



Oportunidades de Negocio en Biocomercio

Vanessa Ingar

Tercera Convención Nacional Maderera
Pucallpa, 2 de Noviembre 2007

Perú ↔ Biodiversidad

- Perú entre los 10 países megadiversos del mundo.
- 84 de las 117 zonas de vida del planeta se encuentran en Perú. (Torres-Giraldo, 2004)
- Segundo lugar en el mundo en riqueza de especies de aves : 1800 sp. registradas. 128 Áreas Importantes para la Conservación de las Aves (IBAs)
- Tercer lugar en mamíferos: 361 sp
- Quinto lugar en anfibios: 251 sp
- Quinto lugar en reptiles: 297 sp
- Octavo lugar en plantas: 25 000 sp descritas
- Cuarto lugar en mariposas: 58 sp

El contexto actual:

Biodiversidad

- CDB
- CITES
- RAMSAR

“Las oportunidades para la participación de las empresas bajo los principios de la CDB son innumerables, sin embargo, están enlazadas con las expectativas de que la comunidad empresarial pueda demostrar resultados concretos hacia los retos de la conservación de la biodiversidad”

A. Djoghla – Sec. Eje. CDB (2007)

BIONEGOCIOS

Empresa

- MDG
- Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible (WSSD)

Cambio Climático

- UNCCC
- KIOTO
- Desertificación

ACUERDOS INTERNACIONALES PARA LA CONSERVACIÓN SUSCRITOS POR PERÚ

- Convención sobre el Comercio internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestres - CITES(1975)
- Convención para la protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural (1982): 10 bienes, 4 son áreas naturales protegidas.
- Convenio sobre Diversidad Biológica (1992)
- Convención para la Protección de Humedales Ramsar (1992): 12 sitios Ramsar en Perú
- Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (1992)
- Convención de las Naciones Unidas de lucha contra la desertificación (1995)

¿Qué es BioComercio?



- el **uso sostenible** de los recursos biológicos nativos;
- la promoción de estrategias y actividades productivas que apoyen la **conservación** de los recursos en áreas con alto grado de biodiversidad;
- la generación de beneficios económicos y su **distribución equitativa** con comunidades locales e indígenas.

¿Cómo trabaja el BioComercio?

Principios y Criterios

- Conservación de la Diversidad Biológica
- Uso sostenible de la Diversidad Biológica
- Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la Diversidad Biológica
- Sostenibilidad Socio-Económica
- Cumplimiento de la legislación nacional e internacional
- Respeto de los derechos de los actores involucrados
- Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos y a los conocimientos



¿Por qué BioComercio?



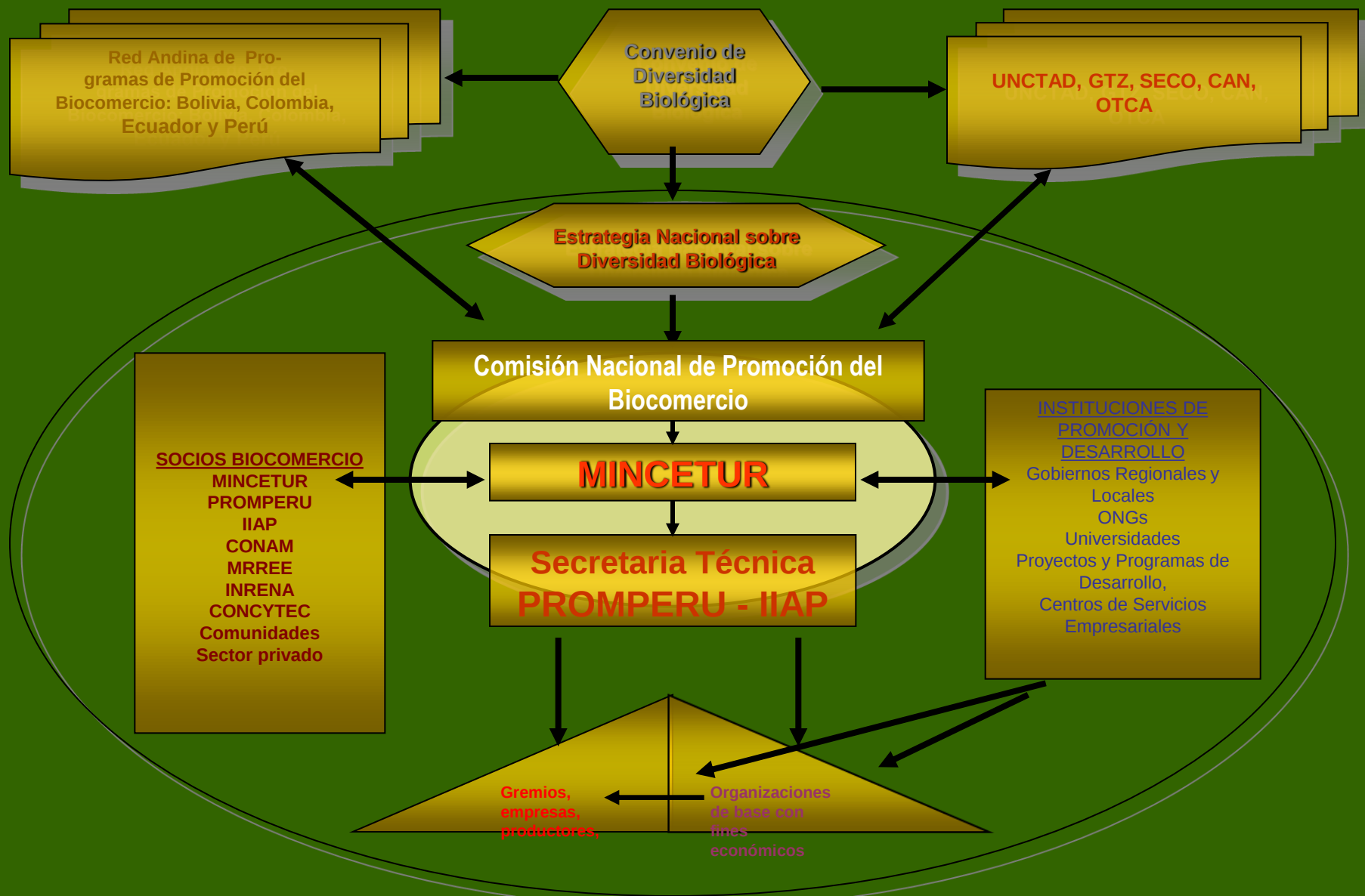
- Herramienta para contribuir al desarrollo sostenible del país a través del aprovechamiento y conservación de la biodiversidad nativa. Sostenibilidad económica, social y ambiental.
- Los eslabones primarios se desarrollan principalmente en el ámbito rural, asociados a economías familiares de poblaciones en extrema pobreza y ubicadas en ecosistemas frágiles.
- El Biocomercio presenta un gran potencial de crecimiento dada la creciente demanda en mercados de alto poder adquisitivo y nuevos nichos de mercado.

PROGRAMA NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO



El PNPB, tiene como misión, impulsar y apoyar la generación y consolidación de los bionegocios en el Perú basados en la Biodiversidad nativa como incentivo para su conservación, aplicando principios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

INSTITUCIONALIDAD DEL PNPB



ESTRATEGIA NACIONAL

Principios y criterios del Biocomercio



- ➡ Priorización de sectores y especies
- ➡ Fortalecimiento y desarrollo de nichos de mercado
- ➡ Desarrollo de cadenas de valor
- ➡ Fortalecimiento institucional
- ➡ Gestión del conocimiento y sistematización de la experiencia



PLATAFORMA DE SERVICIOS

Agentes Económicos

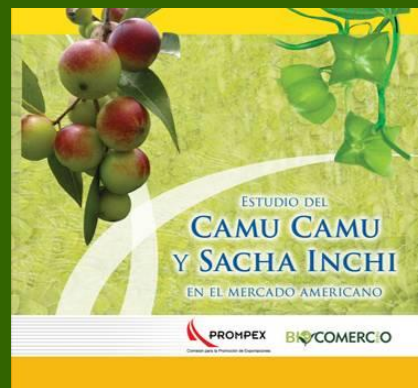
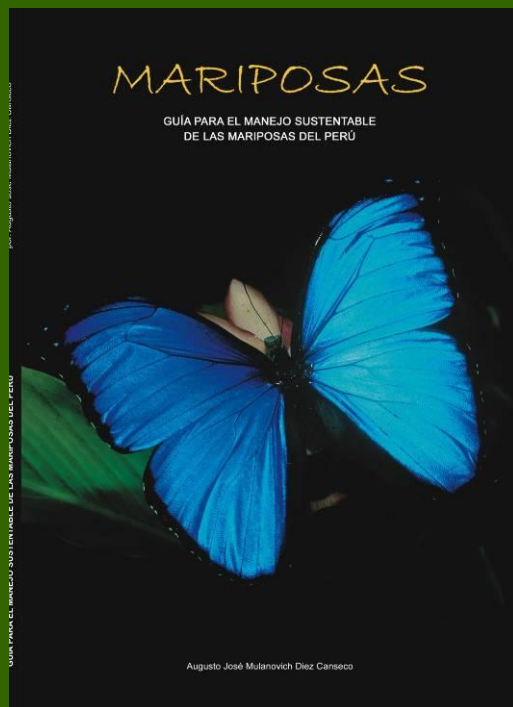
PLATAFORMA DE SERVICIOS	Sectores priorizados	Cadenas productivas seleccionadas	
		Con mercado	Potenciales
Coordinación institucional			
Asistencia Técnica y Capacitación.			
Financiamiento y promoción de inversiones			
Información y promoción comercial			

Herramientas

Estándares,
reglamentos,
normas,
leyes, etc.

Planes de
negocios y
estudios de
mercado

Proyectos de
investigación



Implementación de conceptos y enfoques

Desarrollo sostenible + Objetivos del CDB

Principios y Criterios de Biocomercio

Selección y análisis de empresas y sectores
& identificación de necesidades de apoyo



Proyectos y/o Programas de Cooperación Internacional

- UNCTAD: Programa de Facilitación del Biocomercio (BTFP) Fase II
- SECO-GTZ : “Fortalecimiento de las cadenas de valor priorizados” PerúBiodiverso
- GEF-CAF : “Facilitación de financiamiento para negocios de Biodiversidad y Apoyo al desarrollo de actividades del Mercado en la Región Andina”
- Programa Andino de Biocomercio (UNCTAD/CAN/CAF)
- Programa Amazónico de Biocomercio (UNCTAD/OTCA)





- Valor del mercado de cosmecéuticos
 - sector de más rápido crecimiento en la industria cosmética. \$5 mil millones 2007 (*)
- Estimado del mercado Europeo de alimentos y bebidas naturales :
 - \$22 mil millones de dólares en el 2007 (*)
- Estimado del mercado en Estados Unidos alimentos naturales y orgánicos, y productos cosméticos y de uso personal
 - \$27.5 mil millones para el 2007 (*)

(*) Euromonitor

Dimensión de la Industria de Productos Naturales 2006 (US\$ Millones)

Segmentos	USA	GLOBAL
Suplementos	21,310	66, 550
Alimentos naturales y orgánicos	20,840	47,730
Cosméticos y uso personal	6,560	18,210
Alimentos funcionales	26,660	77,890
TOTAL Industria	75,370	210,380

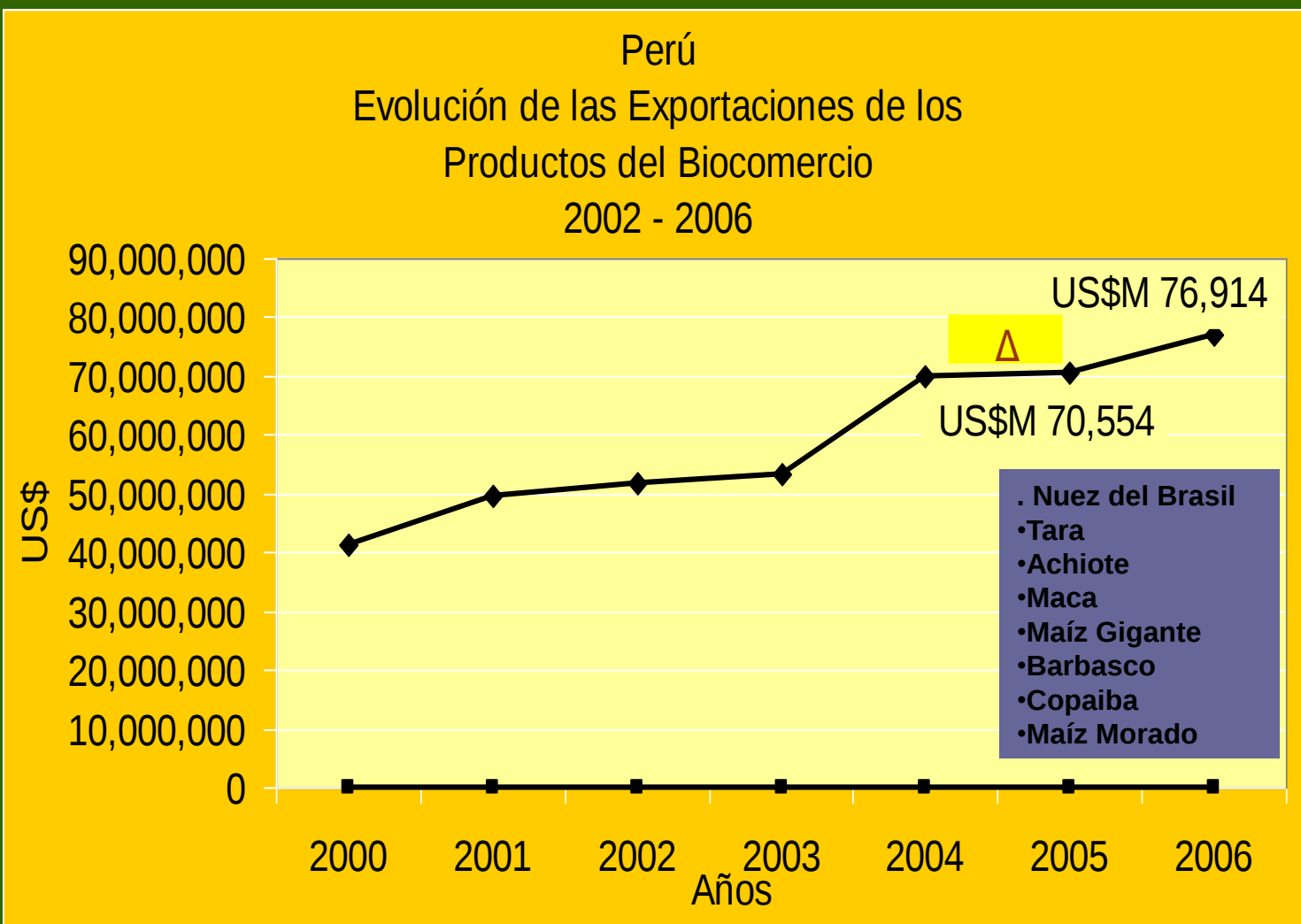
Fuente: Organic Trade Association

- Proyección del Mercado de productos y servicios derivados de recursos renovables para el 2007:
 - ✓ US\$ 900 mil millones por año (UNCTAD/OMC)
 - ✓ Principales consumidores: Estados Unidos, la Unión Europea y Japón.
 - ✓ Productos naturales
 - 14% de las ventas dentro de la categoría de cuidado personal - U\$4.6 mil millones. (Nutrition Business Journal)
- El ecoturismo a nivel global
 - ✓ US\$ 260 mil millones (2005)

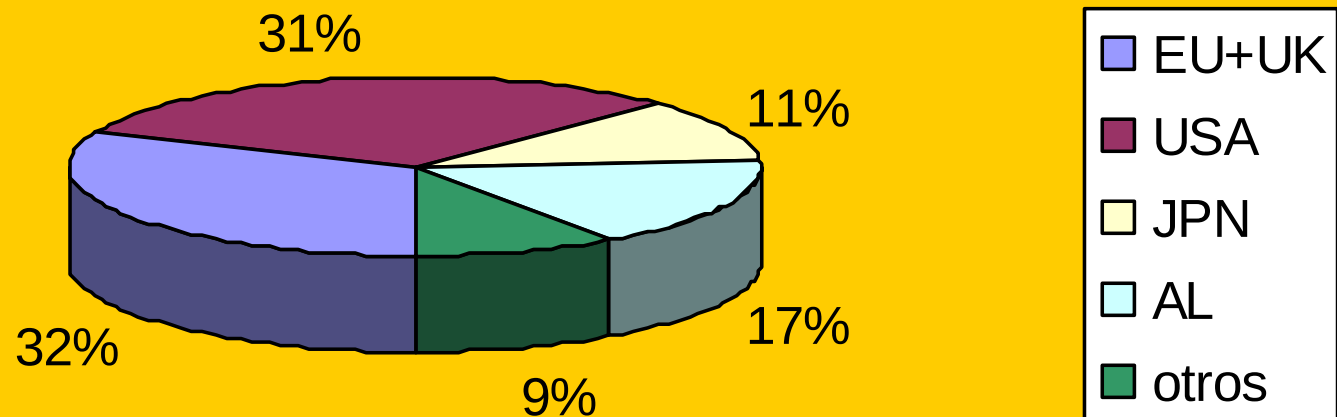


Exportaciones productos de Biodiversidad

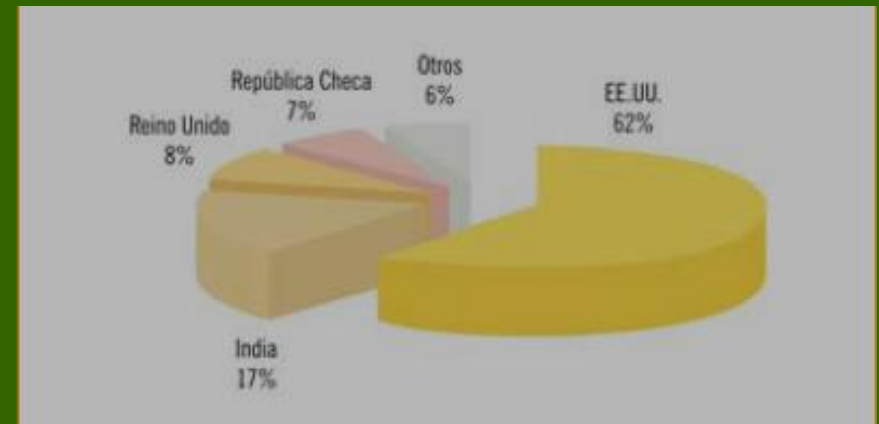
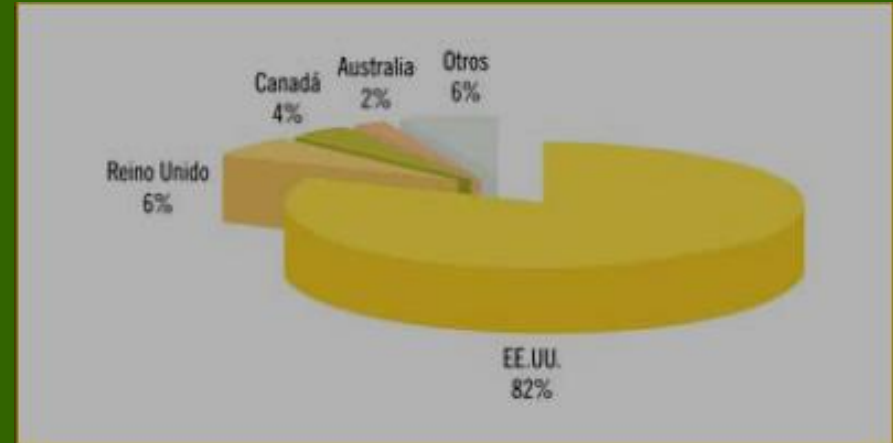
2000 - 2006



Principales Destinos de los Productos de Biodiversidad



Por ejemplo:



Pero...

- Articulación investigación científica-mercado
- Regulaciones: GRAS, Novel Foods
- Asociatividad
- Marco legal adecuado, implementación
- Sistematización de experiencias.
- Asegurar mercado local
- Incorporar iniciativas de artesanías, bijoutería, etc.
- Roles y mecanismos definidos.
- Coordinación interinstitucional
- Incluir en planes regionales las iniciativas de biocomercio



¡Muchas gracias!

www.biocomercioperu.org
biocomercio@promperu.gob.pe



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO