



Experiencia del Biocomercio en el Perú: Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025

Lima, Perú 21-22 Septiembre 2016

Luis Mesias Changa
Director General de Política de
Desarrollo de Comercio Exterior,
MINCETUR

lmlesias@mincetur.gob.pe

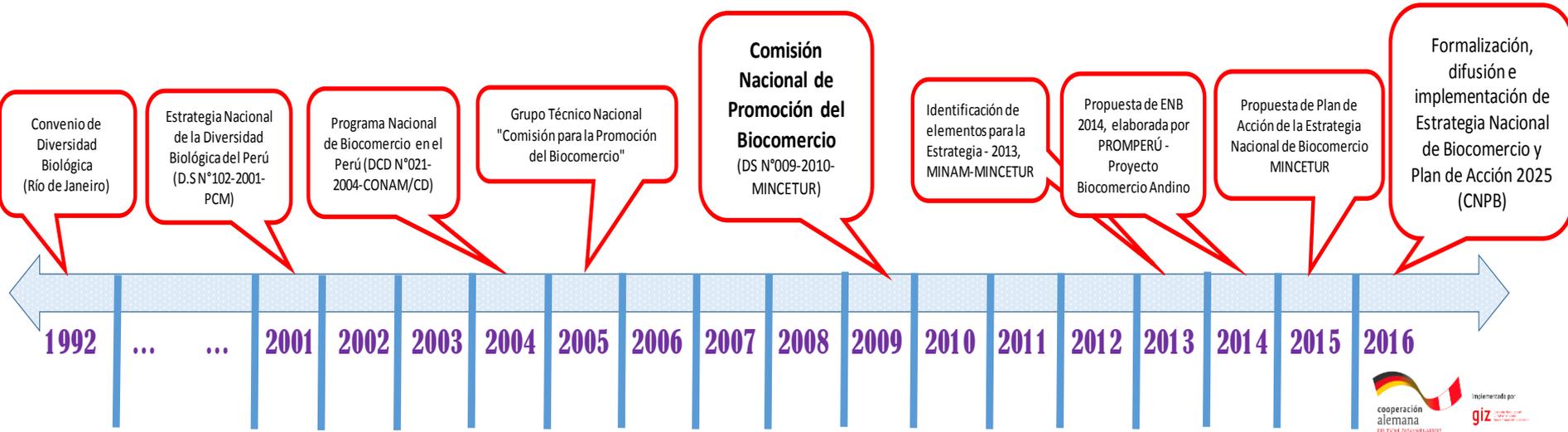


1. Situación actual del Biocomercio
2. Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio – CNPB
3. Estrategia Nacional de Biocomercio – ENB
4. Plan de Acción - 2025



Línea del Tiempo del Biocomercio en el Perú

Acciones realizadas en la Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio:



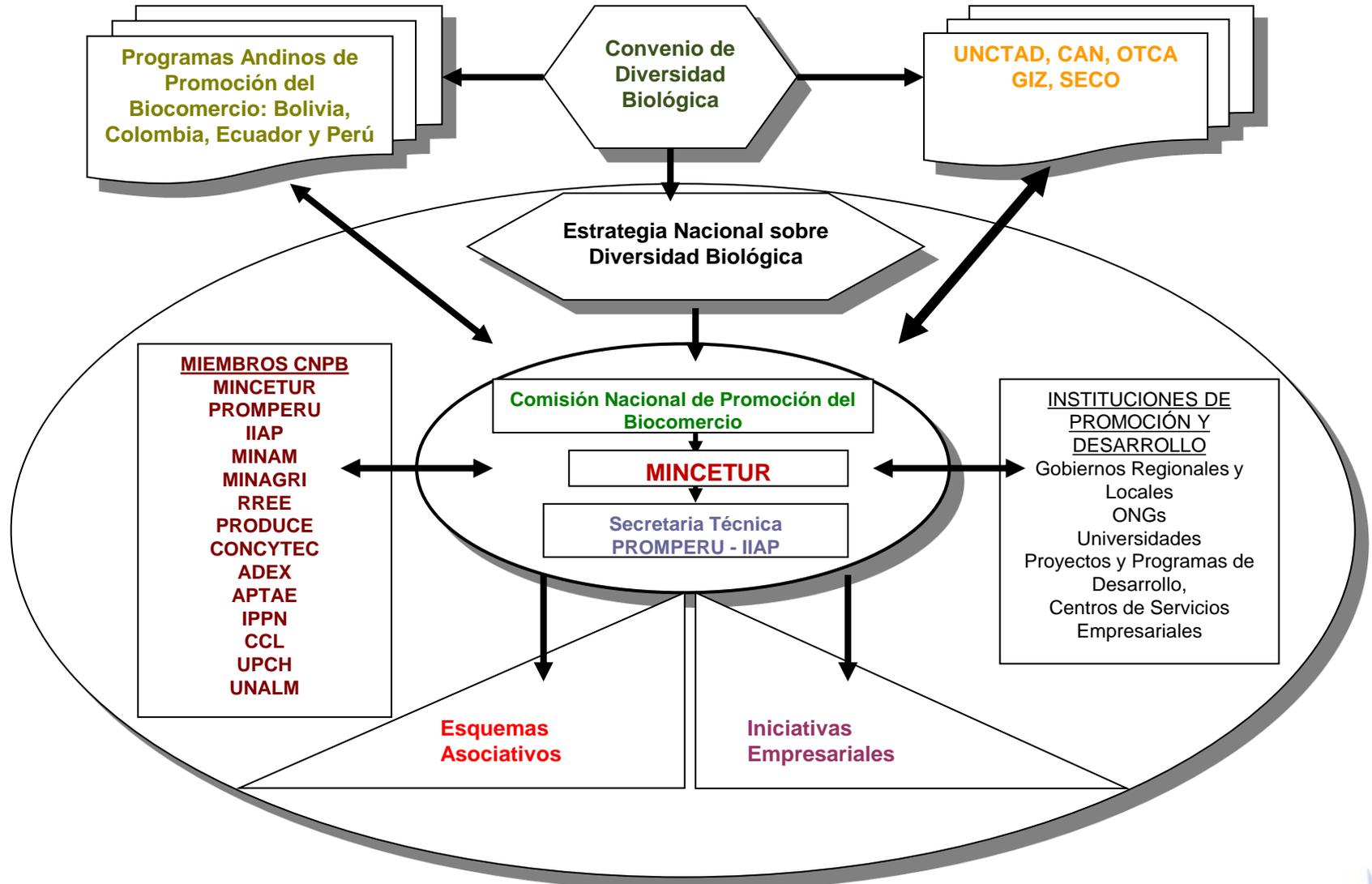
Principales proyectos desarrollados:



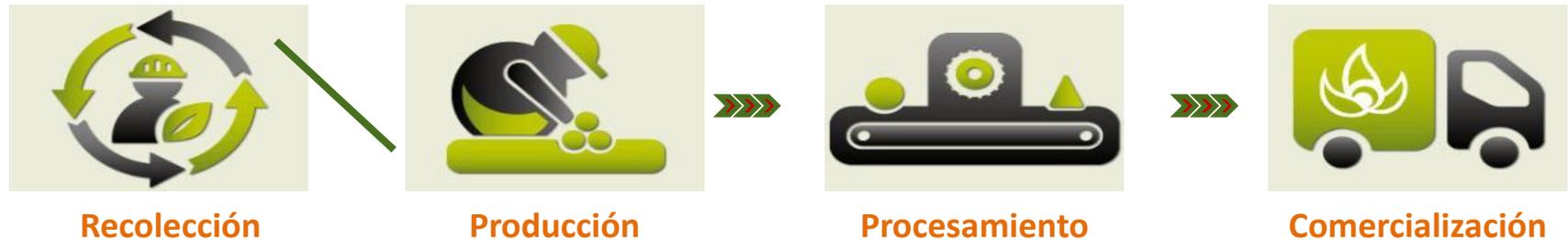
Principal plataforma internacional de negocios:



Biocomercio en el Perú



Biocomercio en el 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



Productos

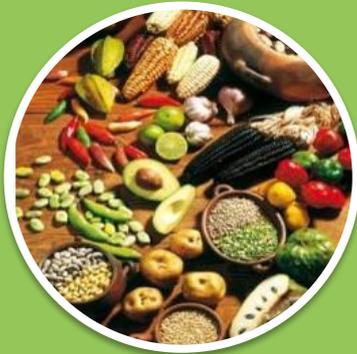


Ecturismo

Enfoque de manejo adaptativo

Enfoque ecosistémico

Nuestros objetivos



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



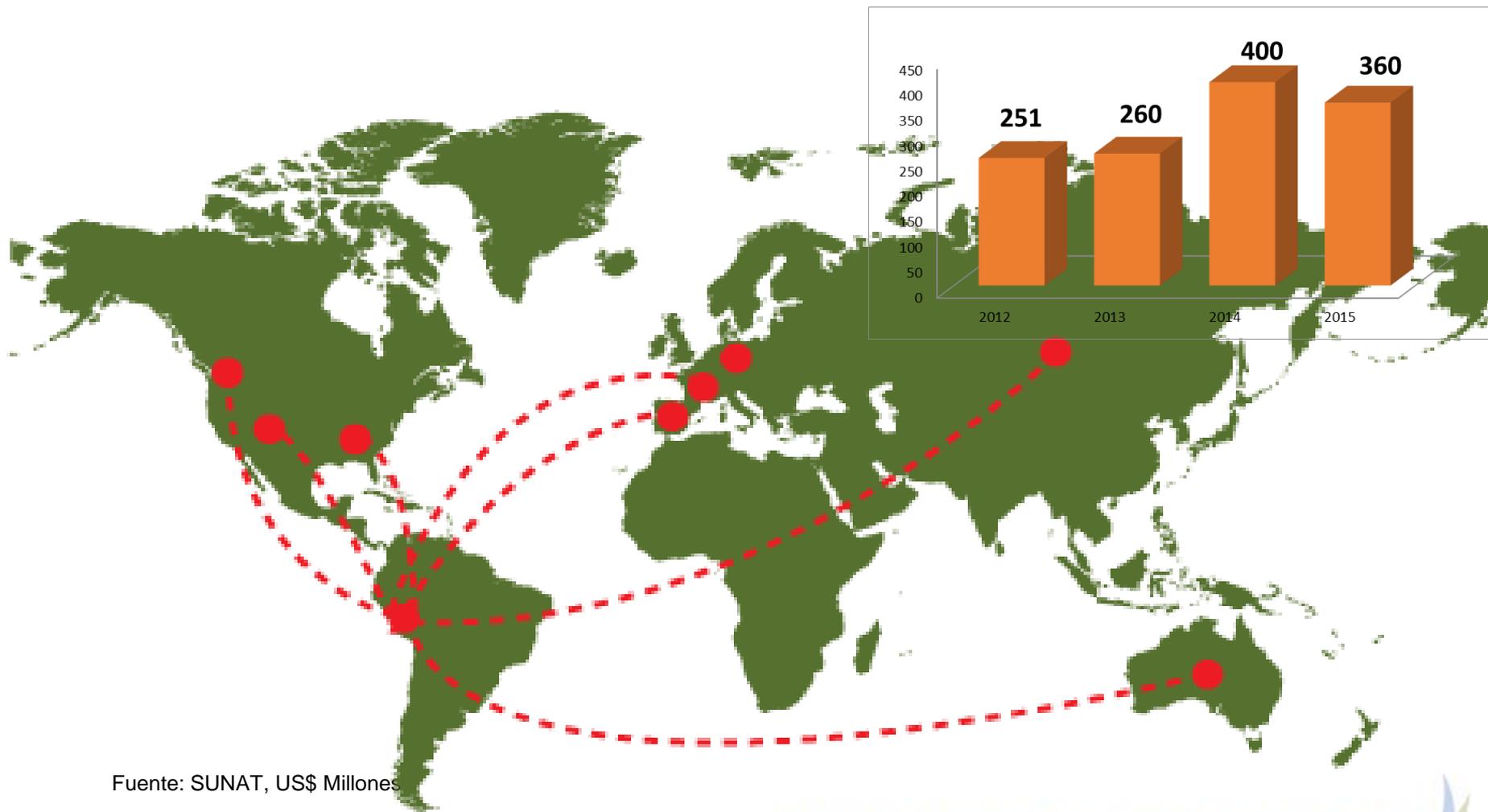
Oferta de productos del Biocomercio en el Perú

| 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 Walp</i> |
| 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 L.</i> |
| 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 Knuth</i> |
| 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 mollissima H.B.K</i> |
| 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> |



Evolución de las Exportaciones de Biodiversidad Nativa

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

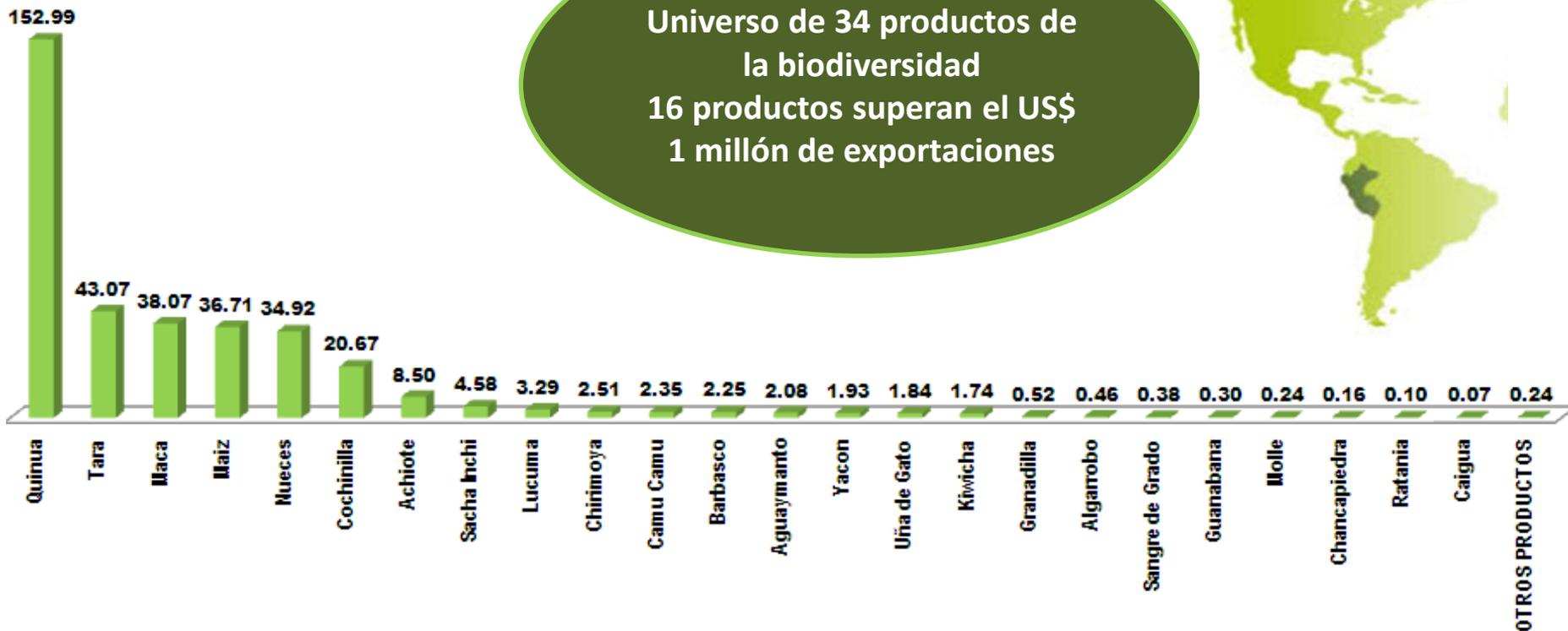


Fuente: SUNAT, US\$ Millones

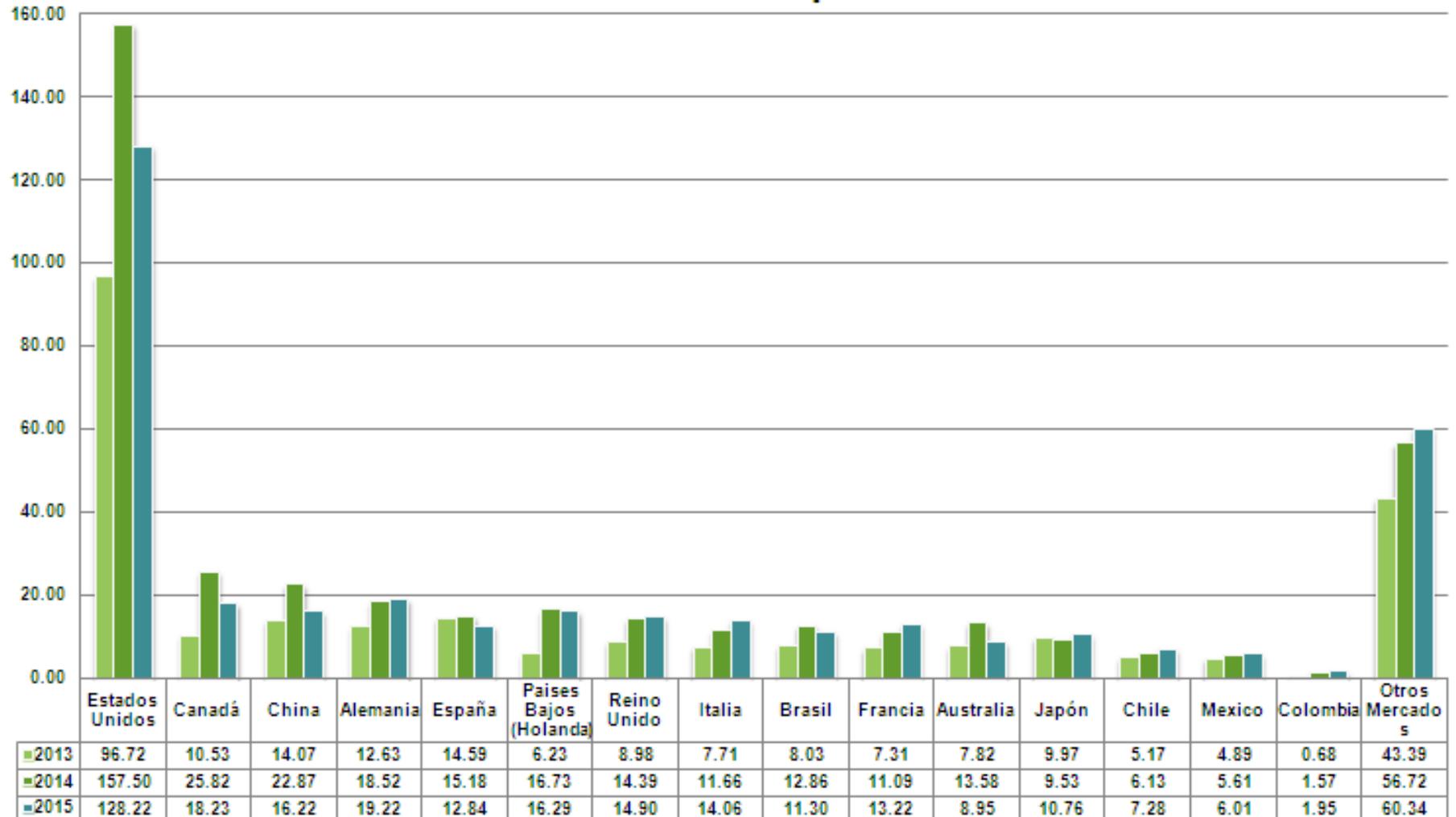
Exportaciones de productos del Biocomercio 2015

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

Universo de 34 productos de la biodiversidad
16 productos superan el US\$ 1 millón de exportaciones



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



Exportaciones de Biocomercio País de Destino - 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 del Biocomercio en el Perú

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.

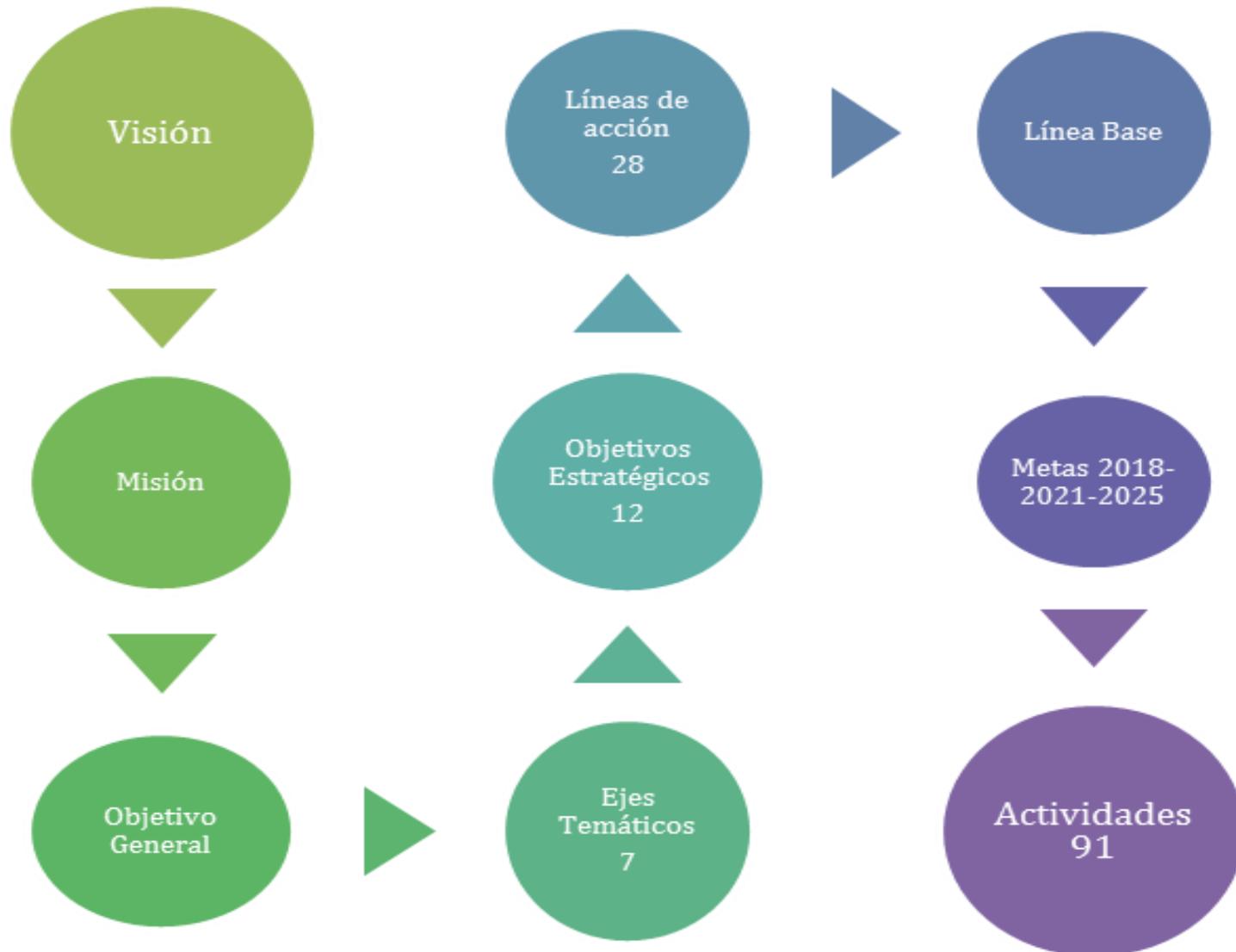
Promover el mercado nacional e internacional de productos derivados de la biodiversidad nativa enmarcados en el biocomercio.

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

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



Estructura de la ENByPA 2025



Estrategia Nacional de Biocomercio 2025



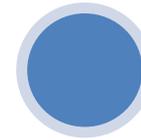
Visión

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.



Retos del Biocomercio en el Perú

Políticas y marco
normativo del
Biocomercio

Institucionalidad
relacionada al
Biocomercio

Desarrollo de
Oferta

Investigación,
Desarrollo e
Innovación

Desarrollo de
mercados

Gestión de
Conocimiento

Monitoreo y seguimiento



Plan de Acción al 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. |
| | 2.2: Promover el financiamiento para el Biocomercio | 2.1.2 Desarrollo e implementación de instrumentos de gestión del Biocomercio |
| | | 2.2.1 Desarrollo de capacidades en Biocomercio en actores e instituciones financieras |
| | | 2.2.2 Apalancar recursos de para el Biocomercio. |



Plan de Acción al 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. |



Plan de Acción al 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 | | |

Plan de Acción al 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. |



La ENByPA 2025 y el Protocolo de Nagoya

Principio 3. Distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso de la biodiversidad.

3.1 Identificar la participación de todos los actores, incluyendo los propietarios del recurso, en la cadena de valor.

- Eje temático 3: Desarrollo de la Oferta.
- Eje temático 4: Investigación, desarrollo e innovación
- Eje Temático 5: Desarrollo de Mercados.
- Eje Temático 6: Gestión del Conocimiento

3.2 Generar y distribuir beneficios a los diversos eslabones de las cadenas de valor, a través del posicionamiento de productos de valor agregado en los mercados.

- Eje temático 3: Desarrollo de la Oferta.
- Eje Temático 5: Desarrollo de Mercados

3.3 Generación de información y conocimiento sobre la biodiversidad y los mercados actuales y potenciales.

- Eje temático 3: Desarrollo de la Oferta.
- Eje temático 4: Investigación, desarrollo e innovación
- Eje Temático 5: Desarrollo de Mercados.
- Eje Temático 6: Gestión del Conocimiento



La ENByPA 2025 y el Protocolo de Nagoya

DECRETO SUPREMO N° 008-2016-MINCETUR

que aprueba la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025

<http://ww2.mincetur.gob.pe/comercio-exterior/proyectos-y-programas/estrategia-nacional-de-biocomercio-y-su-plan-de-accion-al-2025/>

COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Decreto Supremo que aprueba la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025

DECRETO SUPREMO
N° 008-2016-MINCETUR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el Reglamento de la Ley sobre la Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica,

aprobado mediante Decreto N° 068-2001-PCM, define el biocomercio como la actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la biodiversidad, promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica; apoyando al desarrollo de la actividad económica a nivel local, mediante alianzas estratégicas y la generación de valor agregado de productos de la biodiversidad competitivos para el mercado nacional e internacional, con criterios de equidad social y rentabilidad económica;

Que, por Decreto del Consejo Directivo N° 021-2004-CONAM/CD, emitido por el Consejo Directivo del Consejo Nacional del Ambiente - CONAM, se aprueba el "Programa Nacional Biocomercio en el Perú";

Que, por Decreto Supremo N° 009-2010-MINCETUR, se crea la Comisión Nacional de Promoción del



Retos del Biocomercio en el Perú

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.





Experiencia del Biocomercio en el Perú: Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025

Lima, Perú 21-22 Septiembre 2016

Luis Mesias Changa
Director General de Política de
Desarrollo de Comercio Exterior,
MINCETUR

lmlesias@mincetur.gob.pe



Preguntas y respuestas



Gracias

For further information:

<http://unctad.org/en/Pages/DITC/Trade-and-Environment/BioTrade.aspx>

