



BIOCOMERCIO PERÚ

UNA OPORTUNIDAD EN LOS
MERCADOS INTERNACIONALES
PARA LOS PRODUCTOS DE LA
BIODIVERSIDAD NATIVA DEL
PERÚ

Caridad Maldonado

Especialista en Comercio Sostenible
cmaldonado@promperu.gob.pe

**Lima, Perú
2020**

prom
perú

Objetivos de hoy



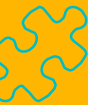
Promover los **criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica** dentro de los procesos productivos de las empresas exportadoras.

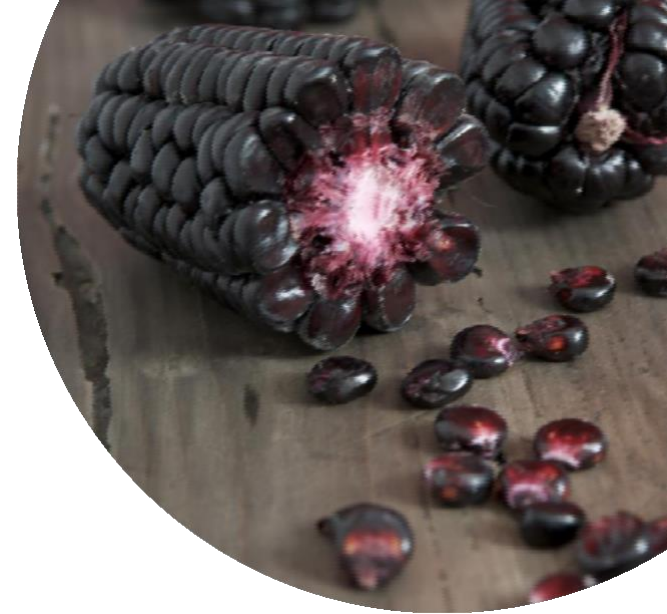


Contribuir a **incrementar la competitividad** de las empresas exportadoras de bienes y servicios en los mercados internacionales.



Fortalecer **capacidades** a nivel nacional y **aportar** en las **políticas regionales**.





BIOCOMERCIO

Modelo de negocio que tiene por insumo a la *biodiversidad nativa** tomando en cuenta los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad: social, económica y ambiental.



Informe Brundtland, 1987





TENDENCIAS

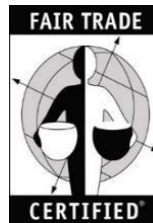
CÓMO HAN CAMBIADO LAS
COSTUMBRES EN LOS PAÍSES

- Elementos diferenciadores
- Competitividad



100% ORGANIC

BIOCOMERCIO



- NATURAL
- ORGANICO
- NUTRICIONAL
- AMIGABLE CON EL MEDIO AMBIENTE
- COMERCIO JUSTO
- SOSTENIBLE
- SIN TRABAJO INFANTIL
- SIN PRUEBAS EN ANIMALES



- Driver: Mercado
- Patrones de Consumo
- MNA

DÓNDE ESTAMOS?

HACIA DÓNDE VAMOS?

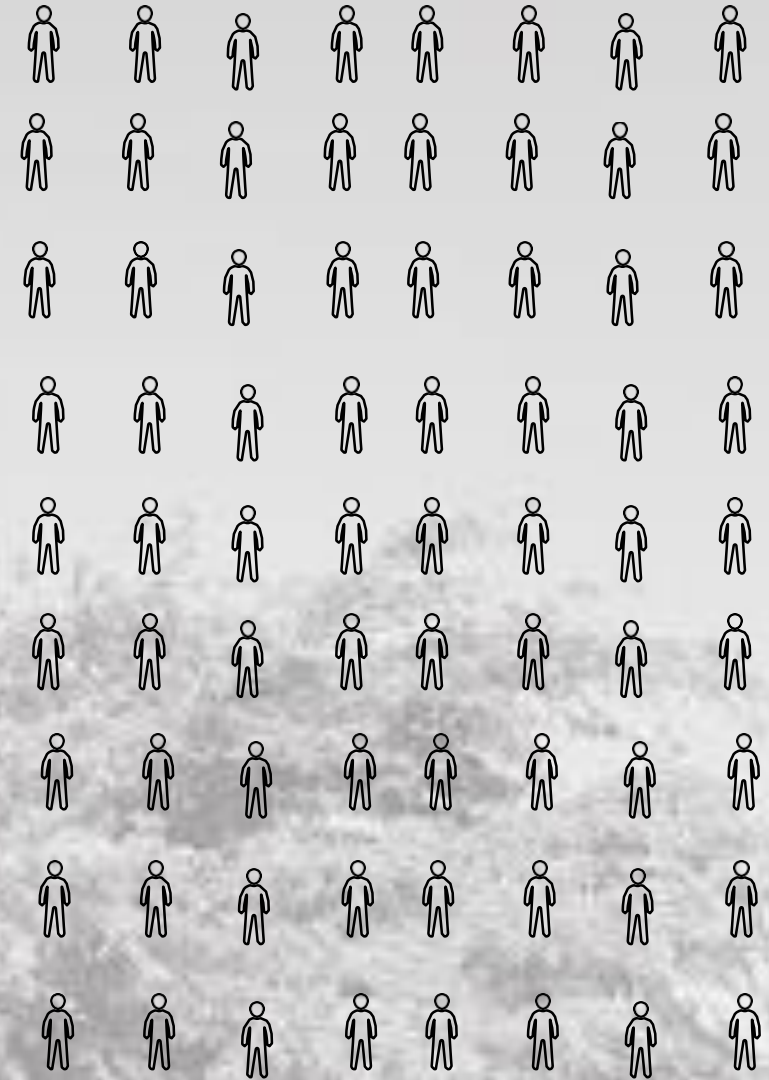
La presión humana sobre los recursos naturales

3 billones
= 3×10^{12}

Árboles en el mundo
– la mitad desde el
surgimiento de la
especie humana

10 millones
= 10×10^6

**Pérdida neta anual en
árboles.**



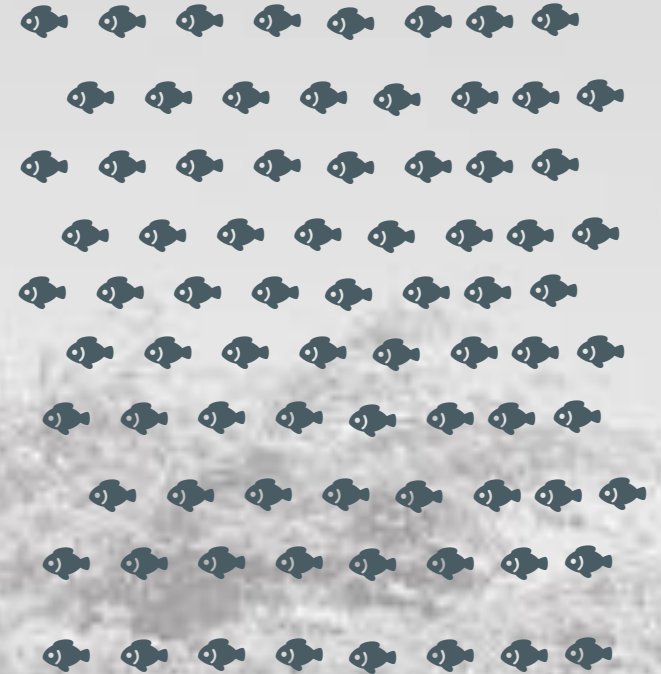
Presión climática sobre los recursos naturales: la biodiversidad

27,000

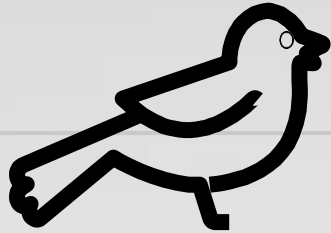
animales y vegetales se pierden globalmente cada año.

1 de 5

Especies se encuentran en peligro de extinción.

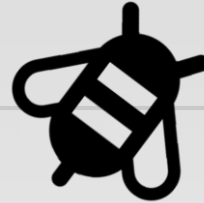


El impacto de la agricultura: los pesticidas



200,000

Estimación de las muertes anuales causadas por envenenamiento agudo por plaguicidas.

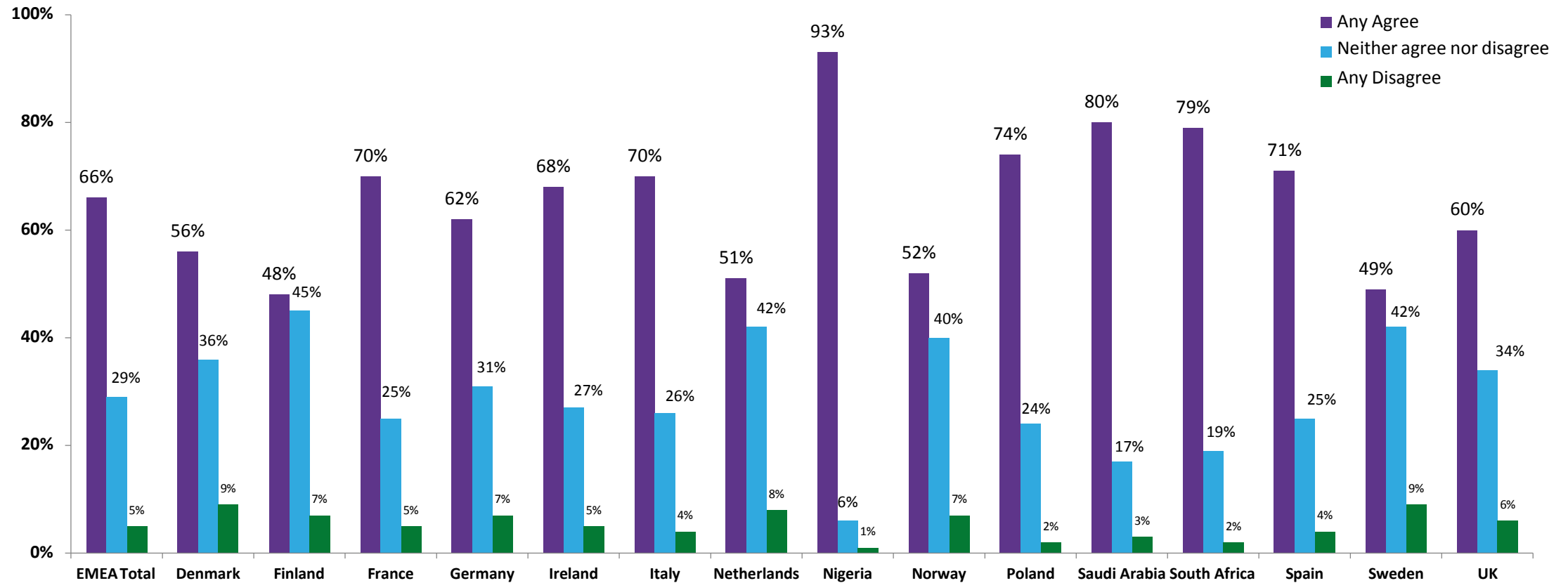


40%

De las especies de insectos están disminuyendo.



EMEA: % de consumidores quienes están de acuerdo que los productos con ingredientes naturales son mejores para la piel , 2019



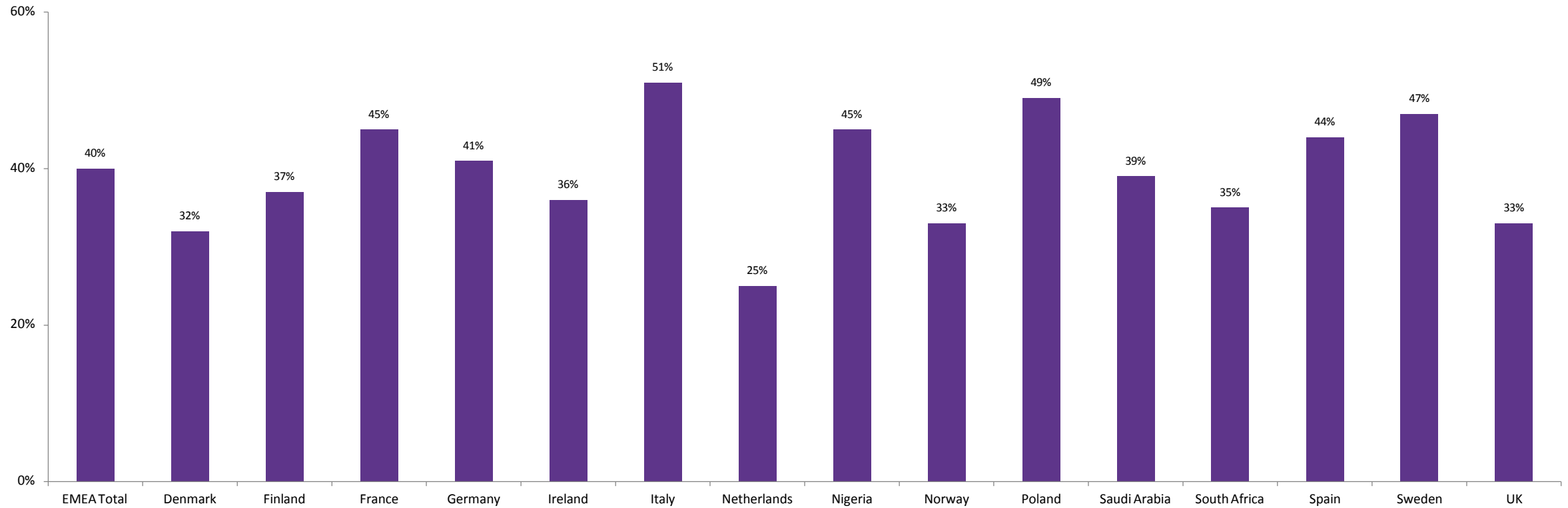
Base: 1,000 internet users aged 16+ in each country

Source: Source: Lightspeed/Mintel

Read on [mintel.com](https://www.mintel.com)

Los consumidores confían en “ingredientes naturales” en la comida

EMEA: % of consumers who agree that natural ingredients are most important when shopping for food*, by select countries, 2019

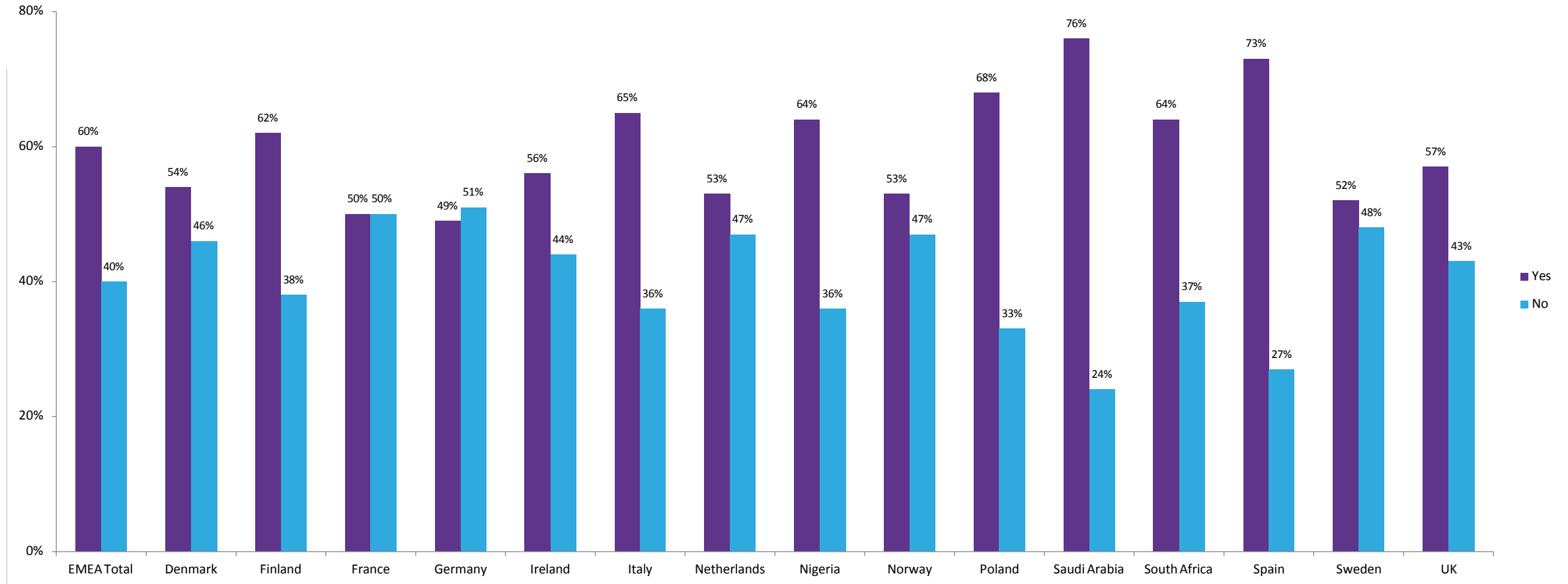


Base: 1,000 internet users aged 16+

Source: Source: Lightspeed/Mintel

Los consumidores confían en la ciencia.

EMEA: % de consumidores que acuerdan confiar en productos/ingredientes creados por científicos*, por países seleccionados, 2019



Base: 1,000 internet users aged 16+

Source: Source: Lightspeed/Mintel

Read on [mintel.com](https://www.mintel.com)



BI  **COMERCCO** **PERU**



EL BIOCOMERCIO Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

MARCO INTERNACIONAL

MARCO NACIONAL

MARCO INTERNACIONAL

1. Informe Brundtland, 1987.
2. Cumbre de la Tierra, 1992.
3. Objetivos del Desarrollo Sostenible, 2015



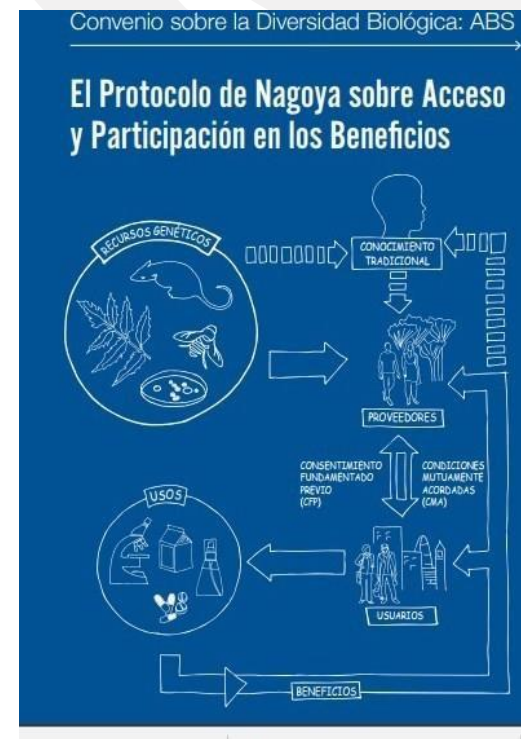
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



MARCO INTERNACIONAL

4. Tratado Internacional sobre los Recursos Fitogenéticos para la Alimentación y la Agricultura (International Treaty on Plant Genetic Resources for Food and Agriculture).

5. Protocolo de Nagoya, 2014



El Biocomercio en el Perú:

COMISIÓN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO



Comisión Nacional contra la Biopiratería



INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL



PERÚ

Ministerio
de Agricultura y Riego



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



PERÚ

Ministerio
de Relaciones Exteriores



PERÚ

Ministerio de Cultura



Instituto Nacional de Innovación Agraria



Instituto Peruano de
Productos Naturales



A CGIAR RESEARCH CENTER





BIOCOMERCIO, COMO ESTÁNDAR ALINEADO A LA SOSTENIBILIDAD

CÓMO LAS CERTIFICACIONES AGREGAN VALOR A LOS
PRODUCTOS PERUANOS DE LA BIODIVERSIDAD
NATIVA

BIOCOMERCIO Y ESTÁNDARES ALINEADOS





BIOCOMERCIO



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 CDB, 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”



DS 068-2001-PCM



om,
perú

¿CÓMO SE VERIFICA LA APLICACIÓN DEL BIOCOMERCIO EN NUESTRO PAÍS?



Productos de la biodiversidad nativa peruana con importancia exportadora:

Aguaymanto
Algarrobo
Barbasco
Caigua
Cacao nativo de aroma
Camu Camu
Castaña
Chancapiedra

Chuchuhuasi
Cochinilla
Cocona
Copaiba
Guanábana
Hercampuri
Huito
Kiwicha
Lúcuma

Maíz gigante de Urubamba
Maíz morado
Molle
Muña
Pasuchaca
Quinua
Ratania
Sacha Inchi

Chirimoya
Sauco
Granadilla
Tara
Tumbo
Tuna
Uña de Gato
Yacón
Sangre de Grado

Maca
Achiote

PRINCIPIOS Y CRITERIOS DE BIOCOMERCIO



PRINCIPIO 1 CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD





Conservación de la biodiversidad

- ✓ Hace referencia a la importancia de salvaguardar los ecosistemas, las especies y la diversidad genética.
- ✓ Objetivos de Desarrollo Sostenible (específicamente la meta 15.1 del ODS)



PRINCIPIO 2 USO SOSTENIBLE DE LA BIODIVERSIDAD

Uso sostenible de la biodiversidad

Se refiere a la necesidad de utilizar los recursos naturales a un ritmo que permita la regeneración.

Resiliencia climática.

En cumplimiento con la meta 13 ODS





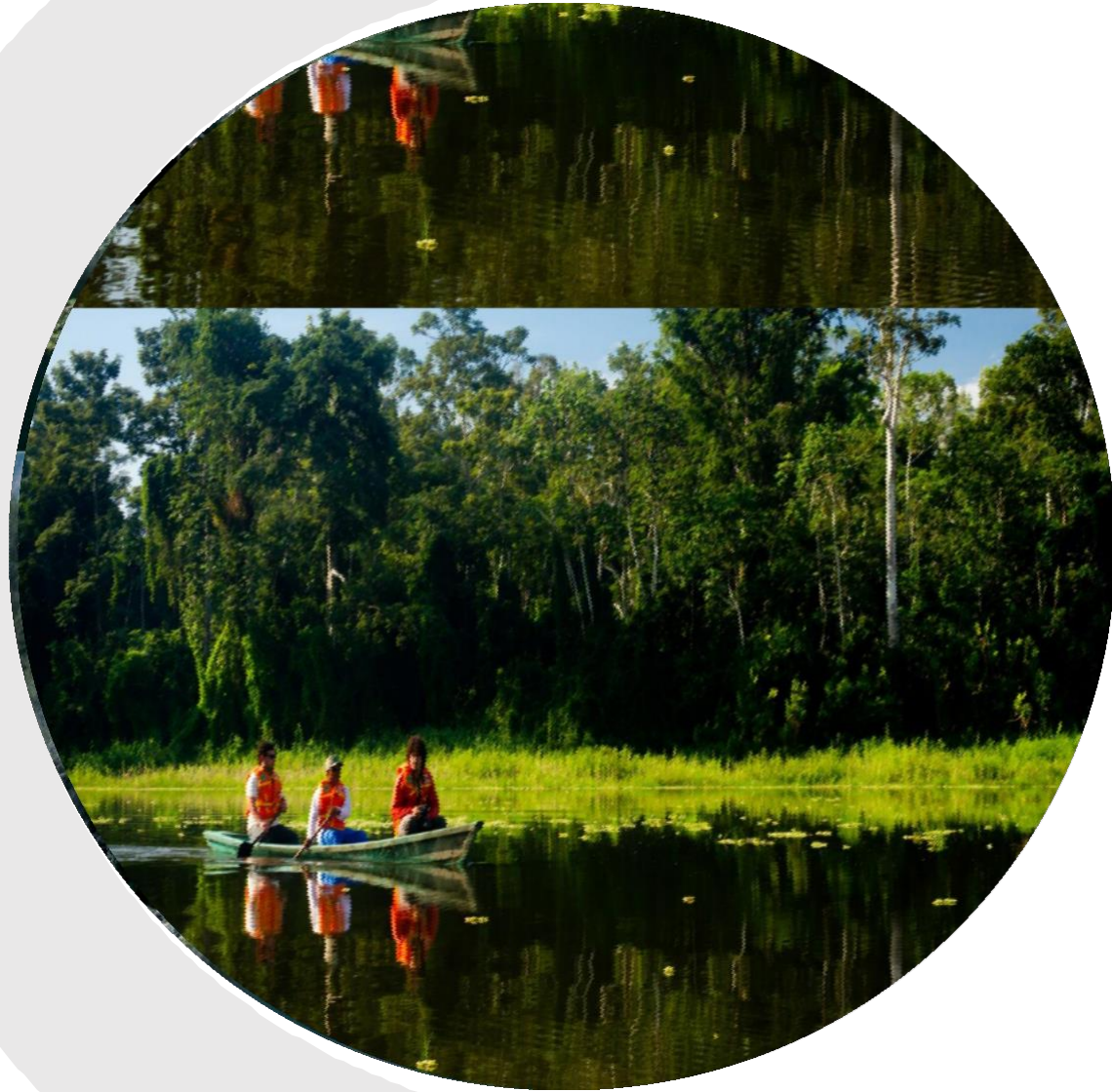
**PRINCIPIO 3
DISTRIBUCIÓN JUSTA
Y EQUITATIVA DE
BENEFICIOS
DERIVADOS DEL USO
DE LA
BIODIVERSIDAD**

Distribución justa y equitativa de los beneficios del uso de la biodiversidad

Mejorar los beneficios de la biodiversidad y los servicios de los ecosistemas para todas las partes interesadas

Artículo 20 del Protocolo de Nagoya y la meta 15.6 del ODS





PRINCIPIO 4 SOSTENIBILIDAD SOCIO- ECONÓMICO

Sostenibilidad Socio Económica

El Principio 4 proporciona orientación sobre la gestión productiva, financiera y de mercado.





PRINCIPIO 5 CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

Cumplimiento de la legislación nacional e internacional

El Principio 5 se refiere tanto a los acuerdos internacionales como a la legislación a nivel regional y nacional.

- ✓ Protocolo de Nagoya.
- ✓ Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.





PRINCIPIO 6 RESPECTO DE LOS DERECHOS DE LOS ACTORES INVOLUCRADOS EN EL BIOCOMERCIO

Respeto de los derechos de los actores involucrados

El Biocomercio se basa en la creación de asociaciones a lo largo de las cadenas de suministro. En este contexto, las actividades de Biocomercio deben respetar los derechos de los actores involucrados en las actividades de Biocomercio, particularmente los trabajadores.





PRINCIPIO 7

CLARIDAD SOBRE LA TENENCIA DE LA TIERRA, EL USO Y ACCESO A LOS RECURSOS NATURALES Y A LOS CONOCIMIENTOS TRADICIONALES

Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos tradicionales

El respeto por los derechos vinculados a los recursos naturales es un elemento central en las actividades de Biocomercio, que a menudo involucran no sólo a los actores directos de la cadena de suministro, sino también a las poblaciones circundantes y a las comunidades en general.





INFORMACIÓN ESTADÍSTICA RELACIONADA A LOS PRODUCTOS DE LA BIODIVERSIDAD



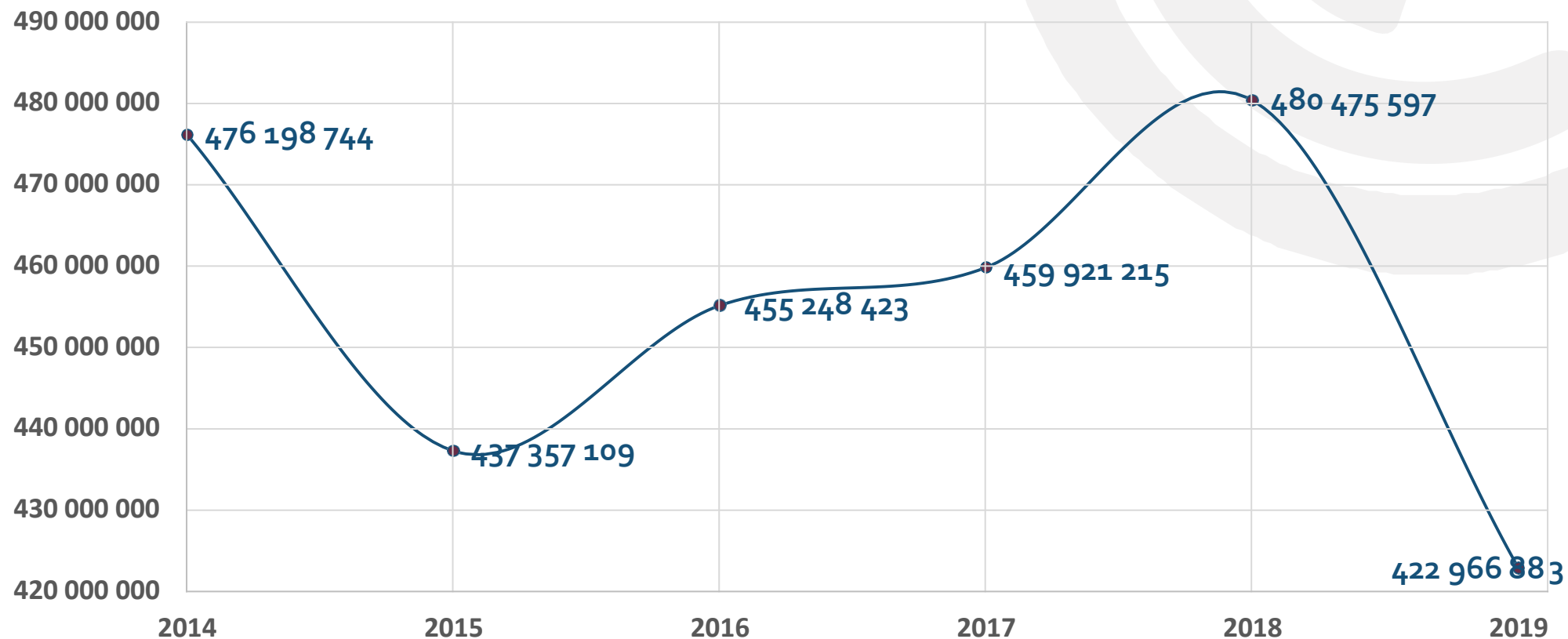
PRODUCTOS DE LA BIODIVERSIDAD EN EL PERÚ

Principales productos exportables de la biodiversidad en el Perú

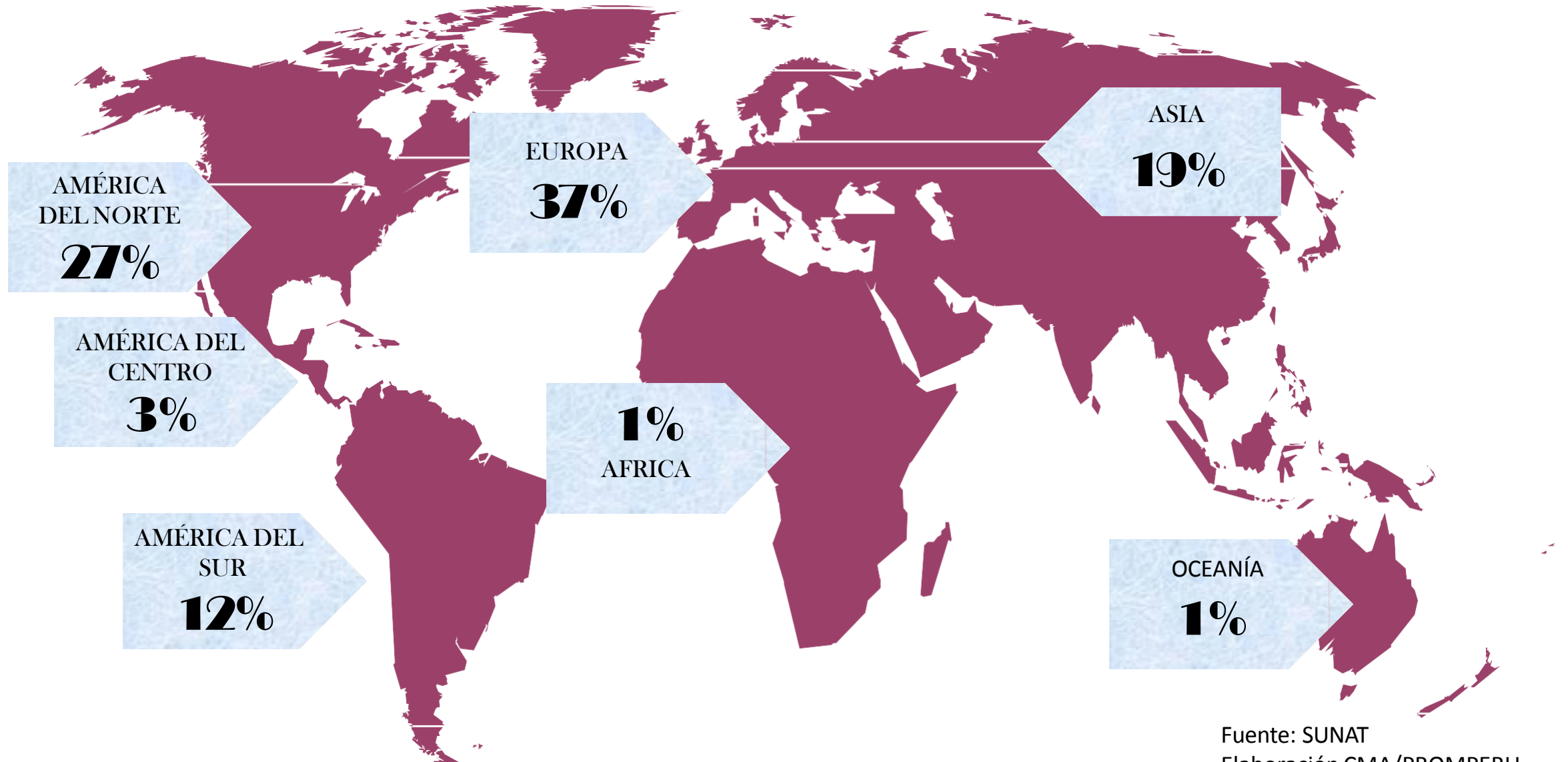
Achiote	Chuchuhuasi	Maíz gigante de Urubamba	
Aguaymanto	Cochinilla	Maca	Sauco
Algarrobo	Cocona	Maíz morado	Tara
Barbasco	Copaiba	Molle	Tumbo
Caigua	Granadilla	Muña	Tuna
Cacao nativo de aroma	Guanábana	Pasuchaca	Uña de Gato
Camu Camu	Hercampuri	Quinoa	Yacón
Castaña	Huito	Ratania	
Chancapiedra	Kiwicha	Sacha Inchi	
Chirimoya	Lúcuma	Sangre de Grado	

• Fuente: PNPB

CIFRAS DE EXPORTACIÓN PARA PRODUCTOS DE LA BIODIVERSIDAD NATIVA PERUANA (2019)

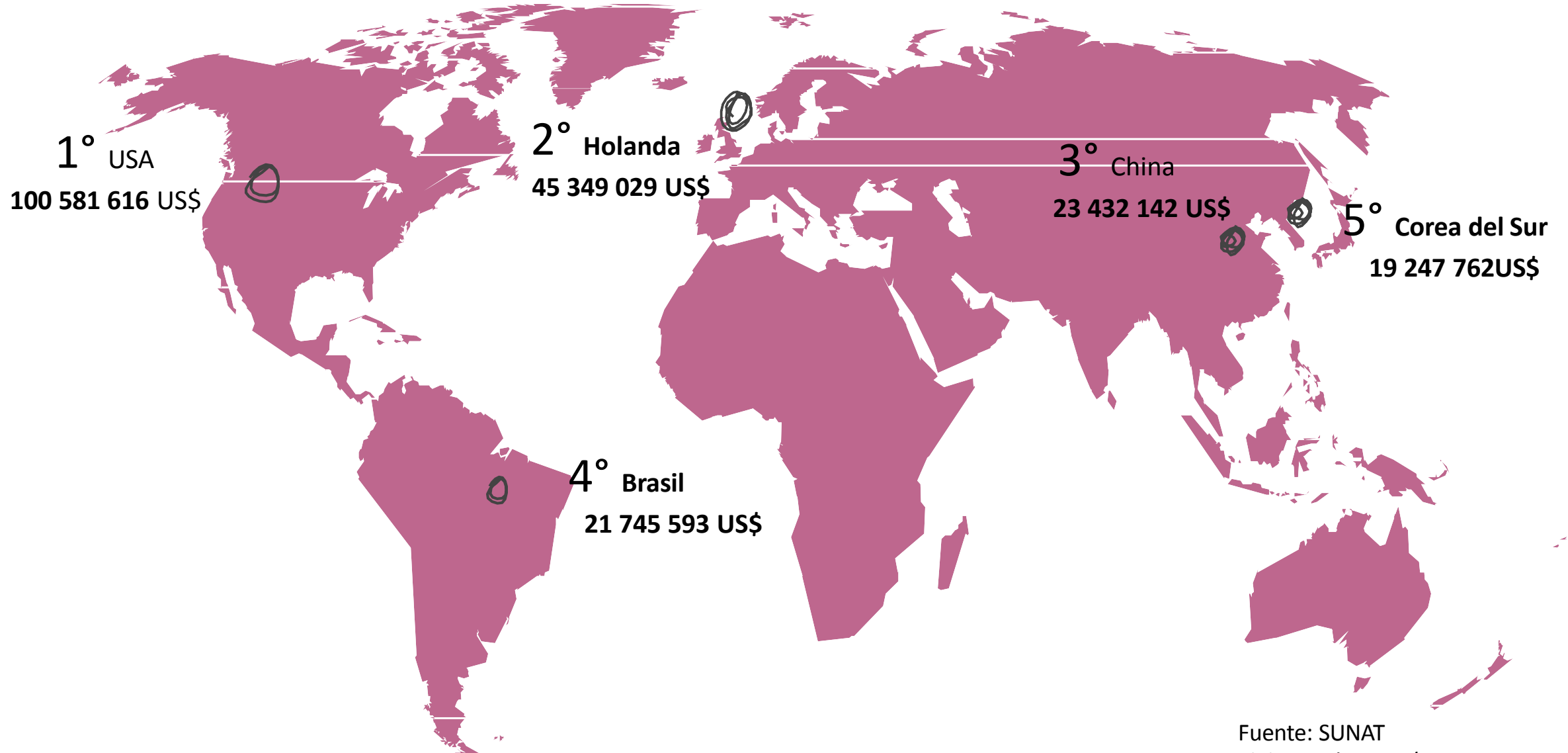


Perú: Destino – mercado - continente (%)



Fuente: SUNAT
Elaboración CMA/PROMPERU

Perú: Principales Mercados (FOB) de destino de los productos de la biodiversidad



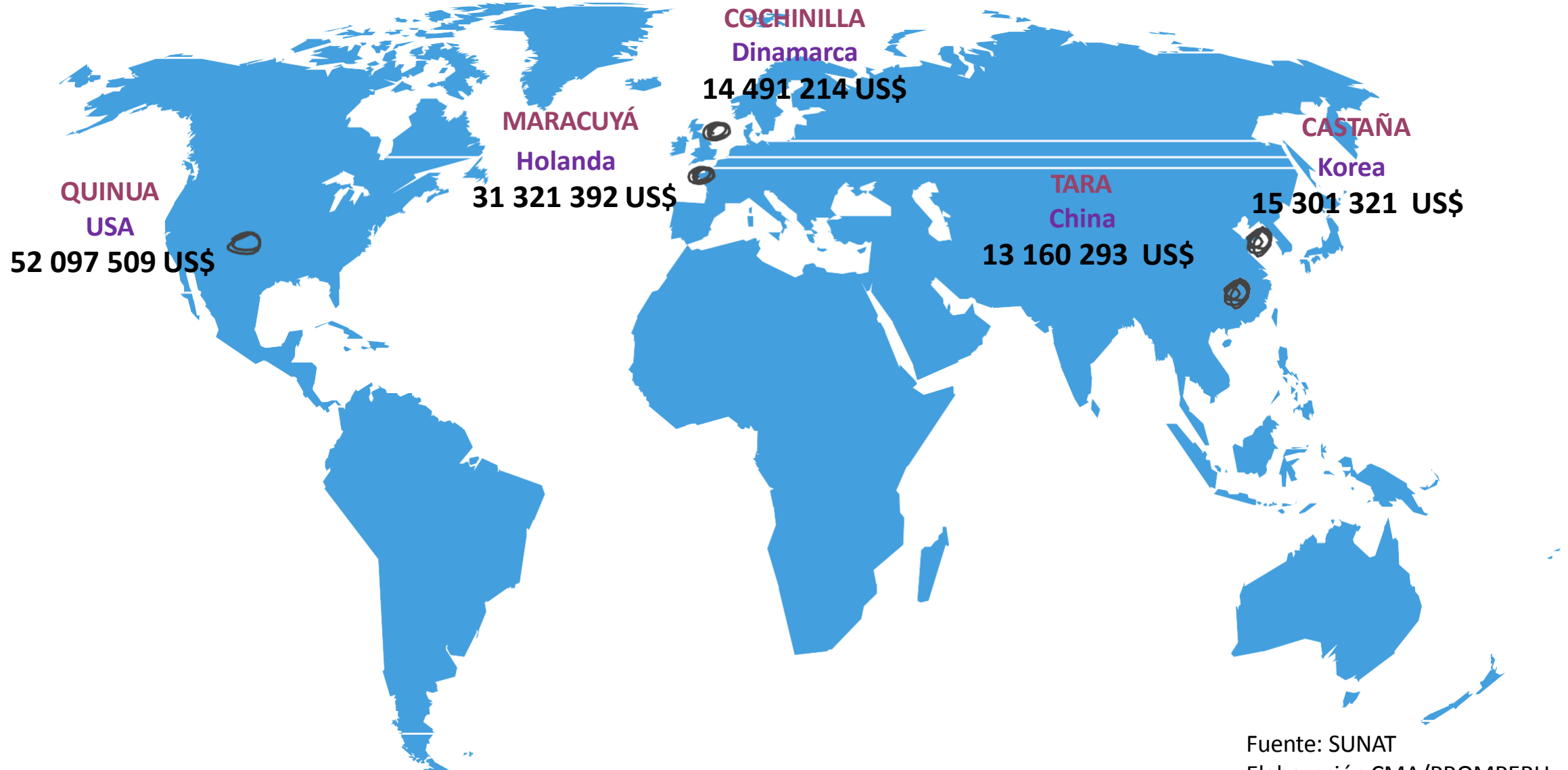
Desarrollo del mercado para los productos de la biodiversidad en el Perú 2014 – 2019 dic

	MERCADO	2014	2015	2016	2017	2018	2019 acum. 12 DICIEMBRE
1	<i>Estados Unidos</i>	156 500 230	127 453 942	115 278 001	100 641 830	92 719 751	100 581 616
2	<i>Corea del Sur</i>	2 679 305	3 816 561	5 464 626	40 316 936	70 102 795	19 247 762
3	<i>Países Bajos (Holanda)</i>	51 633 018	50 731 390	57 898 684	47 704 086	46 831 478	45 349 029
4	<i>China</i>	24 119 370	17 411 344	18 205 411	22 231 886	26 935 097	23 432 142
5	<i>Brasil</i>	21 720 686	21 985 635	28 892 268	25 638 649	26 155 165	21 745 593
6	<i>Alemania</i>	24 584 282	23 970 760	20 021 875	17 658 118	19 356 173	16 426 923
7	<i>Dinamarca</i>	12 407 555	16 818 895	24 620 962	20 019 144	17 547 671	15 859 307
8	<i>España</i>	8 757 669	9 729 852	15 564 603	18 604 292	17 439 244	15 192 214
9	<i>Reino Unido</i>	17 058 178	17 292 647	16 946 774	15 300 828	13 806 653	12 445 842
10	<i>Canadá</i>	25 671 349	18 098 378	11 807 391	12 899 540	13 729 558	13 463 500
11	<i>Otros</i>	131 067 103	130 047 704	140 547 829	138 905 906	135 852 013	139 222 954
	TOTAL	476 198 744	437 357 109	455 248 423	459 921 215	480 475 597	422 966 883

Evolución de las exportaciones de los productos de la biodiversidad en el Perú 2014 – 2019 dic

	PRODUCTO	2014	2015	2016	2017	2018	2019 acum. 12 DICIEMBRE
1	<i>Quinua</i>	201 417 364	150 390 769	128 813 324	132 519 021	132 600 134	144 282 712
2	<i>Cochinilla</i>	71 645 481	77 414 677	116 317 239	105 676 870	101 597 760	82 244 738
3	<i>Maracuyá</i>	45 096 106	43 488 924	54 469 514	47 326 960	44 556 130	49 341 928
4	<i>Tara</i>	45 906 469	42 877 627	42 328 865	45 378 534	51 193 220	44 642 000
5	<i>Nueces del Brasil</i>	31 121 931	35 208 263	41 333 306	48 056 917	66 986 754	34 998 067
6	<i>Maca</i>	37 026 759	38 493 088	18 921 061	14 542 387	13 371 007	15 000 490
7	<i>Achiote</i>	12 743 352	15 486 119	15 769 868	25 072 225	20 158 387	14 781 596
8	<i>Sacha Inchi</i>	3 931 675	5 075 270	4 168 944	9 318 550	17 519 215	4 497 630
9	<i>Ají amarillo</i>	2 998 508	3 262 791	3 594 645	3 741 099	4 256 081	4 320 708
10	<i>Aguaymanto</i>	1 628 829	2 057 881	3 275 604	3 472 443	4 668 225	3 329 857
11	<i>Otros</i>	22 682 271	23 601 700	26 256 053	24 816 209	23 568 685	25 527 158
	TOTAL	476 198 744	437 357 109	455 248 423	459 921 215	480 475 597	422 966 883

Perú: Principales países de destino para los top 5 (FOB)



Quinua

En cifras de exportación



Chenopodium quinoa

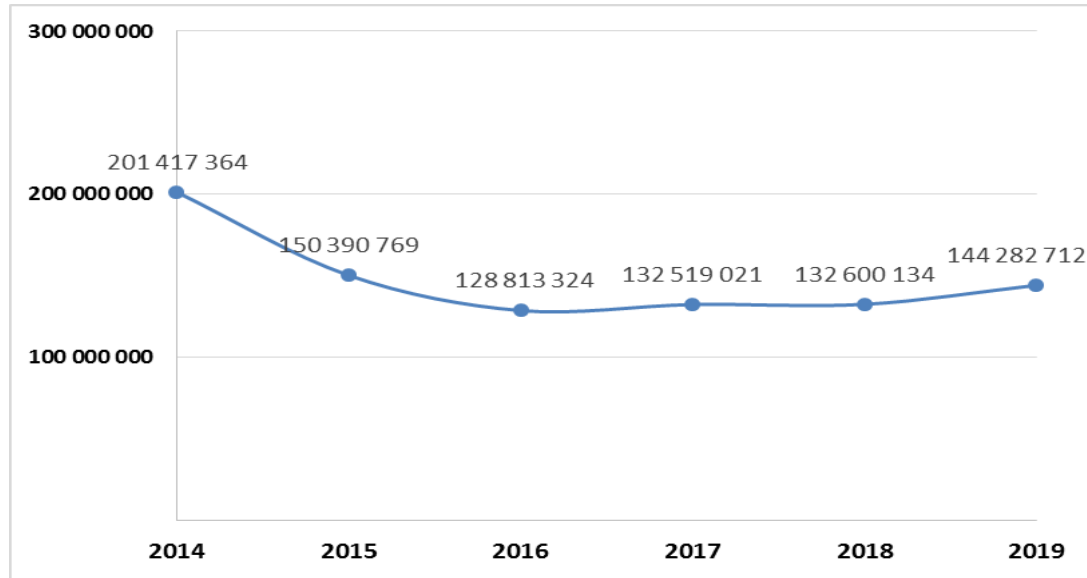
Producción por hectárea: 1.5- 2 TM, bajo manejo orgánico 4 a más, manejo convencional (AQP?)

Valor exportado: 144 282 712 US\$

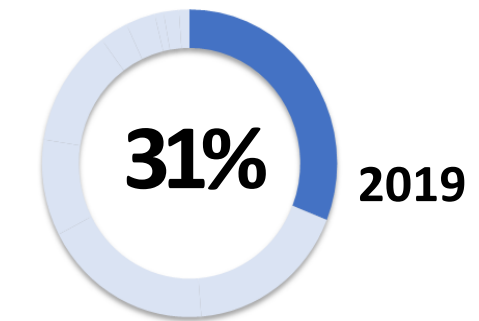
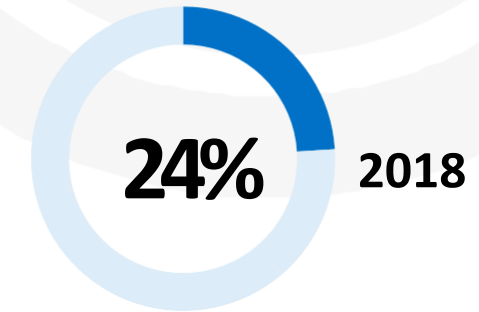
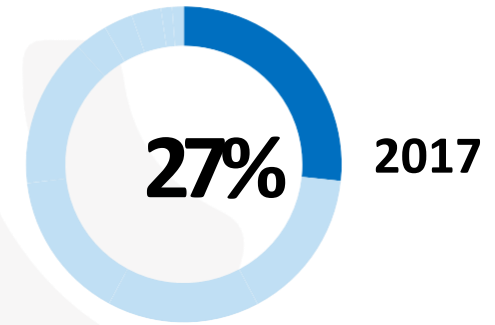
Zonas de producción: Puno, Ayacucho, Arequipa, Cusco, Junín, La Libertad.

Beneficios: valor proteínico.

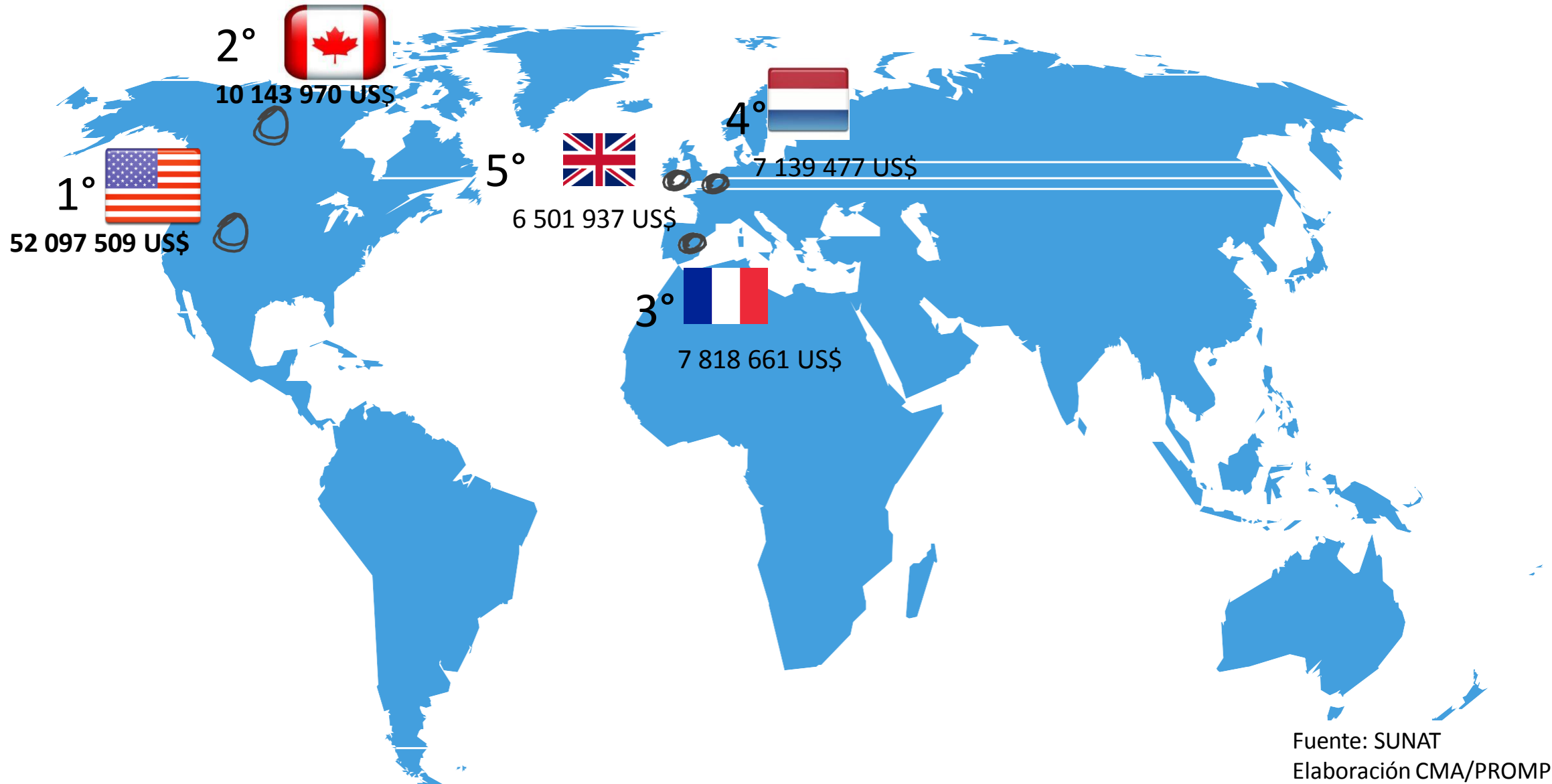
1. Quinua en cifras de exportación



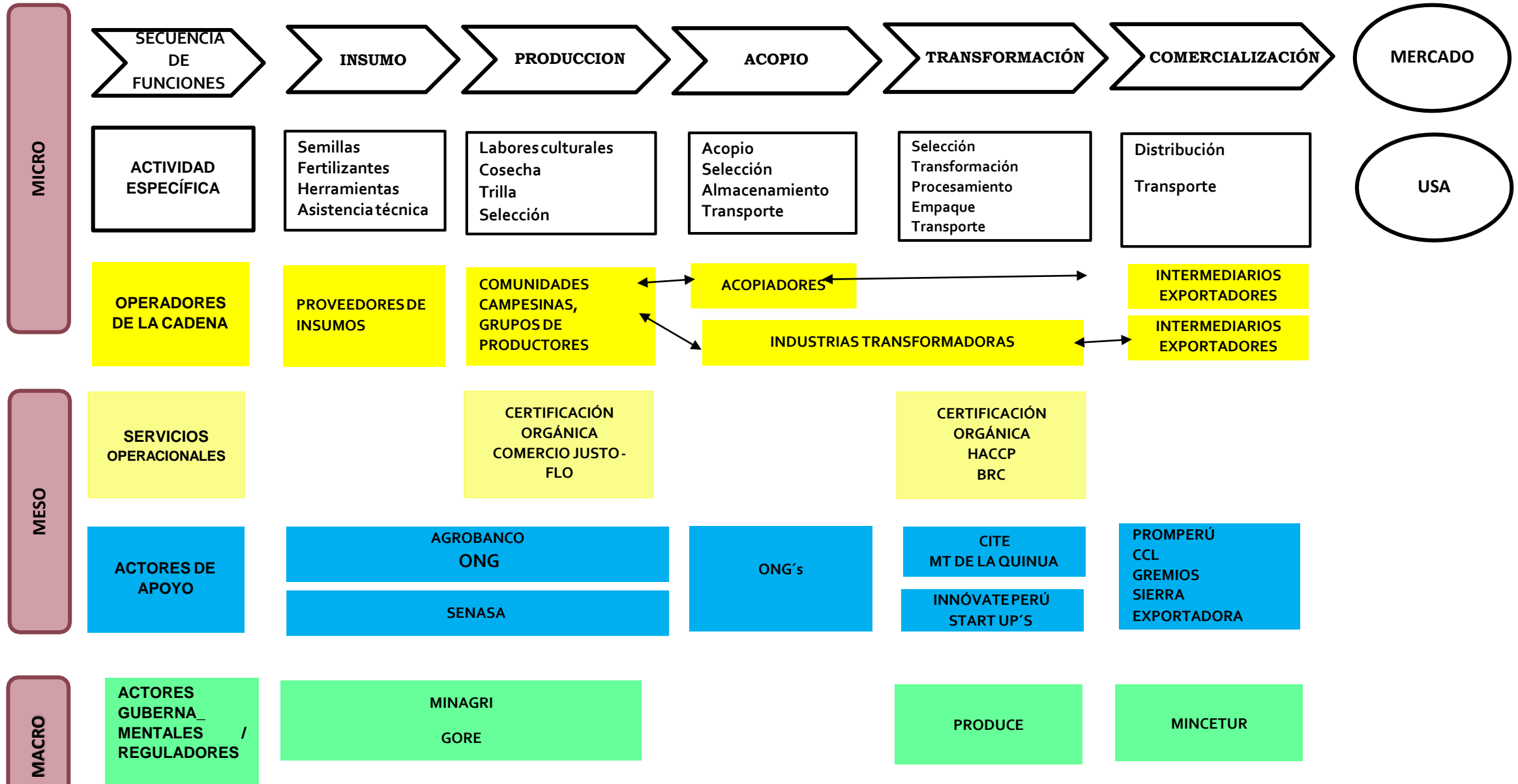
PRESENTACIÓN PRODUCTO 2019 (%)



Principales Mercados para la quinua peruana



Cadena de valor "Quinua perlada en Perú"



LOGROS OBTENIDOS

PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza en Colombia
Cooperación Económica y Desarrollo (SECO)

*CAPACITACIONES EN CADENA DE VALOR
MESA TÉCNICA DE BIOCOMERCIO*



International
Trade
Centre

CONSORCIO DE BIOCOMERCIO

*53 EMPRESAS QUE CUMPLEN CON LOS
PRINCIPIOS DE BIOCOMERCIO*





VISITA A OPERADORES LÓGISTIVO CON LA MESA TÉCNICA DE BIOCOMERCIO.
Nov. 2019

CAPACITACIÓN EN BIOCOMERCIO – CONSEJERA NACIONAL DE COMERCIO JUSTO

Nov. 2019





EVALUACIÓN A DESARROLLO INTEGRAL ANDINO EN CHUMBIVILCAS

Nov. 2018



CAPACITACIÓN EN BIOCOMERCIO – TINGO MARÍA
Feb. 2019

Insunus
Específicos

PRODUCCION

ALOPPIO

PROCESO

MERCADO NACIONAL

- Labores culturales
- Abonamiento
- Manejo de Plaga
- embolsado
- cosecha

- TRANSPORTE
- SELECCION
- DESMANE

- CLOSTEADO
- TRATAMIENTO
- CICATRIZACION
- CLASIFICACION
- BELLADO

- EMPACADO
- PALETIZADO

*6

1

2

5

- ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES
- INTERMEDIARI

- ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES

- BROKER

OPERADORE DE CADENA

3

4

5

PROCOMPITE

- HACCP
- BPA (BUENAS PRACTICAS AGRICOLAS)
- PROCOMPITE

PROCOMPITE

COMUNICACION TECNICA MERCADO JUSTO COMPITE

*5

AGROBANCO AGENCIA AGRARIA MUNICIPALIDADES MERCADO

- CITE
- DEVIDA
- UNAS
- INNOVATE

- MESA TECNICA PLATANO
- SIERRA Y SELVA EXP.
- PROM PERU

TU LIBERTAD VALE MÁS
EL TRÁFICO DE DROGAS SE CASTIGA



CAPACITACIÓN EN BIOCOMERCIO – AREQUIPA
Mayo. 2019



VISITA EMPRESA ALGARROBOS ORGÁNICOS – DIRCETUR PIURA

Agosto. 2019



TALLER CADENA DE VALOR

DIRCETUR
SGDE.MP
MORROPÓN

PIURA,
Agosto 2019

Cadena de Valor de

La Pulpa

Camu Camu

SECUENCIA DE FUNCIONES

INSUMOS ESPECÍFICOS

Producción

ACOPIO

Transformación

COMERCIALIZACIÓN

Mercado

ACTIVIDADES

Operadores de la Cadena

Servicios Operacionales

Actores de Apoyo

Actores gubernamentales reguladores

FORTALEZAS

EXISTENCIA DE SUELOS INUNDABLES

INTERÉS DE LOS PRODUCTORES

DEMANDA DEL PRODUCTO POR SUS BENEFICIOS(URC)

EXISTENCIA DE UN PAQUETE TECNOLÓGICO

DRAU
AGROALUD ONB
TERRANOVA
Cooperación Internacional

CUELLOS DE BOTELLA

TEMPORALIDAD LEGAL DE LOS PREDIOS (1 año)

PARTICIPACIÓN DE LOS PRODUCTORES EN DIVERSAS ORG. COMO SODO HÁBIL. (1 x 4)

POCA PRODUCCIÓN POR SEGUN TEMPORADAS

VARIABILIDAD DEL PRECIO (TRANSGENIANO)

ADAPTACIÓN Y APLICACIÓN CON TEC. AGROECOLÓGICAS

FINANCIAMIENTO

Villa Andina
MINCETUR

INICIATIVA DE MEJORA

RESOLUCIÓN DE LAS AUTORIDADES PERTINENTES (ANADRAU, MINAGRI) (6 o 10 años...)

FORTALECIMIENTO Asociatividad - BSA (Capacitar, organizar, planificar, implementar, evaluar, promover)

CONSOLIDACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA PARA SU PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

CAMPANIAS DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE COSTOS DE PRODUCCIÓN.

NUEVAS INVESTIGACIONES (IIRAP, INIA, SENASA, DRAU)

PROYECTOS CON FINES DE ASIST. TÉCNICA PARA LA COSECHA Y POCOSECHA

**Para mayor
información**



<https://aulavirtual.promperu.gob.pe/>

**#YOME
QUEDO
ENCASA**



GRACIAS

CMALDONADO@PROMPERU.GOB.PE

WWW.PROMPERU.COM.PE