



Oportunidades comerciales para los productos del Biocomercio

Caridad Maldonado A.

Especialista en Comercio Sostenible
Dirección de Promoción de las Exportaciones -
PROMPERÚ

BioComercio

“ Actividades relacionadas con la recolección o producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad (recursos genéticos, especies y ecosistemas) de acuerdo con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica”

UNCTAD (2004)



Objetivo

Difundir las oportunidades comerciales para los productos derivados de la biodiversidad nativa

Contenido

I. Tendencias

II. Marco jurídico vinculado al BioComercio

III. El modelo del BioComercio

IV. Potencial del BioComercio en los mercados globales

V. Sello Nacional BioComercio Perú



I. Tendencias



Empoderamiento del consumidor

61%
de los consumidores
chinos dicen **que ser
transparentes** sobre el
producto y la información
de producción **mejora sus
impresiones de una
empresa/marca**

*Base: China: 1200 usuarios de Internet de 18 a 59 años
Fuente: [KuRunData/Mintel](#), mayo de 2021*

CULTURA 
SOSTENIBLE



control en las decisiones de compra

"Más allá de la salud, buscamos opciones más personalizadas para satisfacer nuestros deseos de alimentos y bebidas en cuanto a gusto, estilo de vida y necesidades de conveniencia".

David Faulkner

Conciencia de la existencia de la biodiversidad

78%
de los consumidores en Francia, UK, Alemania, Brasil dicen haber oído acerca de la biodiversidad durante el 2020.

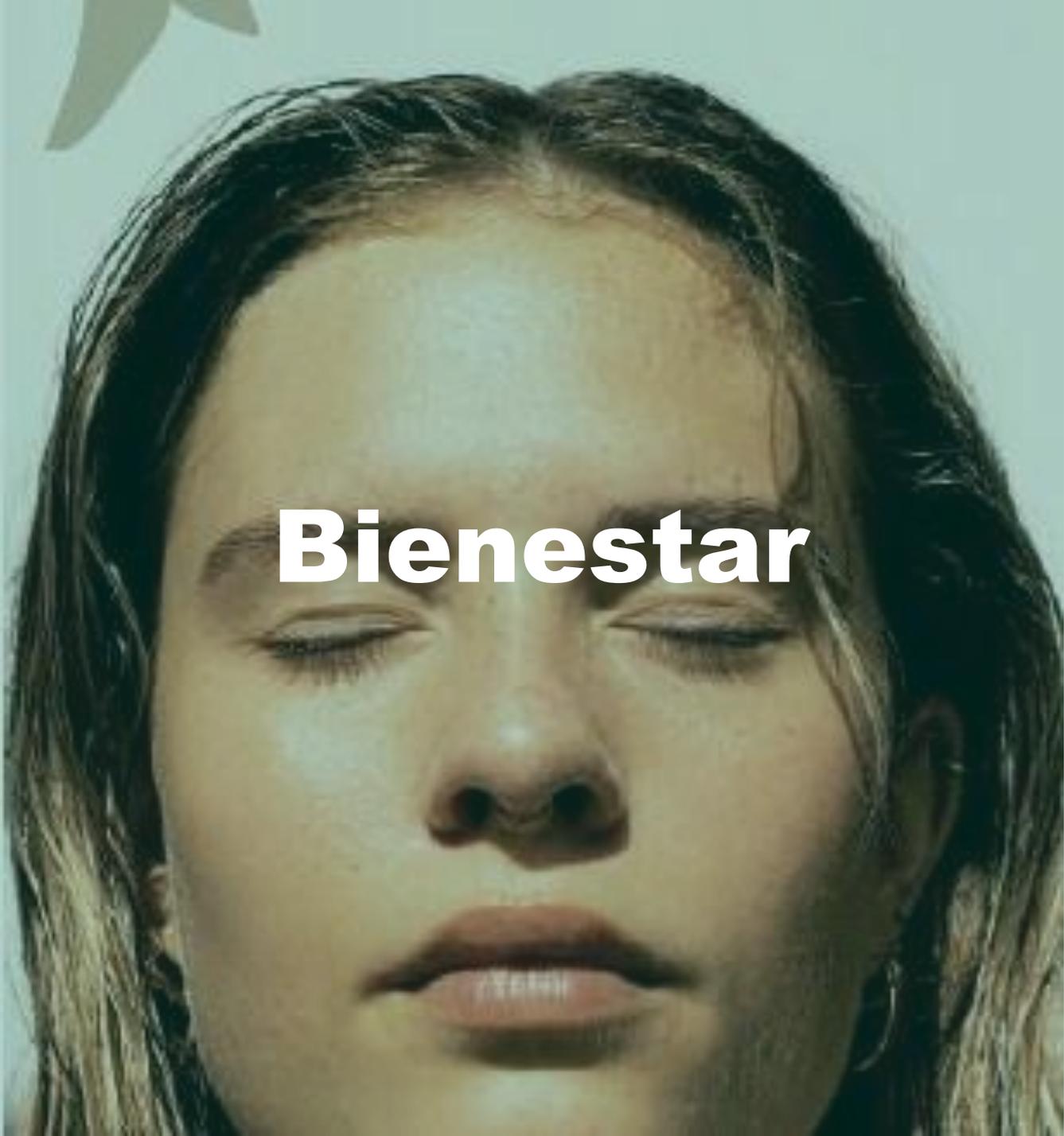
Base: 6000 usuarios en 2020

Fuente: <http://www.biodiversitybarometer.org/>

A close-up photograph of a purple flower with several petals, set against a blurred green background. The text 'Meta 1 de Aichi' is overlaid on the flower in white.

Meta 1 de Aichi

Para 2020,
a más tardar, la gente
está
consciente de los
valores de
la biodiversidad y los
pasos
pueden tomar para
conservar
y usarlo de manera
sostenible.



Bienestar

77%
de los consumidores en **16 países** se sienten bien
adquiriendo **productos responsables** con las
personas y el
medioambiente

Fuente: <http://www.biodiversitybarometer.org/>

En medio de una crisis de salud global, muchos consumidores querrán sentirse más en **control de su bienestar en 2022.**

Más consumidores buscarán orientación y productos que les ayuden a alcanzar sus objetivos de **comer sano y controlar su peso .**

CANDELA



Productos / Aceites

/ Aceite de Castaña Amazónica Orgánico 250ml



[ir página](#)

<https://clients.mintel.com/trend/what-the-2022-consumer-trends-mean-for-food-and-drink>



" Mirando a través de los cinco principales mercados europeos , alrededor de un tercio de los consumidores de chocolate han dejado de comprar chocolate de una marca que no trata a sus agricultores/trabajadores de manera ética"

Marcia Mogelonsky, directora de Insight, Mintel Food & Drink



Transparencia

Qué información desea ver en el empaque?

Primero, la lista de **ingredientes** del producto; segundo, los **orígenes** de los ingredientes; y tercero, el **impacto** sobre la biodiversidad.

Fuente: <http://www.biodiversitybarometer.org/>

Ahora: los consumidores quieren transparencia en las categorías y declaraciones de alimentos y bebidas

29%

de los consumidores brasileños se animarían a escanear un código QR en un paquete si proporciona más detalles sobre el producto/marca

48%

de los consumidores del Reino Unido dicen que el brote de COVID-19/coronavirus ha hecho que sea más importante comprar productos agrícolas británicos

88%

de los compradores de comestibles de EE . UU. dicen que la información nutricional clara (p. ej., calorías, contenido de azúcar) es importante en los envases de alimentos

Base: Brasil: 750 usuarios de Internet mayores de 16 años, abril de 2021; Reino Unido: 2000 usuarios de Internet mayores de 16 años, marzo de 2021; EE. UU.: 1916 usuarios de Internet mayores de 18 años que son responsables de la compra de alimentos/bebidas, marzo de 2021

Fuente: Perfiles de Kantar/Mintel



Redes sociales, Generación Z y Millenials

El 48 % de los
consumidores
comparten sus buenas
acciones

Búsquedas Google

Sostenible	+20%
Ecosistem	+7.8%
a Ético	+9.2%
Cosmética limpia	25.5%
Cosmética verde	20.4%
Biodiversidad	+0.8%

*Fuente: Spate U.S. Google Search from Jan-Sep 2020
vs. Jan-Sep 2019*



Existe interés por la **investigación** y el **desarrollo** basados en la biodiversidad por lo que el cumplimiento del **Protocolo de Nagoya** es imperativo en el Perú.



**EN 2025,
SE PUEDE
ESPERAR:**



La filosofía de negocios ética y con propósito llegará a su punto más alto.



Crecimiento rápido y general de la economía de segunda mano.



Las marcas priorizarán a las personas y el planeta sobre la rentabilidad.



Se dará mayor valor a las luchas interiores que a las apariencias exteriores.



Crece el mercado de bienes de lujo, ya que los consumidores preferirán bienes sostenibles que duren más.



Los servicios de la economía compartida seguirán evolucionando, y trascenderán de los beneficios económicos a los beneficios sociales y ambientales.

Fuente: Mintel 2020

II. Marco jurídico vinculado al BioComercio

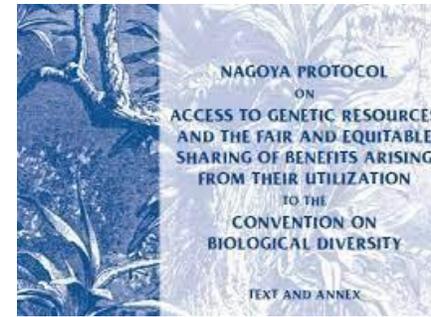
Marco internacional



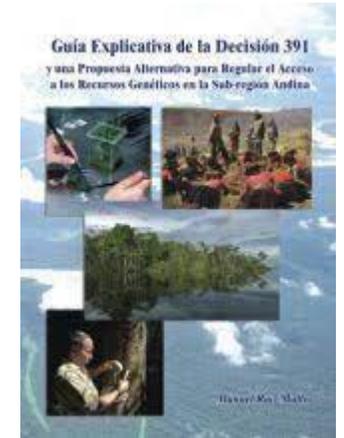
1993



2002



2014

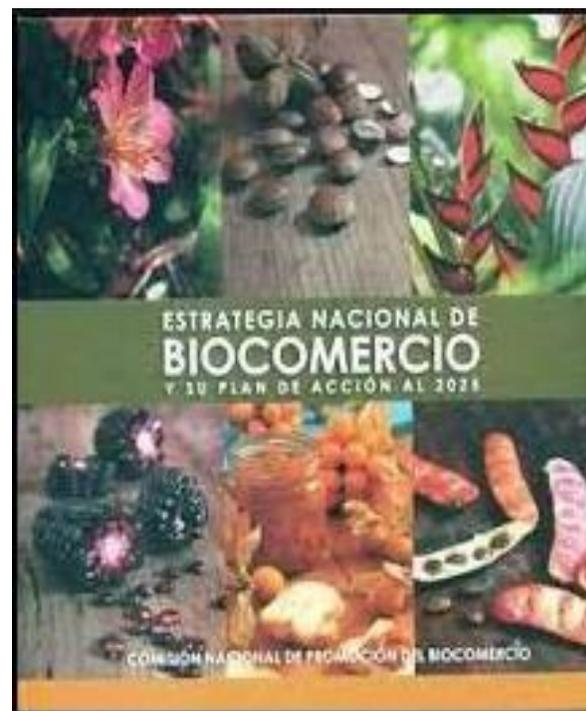


Decisión 391
1996

Marco nacional

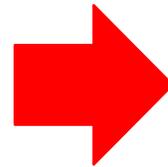


- Protección de la **biodiversidad**
- Desarrollo competitivo, inclusivo y sostenible



1. Políticas y marco normativo para la promoción e implementación del **Biocomercio**;
2. Institucionalidad relacionada al Biocomercio;
3. Desarrollo de oferta;
4. **Investigación, desarrollo e innovación**;
5. Desarrollo de mercados;
6. Gestión del conocimiento; y
7. Monitoreo y evaluación.

Estrategia Nacional de BioComercio



PILARES

- 1
Internacionalización de la empresas
y diversificación de mercados
- 2
Desarrollo de la oferta exportable
diversificada, competitiva y
sostenible
- 3
Facilitación del comercio exterior y
eficiencia de la cadena logística
internacional
- 4
Generación de capacidades para la
internacionalización y consolidación
de una cultura exportadora



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Marco nacional

- Ley N° 27811, que establece el régimen de protección de los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas vinculados a los recursos biológicos, publicada el 10 de agosto de 2002.
- DS N° 003-2009-MINAM, que ratifica la aprobación del Reglamento de Acceso a los Recursos Genéticos, publicado el 7 de febrero de 2009.
- DS N° 018-2015-MINAGRI, publicado el 30 de septiembre de 2015, aprueba el Reglamento de Gestión Forestal, que incluye la regulación del acceso genético de las especies de flora silvestre.
- DS N° 019-2015-MINAGRI, publicado el 30 de septiembre de 2015, aprueba el Reglamento para la Gestión de la Fauna Silvestre, que incluye la regulación del acceso genético de las especies de la fauna silvestre.



Comisión Nacional de Promoción del BioComercio



Comisión Nacional contra la Biopiratería



III. El modelo del BioComercio

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



Enfoques



Cadena de valor

El fortalecimiento de las cadenas de valor es un elemento esencial para facilitar las buenas prácticas relacionadas con el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad y para promover la distribución equitativa de los beneficios ambientales, sociales y económicos entre sus socios.

Manejo adaptativo

Contribuye a la implementación de prácticas sostenibles, a identificación de impactos sobre especies y ecosistemas y la mejora continua de las iniciativas de BioComercio.

Ecosistémico

Integra aspectos ecológicos y sociales, garantiza que las iniciativas serán ambiental y socialmente responsables con respecto a su impacto en especies, hábitats, ecosistemas y comunidades locales

Medios de vida sostenibles

Mejorar la comprensión y el desarrollo de actividades que contribuyen a sostener los medios de vida, en particular de la población pobre y vulnerable.

Iniciativa de BioComercio de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

Análisis estándar:

"Principios y Criterios de BioComercio de la UNCTAD (2020) para los productos y servicios basados en la biodiversidad terrestre, aviar, marina y otra biodiversidad acuática" (2018 – 2020)

-Refleja las experiencias acumuladas

-Nuevos contextos:

Especies marinas, costeras, ecosistemas y turismo

Objetivo: Contribuir a la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad mediante la promoción del comercio y la inversión en productos y servicios de BioComercio.



UNCTAD BioTrade Initiative

BioTrade Principles and Criteria

for terrestrial, marine and other aquatic
biodiversity-based products and services



Principales modificaciones del estándar

Tabla 1: Marco conceptual del BioComercio: mandatos, Principios y enfoques de la UNCTAD de 2020



Adaptado de UNCTAD, 2007

Blue BioTrade:
Harnessing Marine Trade to Support
Ecological Sustainability and Economic Equity

“Mejorar la comprensión y el desarrollo de actividades que contribuyen a sostener los medios de vida, en particular de la población pobre y vulnerable”

IV. Potencial del BioComercio en los mercados globales

Perú



En los Andes, **8 355** lagunas son de origen glaciar.



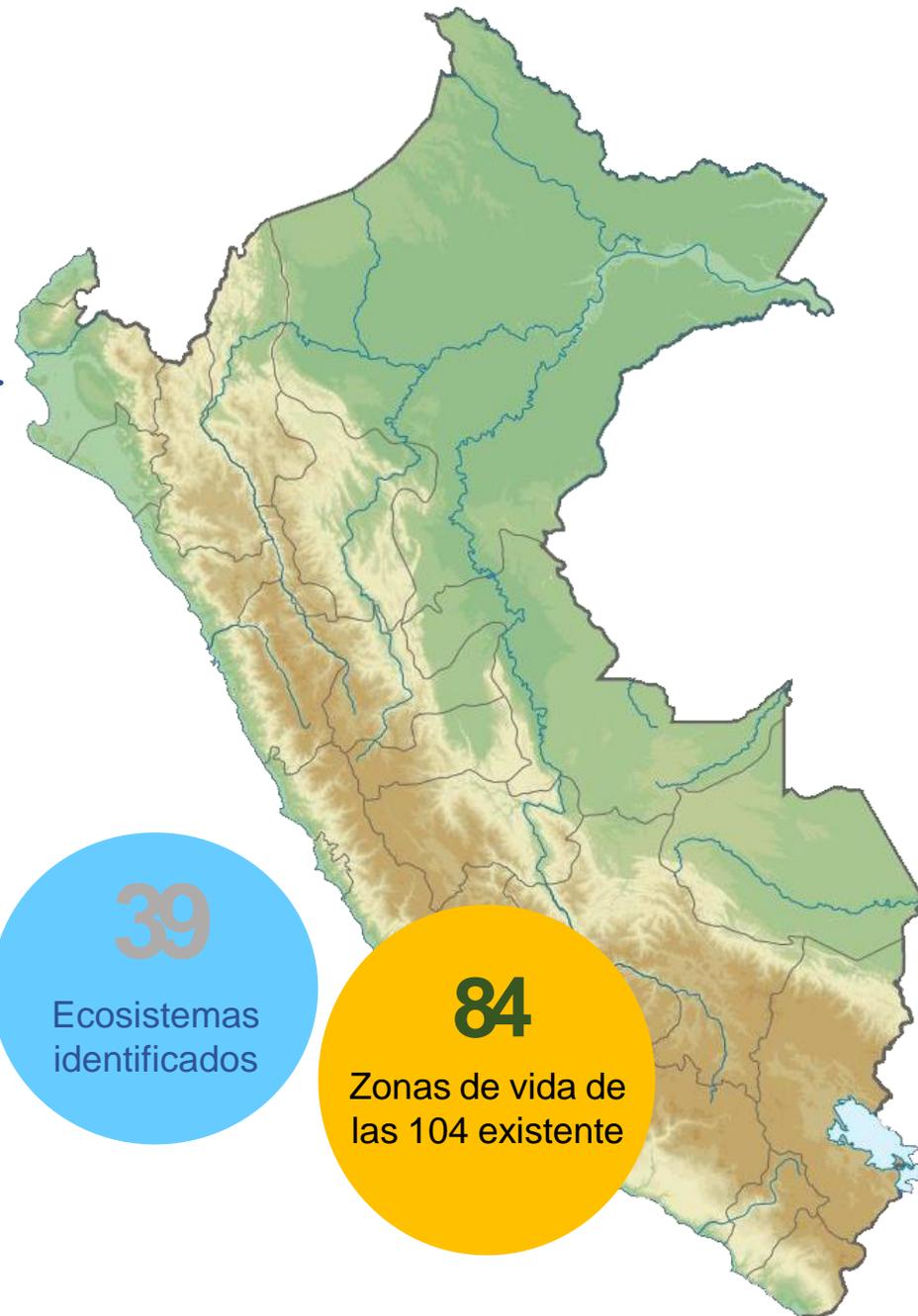
159 cuencas hidrográficas (ríos, lagos y lagunas) de las vertientes del Atlántico, Pacífico y Titicaca.



18 cordilleras, que albergan el **71 %** de los glaciales tropicales del mundo.



27 390 cuerpos de agua lénticos (lagos, lagunas y cochas) de más de **5 000 m²** de superficie.



39
Ecosistemas identificados

84
Zonas de vida de las 104 existente

Aprovechamiento sostenible



Algunas especies de flora de importancia comercial:

Tara
Castaña
Camu camu
Aguaje



Especies de fauna de importancia comercial:

Vicuña
Taricaya
Sajino y huangana
Aves guaneras

El Santuario Nacional Los Manglares de Tumbes es uno de los sitios más importantes de la Costa del Pacífico americano para las aves playeras migratorias con 85000 ejemplares estimados en el 2014.

Entre El Ñuro (Piura) y Punta Sal (Tumbes) se encuentra el área de mar tropical más Importante del Perú por su diversidad de recursos hidrobiológicos.

Perú

Ránking de la biodiversidad



1er país en diversidad de mariposas diurnas, con **4 447** especies.



3ro en aves, con **1 857** especies.



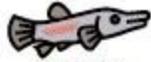
3ro en anfibios, con **622** especies.



4to en mamíferos, con **559** especies.



Entre los 10 países con mayor riqueza de reptiles del mundo, con **469** especies.



Total de peces
2 231

Nuestros ríos, lagos y lagunas albergan **1 141** especies de peces, y nuestros mares **1 090** especies.

5 738 especies de vertebrados



Gran riqueza de especies de plantas con flores, que suman **19 147** especies, de ellas **7 590** endémicas.



1 800 microalgas en aguas continentales y **602** especies de algas marinas.



más de **2 700** especies de orquídeas, de ellas **800** endémicas.



10 de las **19** especies de "cedros" se distribuyen en el Perú y **4** están exclusivamente en nuestros bosques.



- En el Perú existe la mayor diversidad de papas nativas, con más de **4 000** variedades.
- Hace más de **7 000** años los antiguos pobladores comenzaron la domesticación de la papa alrededor del lago Titicaca.
- Existen **98** especies silvestres y **7** especies domesticadas de papa.
- Está entre los cuatro cultivos más importantes para la alimentación mundial.



52 razas de maíz.



24 razas de quinua.



Perú, principal centro de origen y diversificación de los ajíes en el mundo.

184 especies de plantas nativas cultivadas

Productos de la biodiversidad nativa con importancia exportadora

Aguaje
Achiote
Aguaymanto
Ají amarillo
Algarrobo
Arracacha
Barbasco
Caigua
Camu Camu
Chirimoya
Chancapiedra
Chuchuhuasi
Cocona

Copaiba
Cacao nativo
Cañihua
Kiwicha
Granadilla
Guanábana
Huito
Lúcuma
Maracuyá
Maíz Gigante del Cusco
Maíz Morado
Nueces del Brasil

Mashua
Molle
Muña
Pasuchaca
Sangre de Grado
Uña de gato
Yacón
Hercampuri
Huanarpo macho
Maca
Quinoa
Sacha Inchi

Sectores del BioComercio

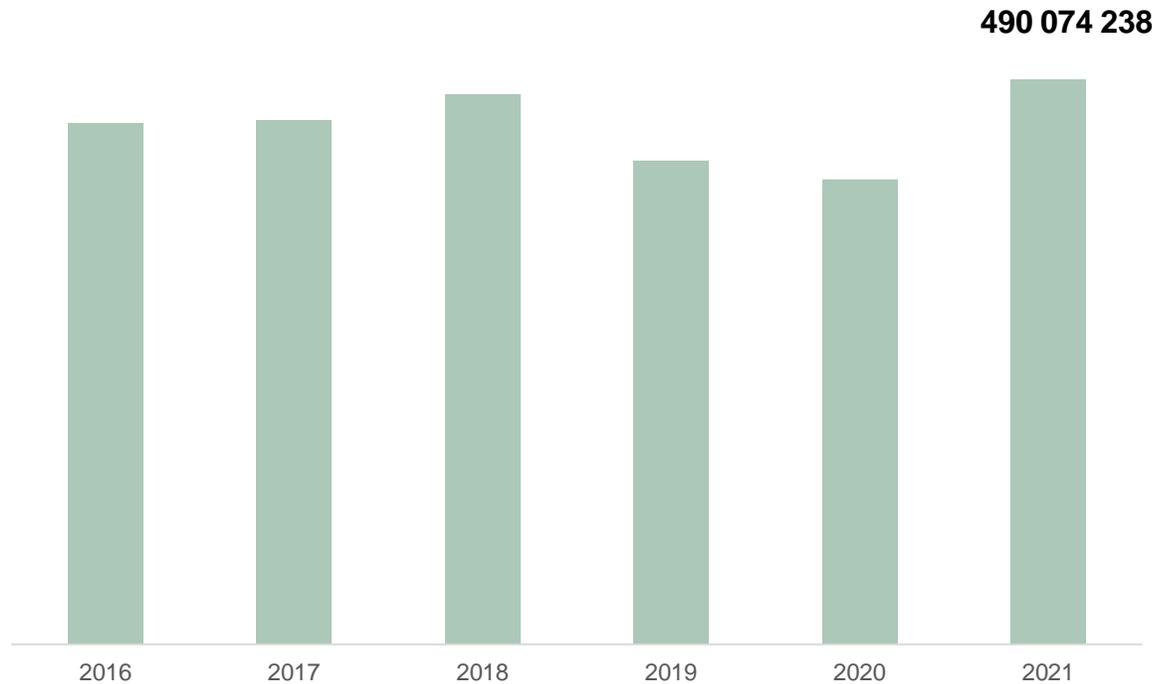
- Cuidado personal
- Productos farmacéuticos / fitofármacos
- Alimentación
- Moda
- Flora y fauna ornamental
- Artesanías
- Textiles y fibras naturales
- Turismo sostenible
- Actividades de crédito de carbono basadas en la silvicultura (o bien, basadas en proyectos forestales)



Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa



Periodo 2016 -2021*, valor FOB



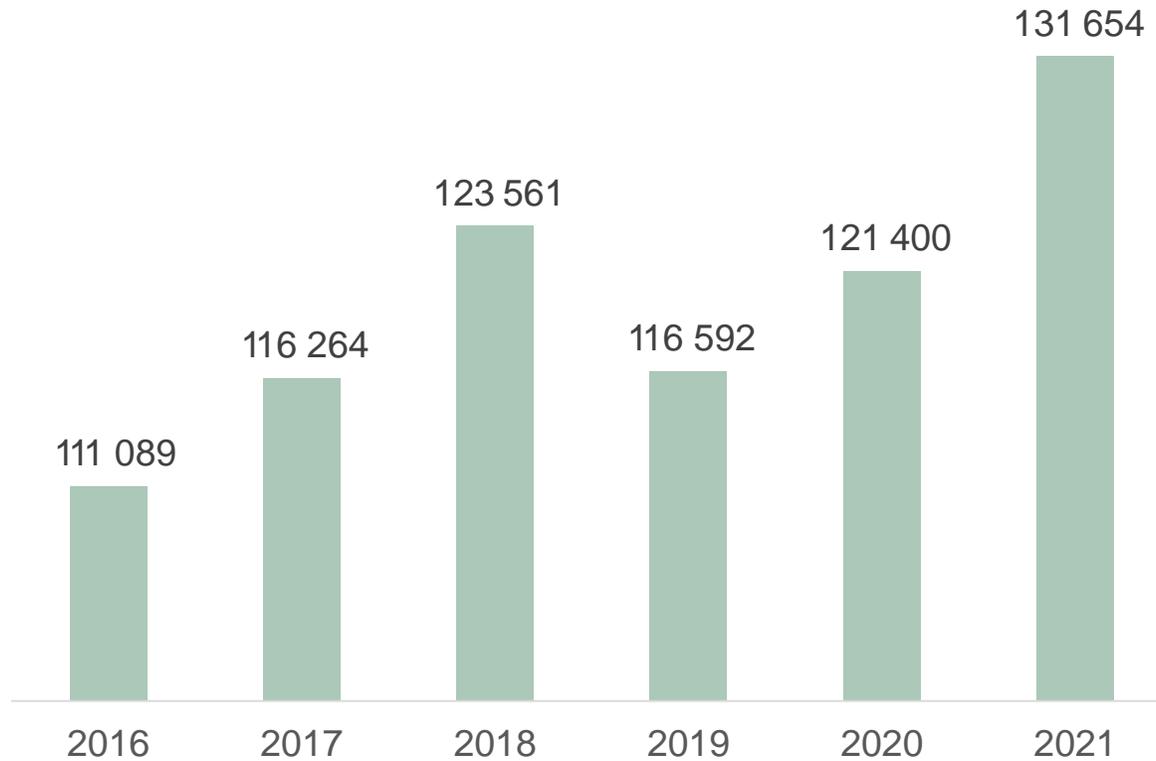
Durante el **2021** las exportaciones de los productos de la biodiversidad nativa alcanzaron **US\$ 490 074 238.**

Tasa de crecimiento: **+ 19.7%** con relación al 2020.

Tasa de crecimiento de **8.3%** con relación al 2016.

Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa

Periodo 2016 -2021*, valor TM



Durante el **2021** las exportaciones de los productos de la biodiversidad nativa alcanzaron **131 654** TM.

Tasa de crecimiento: **+ 8.4%** con relación al 2020.

Tasa de crecimiento de **+18.5 %** con relación al 2016.

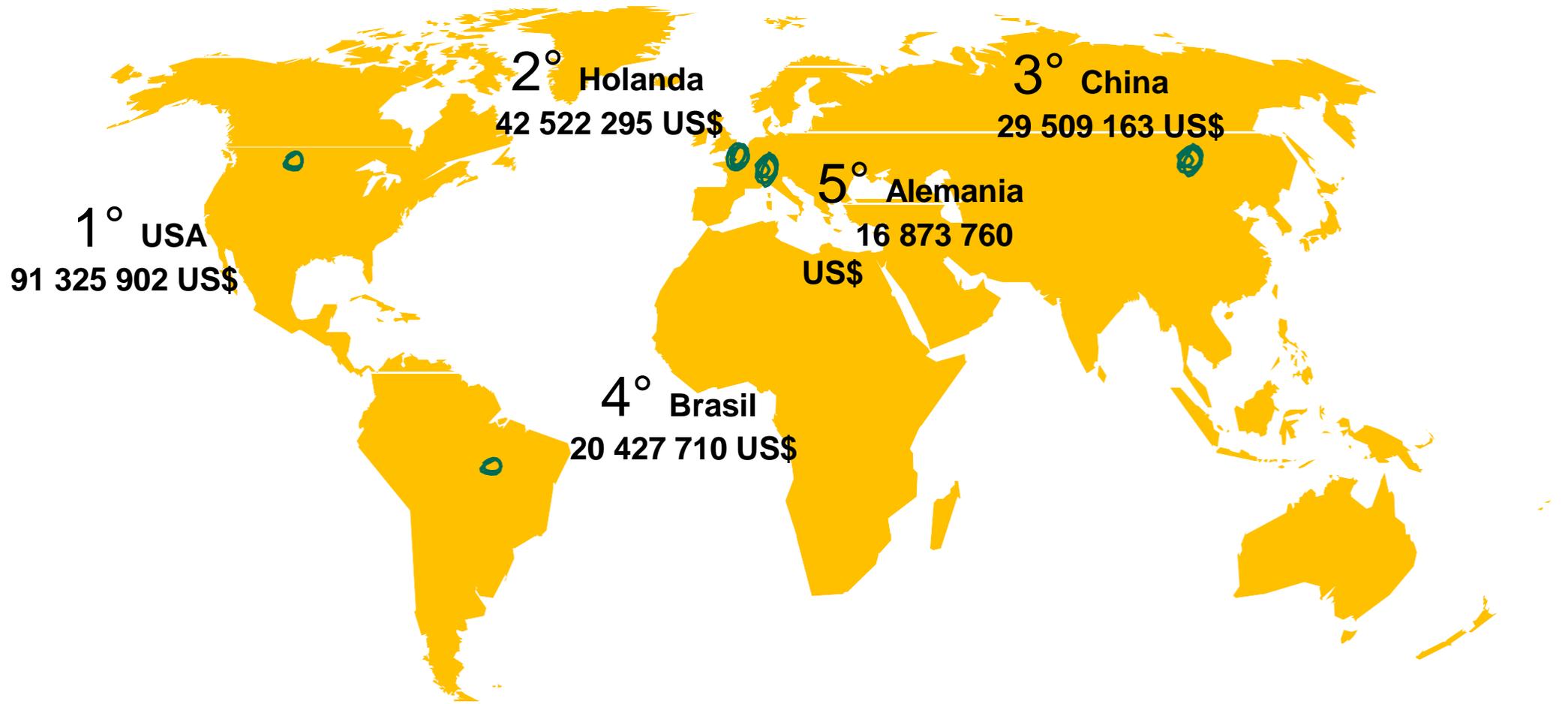
Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa



Periodo 2016 -2021*, valor TM

PRODUCTO	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1. Quinoa	128 813 323	132 519 021	132 600 133	144 542 137	132 089 647	113 990 017
2. Tara	42 328 864	45 378 533	51 193 219	44 669 869	49 660 831	107 890 026
3. Cochinilla	116 317 239	105 676 870	101 597 760	82 686 598	78 033 587	91 486 503
4. Nueces del Brasil	41 333 305	48 056 916	66 986 753	34 772 734	29 973 383	49 834 769
5. Maracuyá	54 469 514	47 326 960	44 556 130	49 388 152	42 533 359	46 723 814
6. Maca	18 921 061	14 542 387	13 371 006	15 006 895	19 435 088	25 024 528
7. Achiote	15 769 867	25 072 224	20 158 387	14 781 596	14 134 250	14 515 483
8. Sacha Inchi	4 168 944	9 318 549	17 519 215	4 498 077	6 804 642	6 048 945
9. Ají amarillo	3 594 645	3 741 098	4 256 080	4 320 707	4 651 752	5 206 776
10. Aguaymanto	3 275 603	3 472 443	4 668 224	3 411 035	2 656 329	4 241 100
11 . Otros	23 277 375	20 140 812	20 150 144	21 325 711	22 566 178	25 403 272
TOTAL	452 269 746	455 245 818	477 057 057	419 403 516	403 034 574	490 074 238

Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa



*Periodo enero-agosto

Principales presentaciones

Quinua:

113M 53783
 FOB USD Peso neto TN

Cuidado personal

254K 89
 FOB USD Peso neto TN

Comestibles



Cuidado personal



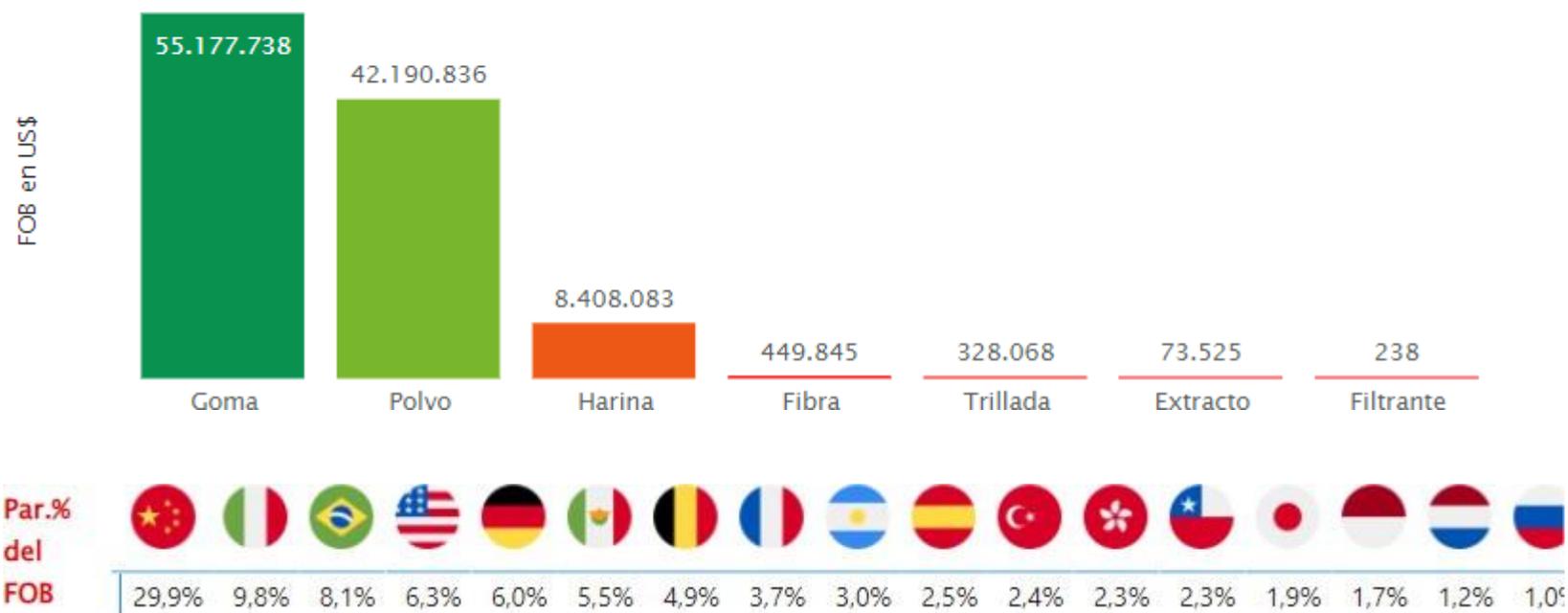
Par.% del FOB



Principales presentaciones

 108M  34304
 FOB USD Peso neto TN

Tara:



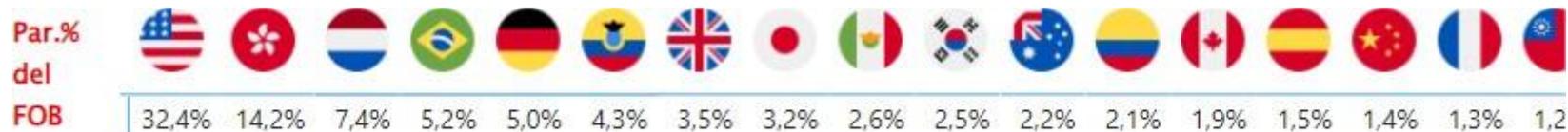
Principales presentaciones

Maca:



 25.0M
 FOB USD

 3146
 Peso neto TN



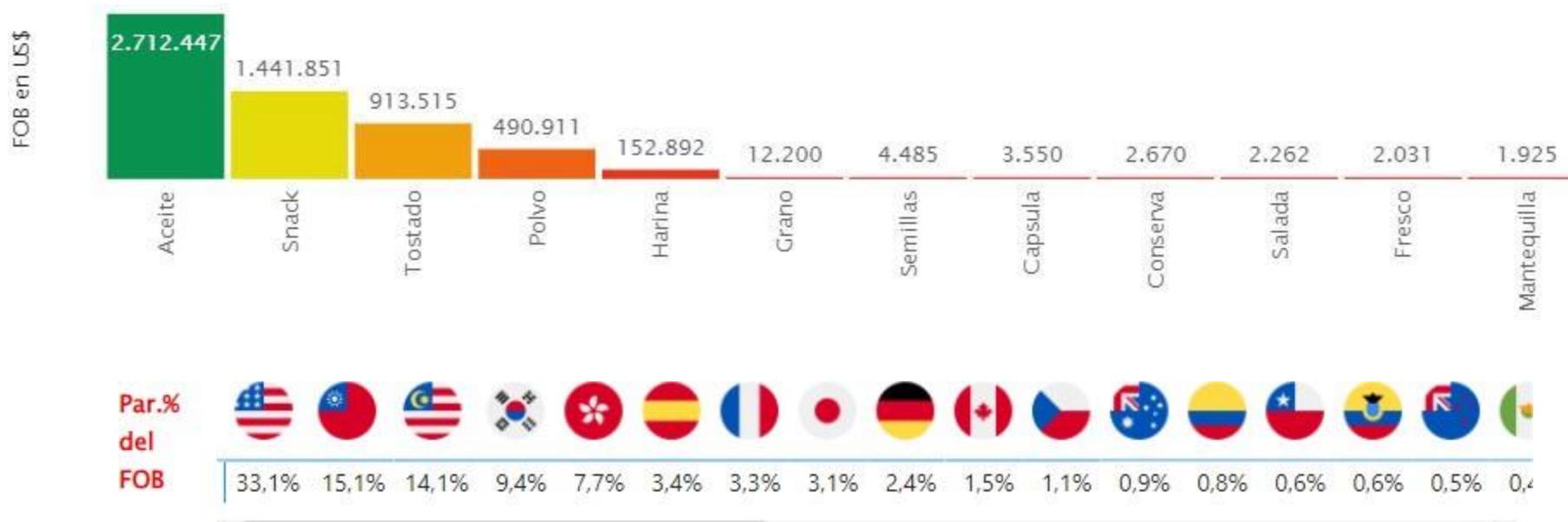
Principales presentaciones

Sacha Inchi:



6.0M
FOB USD

499
Peso neto TN



V. Sello Nacional BioComercio Perú

Procedimiento de la evaluación



Proceso de evaluación a iniciativas

Etapa de solicitud de evaluación

Solicitud de Evaluación / Renovación

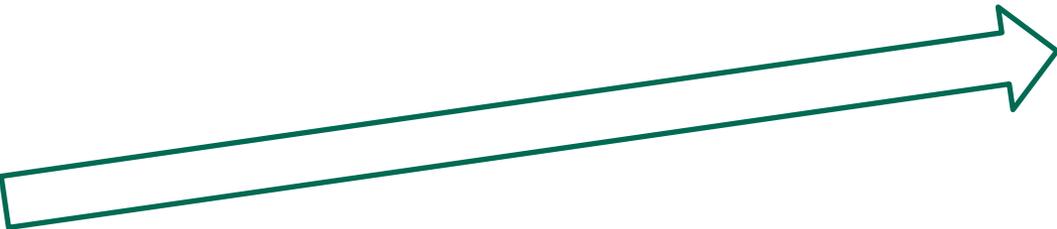
Oficio de solicitud de Evaluación / Renovación, obtención del Sello de BioComercio.

ANEXO A: Declaración Jurada. Confirma el cumplimiento con los **criterios mínimos** del BioComercio; consta de 9 puntos.

ANEXO B: Requisitos de Participación. Son 11 requisitos donde los puntos A, B, D y H son obligatorios. La información que contiene es referida a la empresa; es decir, si tiene registro público, RUC vigente, si está comprometida con el cumplimiento de los P&C de BioComercio, entre otros.

***ANEXO C: Autodiagnóstico Empresarial.** Datos generales de la empresa, información de las actividades y su ámbito de acción, así como datos específicos de la cadena de valor. Incluye datos del impacto socioambiental, permitiendo conocer el perfil de la organización.

* El Anexo C es requerido en la Solicitud de Renovación.



(Lugar), (día) de (mes) de 2021

Señor

MARIO OCHARAN CASABONA

DIRECTOR DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES
PROMPERU

Calle Uno Oeste N° 50 Urb. Córpac – San Isidro, Lima

Presente.-

Asunto: Solicitud de Evaluación en el cumplimiento de los Principios y Criterios de BioComercio, para la obtención del Logo de Biocomercio Perú de la empresa

.....

Es un gusto saludarlo, como representante de la empresa.....
con RUC, me dirijo a usted a fin de solicitar a su
representada la autorización para iniciar el proceso de evaluación de
BioComercio, para el uso del Logo, con el producto (elegir
un producto de la biodiversidad nativa).

Para ello se adjuntan los siguientes anexos:

ANEXO A Declaración jurada

ANEXO B Requisito de participación

ANEXO C Autodiagnóstico empresarial

Atentamente,

Nombre y Apellidos
Gerente General

(Lugar), (día) de (mes) de 2021

Señor

MARIO OCHARAN CASABONA

DIRECTOR DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES
PROMPERU

Calle Uno Oeste No 50 Urb. Córpac – San Isidro, Lima

Presente.-

Asunto: Solicitud de Renovación del uso del Logo de BioComercio Perú de la empresa.....

Es un gusto saludarlo, como representante de la empresa
con RUC, la cual después de trascurrido dos años de
haber obtenido el Logo de BioComercio Perú, a partir de la evaluación en el
cumplimiento de los Principios y Criterios de BioComercio, me dirijo a usted a fin
de solicitar a su representada la autorización para iniciar el proceso de
renovación de uso del Logo, con el producto.....

Para ello se adjuntan el siguiente anexo:

ANEXO C: Autodiagnóstico empresarial

Atentamente,

Nombre y Apellidos
Gerente General

ANEXO A

DECLARACIÓN JURADA DE CUMPLIMIENTO DE CRITERIOS MÍNIMOS DEL BIOCOMERCIO

Nombre y Apellidos		DNI	
Razón Social		RUC	

Para el BioComercio, todas las actividades relacionadas deben cumplir un conjunto mínimo de requisitos de elegibilidad, como se muestra a continuación. El presente documento deberá ser completado por el representante legal de la organización.

A continuación, marcar según el cumplimiento de su empresa, las siguientes opciones:

Nº	Actividades terrestres de BioComercio	Cumple	Observación
1	La actividad se centra en el uso de la biodiversidad	<input type="checkbox"/>	
2	La actividad no incluye la extracción de minerales, como arenas, ni la extracción de metales, petróleo y gas o la generación de energía;	<input type="checkbox"/>	
3	La actividad no tiene por objeto utilizar o desarrollar organismos genéticamente modificados;	<input type="checkbox"/>	
4	La actividad no introduce especies invasoras, ni tampoco utiliza ni fomenta el uso de dichas especies, a menos que sea para controlar la población o mitigar sus impactos negativos en los ecosistemas locales; Las especies invasoras son especies animales o vegetales no nativas de un lugar o región que son capaces de amenazar los ecosistemas, especies, la salud pública y a las actividades productivas (ver más en ¿Especies exóticas invasoras? Conoce el caso de la fiebre europea en el Perú y contribuye a las acciones para su control Ministerio del Ambiente minam.gob.pe)	<input type="checkbox"/>	

5	La actividad no recoge, cosecha, utiliza, perturba o amenaza de otro modo a las especies en peligro de extinción, incluidas en el Apéndice I de la CITES (Apéndices I CITES) https://www.minam.gob.pe/simposio-peruano-de-especies-cites/wp-content/uploads/sites/157/2018/08/Lista-FLORA-CITES-FINAL.pdf	<input type="checkbox"/>	
6	La actividad no contribuye a la degradación o transformación de los ecosistemas, como por ejemplo, actividades <u>de deforestación</u> de los bosques primarios	<input type="checkbox"/>	
7	La actividad no utiliza agroquímicos prohibidos por SENASA según convenios internacionales (ver Plaguicidas Restringidos y Prohibidos en el Perú (senasa.gob.pe))	<input type="checkbox"/>	
8	Si las actividades se realizan en zonas protegidas o similares, éstas cumplen con los requisitos definidos en los reglamentos, planes, estrategias, o programas aplicables a dichas zonas;	<input type="checkbox"/>	
9	La organización garantiza el respeto de los derechos humanos y evita las transacciones inmorales e ilegales en las operaciones empresariales; y	<input type="checkbox"/>	

Atentamente,

Nombre y Apellidos del representante legal

DNI

Fecha:

(Lugar), (día) de (mes) de 2021

	Herramienta de verificación cumplimiento de principios y criterios de BioComercio - Perú	BIO - F - 03
		Versión 00

ANEXO B
REQUISITOS GENERALES DE PARTICIPACIÓN

(Lugar), (día) de (mes) de 2021

Nombre y Apellidos	DNI
Razón Social	RUC

Estimado participante, se le solicita completar los datos que a continuación se señalan, revisando los requisitos de manera exhaustiva. Marcar según el cumplimiento de su empresa, las siguientes opciones.

REQUISITOS	CRITERIO DE EVALUACIÓN		Detalle
	ESTADO	MARQUE	
A La empresa está legalmente constituida, tiene RUC vigente y cumple con los requisitos mínimos legales aplicables a su industria (ejemplo, Registro Público, Licencia de Funcionamiento Municipal, Certificado de Inspección INDECI, Registro Sanitario del Producto, otros).	Cumple con todos los requisitos mínimos legales aplicables a la actividad económica.	3	
	Cumple parcialmente (detalle)	2	
	No cumple con ninguno	1	
B La empresa tiene más de 02 a más años de funcionamiento. Esto aplica a la razón social única u otras derivadas, pero relacionadas a la original.	Sí	2	
	No	1	
C La empresa cuenta con el soporte informático necesario y la suficiente estructura de comunicaciones (teléfono, fax, e-mail)	La empresa cuenta con el soporte informático, tiene estructura de comunicaciones (teléfono, e-mail) y cuenta con un sistema integrado informático del control de sus operaciones.	3	
	La empresa cuenta con el soporte informático y sí tiene estructura de comunicaciones (teléfono, fax, e-mail).	2	

	Herramienta de verificación cumplimiento de principios y criterios de BioComercio - Perú	BIO - F - 03
		Versión 00

	Aunque la empresa no cuenta con el soporte informático básico, sí tiene estructura de comunicaciones (teléfono, fax, e-mail).	1	
D La alta dirección de la empresa se compromete con el cumplimiento de los 7 Principios y Criterios de BioComercio y para ello asigna los recursos y personal necesario para su implementación.	Sí	2	
	No	1	
E La empresa es productora, o productora y comercializadora	Sí	2	
	No	1	
F La empresa tiene un nivel de ventas anuales no menor a los US\$ 12,000.	Sí	2	
	No	1	
G La empresa forma parte de una cadena exportadora.	Exporta de manera directa	3	
	Exporta de manera indirecta	2	
	No ha realizado exportaciones de forma directa o indirecta. Tiene proyectado exportar.	1	
H La empresa tiene cuentas pendientes (económicas y/o documentarias) con PROMPERÚ, con respecto a actividades previamente desarrolladas.	No	3	
	Sí	1	
I La empresa cuenta con al menos dos personas en su equipo de trabajo permanente (no necesariamente en plantilla)	Sí	2	
	No	1	
J La empresa ha identificado a los procesos de trabajo que tiene de manera externa (servicios) y los controla.	Identifica y hace visita de monitoreo a los servicios externos	3	
	Sólo identifica los servicios externos	2	
	No cuenta con servicios externos	1	
	No aplica	NA	
K La empresa tiene un(os) sistema(s) de Gestión de Inocuidad hacia el producto que procesa, tales como BPM, PPR, HACCP, ISO 22000.	Conoce, gestiona y se encuentra certificado	3	
	Conoce y gestiona, pero no está certificado	2	
	No conoce y/o gestiona	1	
TOTAL ALCANZADO			

CONSIDERACIONES

Los requisitos A, B, D y H son de cumplimiento obligatorio. Puntaje mínimo aprobatorio: 25 Puntos

**ANEXO C
AUTO DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL EVALUACIÓN PYC BIOCOMERCIO**

DATOS GENERALES

1. Razón social:
2. Dirección:
3. RUC: Teléfono: Fax:
4. Nombre del Representante:
5. Cargo: Teléfono / Celular: /
6. E-mail:
7. Página web:
8. Valor de venta en Soles (\$) en los últimos tres años:
- | 2019 (\$/.) | 2020 (\$/.) | 2021 (\$/.) |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
9. ¿Qué porcentaje de las ventas está destinada al mercado local y qué porcentaje a la exportación?:
- | 2019 (%) | | 2020 (%) | | 2021 (%) | |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Mercado Local | Exportación | Mercado Local | Exportación | Mercado Local | Exportación |
| <input type="text"/> |
10. Principales canales de venta en porcentaje (%):
- Mercado Convencional:
- Mercado de Productos de BioComercio:
11. Tipo de canales de venta:
- Punto de venta Venta directa Ferias de fin de semana
 Marketplace E-commerce Redes Sociales
12. Tipo de actividad productiva:

Recolector / Agricultor Transformación Primaria Transformación al consumidor

13. Volúmen de producción mensual, y si aplica, porcentaje que representa de su capacidad instalada:

Tipo de producto	Volúmen de producción	Unidad de medida	% de su capacidad instalada
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

14. Generación de empleo

Número de empleados en planilla	
Mujeres	Hombres
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Número de empleados temporales	
Mujeres	Hombres
<input type="text"/>	<input type="text"/>

15. Qué porcentaje (%) de la actividad productiva la realiza en:
- Su empresa: Por servicio de terceros:

16. Lista de contactos nacionales que den referencia acerca de su empresa, vinculada a las siguientes actividades:

Productiva:

Empresa	Contacto	Teléfono	E-mail
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Gremios / Asociaciones:

Gremio, Asociación	Contacto	Teléfono	E-mail
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Comerciales:

Empresa	Contacto	Teléfono	E-mail
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

AUTODIAGNÓSTICO

1. ¿Qué tipo de organización es su empresa?: (favor seleccionar una respuesta)
- 1.1. Organización de productores de base (o de primer piso, donde los productores individuales son asociados)
- 1.2. Organización paraguas de productores (o de segundo piso, o más, donde varias organizaciones de productores de primer piso son asociadas)
- 1.3. Organización privada
2. ¿Conoce la zona de aprovisionamiento de la materia prima?
- | | | |
|----|--------------------------|----------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> | ¿Cómo lo puede evidenciar? |
| No | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
3. ¿Lleva a cabo actividades específicas para conservar o restaurar el ecosistema? Por ejemplo, debe descripción del área de influencia (estudios de suelo y/o agua); descripción de especies y variedades nativas cultivadas, detallando características y requerimientos para su adecuado uso sostenible o una revisión documental de actas, acuerdos y convenios con terceros, a favor de programas de conservación y uso sostenible de la biodiversidad.
- | | | |
|----|--------------------------|----------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> | ¿Cómo lo puede evidenciar? |
| No | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
4. ¿Cuenta con certificación orgánica (vigente o en transición)?
- | | | |
|----|--------------------------|----------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> | ¿Para qué mercado? |
| No | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
5. ¿Tiene alguna certificación adicional a la orgánica (FLO, Fairtrade, UEBT, GlobalGAP, HACCP, BRC, Kosher, otras).
- | | | |
|----|--------------------------|----------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> | ¿Cuáles? |
| No | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
6. ¿Cuenta con planes de capacitación en Buenas Prácticas a proveedores y trabajadores?
- | | | |
|----|--------------------------|----------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> | ¿Cómo lo puede evidenciar? |
| No | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |

Visita a la empresa

I. Revisión de la información presentada en los Anexos A, B y C: Diagnóstico general de la iniciativa empresarial y definición de la categoría bajo la cual será evaluada, teniendo en cuenta dos criterios: **1)** Categoría por sector y; **2)** Categoría por eslabón

II. Envío de la agenda: Especifica detalles de la visita a la empresa, incluyendo los documentos que se deberán tener a mano para ser mostrados al evaluador.

III. Visita de campo:

1. Incluye la entrevista inicial con el gerente general y el representante designado por la empresa.

-Visita área de aprovechamiento (Cultivo, recolección, etc).

-Visita a la planta propia o unidad de procesamiento.

-Si tiene trabajo directo con asociaciones se deberá considerar visita a áreas de recolección / cultivo.

2. Entrevista al eslabón de mayor interrelación.

ANEXO D

AGENDA DE VERIFICACIÓN DE PRINCIPIOS Y CRITERIOS DE BIOCOMERCIO

1. Objetivo

Especificar los detalles de la visita a la empresa, incluyendo los documentos que debe prepararse para ser mostrados al evaluador durante la visita de verificación de P&C de BioComercio.

2. Desarrollo

La visita está dividida en 2 partes:

I. Verificación de la implementación de los principios y criterios de BioComercio (oficina/planta)

Duración aproximada: 2 horas

Asistentes: Representante de la empresa

Temas para tratar:

- Contextualización de concepto de BioComercio
- Revisar la documentación asociada a los soportes ambientales, sociales y económicos.

II. Visita a campo de producción

Duración aproximada: 2 horas

Asistentes: Representante de la empresa / técnico de campo / representante(s) de productores

Temas para tratar:

- Verificar las actividades de campo asociadas a los soportes ambientales, sociales y económicos.

3. Documentación

La verificación de Principios y Criterios de BioComercio se basará en la revisión de sustentos que pueda estar relacionada con las políticas de sostenibilidad ambiental, social y económica. Para ello a continuación se detallan algunos documentos posibles de sustento para cada uno de los principios de bioComercio.

Seleccionar y preparar para la visita, los que le apliquen:

Aspecto ambiental:

Principios 1 y 2: Conservación de biodiversidad y Uso sostenible de biodiversidad

- Copia de documento de certificaciones ambientales vigentes.
- Documento de convenios y/o acuerdos firmados con otros actores, en favor de la conservación y uso sostenible de biodiversidad en el área de aprovisionamiento.
- Mapa de Zonificación; descripción del área de influencia directa, estudios de suelo y/o agua.
- Documento de políticas de criterios de selección de proveedores (recolectores, productores).
- Autorización de transformación primaria de productos forestales no maderable en planta, informes anuales
- Sustento de prácticas de recolección en el área de aprovisionamiento (libro de operaciones forestales, guías de transporte forestal, registro de plantaciones, planes de manejo forestal)

- Plan de Capacitación de buenas prácticas ambientales para los empleados, proveedores o asociados.
- Registros de las sesiones de capacitación dictadas.
- Registro de trazabilidad del producto (ej. Detalle origen del producto por proveedor).
- Gestión ambiental en planta: identificación impactos ambientales, Plan de manejo de residuos sólidos, etc.
- Documentación de prácticas sostenibles en campo (manual, registros de actividades diarias en campo).

Aspecto Social:

Principios 3, 6 y 7: Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la biodiversidad; Respeto de los derechos de los actores involucrados y Claridad sobre el derecho de uso y acceso a los recursos naturales

- Copia de documento de certificaciones sociales vigentes
- Contratos y/o actas comerciales entre la empresa y sus proveedores; registros de negociaciones.
- En caso de intermediarios, se cuenta con registros con información de los productores.
- Documento de registro de personal empleado y jornales, indicando lugar de nacimiento.
- Documento/acta de transferencia de maquinaria a las comunidades proveedoras
- Contratos/ Actas, que respalden acuerdos comerciales formales entre las partes.
- Registro de capacitaciones en aspectos técnicos, organizativos y de mercado a los proveedores y/o empleados.
- Registro de actividades que contribuyan al desarrollo local (obras, infraestructura).
- Registro del proceso de consentimiento informado previo con las comunidades locales.
- Contrato o actas de licencia para el acceso a recursos genéticos y/o conocimiento tradicional con las comunidades locales.
- Documentación de Seguridad y Salud en el trabajo, condiciones de contratación laboral de empleados.
- Sustento del derecho al uso de la tierra en los campos de cultivo/recolección (título de propiedad, constancia de posesión)
- Títulos de propiedad y/o contratos de alquiler de instalaciones (planta).

Aspecto Económico-Legal:

Principio 4 y 5: Sostenibilidad Socioeconómica y Cumplimiento de la legislación nacional e internacional

- Sistema de gestión de calidad (ISO o similar)
- Documentos de planificación económica - financiera (flujo de caja, balance financiero anual, etc.)
- Plan de negocio
- Planificación de producción en planta (oferta vs. demanda).
- Fichas técnicas de producto, información de valor nutricional, análisis de laboratorio.
- Proyecto de investigación y desarrollo de productos con valor agregado.
- Documentación sobre aspectos sanitarios y de calidad (BPM, HACCP, habilitación sanitaria, registro sanitario), registros de trazabilidad de productos.
- Copia de documento de otras certificaciones vigentes.
- Manual de funciones, organigrama, perfiles de cargo.
- Documentos de gestión empresarial (Plan Operativo Anual de organización u otros).
- Código de ética o política organizacional de la empresa.
- Declaración jurada de impuesto a la renta, tributos aplicables.

2. Desarrollo Matriz textiles

Fuentes de información principales

Marco legal aplicable al sector

Norma Técnica Peruana 231.370:2019: Buenas Prácticas de Esquila y manejo de vellón de la fibra de alpaca en animal vivo.

DECRETO SUPREMO N° 024-2004-AG - Reglamento de la Ley N° 28041, Ley que promueve la Crianza, Producción, Comercialización y Consumo de los Camélidos Sudamericanos Domésticos Alpaca y Llama: Promover la crianza, producción, comercialización y consumo de los camélidos sudamericanos alpaca y llama.

Proyecto de Ley N. 8051/2050 – CR: declara de prioritario interés nacional y necesidad publica la creación de unidades productivas de investigación.

Certificaciones de sostenibilidad aplicables

Ambientales:

GOTS – ESTANDAR TEXTIL ORGÁNICO GLOBAL: Garantiza el estado orgánico de los tejidos, desde la cosecha de la materia prima hasta el etiquetado.

Responsible Alpaca Standard (RAS):

- Reconocer las mejores prácticas de los alpaqueros.
- Garantizar que la fibra de alpaca procede de fundos con un enfoque progresista en la gestión de sus tierras y de alpacas.
- Crear un punto de referencia en la industria que impulse mejoras en el cuidado de los animales.
- Proporcionar un sistema robusto de cadena de custodia desde el fundo hasta el producto final.

Sociales

Fair Trade: Certificación enfocada a demostrar que la empresa y/o marca les brinda un salario y unas condiciones laborales justas a sus trabajadores.

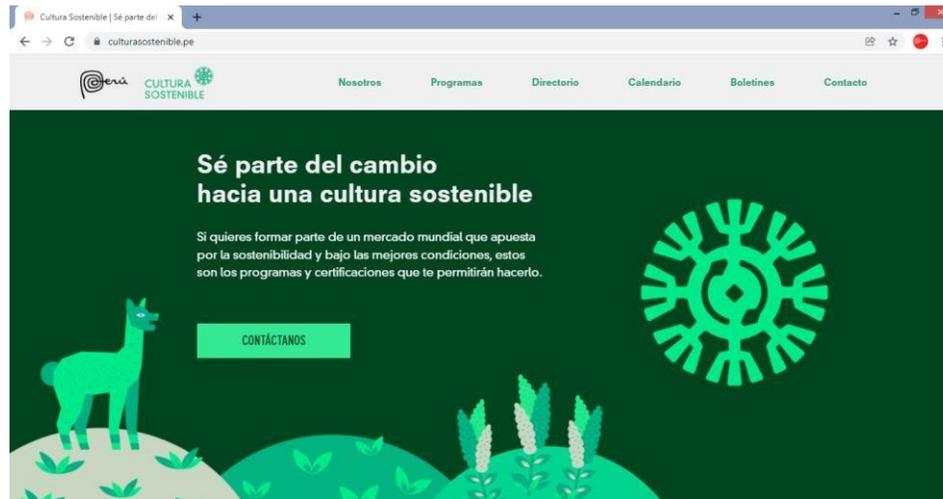






Mayor información

1. Site Cultura Sostenible
<https://culturasostenible.pe/>



2. Aula Virtual
<https://aulavirtual.promperu.gob.pe/>

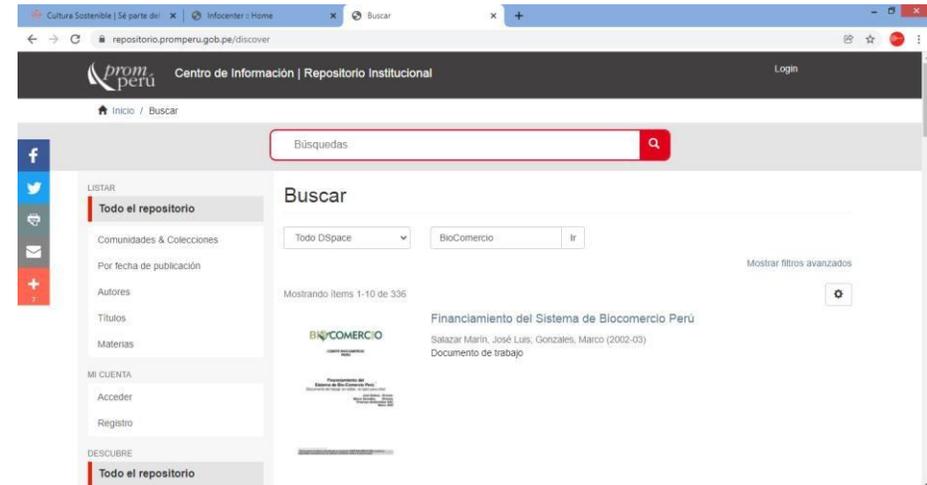


Mayor información

1. Infocenter: Portal
<http://infocenter.gob.pe/>



2. Repositorio
<https://repositorio.promperu.gob.pe/>



Conclusiones

- La gestión del Biocomercio se vuelve indispensable para actividades como la bioprospección, investigación, conservación, aplicación industrial y/o aprovechamiento comercial.
- El factor fundamental es la competitividad.
- En el actual panorama la competitividad y éxito de las mipymes dependerá de cuán ágiles y pertinentes sean sus gestiones para satisfacer a sus clientes y respectivos objetivos de crecimiento y desarrollo empresarial.







Gracias

¿Más consultas sobre sostenibilidad?

[https://culturasostenible.pe/
cmaldonado@promperu.gob.pe](https://culturasostenible.pe/cmaldonado@promperu.gob.pe)

