Estrategia Nacional de Biocomercio – 2025

EJES TÉMÁTICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
4. Investigación, Desarrollo e Innovación	4.1 Promover la investigación aplicada, innovación y desarrollo en bienes y servicios del biocomercio.	4.1.1 Implementación de la agenda de investigación e innovación en Biocomercio y monitorear su ejecución 4.1.2. Promoción de espacios de vinculación e intercambio de información entre el sector privado y la academia, incorporando a los poseedores de los conocimientos colectivos, cuando corresponda. 4.1.3. Generación de conocimiento científico sobre usos, características y propiedades de los bienes y servicios de la biodiversidad, incluyendo los asociados a conocimientos colectivos, cuando corresponda, así como desarrollo de tecnologías para su uso sostenible 4.1.4. Desarrollo de productos y procesos de productos de Biocomercio con base en I+D+i
	4.2: Promover la sistematización y difusión de información científica de bienes y servicios de Biocomercio	4.2.1. Sistematizar información científica de I+D+i de Biocomercio. 4.2.2. Difundir la información científica de I+D+i de Biocomercio.
	5.1: Conocer y promover el mercado internacional de bienes y servicios de Biocomercio	5.1.1 Desarrollar actividades de prospección comercial para la identificación de nuevos mercados y cadenas globales de valor afines a Biocomercio 5.1.2 Facilitar el acceso de bienes de Biocomercio a los mercados destino
	5.2 Conocer y promover el mercado nacional de bienes y servicios de Biocomercio	5.2.1 Identificar oportunidades de mercado a nivel local, regional y nacional. 5.2.2 Promover la comercialización formal de bienes y servicios del biocomercio en el mercado local. 5.2.3 Implementar actividades de promoción y posicionamiento comercial para el mercado nacional
5. Desarrollo de mercados		

Estrategia Nacional de Biocomercio – 2025

EJES TÉMÁTICOS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	LÍNEAS DE ACCIÓN
6. Gestión de conocimiento	6.1: Promover la gestión de conocimiento a través de la sistematización y difusión, en los diferentes temas / actores del Biocomercio	6.1.1 Desarrollar mecanismos de sistematización de información del Biocomercio de los actores vinculados al tema. 6.1.2 Desarrollar mecanismos de difusión de información del Biocomercio para los actores vinculados al tema
7. Monitoreo y Evaluación	7.1: Generar un sistema integrado del monitoreo del Biocomercio en el País	7.1.1 Monitoreo y evaluación de la Estrategia y Plan de Acción del Biocomercio 7.1.2 Monitoreo y evaluación de las iniciativas acerca del nivel de cumplimiento de los principios y criterios.



Estrategia Nacional de Biocomercio – 2025

La Estrategia de Biocomercio y Plan de Acción al 2025, al igual que todos los planes, agendas y estrategias del Estado Peruano, se encuentra articulado a los 4 objetivos del Acuerdo Nacional que promueven el fortalecimiento de la Democracia y el Estado de Derecho, el desarrollo con Equidad y Justicia Social, la Competitividad del País y la afirmación de un Estado Eficiente, Transparente y Descentralizado



PENX 2025: Plan Estratégico Nacional Exportador – 2025.

PNDP: Plan Nacional de Desarrollo Productivo.

Programa País: con miras al ingreso a la OECD.

VALBIO: Plan Nacional Transversal de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica de Valorización de la Biodiversidad 2015-2021.

ENDB: Estrategia Nacional de Diversidad Biológica al 2021 y su Plan de Acción 2014-2018 – EPANDB. MINAM.



ESTRATEGIA NACIONAL DEL BIOCOMERCIO y PLAN DE ACCIÓN AL 2025

COMISIÓN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO

