



BIOCOMERCIO



Un nuevo modelo de negocios

Jaime Cárdenas Pérez

Gerencia Central de Regiones y Desarrollo

Programa Nacional de Promoción del BioComercio

Comisión para la Promoción del Perú la Exportación y el Turismo

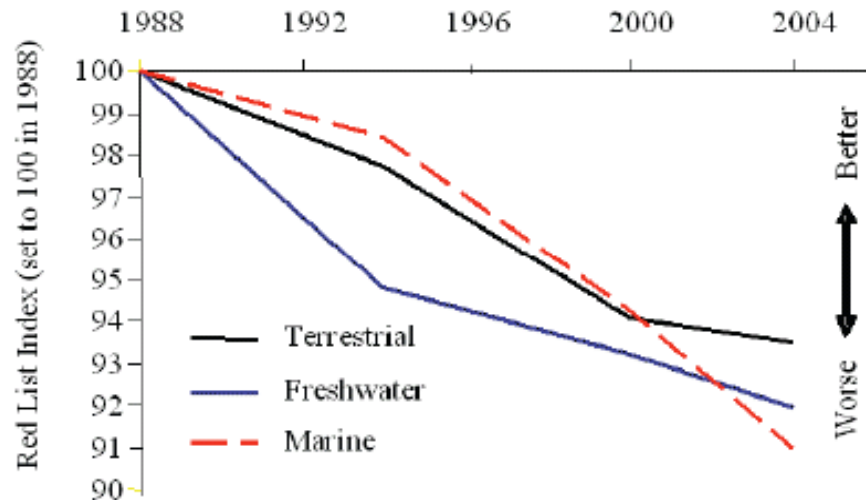


CONTENIDO

- Algo de historia...
- Una mirada al BioComercio
- Oportunidades



Red List Index for birds



Algo de historia...

90s:

Se evidencia problemas ambientales:

“Pese a que las temperaturas han sufrido grandes variaciones en los últimos 2.000 años, los años 90 constituyeron la década más calurosa de la historia”

Nature - RU

- Incremento de especies amenazadas
- Tasa de deforestación promedio : 50 000 Km²/año de bosque virgen

Esfuerzos Políticos



1972: Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Entorno Humano Estocolmo

- Desarrollo y Seguridad Ecológica

20 años después.....

1992: Cumbre Mundial de Río o Cumbre de la Tierra

- Carta de la Tierra
- Acuerdos Multilaterales (172 países)
 - Agenda 21
 - La Declaración de Principios Forestales
 - La Convención para un Marco de las Naciones Unidas en Cambio Climático - UNCCC
 - La Convención de las Naciones Unidas sobre la diversidad biológica CDB
 - La Declaración de Río sobre Medioambiente y Desarrollo.

10 años después...

Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible

Johannesburgo, Set. 2002

Objetivo:

Revigorizar el compromiso mundial con la asociación Norte-Sur

- Acelerar la aplicación del Programa 21.
- Programa Andino de Biocomercio
- Concurso de Bionegocios en la región andina y amazónica
- Programa de Facilitación del Biocomercio para productos y servicios de la biodiversidad, CCI, UNCTAD y FAO.
- Desarrollo Sostenible de países megadiversos:
 - Protección de los conocimientos tradicionales
 - Erradicación de la pobreza”.

5 años despues....

Biodiversidad

- CDB
- CITES
- RAMSAR

CONSERVACIÓN

Empresa

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

Cambio Climático

- UNCCC
- KIOTO
- Desertificación

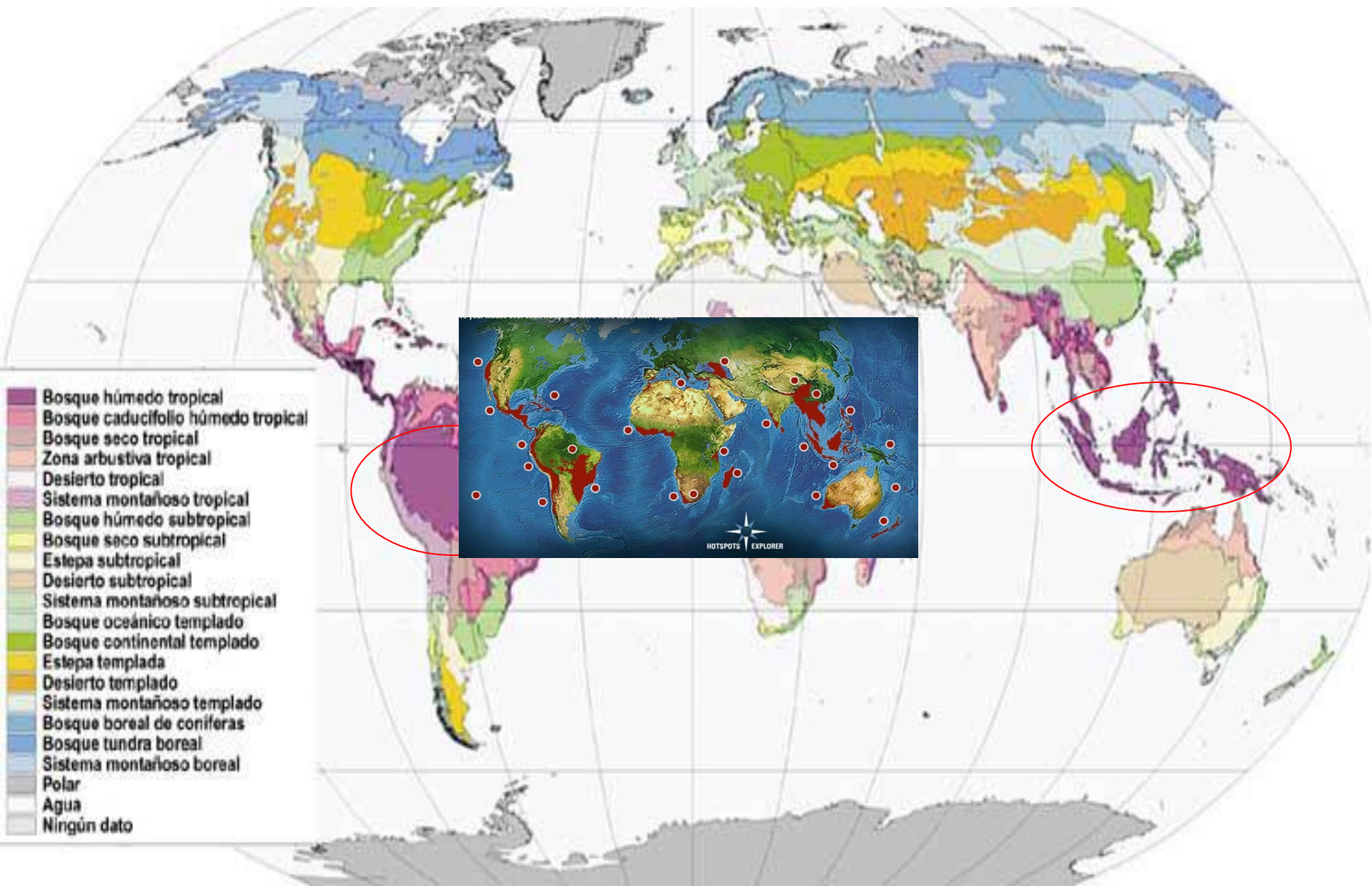
“Las oportunidades para la participación de las empresas bajo los principios de la CDB son innumerables, sin embargo, están enlazadas con las expectativas de que la comunidad empresarial pueda demostrar resultados concretos hacia los retos de la conservación de la biodiversidad”

A. Djoghla – Sec. Eje. CDB (2007)

2000...

- La política ambiental en Perú muestra importantes avances con la implementación de los acuerdos internacionales
- 2002: Estrategia Nacional de Diversidad Biológica
 - La conservación y uso sostenible de la diversidad biológica.
 - La participación de toda la población en los beneficios derivados del uso y la conservación de la diversidad biológica.
 - El desarrollo científico y tecnológico para que la información y la educación sobre la diversidad biológica este accesible a todo nivel.
 - Fortalecer las capacidades locales para la conservación y la utilización sostenible de la diversidad biológica

Perú, país megadiverso....



Especies en flora	
Colombia	45,000
Perú	40,000
Ecuador	27,000
Venezuela	24,000
Bolivia	20,000
Europa	12,000
Japón	3,000



Flora en Perú	
Únicas del Perú (endémicas)	7,500
Uso registrado	4,400
Medicinales	1,430
Colorantes	134
Venenos / biocidas	174

Estos esfuerzos y riquezas...

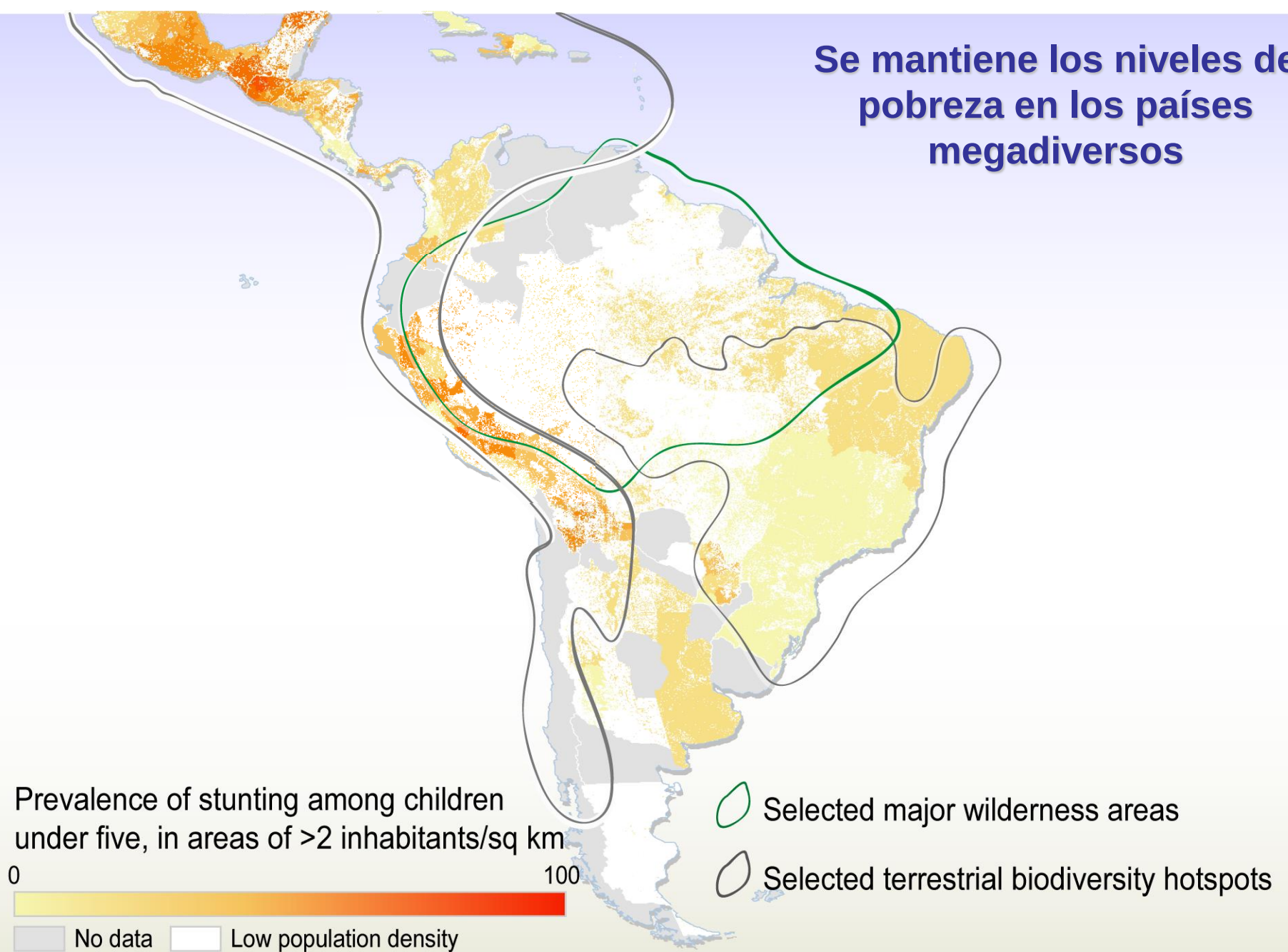
Photo © 27 Avenida Centro

No han solucionado los problemas generados por la deforestación y calentamiento global



Persiste la tala y extracción ilegal especies en extinción

Se mantiene los niveles de pobreza en los países megadiversos



Sources: FAO 2004, Landsan 2002, Conservation International 2004

¿Cómo se relaciona el comercio con Bio...?

El desarrollo sostenible:

- Componente Económico
- Componente Ambiental
- Componente Social

- Existe un **mercado**, i.e., una necesidad o demanda de productos o servicios con **valor agregado**, derivados de la biodiversidad
- Se genera beneficios que deben ser **distribuidos** a lo largo de la **cadena de valor**



¿Qué es BioComercio?

Conjunto de actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas), desarrolladas de conformidad con los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

Con especial énfasis en:

- 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 & Criterios



1. Conservación de la Diversidad Biológica
2. Uso sostenible de la Diversidad Biológica
3. Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la Diversidad Biológica
4. Sostenibilidad Socio-Económica (gestión, producción, finanzas y mercado)
5. Cumplimiento de la legislación nacional e internacional
6. Respeto de los derechos de los actores involucrados
7. Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos y a los conocimientos

¿Qué busca el BioComercio?

- Generación de riqueza a nivel local
- Empoderamiento y desarrollo local
 - Reducción pobreza
- Conservación de biodiversidad
 - Estrategia a largo plazo
 - Generar negocios rentables
 - Visión ¡NO EXTRACTIVISTA!
- Globalización con identidad





PROGRAMA NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BioComercio - PERÚ



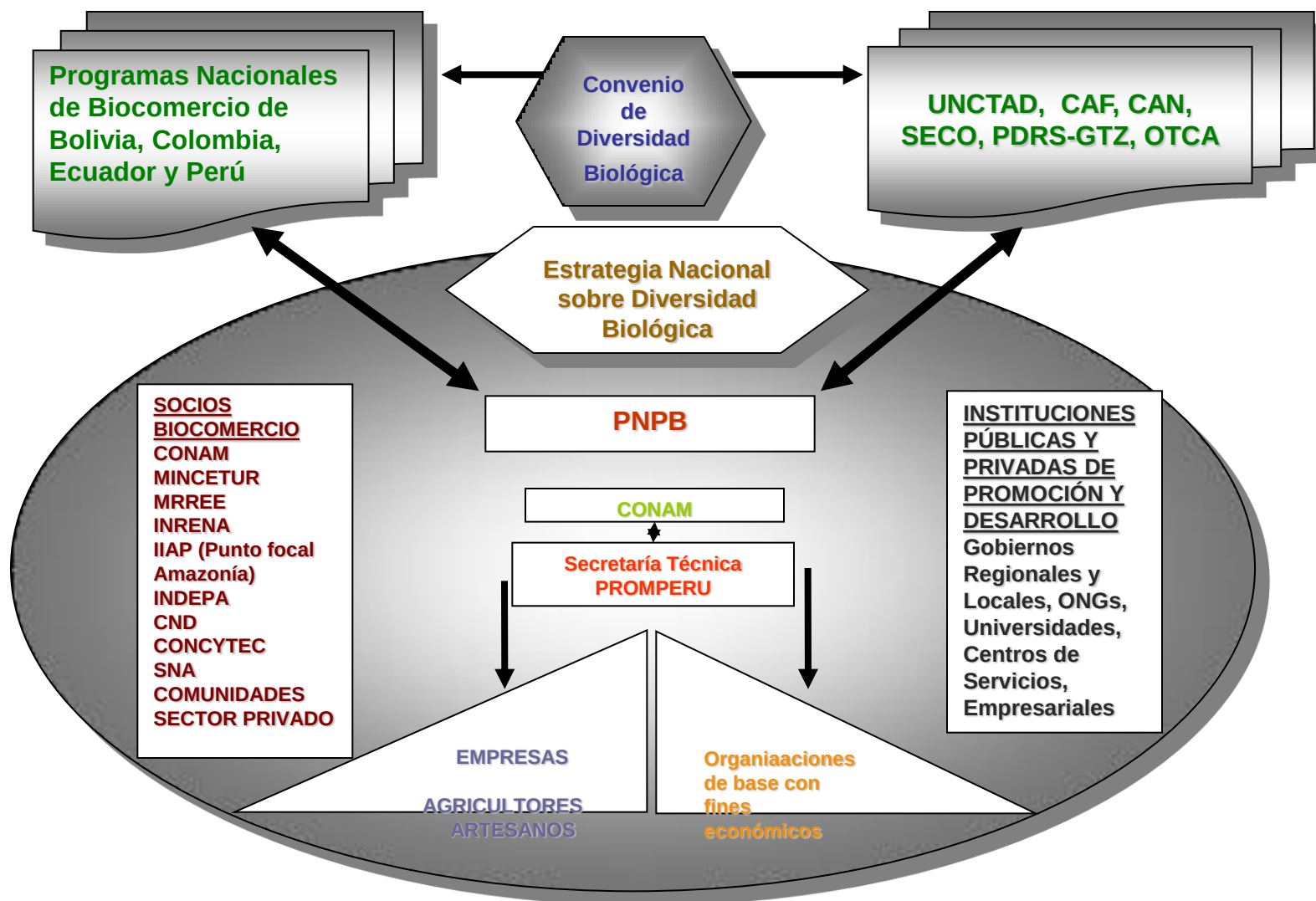
PROGRAMA NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO

*Aprobado mediante Decreto del Consejo Directivo de CONAM, el 26 de
noviembre del 2004*

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



Principios y criterios del Biocomercio



W H Z O V M O C

-
- ```
graph LR; A[Facilitación] --> B[Investigación]; B --> C[Desarrollo de oferta competitiva]; C --> D[Comercialización];
```
- Facilitación
- Investigación
- Desarrollo de oferta competitiva
- Comercialización



# PLATAFORMA DE SERVICIOS

## Agentes Económicos

| PLATAFORMA DE SERVICIOS                   | Sectores priorizados | Cadenas productivas seleccionadas                                                  |             |
|-------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
|                                           |                      | Con mercado                                                                        | Potenciales |
| Coordinación interinstitucional           |                      |  |             |
| 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





# 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”
- 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)



gtz

German Technical  
Cooperation



The background of the slide is a collage. On the left side, there is a vertical strip of seven green, diamond-shaped objects, possibly cushions or decorative items, arranged in a column. The rest of the background is filled with a dense pattern of various coins, including US dollars and Euros, shown in different orientations and colors (gold, silver, green).

# **LOS NEGOCIOS HOY**

# ***Nuevas tendencias y nichos de mercado***



- ❖ Mercados verdes
- ❖ Orgánicos
- ❖ Comercio Justo
- ❖ Amables con el medio ambiente
- ❖ Nutraceuticos y Cosmeceuticos
- ❖ Gourmet
- ❖ Mercados Kosher, Halal, etc.
- ❖ Ecoturismo



## 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





# Tendencia de los Mercados

- 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





- 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 - US\$4.6 mil millones. (Nutrition Business Journal)**
- El ecoturismo a nivel global
  - ✓ **US\$ 260 mil millones (2005)**





# Unión para el BioComercio Ético (UBCE)

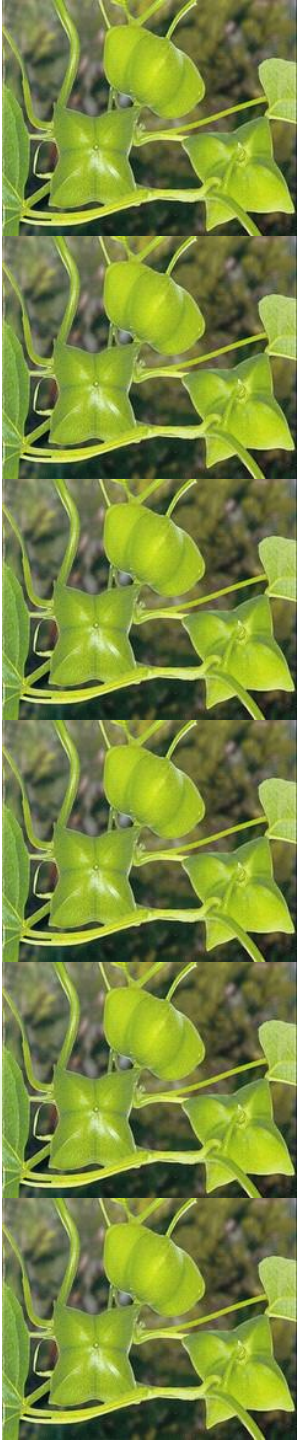
- ☐ Plataforma sin fines de lucro. Empresas y Organizaciones
- ☐ Uso de insumos derivados de la biodiversidad nativa
- ☐ Compromiso con los P&C del BC
- ☐ Responsabilidad Social Corporativa
- ☐ Diferenciación, consultoría empresarial, oportunidades de negocios





# AMENAZAS

- NFR (UE)
- GRAS (EUA)
- Normas Sanitarias (otros países)
- Regulaciones locales
- Modelos tradicionales de negocios



# Contexto Regional

## Estrategia Regional de Biodiversidad

Procesos de integración en marcha para la implementación de estrategias de conservación y manejo sostenible de los recursos

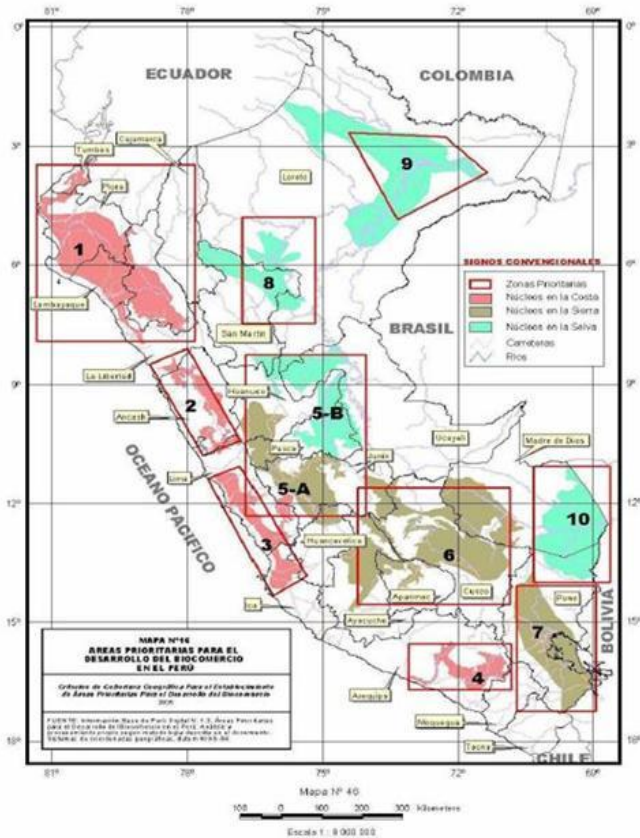
- Programa Andino de BioComercio UNCTAD/CAN/CAF
- Programa Amazónico de BioComercio, UNCTAD/OTCA
- ASOCIACIÓN ANDINA (AMAZÓNICA) PARA EL BioComercio, BioNativa

BTFP II



# Contexto Nacional

CRITERIOS DE COBERTURA GEGRÁFICA PARA EL ESTABLECIMIENTO DE ÁREAS PRIORITARIAS PARA EL BIOCOMERCIO



- Propuesta del Gobierno: **Desarrollo vs Crecimiento**
- Inclusión del tema ambiental en políticas de Estado.
- Preocupación del estado por la inclusión social y alivio a la pobreza, p.e., **Sierra Exportadora, Sembrando**, etc.
- CADE 2006: Temática central => **Inclusión Social**





# PRODUCTOS NATURALES

**US\$ 210,000' Millones**

**Cuenta con  
el 20% de  
diversidad**



**Solo participa  
con el 0.03%  
Aprox. US\$  
77 millones**



# La Agenda Pendiente

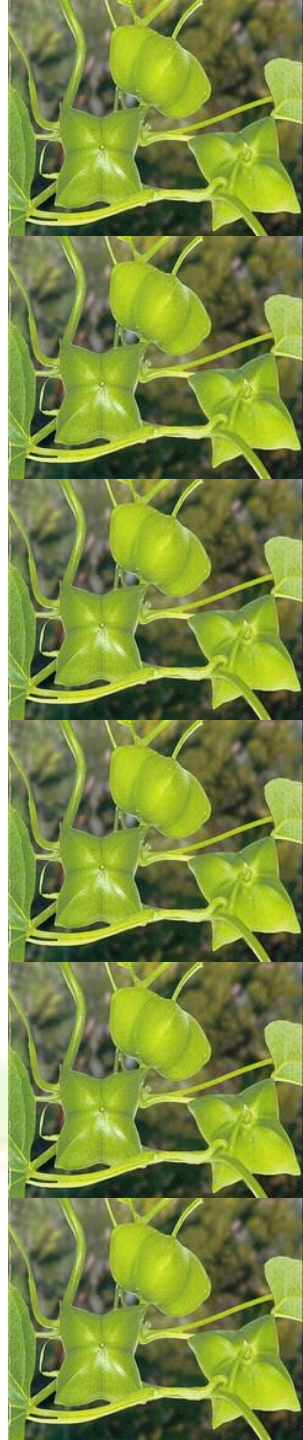




- Inclusión del Biocomercio como Política de Estado.
- Fortalecimiento y articulación de los actores nacionales involucrados:
  - 1) Roles
  - 2) Mecanismos
  - 3) Compromisos
- Definición de una nueva estrategia conjunta y mejora de coordinaciones dentro de la red para su implementación.

Generación de capacidades para aprovechar las tendencias globales

- Evitar errores cometidos
  - Línea base no definida
  - Estrategias de Promoción dispersas
  - Liderazgo confuso
  - Falta de desarrollo de valor agregado
  - Exclusión de eslabones primarios
  - Pérdida de recursos y sus habitats por falta de una visión de largo plazo







**BIOCOMERCO** PERU

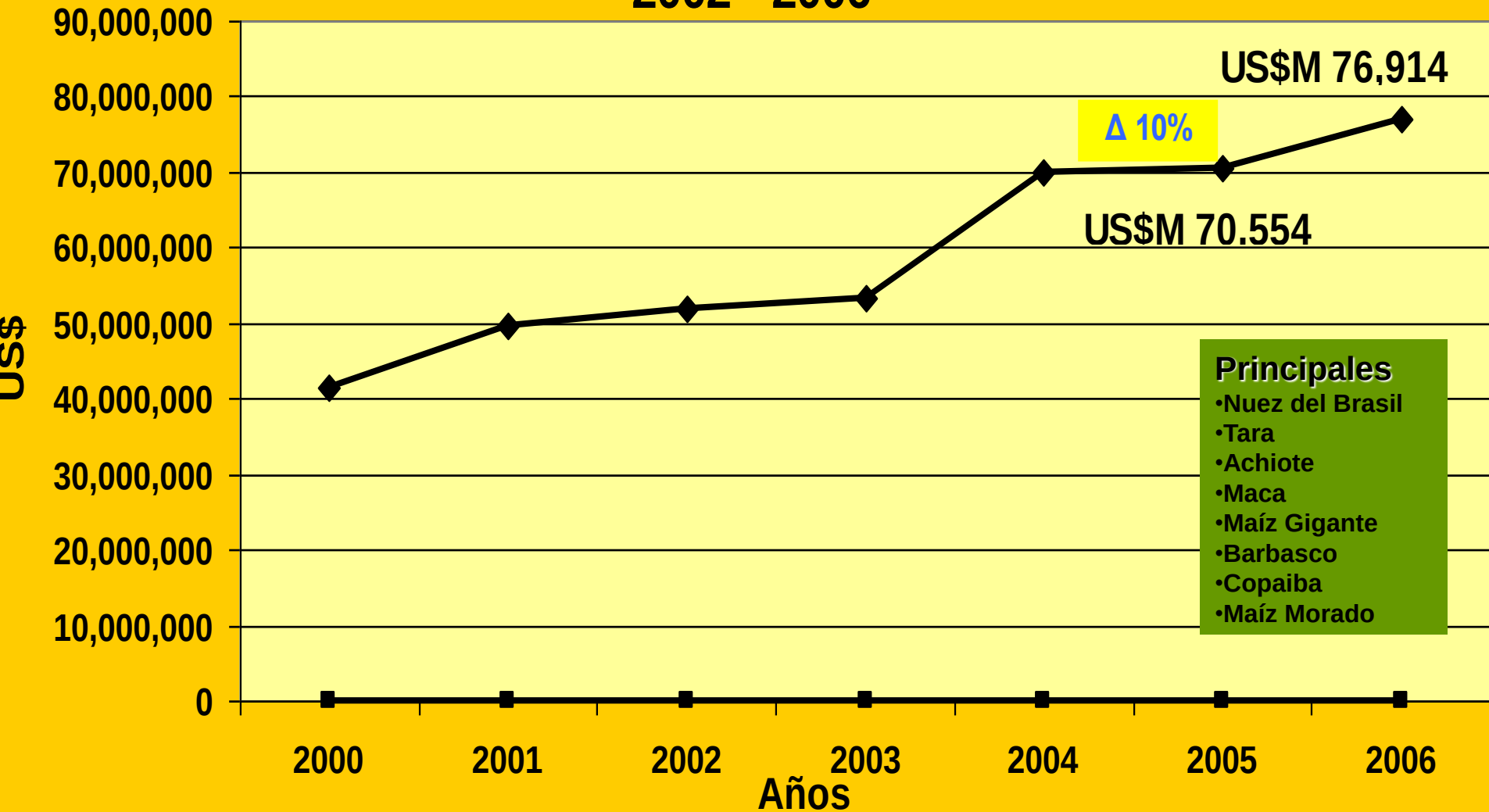
**EXPORTANDO  
BIODIVERSIDAD**





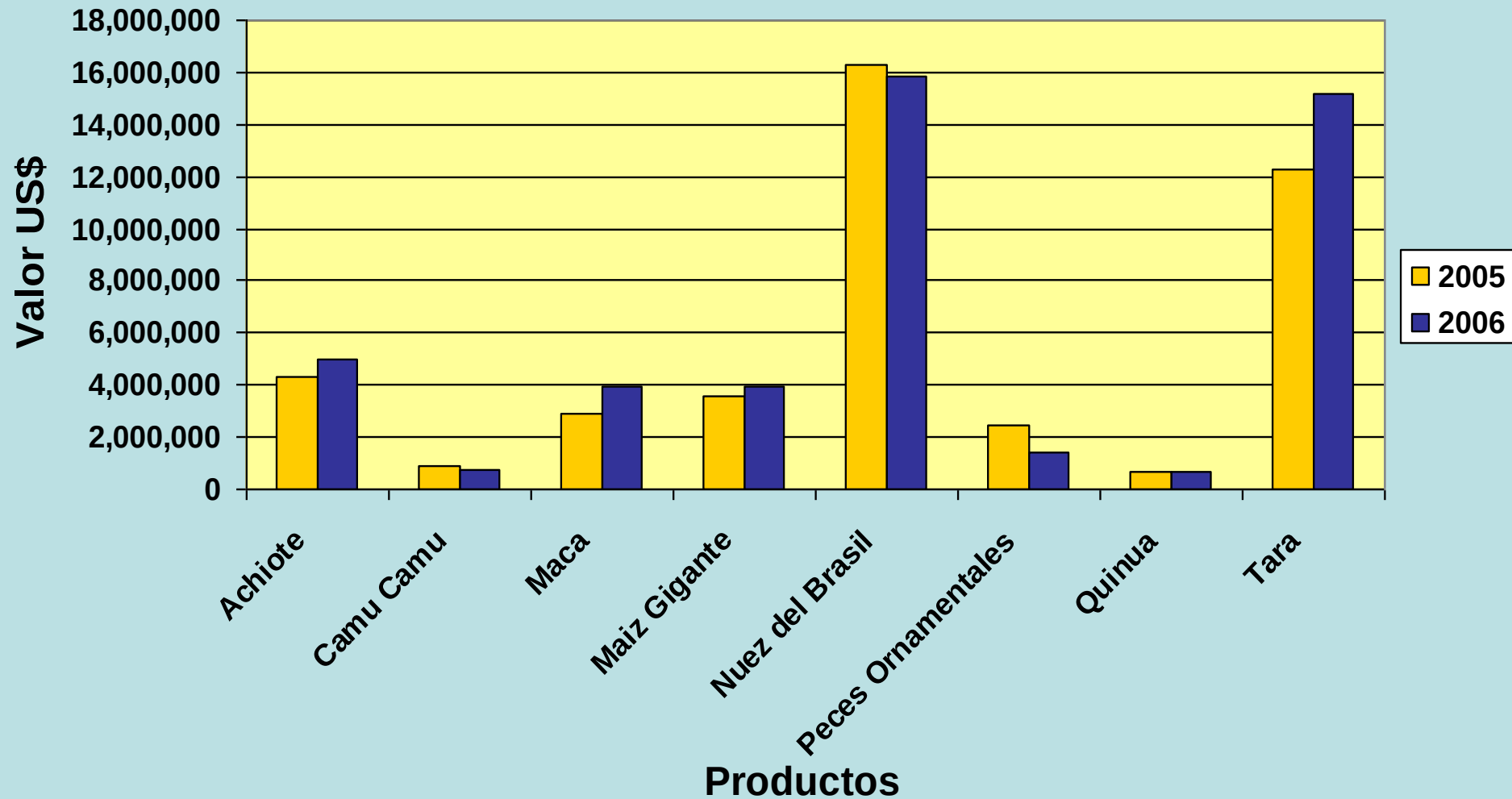
# Perú

## Evolución de las Exportaciones de los Productos del Biocomercio 2002 - 2006



# Perú

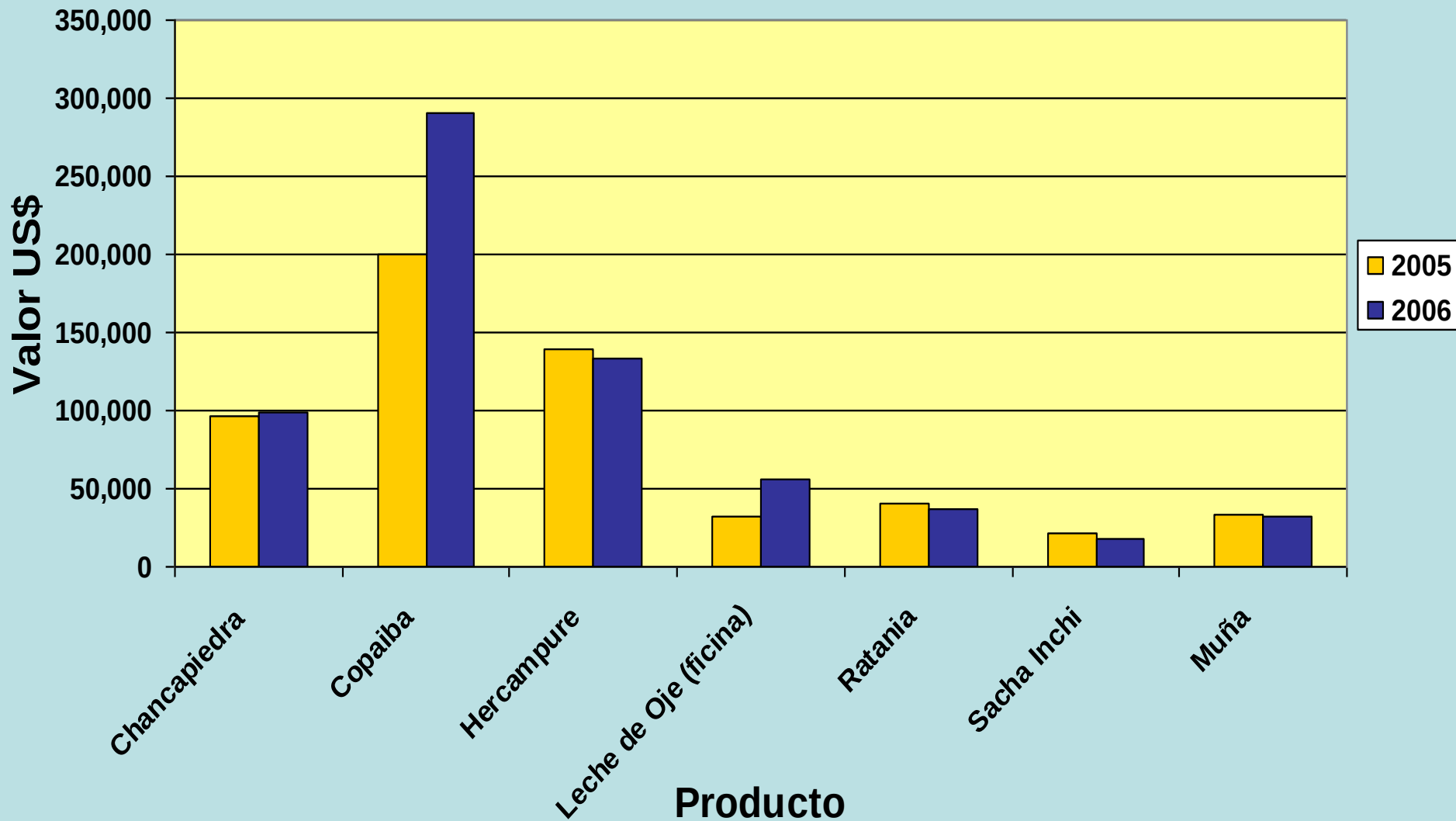
## Evolución de las Exportaciones de los principales productos priorizados 2005 - 2006



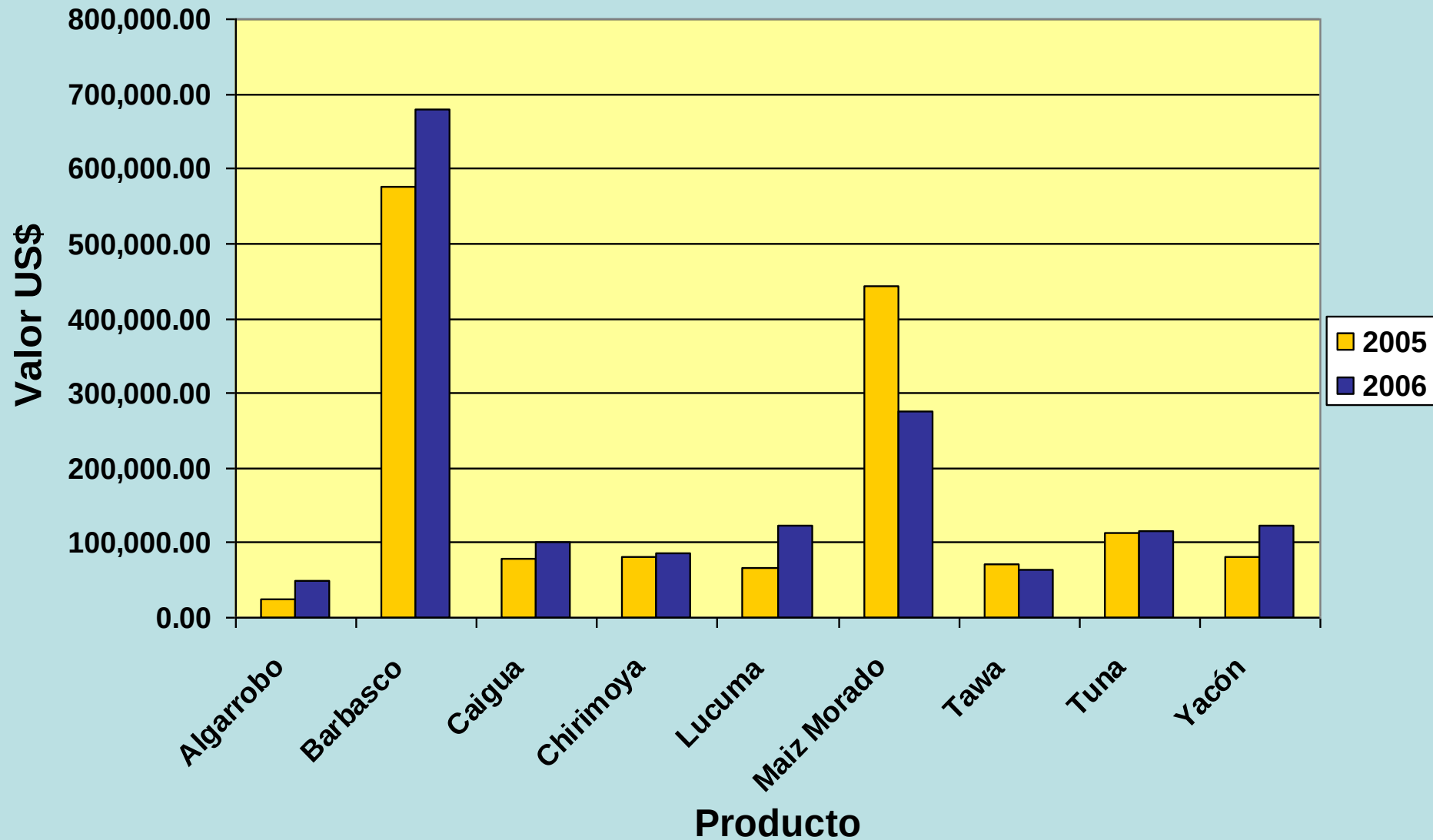
# Perú

## Evolución de las Exportaciones de las principales plantas medicinales

### 2005 - 2006



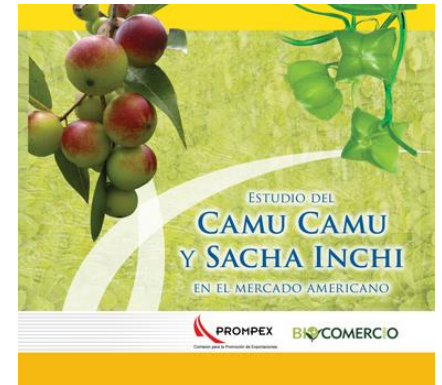
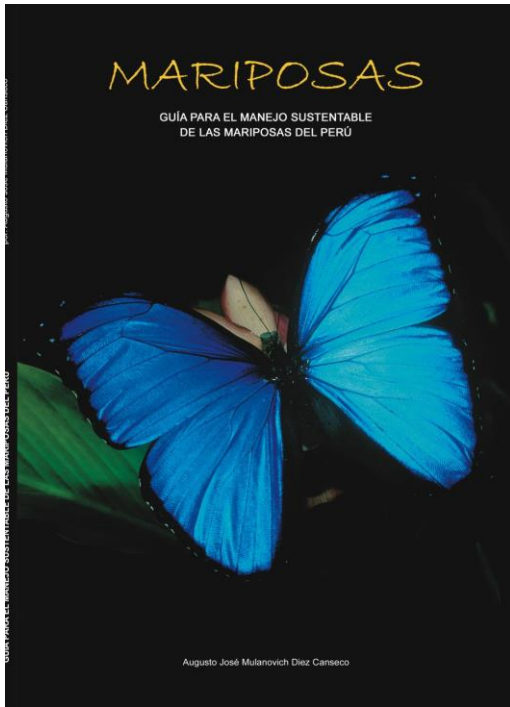
**Perú**  
**Evolución de las Exportaciones de otros productos**  
**del Biocomercio**  
**2005 - 2006**







**2<sup>da</sup> Edición**  
**20-21 Set. 2007**



**¡MUCHAS  
GRACIAS!**



**Comisión para la Promoción del Perú  
La Exportación y el Turismo**



[www.biocomercioperu.org](http://www.biocomercioperu.org)