



Logros y retos del proyecto



FORO PERUNATURA 09.09.2009



Contenido

- Sinopsis del proyecto
- Estrategia de implementación
- Las cadenas y el ámbito de acción
- Los beneficiarios
- Mapa de actores
- Línea de acción Acceso a Mercados – avances en su implementación
- Los P&C de Biocomercio y su aplicación
- Logros
- Retos



Proyecto PerúBiodiverso

1. se ejecuta en el marco del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNPB)
2. orientado a 5 cadenas del sector de ingredientes y productos naturales y 3 pilotos de ecoturismo en la región San Martín
3. contrapartes: MINCETUR, MINAM, PROMPERU
4. financiamiento: SECO US\$ 2 millones, GTZ US\$ 1 millón, contrapartes US\$ 1 millón
5. periodo de ejecución: setiembre 2007 – marzo 2010

Objetivo: Contribuir a que la población rural de áreas seleccionadas mejore su participación económica, en condiciones de equidad, en cadenas del Biocomercio.



¿Cómo se trabaja en el proyecto PerúBiodiverso?

Componentes y líneas de acción	
Productos de Biocomercio	Ecoturismo
LdA 1: Acceso a mercados	
LdA 2: Oferta competitiva	
LdA 3: Marco político	

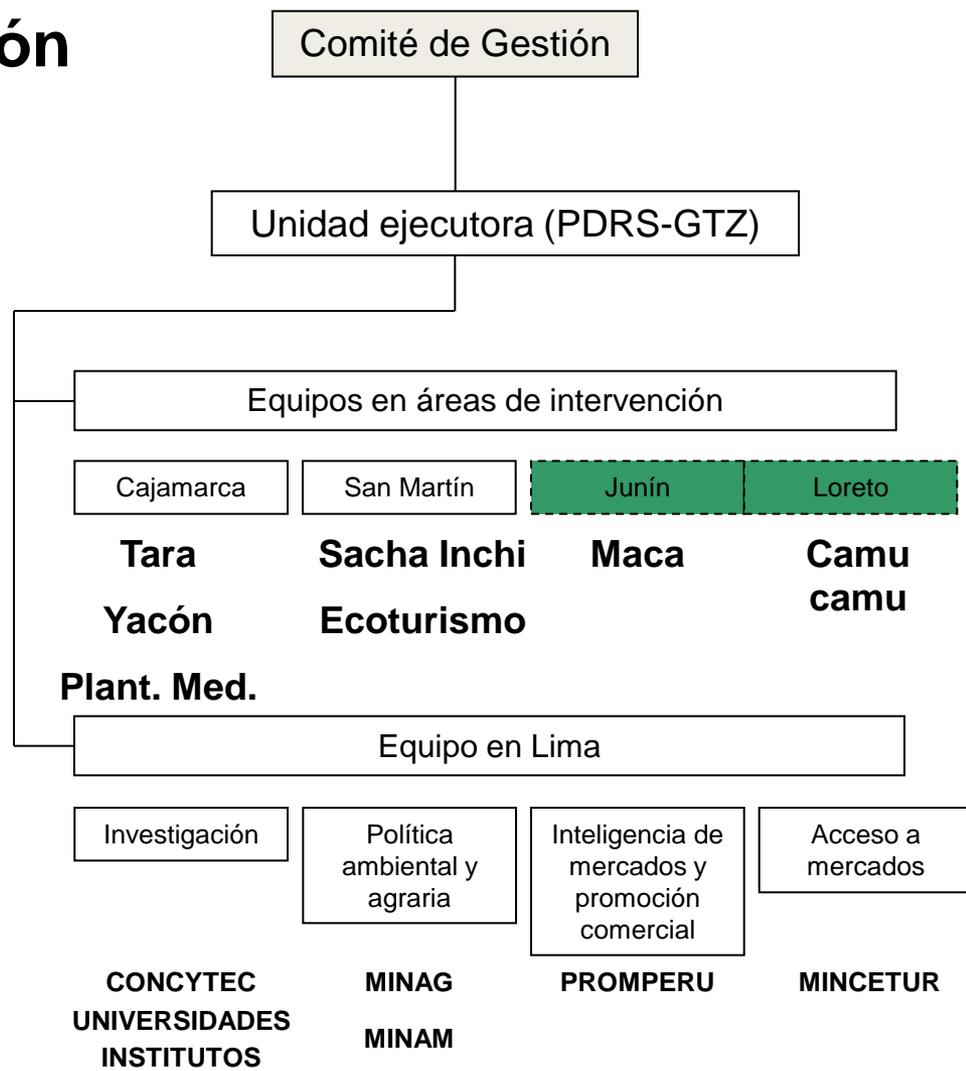
- **Estrategia de implementación:** enfoque de cadena de valor con orientación al mercado, en base a un potencial de oferta en espacios priorizados. Los servicios se definen según las necesidades de desarrollo locales y regionales, y de las empresas y sus proveedores.

- **Estrategia de sostenibilidad:** fortalecimiento de capacidades y estructuras locales a todo nivel del proyecto e involucramiento de la experticia de actores locales.





Estructura de conducción





Los productos y el servicio



Camu Camu



Maca



Tara



Yacón



Ecoturismo



Sacha Inchi



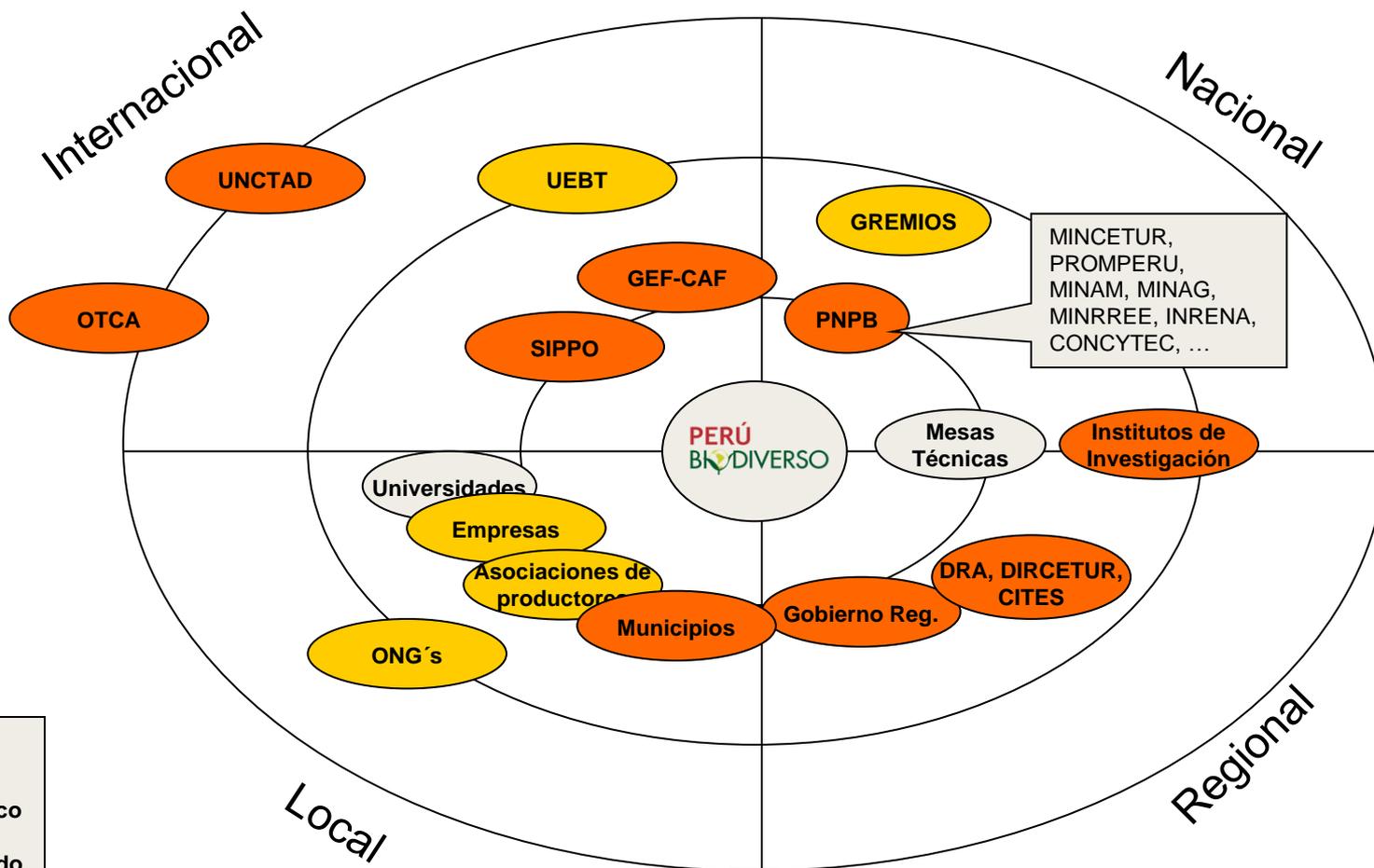
Familias beneficiarias

Región	Nº de beneficiarios directos
Loreto	891
Cajamarca	422
San Martín	303
Junín	85
TOTAL	1701





Mapa de actores



Leyenda

- Sector Público
- Sector Privado
- Sector Público o Privado



Exportaciones de productos de biodiversidad en el Perú...

Valor(FOB) en US\$ de los 40 principales productos 2004 - 2008						
	PRODUCTO	2004	2005	2006	2007	2008
1	Tara	\$13.959.937	\$16.699.493	\$20.955.687	\$31.753.996	\$41.171.932
2	Cochinilla	\$14.312.233	\$18.768.011	\$18.783.475	\$28.893.565	\$17.554.241
3	Nuez del Brasil	\$9.329.127	\$18.537.956	\$12.050.958	\$14.014.003	\$14.083.702
4	Achiote	\$3.998.549	\$5.238.652	\$5.490.835	\$6.988.544	\$7.953.422
5	Quinua	\$380.725	\$752.649	\$1.676.656	\$2.348.305	\$5.385.488
6	Peces ornamentales	\$2.583.696	\$3.204.143	\$3.415.820	\$3.766.557	\$4.176.698
7	Maca	\$2.952.424	\$3.571.267	\$3.269.906	\$3.925.375	\$4.145.723
8	Maíz Gigante del Cusco	\$2.444.932	\$2.702.005	\$1.824.985	\$2.562.158	\$3.262.652
9	Kiwicha	\$983.817	\$1.219.374	\$1.332.751	\$2.461.362	\$2.297.912
10	Camu camu	\$524.382	\$884.721	\$2.028.666	\$5.017.045	\$1.769.376
11	Maíz Morado	\$473.974	\$809.173	\$925.139	\$1.561.995	\$1.491.213
12	Uña de gato	\$899.530	\$884.934	\$875.738	\$1.252.108	\$1.159.401
13	Barbasco	\$617.035	\$563.887	\$792.956	\$1.561.282	\$1.105.274
14 - 40	Otros	\$2.940.227	\$2.546.564	\$4.383.637	\$5.386.137	\$8.234.907
TOTAL		\$56.400.589	\$76.382.830	\$77.807.210	\$111.492.431	\$113.791.940
% de participación de los principales productos de exportación		95%	97%	94%	95%	93%

Crecimiento 2004-2008	Tasa de crecimiento anual promedio (CAGR) 2004-2008
102%	19%



...y de los cinco productos priorizados del proyecto

Valor (FOB) en US\$ de los productos priorizados por el PBD 2004 - 2008					
PRODUCTO	2004	2005	2006	2007	2008
Camu camu	\$524.382	\$884.721	\$2.028.666	\$5.017.045	\$1.769.376
Maca	\$2.952.424	\$3.571.267	\$3.269.906	\$3.925.375	\$4.145.723
Sacha Inchi	\$6.292	\$28.081	\$100.697	\$431.471	\$568.069
Tara	\$13.959.937	\$16.699.493	\$20.955.687	\$31.753.996	\$41.171.932
Yacón	\$91.615	\$84.999	\$155.762	\$196.628	\$335.675
TOTAL	\$17.534.650	\$21.268.561	\$26.510.719	\$41.324.515	\$47.990.775
% de participación del total de exportaciones de productos de biocomercio	31%	28%	34%	37%	42%

Crecimiento 2004-2008	CAGR 2004-2008
174%	29%



Participación en ferias internacionales 2008 - 2009

Empresas Participantes en Ferias Internacionales con el apoyo del PBD		
Ferias PBD	Empresas/instituciones Participantes	Export. 2008
Biofach 2008	Peruvian Nature S & S SAC	\$396.829
	Koken del Peru SRL	\$190.101
Health Ingredients 2008	Peruvian Heritage SA	\$448.984
	Quimper International SA	\$59.073
	Zana Export SA	\$0
Natural Expo East 2008	Villa Andina SAC	\$16.071
	Industrias Alimenticias del Cusco SA	\$76.149
	Candela Perú	\$2.371.273
	Peruvian Nature S & S SAC	\$396.829
	Mundo Verde SA	\$0
	Eco Partners SA	\$0
BIOFACH 2009	Galeón Supply SA	\$603.448
	Candela Perú	\$2.371.273
	Peruvian Heritage SAC	\$448.984
	Industrias Alimenticias del Cusco SA	\$76.149
Vitafoods 2009	Ecoandino SAC	\$1.570.981
	Koken del Peru SRL	\$190.101
	Bebidas Interandinas SAC	\$0





¿En qué se utilizan estos productos?

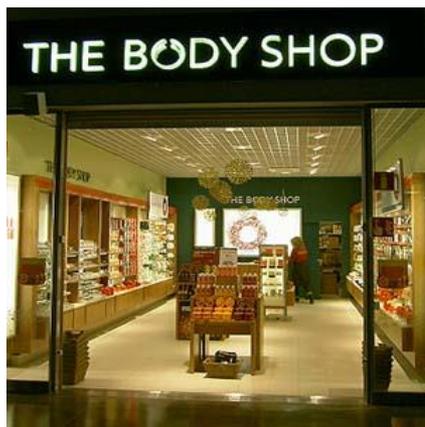
Desarrollo de productos en el mundo, sobre la base de productos de la Biodiversidad. **Principales sectores de consumo masivo.**

Tara	Maca	Sacha Inchi	Camu Camu	Yacón
 Helado-Francia	 Vitaminas- Canadá	 Cosmético-Francia	 Cereal bar- USA	 Chocolate- USA
 Salsas Alemania	 Energizante -Japón	 Cuidado Personal - UK	 Bebida Funcional- USA	 Vitamina-USA
 Cosmético- UK	 OTC- USA	 Cosmético- Francia-	 Golosina- Japón	 Cereal-USA

Fuente: Datamonitor-Promperu



Productos *The Body Shop* a base de maca



- Subsidiaria de L'Oréal
- Ventas 2008: US\$ 690 mlls.
- 5,898 empleados

Filosofía The Body Shop

- 1.- Defensa de los Derechos Humanos.
- 2.- Contra experimentos con animales.
- 3.- Comercio Justo.
- 4.- Protección del Planeta.
- 5.- Mejora tu autoestima.

Lavado Rostro



Protector Rostro



Desodorante



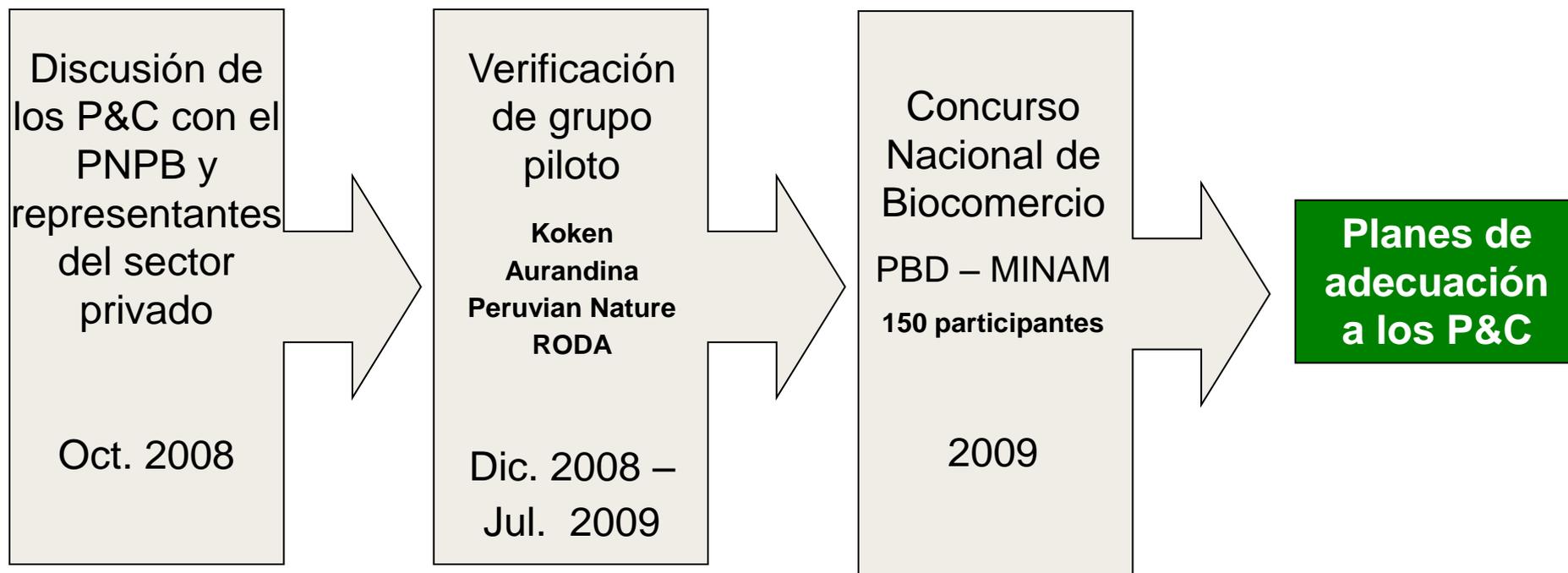
Crema de Afeitar





Principios & Criterios (P&C) de Biocomercio

Marco de verificación de la UEBT



Difundir

Aplicar

Ampliar



Logros del proyecto PerúBiodiverso I

1. Generación y difusión de conocimiento
 - aspectos productivos-técnicos en recolección y cultivo
 - lógica y funcionamiento de las cadenas
 - potencial de mercados externos
 - barreras de acceso a mercados y normatividad internacional
 - estado del arte y demandas de investigación aplicada
 - impulso y difusión de normas técnicas nacionales
2. Desarrollo de capacidades y habilidades locales
 - en diagnósticos de cadenas de valor
 - conceptos de biocomercio y biodiversidad
 - implementación de planes de manejo en bosques naturales
 - Asociatividad y liderazgo con énfasis en la participación de mujeres



Logros del proyecto PerúBiodiverso II

3. Impulso y facilitación de procesos clave

- consolidación de mesas técnicas en regiones y de instancias suprarregionales como el CONATARA
- Concientización sobre indicadores de sostenibilidad (social, económico, ecológico).
- Generación de confianza entre actores de cadenas
- Articulación comercial y alianzas con el sector privado

4. Apalancamiento de recursos adicionales

- proyecto regional de Tara, Cajamarca
- proyecto de Tara de la CTB en Cajamarca y Amazonas (US\$ 4 millones)
- proyecto regional de Sacha Inchi, San Martín
- proyecto GTZ “fortalecimiento de capacidades para el biocomercio” (CBTF)
- proyecto GEF-CAF



Logros del proyecto PerúBiodiverso III

5. Ecoturismo en San Martín

- fortalecimiento de habilidades de actores locales en tres proyectos pilotos (guiado, gestión, gastronomía, comercialización)
- Inteligencia de mercados: análisis de nichos (turismo nacional), perfil y satisfacción del visitante, posicionamiento de DIRCETUR, diversificación de productos.
- Trabajo con los actores locales en establecimiento de marcas de productos turísticos y su comunicación (pilotos)
- Acompañamiento y fortalecimiento de equipos de trabajo regionales (con participación pública y privada) a través de campañas de sensibilización y talleres (recientemente Taller de habilidades directivas)
- 2 de los 3 pilotos han sido tomados como producto principal para los entes gestores de Mincetur y serán acompañados 2 años



(algunos) retos del proyecto PerúBiodiverso

- mayor articulación de productores a empresas exitosas con presencia regional (confianza)
- fomento a la formalización y cultura de calidad en grupos de productores
- incentivar a tomadores de decisión a nivel regional y local para impulsar cadenas de biocomercio
- fomento a la implementación de planes de manejo
- Principios & Criterios de Biocomercio: dejar propuesta para afinar estrategia nacional que promueva incentivos económicos



Muchas gracias!



PERÚ
Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE

Secretaría de Estado
de Economía SECO

PERUNATURA 09.09.2009



PERÚ
Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE

Secretaría de Estado
de Economía SECO