

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

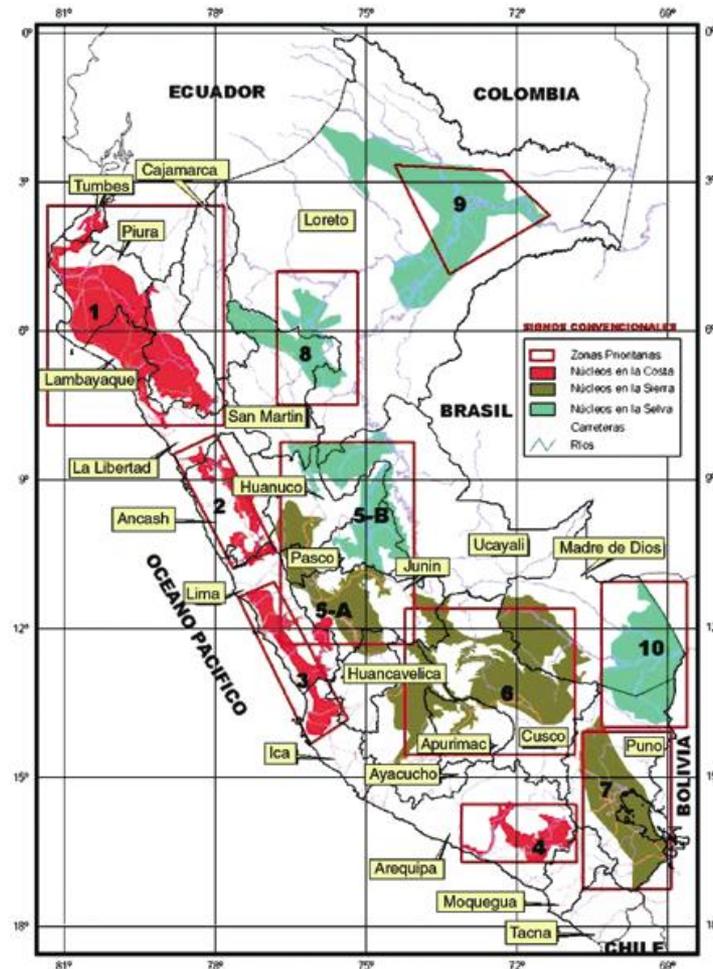


Grupo de Investigación de Biocomercio GIB

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

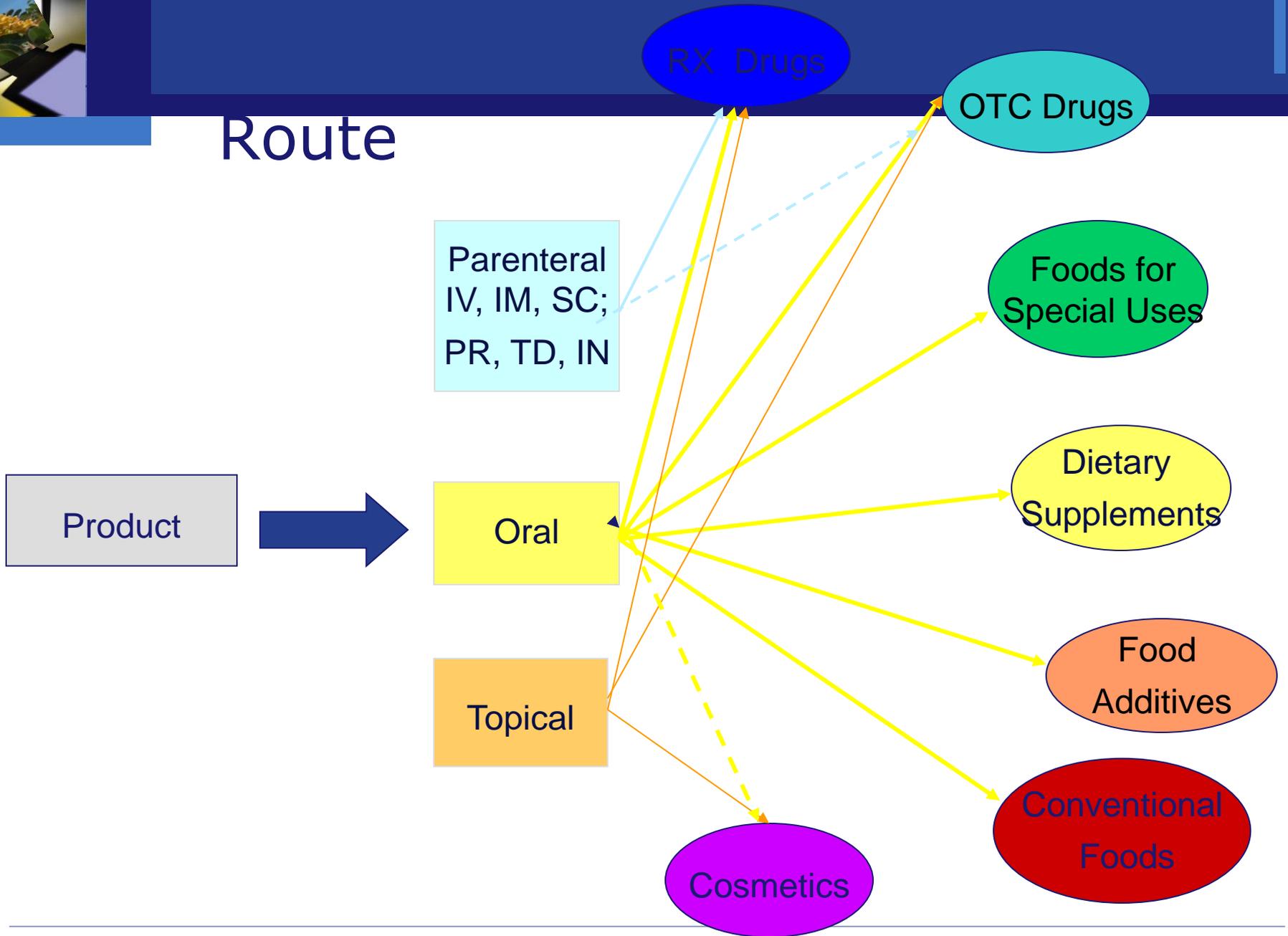
- ❖ Fortalecer la investigación científica a fin de consolidar el Biocomercio de acuerdo a los principios de sostenibilidad.
 - ❖ Especialización de las universidades.
 - ❖ Apoyo al incremento del conocimiento sobre normas y estándares internacionales, normas BPA, BPM, inocuidad alimenticia, comercio 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



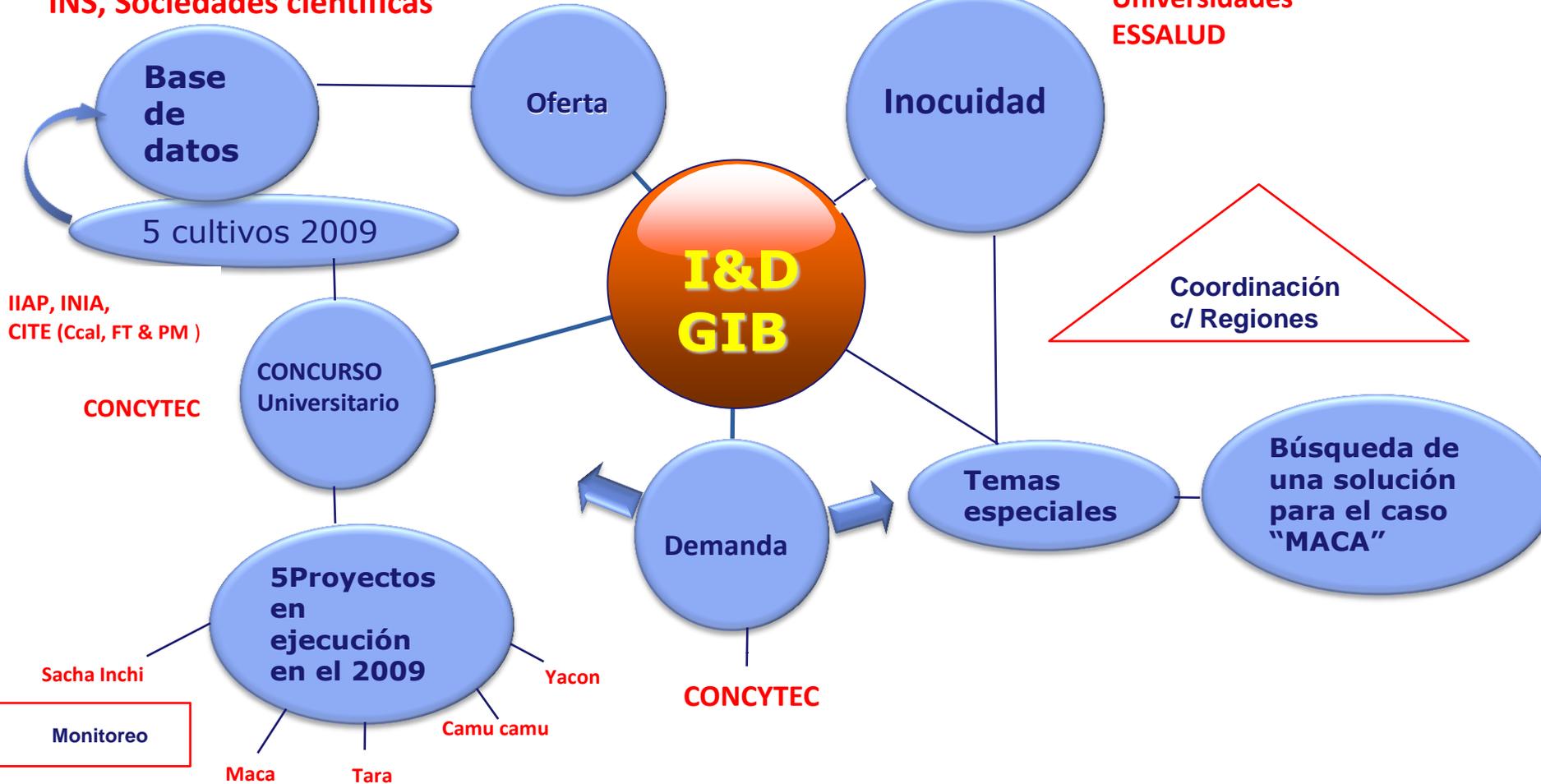


I&D GIB

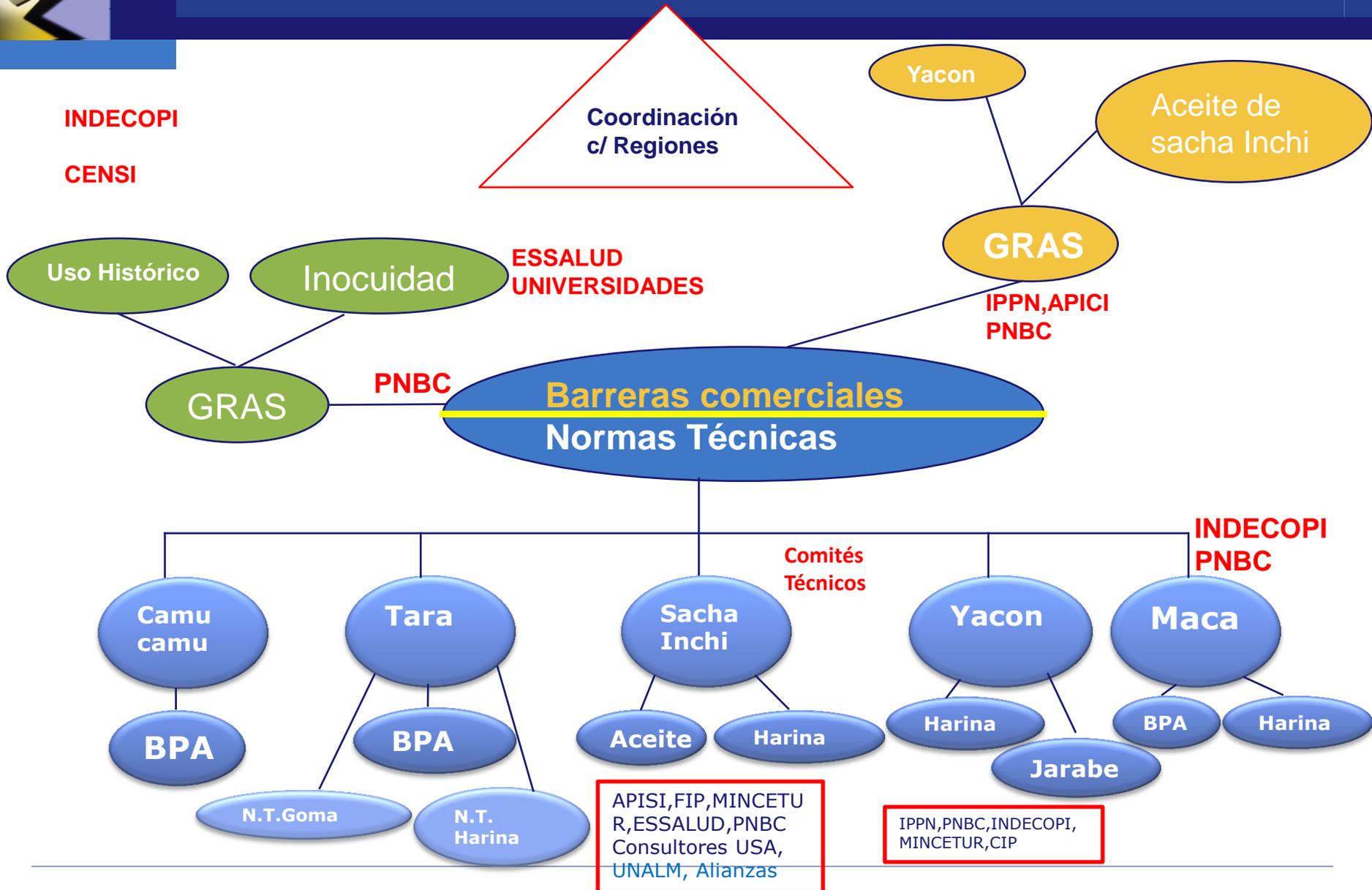
CIP, IIAP, Universidades,
INS, Sociedades científicas

Sacha Inchi Tara Camu camu Yacon Maca

Universidades
ESSALUD



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)

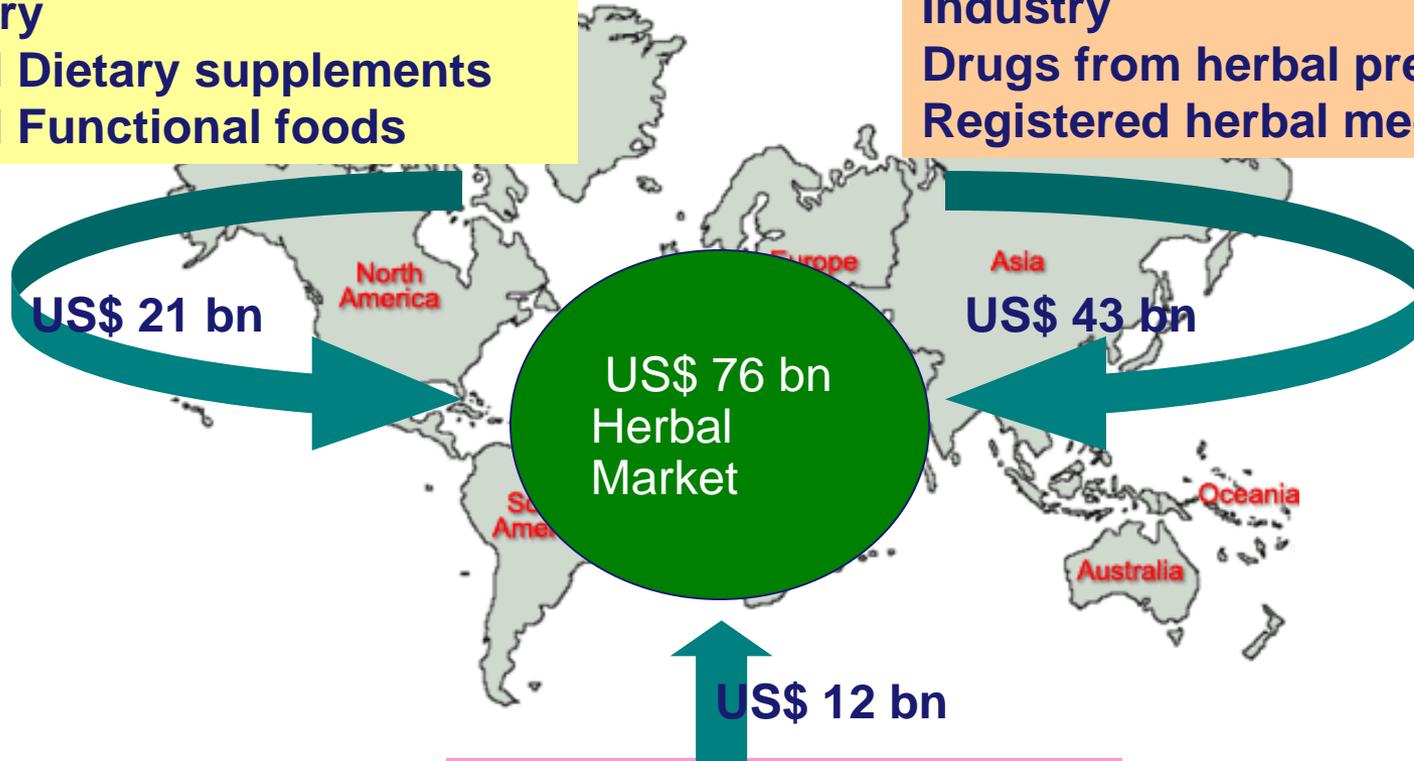
- ❖ Febrero: Taller GIB- Biocomercio
 - ❖ Marzo: Normalización información sobre investigación, fact sheets.
 - ❖ Abril: Maca & Yacón
 - ❖ Mayo: "Como presentar Proyectos en Biocomercio"
 - ❖ Junio: Camu Camu (con Produce ?)
 - ❖ Julio: Avances en el Concurso con CONCYTEC - 2008
 - ❖ Agosto: Uso Histórico 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



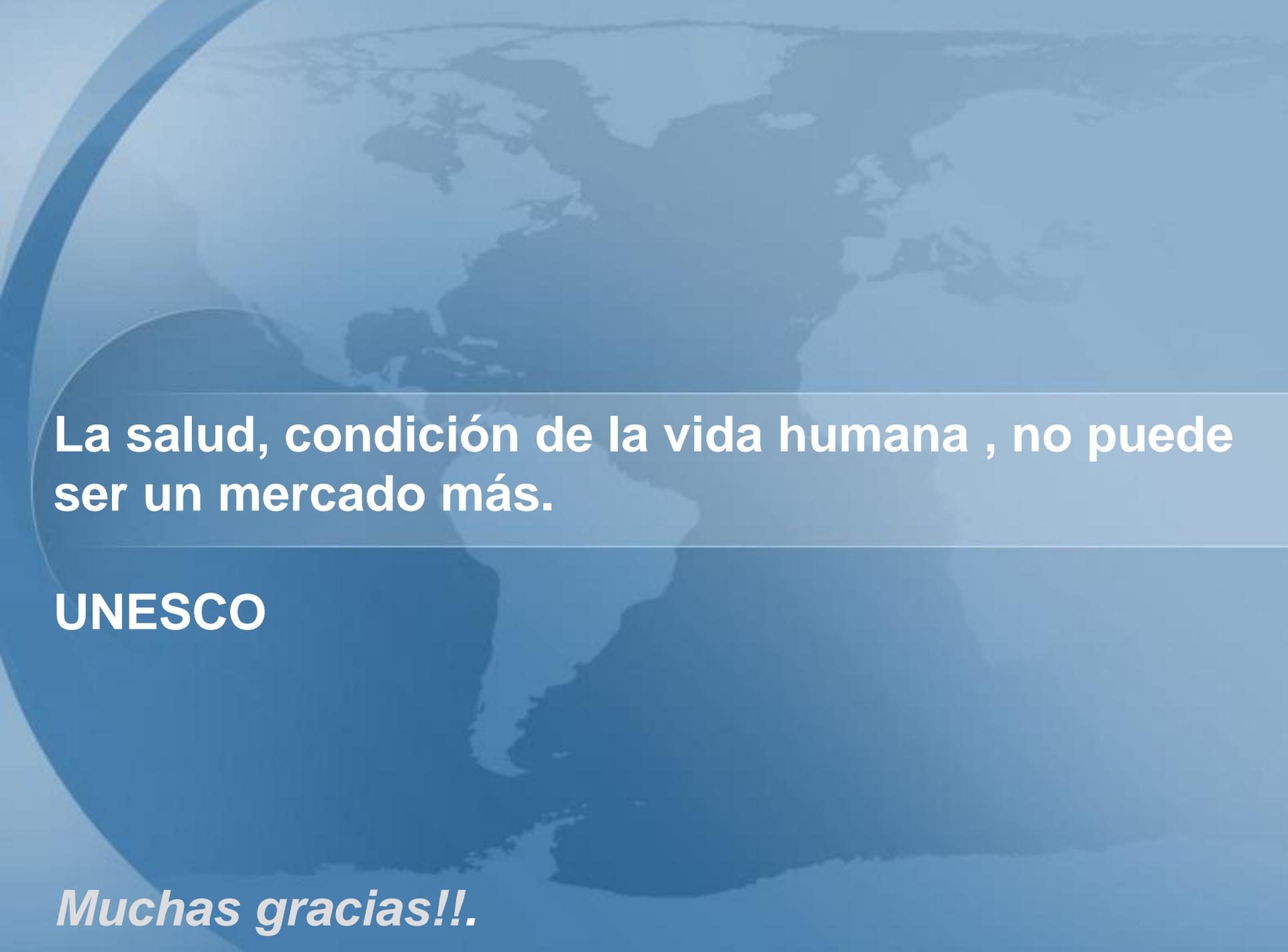
Business Insights (Nov 2008)

- ❖ 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!!.