

# Agenda de investigación para el Biocomercio en el Perú

Por MBA Q.F. Diana Flores, Consultora GTZ



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

gtz



PERÚ

Ministerio de la Producción

Despacho Viceministerial de Industria

Oficina Técnica de Centros de Innovación Tecnológica

PERÚ  
BIODIVERSO

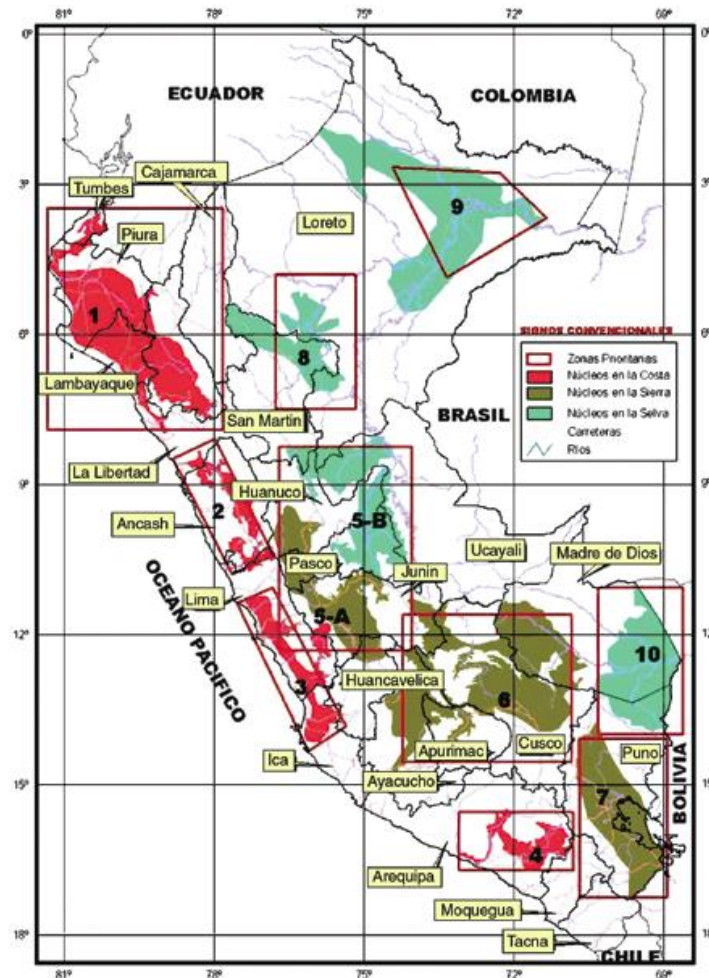


# Grupo de Investigación de Biocomercio GIB

## Misión

El Grupo de Investigación y Biocomercio (GIB), tiene como misión promover las investigaciones y coordinar esfuerzos entre sectores empresariales, organizaciones del gobierno, instituciones académicas, para facilitar el desarrollo de Biocomercio, impulsar el desarrollo económico y mejorar el nivel de vida de la población rural peruana.

# Áreas prioritarias para el desarrollo de Biocomercio en el Perú



Leellish, M., I. Silva, C. Martínez y P. del Pozo. 2005. Criterios de cobertura geográfica para el establecimiento de áreas prioritarias para el desarrollo del biocomercio, Lima, Perú.



# Lineas iniciales de trabajo

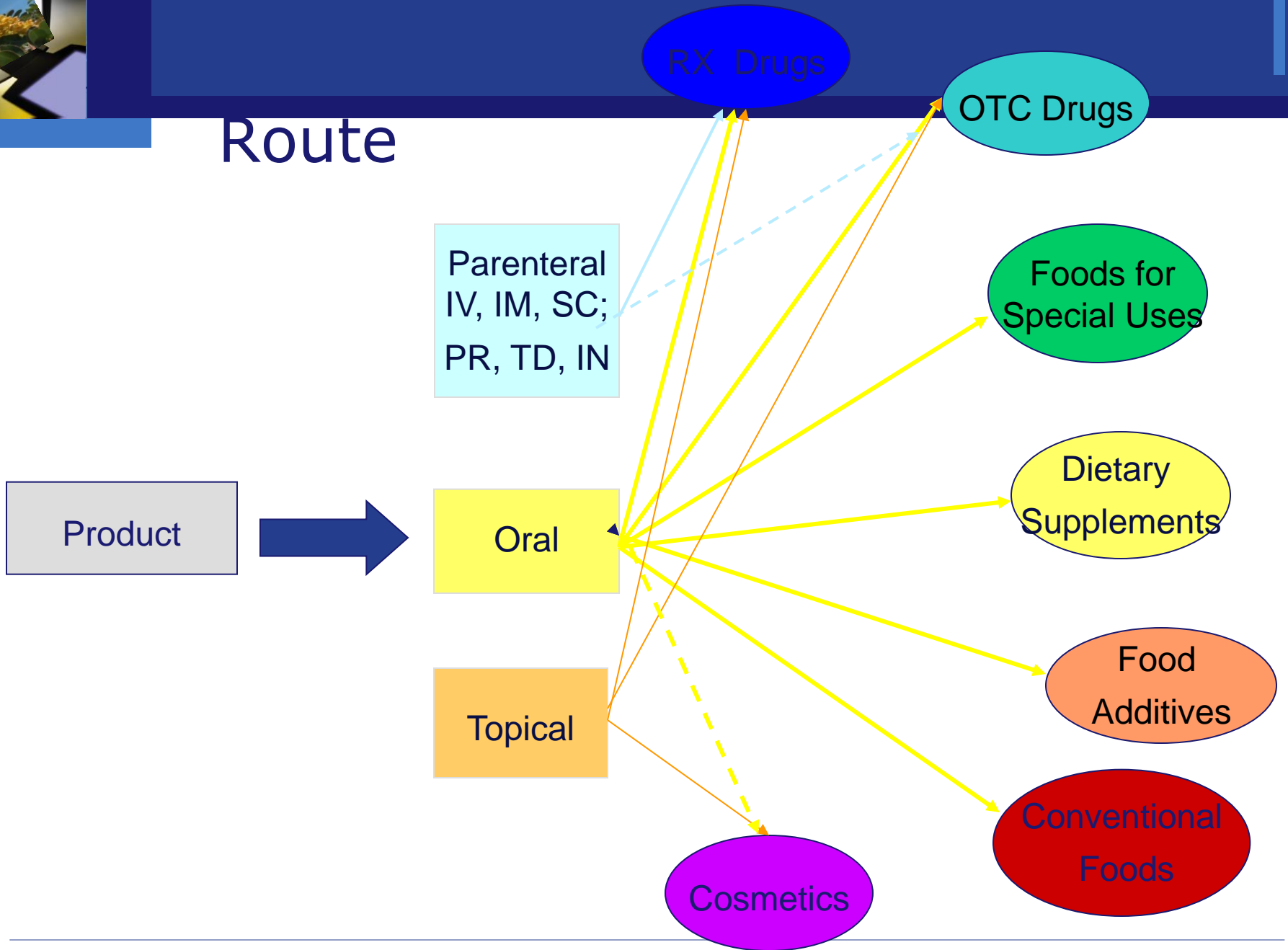
- ❖ Fortalecer la investigación científica a fin de consolidar el Biocomercio de acuerdo a los principios de sostenibilidad.
  - ❖ Especialización de las universidades.
  - ❖ Apoyo al incremento del conocimiento sobre normas y estándares internacionales, normas BPA, BPM, inocuidad alimenticia, comercio justo, trazabilidad de los productos.
  - ❖ Apoyar el desarrollo de transferencia de tecnología mediante alianzas estratégicas y la generación de patentes.
-

# Proceso de Investigación





# Route



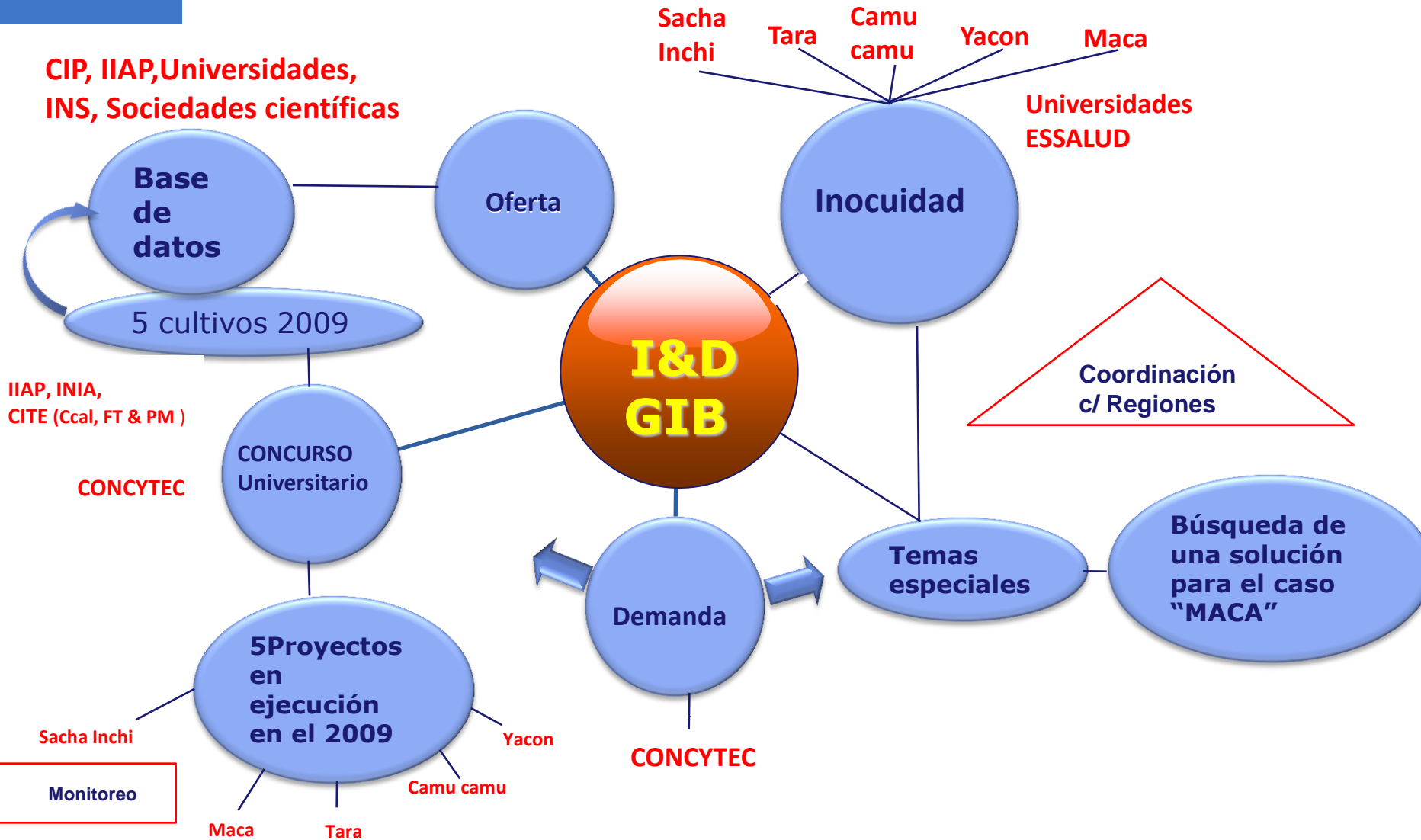
# Cadena de Valor y Buenas Prácticas





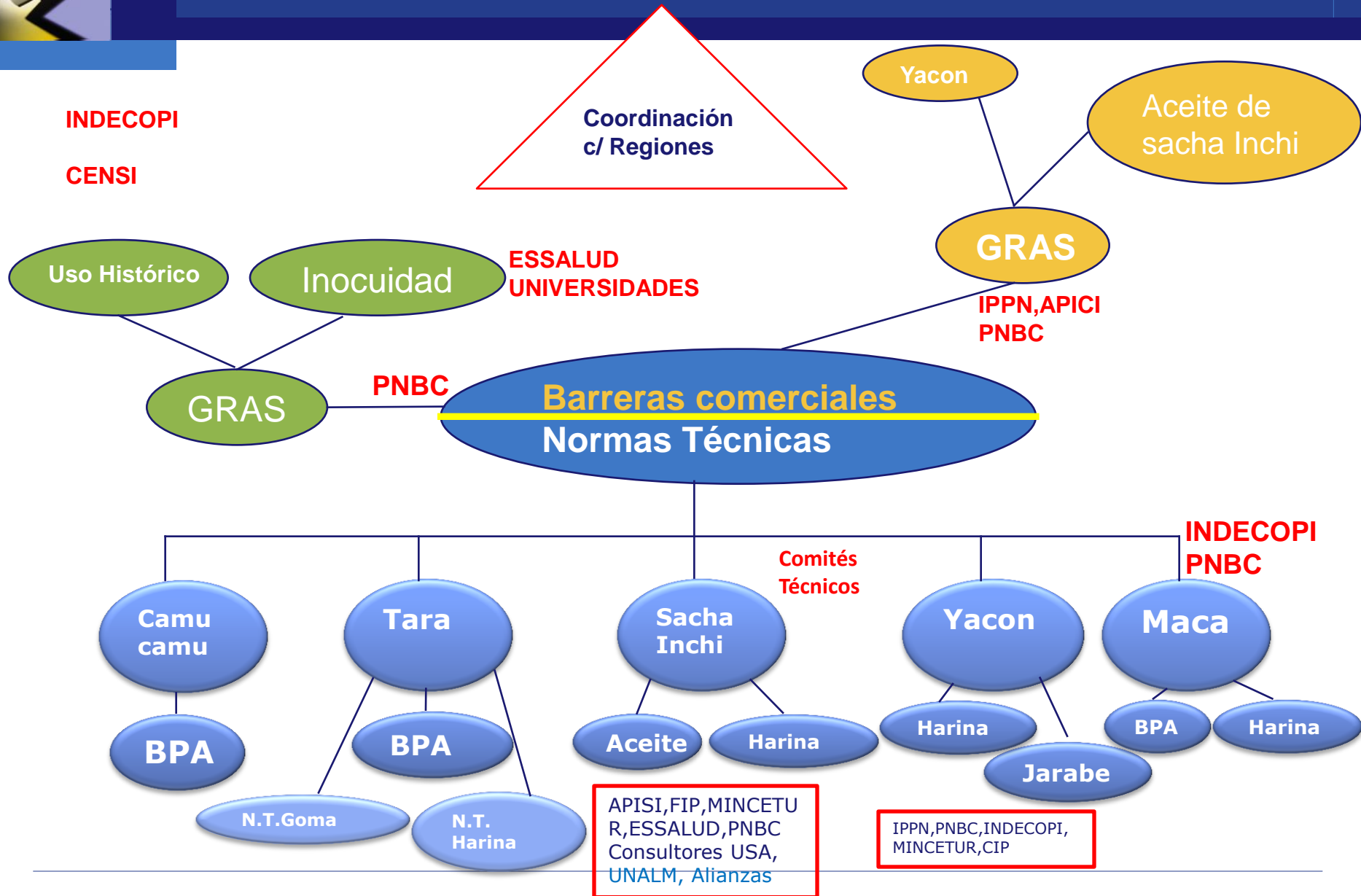
# I&D GIB

CIP, IIAP, Universidades,  
INS, Sociedades científicas





# Barreras Comerciales y Normas Técnicas





# Información

- ❖ Fact Sheets
- ❖ Uso Histórico (3 cultivos)
- ❖ Revisión de investigaciones de los 5 cultivos
- ❖ Sistema de información por la pag web e internet.

Con la participación de: CENSI, Botconsult/ Univ. Berlin, Museo de Historia Natural UNMSM, CIP, INDECOPI, IIAP, ESSALUD, Universidades

---



# Talleres ( en consulta)

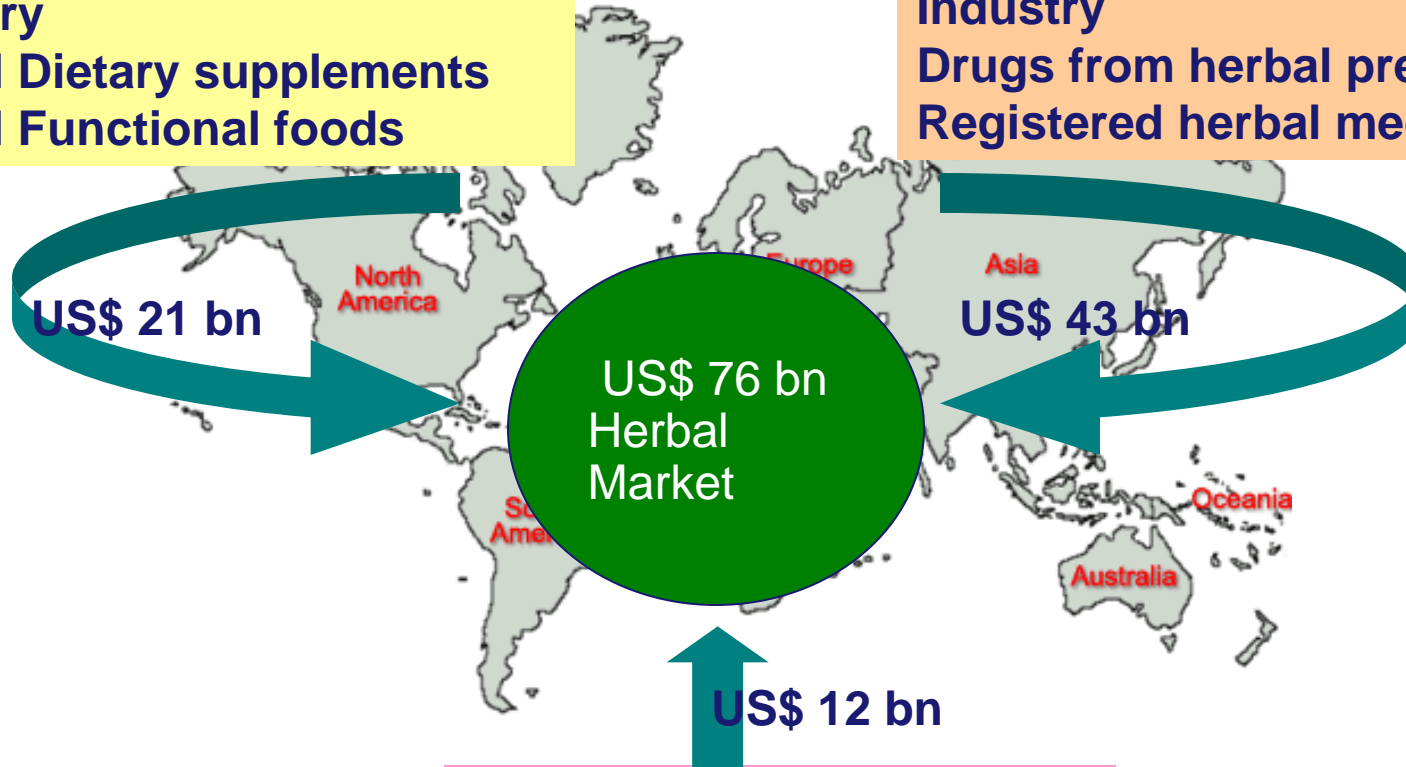
- ❖ Febrero: Taller GIB- Biocomercio
  - ❖ Marzo: Normalización información sobre investigación, fact sheets.
  - ❖ Abril: Maca & Yacón
  - ❖ Mayo: "Como presentar Proyectos en Biocomercio"
  - ❖ Junio: Camu Camu (con Produce ?)
  - ❖ Julio: Avances en el Concurso con CONCYTEC - 2008
  - ❖ Agosto: Uso Histórico y presentación de los documentos de los Fact Sheets
  - ❖ Septiembre: Sacha Inchi (con UNALM)
  - ❖ Octubre: Taller sobre "Presentación de artículos científicos" con el apoyo de CONCYTEC
  - ❖ Noviembre: Tara
  - ❖ Diciembre: Evaluación y Presentación de Proyectos (Presentación escrita del estado del arte de los cultivos)
-



# The Global Herbal Market - Valued at US\$ 76 bn

**US\$ 182 bn Nutritional Industry**  
Herbal Dietary supplements  
Herbal Functional foods

**US\$ 850 bn Pharmaceutical Industry**  
Drugs from herbal precursors  
Registered herbal medicine



**US\$ 200 bn Cosmetic Industry**  
Herbal Beauty from in- & outside



# Business Insights ( Nov 2008)

- ❖ La categoría “de jugo al 100%” (no de concentrado) ofrece las oportunidades significativas del crecimiento para los fabricantes de las bebidas, los que están innovando libremente hacia las bebidas funcionales provenientes de jugos de frutas.
  - ❖ Los mercados asiáticos de China y Japón para los alimentos y bebidas funcionales se consideran el eje de la innovación funcional del alimento. Los “Nutraceuticals” en China y Japón son exitosos en el mercado al minoreo doméstico.
-



# Business Insights ( Feb 2009)

- ❖ El Mercado global de los alimento y de las bebidas tuvo un valor de \$3.498bn en 2007, encima del 3,1% del 2006.
  - ❖ El mercado global del alimento y de las bebidas crecerá aprox. 3,2% durante 2007-10 para alcanzar \$3.843bn en 2010.
-



**La salud, condición de la vida humana , no puede ser un mercado más.**

**UNESCO**

***Muchas gracias!!.***