



Oportunidades comerciales para los productos del Biocomercio en Europa

Caridad Maldonado Adanaqué
cmaldonado@promperu.gob.pe
Comercio Sostenible
Sub Dirección de Desarrollo Empresarial

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú
20 de marzo de 2018
Lima, Perú



prom
perú

Perú

Tabla de contenidos

- Comercio sostenible
- Tendencias del consumidor
- Principios y criterios del Biocomercio
- Enfoque del Biocomercio
- Oportunidades de mercado

¿Cuáles son los objetivos de **Comercio Sostenible**?



- ❑ 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**.

Departamento de Comercio Sostenible





- Elementos diferenciadores
- Competitividad

○ NATURAL

○ ORGANICO

○ NUTRICIONAL

○ AMIGABLE CON EL MEDIO AMBIENTE

○ COMERCIO JUSTO

○ SOSTENIBLE

○ SIN TRABAJO INFANTIL

○ SIN PRUEBAS EN ANIMALES



○ Driver: Mercado

○ Patrones de Consumo

Comercio Sostenible



ECOEficiencia



¿Cuáles son las
tendencias de los
consumidores ?



SALUD Y
PLACER
“CALIDAD
SENSORIAL”

EXPERIENCIA,
TEXTURA,
VISUAL

INGREDIENTES
NATURALES Y
PROTEÍNA
VEGETAL

SOSTENIBILI
DAD, ECO-
FRIENDLY

Deseo alimentos
bajos en azúcar y
sal pero con gran
sabor

Quiero
alimentos que
sean
innovadores y
divertidos
personalizados

Deseo
alimentos que
sean **clean**
label y a base
de productos
naturales

Quiero
alimentos de
calidad y
seguros



Tendencias del consumidor



Empaques Sostenibles



1. Es **beneficioso, seguro y saludable** para individuos y comunidades a través de su ciclo de vida;
2. Cumple el **criterio del mercado** para desempeño y costo;
3. Procede, es procesado, transportado y reciclado usando **energía renovable**;
4. **Maximiza** el uso de materiales renovables o reciclables;
5. Es fabricado utilizando **tecnologías de producción limpia** y buenas prácticas;
6. Está hecho de **materiales saludables** en todos los escenarios probables;
7. Está diseñado físicamente para **optimizar** materiales y energía;
8. Es **recuperado** de manera efectiva y utilizado en ciclos biológicos o industriales con pensamiento/sistema “de cuna a cuna”

Biocomercio



Biocomercio:

El 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 criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

1

**Rentabilidad
Económica**

2

**Conservación
de la
biodiversidad**

3

**Consideración
por aspectos
sociales**

SOSTENIBILIDAD



7 Principios y Criterios del Biocomercio

PRINCIPIO 1

Conservación de la biodiversidad



PRINCIPIO 2

Uso sostenible de la biodiversidad



PRINCIPIO 3

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



PRINCIPIO 4

Sostenibilidad socio-económico



PRINCIPIO 5

Cumplimiento de la legislación nacional e internacional



PRINCIPIO 6

Respeto de los derechos involucrados en el Biocomercio



PRINCIPIO 7

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



A scenic view of a tropical valley. In the foreground, a wide, muddy brown river flows through a small village with simple, colorful buildings. The middle ground is dominated by a dense, lush green forest covering the hillsides. In the background, more forested mountains rise, partially shrouded in mist or low clouds. The sky is overcast and grey.

ENFOQUES DEL BIOCOMERCIO

Granos de Cacao Nativo



Cosecha de Sacha Inchi
- San Martín -



Recolección de Plantas Medicinales
Cajamarca -



Enfoques de Biocomercio

1. Cadena de valor

2. ???

3. ???

1. Cadena de valor

- Articulación entre los actores de la cadena productiva.
- Beneficios económicos a toda la cadena.
- Implementación de prácticas que fomenten el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad.



Productor

Acoplador

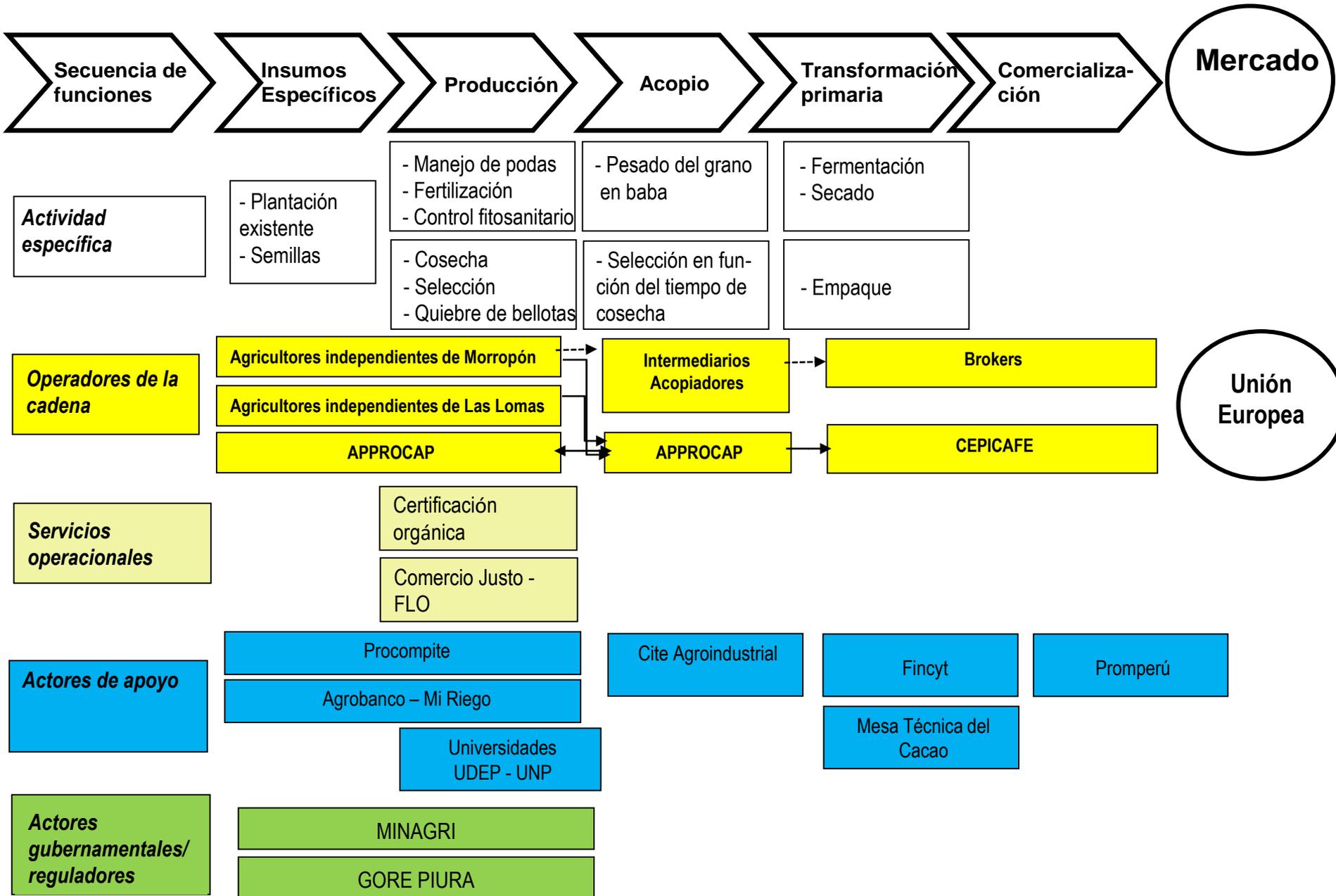
Proceso

Distribuidor

Comercializador

Consumidor

EJEMPLO: MAPEO DE LA CADENA DE VALOR DEL CACAO NATIVO DE PIURA



Enfoques de Biocomercio

1. Cadena de valor

2. Manejo adaptativo

3. ???



2. Enfoque adaptativo:

- Identificación de impactos.
- Implementación de prácticas.
- Mejoramiento continuo de las prácticas ejecutadas.

Enfoques de Biocomercio

1. Cadena de valor

2. Manejo adaptativo

3. Ecosistémico

3. Enfoque ecosistémico:



Visión integrada de aspectos sociales, y ecológicos considerando las interacciones entre ellos.

Enfoques de Biocomercio

1. Cadena de valor

2. Manejo adaptativo

3. Ecosistémico



El Biocomercio en el Perú: CNPB

COMISIÓN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo



PERÚ

Ministerio del Ambiente



PERÚ

Ministerio de Agricultura y Riego



CONCYTEC

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN



PERÚ

Ministerio de la Producción



PERÚ

Ministerio de Relaciones Exteriores



CCL

CÁMARA DE COMERCIO LIMA



Instituto Peruano de Productos Naturales



APTAE
ASOCIACIÓN PERUANA DE TURISMO DE AVENTURA Y ECOTURISMO



UNIVERSIDAD PERUANA CAYETANO HEREDIA



Universidad Nacional Agraria LA MOLINA

Sostenibilidad Socio-económica



Biodiversidad y Biocomercio

Biodiversidad

Variedad de **especies y ecosistemas** con sus procesos ecológicos de los que depende toda forma de vida en la Tierra.

- Ecosistemas
- Especies
- Genes



Biocomercio

Recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (especies y ecosistemas) bajo los criterios de sostenibilidad social, ambiental y económico.

Sectores involucrados en Biocomercio

- Cuidado personal
- Farmacéutico
- Alimentos
- Moda
- Flora y fauna ornamental
- Manualidades
- Textiles y fibras naturales
- Turismo sostenible
- Crédito de carbono basado en la silvicultura.



Biocomercio en cifras

€4.3 Billones

Ventas de empresas y asociaciones.

↑ *40M en 2003*

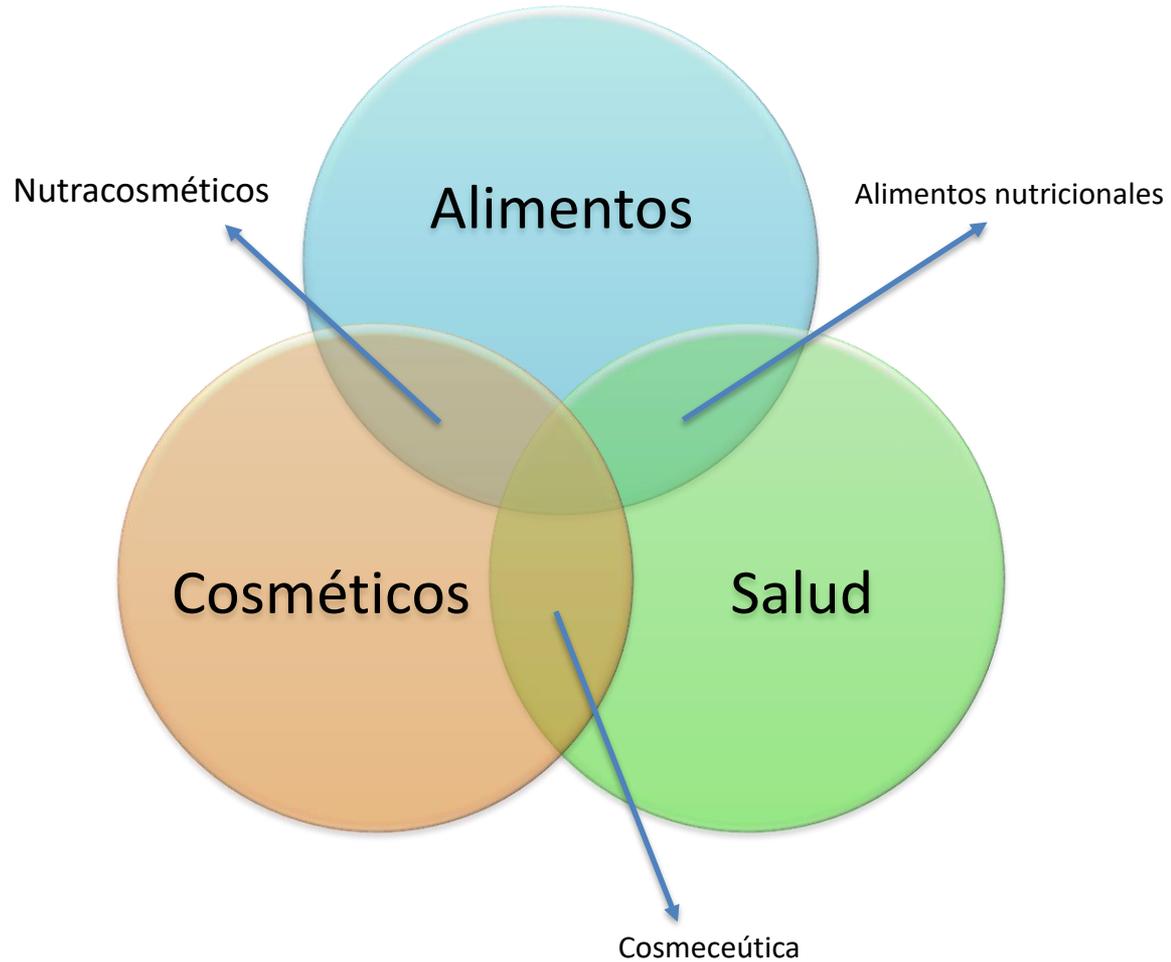
5 millones

Beneficiarios a nivel mundial

*Incluidos productores, agricultores, recolectores.

Información de Mercado: Segmentos

- CALIDAD
- REQUERIMIENTOS DEL COMPRADOR
- REQUIRIEMIENTOS LEGALES
- CERTIFICACIONES



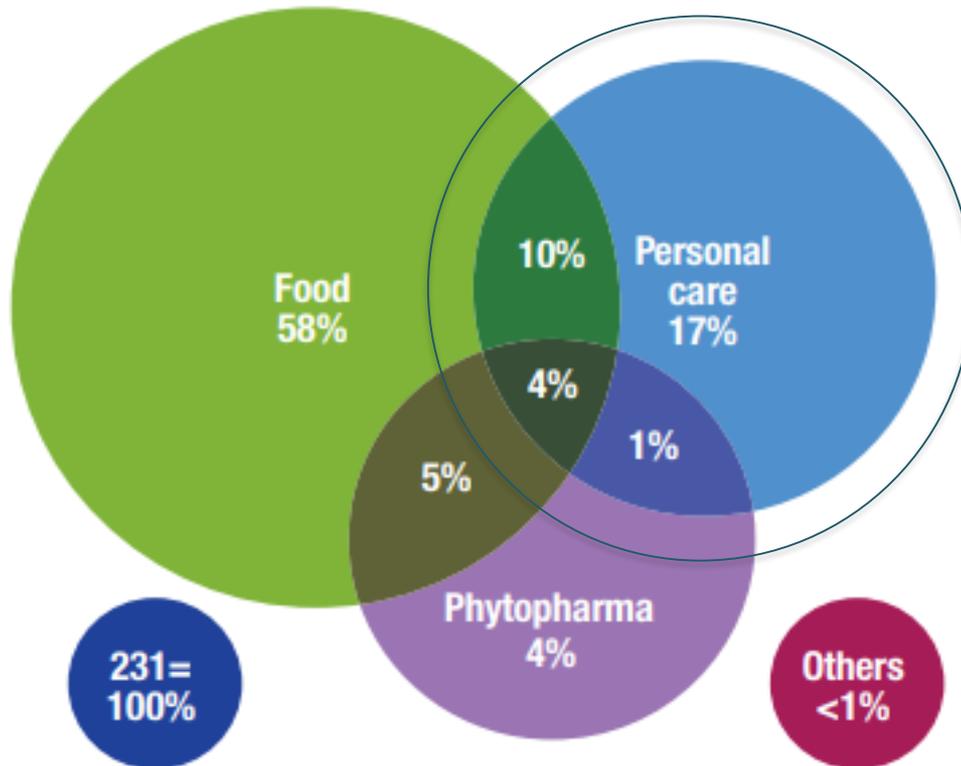
Información de Mercado: Productos



Source: Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI) and ProFound (2016). Trade segments, channels and structures for food, food Ingredients and natural ingredients for health products. CBI Expo Vitafoods 2016: Natural Ingredients Export Coaching Programme - Pakistan (adapted with permission of Klaus Duerbeck Consulting [KDC]).

Tendencias cosmética y cuidado natural- ingredientes naturales

Participation by sector



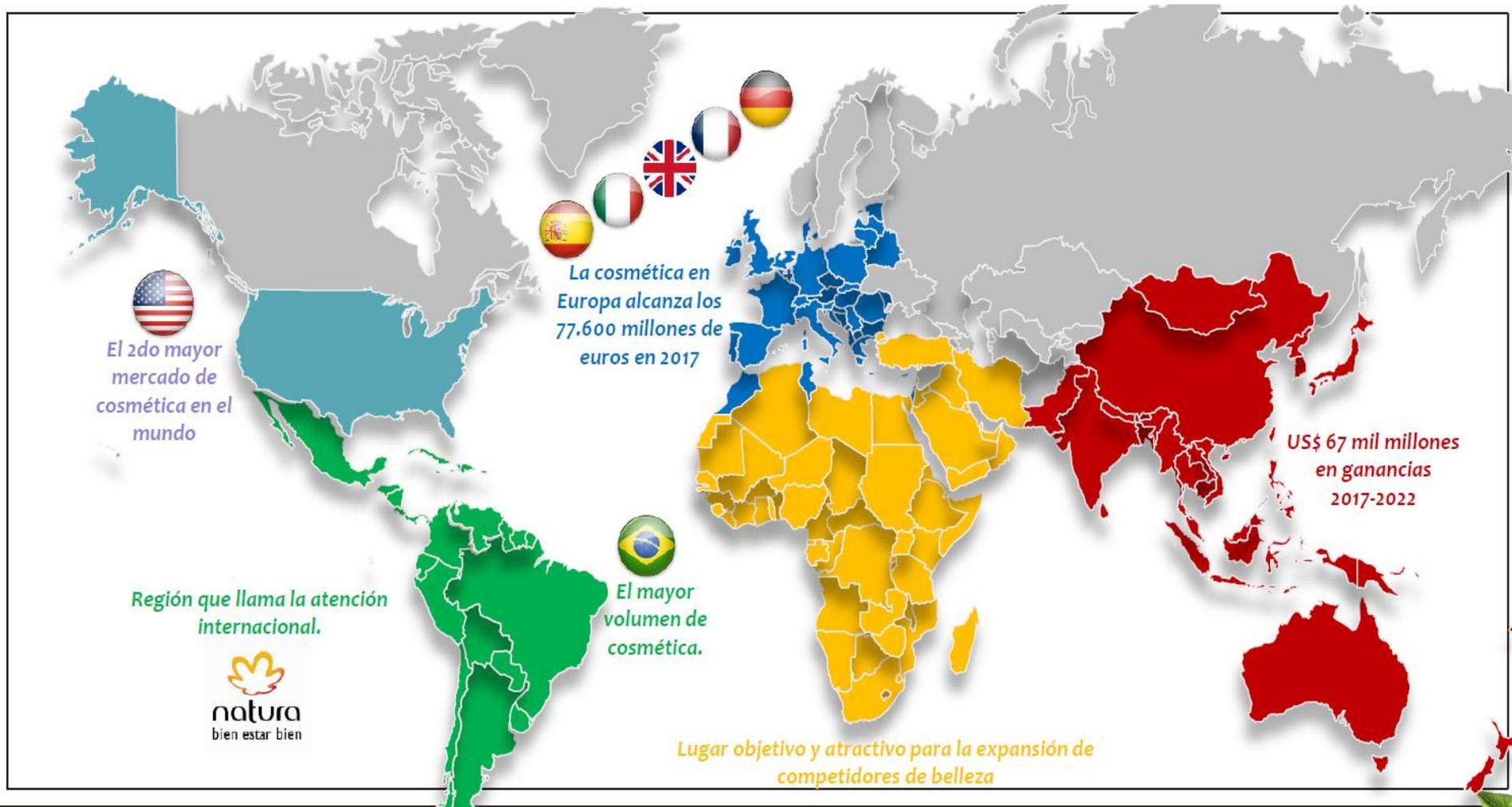
Una industria en crecimiento

US\$ 532.43 mil millones

Perspectiva de crecimiento

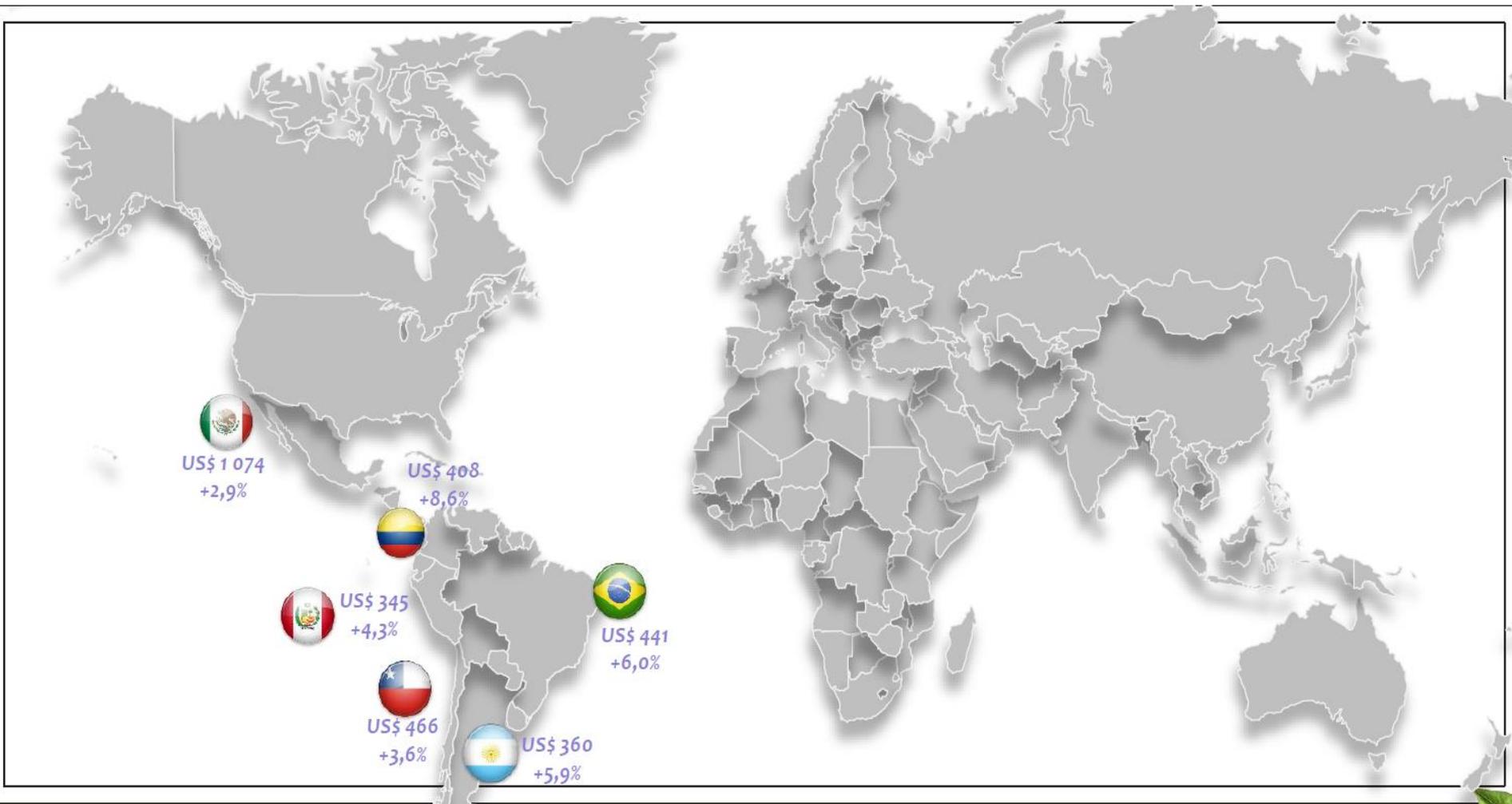
US\$ 605.61 mil millones

Información de Mercado: Comportamiento de los cosméticos en el mundo 2017-2022



Información de Mercado: Principales importadores de cosméticos en el mundo 2017

Millones de US\$



Fuente: TradeMap

330499 330510 330520 330590 330610 330710 330720 330790 340111 481820 300670
340130 330290 (330129 –aceites otros)

Principio del Biocomercio	UEBT	RFA/RAS	FSC	Orgánico	Comercio Justo
					
P1	+	+	+	+	(+)
P2	+	+	+	+	(+)
P3	+	(+)	-	-	(+)
P4	+	(+)	+	-	(+)
P5	+	+	+	-	-
P6	+	+	+	(+)	(+)
P7	+	+	+	-	-
Sistemas de producción a los que aplica el estándar	Cultivo y recolección	Cultivos	Recursos maderables	Cultivos, zootecnia, acuicultura y recolección	No todos los productos. En su mayoría aplica para commodities
Legenda: “+” = Coincidencia con el principio de Biocomercio / “(+)” = Relación indirecta o no explícita con el principio de Biocomercio / “-” = No hay coincidencia					

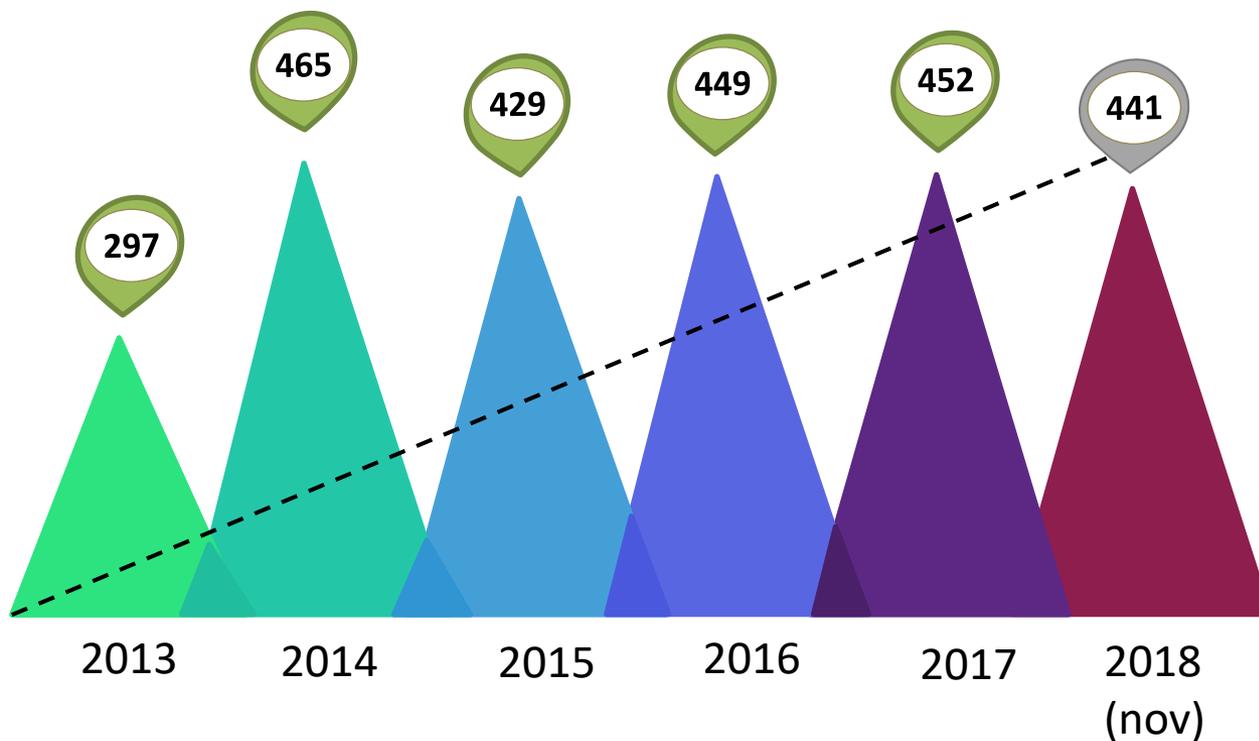
Cifras de exportación de los productos de la biodiversidad peruana:

PRODUCTO	2013 (US\$)	2014 (US\$)	2015 (US\$)	2016 (US\$)	2017 (US\$)
Quinoa	82 135 247	201 723 312	152 522 669	131 737 343	134 086 586
Cochinilla	56 737 718	71 645 481	77 414 677	116 317 239	105 676 870
Maracuyá	33 691 962	45 121 639	43 412 374	54 327 100	47 076 835
Tara	47 998 516	45 906 469	42 877 627	42 328 865	45 378 534
Nueces del Brasil	19 887 626	18 911 821	25 289 418	31 322 881	37 458 185
Achiote	13 439 901	12 743 352	15 486 119	15 769 868	25 072 225
Maca	13 667 781	37 026 759	38 492 727	18 999 151	14 539 601
Sacha Inchi	3 543 024	3 924 875	5 075 270	4 142 564	9 310 094
Maíz Morado	2 632 663	2 725 996	4 022 538	5 183 399	4 900 525
Cúrcuma	2 145 862	1 841 196	1 641 663	2 978 678	4 665 371
Lúcuma	2 882 751	2 061 972	3 241 485	3 209 668	3 659 137
Aguaymanto	782 958	1 691 256	2 107 557	3 301 698	3 480 701
Otros	17 740 982	20 324 635	18 281 195	19 774 116	16 718 925
TOTAL	297 286 991	465 648 763	429 865 319	449 392 569	452 023 587

Principales destinos de los productos de la biodiversidad peruana:

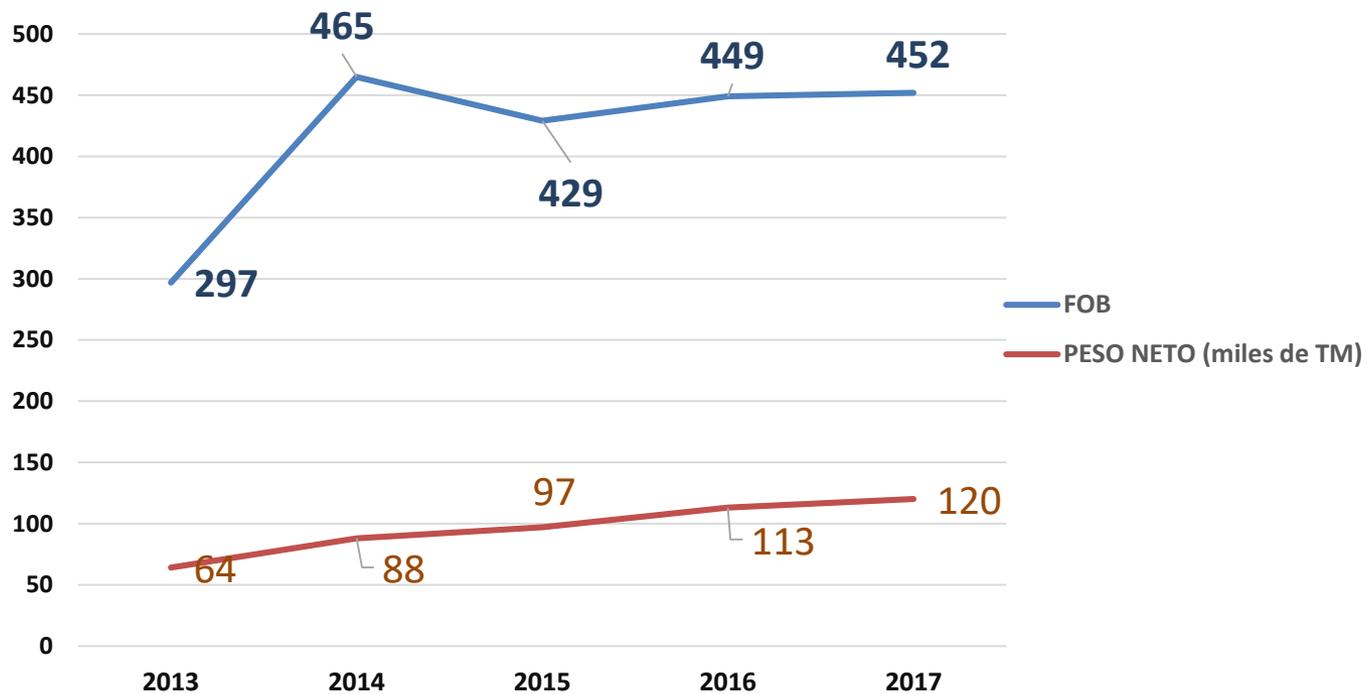
	2013	2014	2015	2016	2017
Estados Unidos	86 788 677	148 449 217	124 077 715	112 361 109	101 980 924
Países Bajos (Holanda)	23 984 740	51 143 479	50 328 806	58 051 392	47 607 001
Corea del Sur (República de Corea)	2 069 561	2 679 305	3 816 561	5 333 656	33 643 780
Brasil	19 937 510	21 375 086	21 985 635	29 309 412	25 794 942
China	14 935 014	24 119 370	17 411 344	18 205 631	22 237 234
Dinamarca	6 785 939	12 407 555	16 807 825	24 620 962	20 019 144
España	8 210 407	9 474 161	9 740 533	15 543 224	18 646 389
Alemania	17 301 427	24 435 668	23 616 085	20 064 084	16 252 742
Italia	7 609 398	11 609 979	13 852 426	14 603 900	15 552 477
OTROS	109 664 318	159 954 943	148 228 388	151 299 199	150 288 956
TOTAL	297 286 991	465 648 763	429 865 319	449 392 569	452 023 587

LAS EXPORTACIONES (MILLONES) DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA BIODIVERSIDAD NATIVA HAN TENIDO UN CRECIMIENTO PROMEDIO



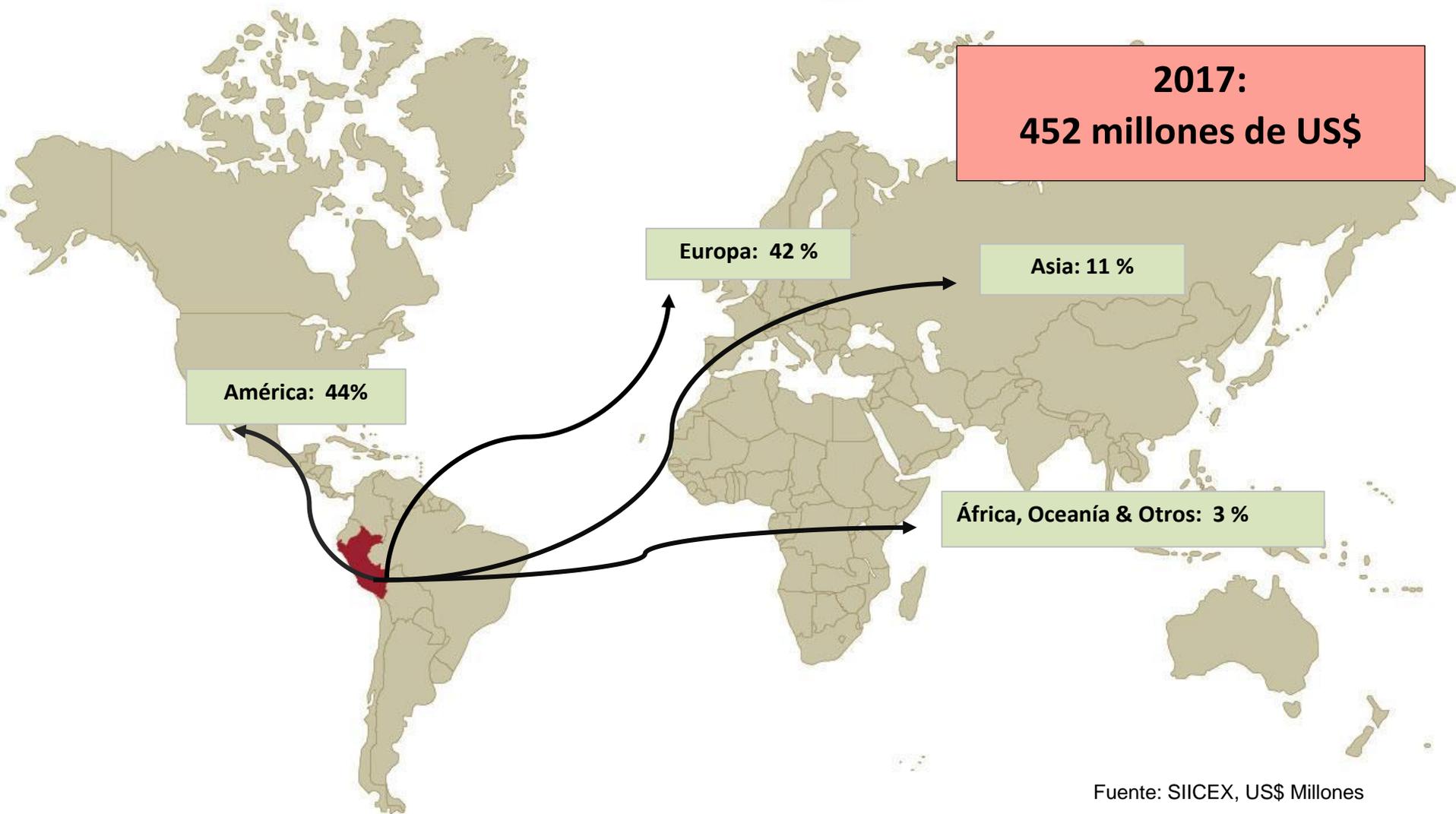
Cifras de exportación:

Evolución de las Exportaciones de Biodiversidad Nativa 2012-17 FOB USD



Fuente: SIICEX

Principales destinos:



QUINUA

FOB



AÑO	FOB
2013	82 135 247
2014	201 723 312
2015	152 522 669
2016	131 737 343
2017	134 086 586

1008509000 - QUINUA (QUINOA) (CHENOPODIUM QUINOA) EXC
1904900000 - DEMÁS PRODUCTOS A BASE DE CEREALES
OBTEN

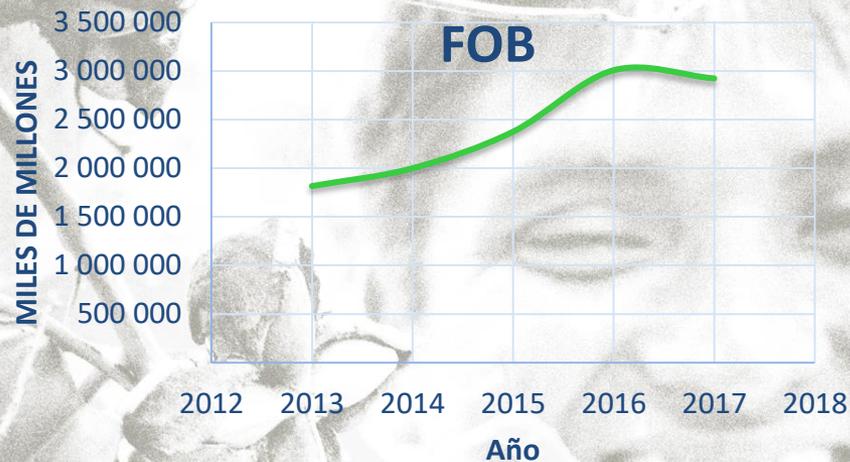
1104299000 - GRANOS DE LOS DEMÁS CEREALES MONDADOS,
P

1904100000 - PRODUCTOS A BASE DE CEREALES, OBTENIDOS

1102909000 - HARINA DE CEREALES, EXCEPTO DE TRIGO O D



SACHA INCHI



AÑO	FOB
2013	3 543 024
2014	3 924 875
2015	5 075 270
2016	4 142 564
2017	9 310 094

2008199000 - DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA, INCLUIDAS LAS M

1515900090 - LOS DEMÁS LAS DEMÁS GRASAS Y ACEITES VEG

2106102000 - SUSTANCIAS PROTEICAS TEXTURADAS

1208900000 - DEMÁS HARINA DE SEMILLAS O DE FRUTOS OLE

2008999000 - DEMÁS FRUTAS O FRUTOS Y DEMÁS PARTÍCULAS



FOB



AÑO	FOB
2013	1 816 168
2014	1 999 689
2015	2 375 927
2016	3 009 300
2017	2 925 573

1106309000 - HARINA, SÉMOLA, Y POLVO DE LOS DEMÁS PRO

0811909200 - CAMU CAMU (MYRCIARIA DUBIA)

2009895000 - JUGO DE CAMU CAMU (MYRCIARIA DUBIA)

2008999000 - DEMÁS FRUTAS O FRUTOS Y DEMÁS PARTÍCULAS

1211909091 - LAS DEMÁS PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SE

Resto

CASTAÑAS



YACÓN

ACHIOTE



LÚCUMA



MAIZ MORADO



**PLANTAS
MEDICINALES**





ESTRATEGIAS ASOCIADAS AL BIOCOMERCIO

Mercado Europeo: Mercado exigente en certificaciones

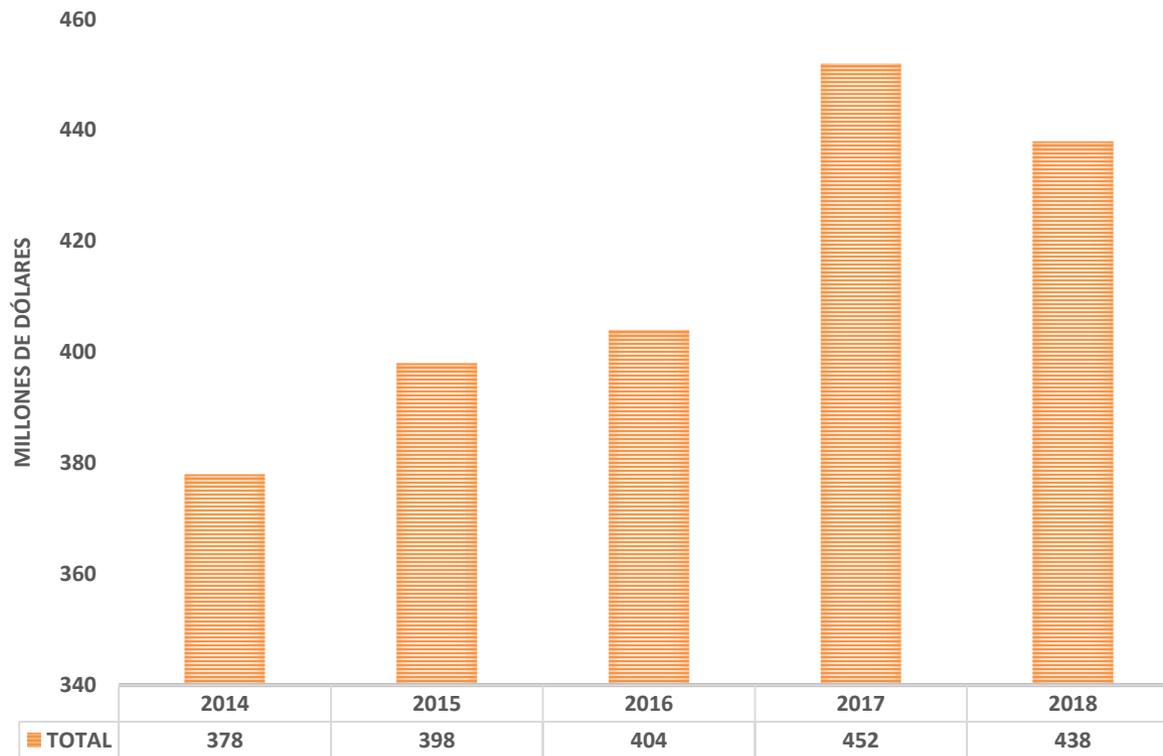


GLOBALG.A.P.
The Global Partnership for Good Agricultural Practice



Evolución de exportaciones de productos orgánicos

EXPORTACIONES ORGÁNICO



PRODUCTO	2018
Banano	168 520 749
Cacao	64 155 117
Café	54 430 680
Quinoa	55 709 671
Jengibre	28 509 013

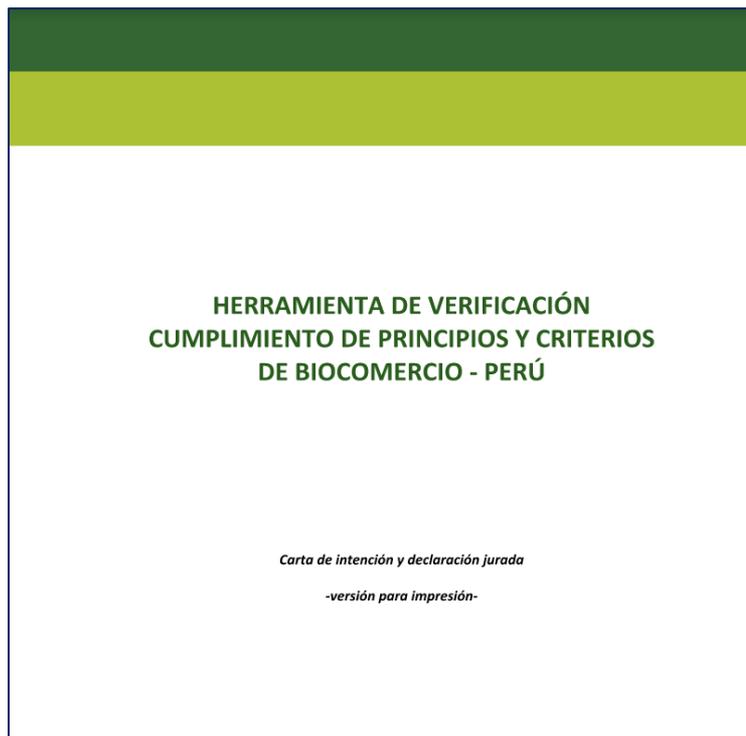
Comunicación en tiempo real



Verificación de Principios y Criterios de Biocomercio:



Sello de Biocomercio



BIOCOMERCO PERU

≤ 75%

Empresas de Biocomercio

	RAZÓN SOCIAL	PUNTAJE CUMPLIMIENTO P&C
1	AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN S.A.C	85%
2	AGROINDUSTRIAS OSHO S.A.C	98%
3	AICACOLOR S.A.C.	80%
4	ALGARROBOS ORGÁNICOS S.A.C	99%
5	AMAZON ANDES EXPORT	91%
6	AMAZON HEALTH PRODUCTS S.A.C	90%
7	ANDES FOOD COMPANY S.A.C.	81%
8	ATYI PERÚ NATURE PRODUCTS E.I.R.L.	77%
9	AVENDAÑO TRADING COMPANY S.A.C.	80%
10	CENTRO DE REHABILITACIÓN DE TOXICÓMANOS Y DE INVESTIGACIÓN DE MEDICINAS TRADICIONALES TAKIWASI	92%
11	COMERCIO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES Y DESARROLLO EN LATINOAMERICA - PERU	97%
12	COOPERATIVA AGRARIA APPROCAP L.T.D.A.	81%
13	COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCCIÓN ORGÁNICA HUAMANPATA MOLLEPATA (CAPOHM)	78%
14	COOPERATIVA AGRARIA PRODUCTORES DE TARA DEL NORTE	86%
15	COOPERATIVA AGRARIA DE PRODUCCIÓN SEÑOR DE HUANCA (CAPOSH)	77%

Click to edit Master title style

16	COOPERATIVA AGROPECUARIA DE SERVICIO VALLE DEL CUNAS L.T.D.A.	78%
17	COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES FRUTOS DEL ANDE CAMPO VERDE	75%
18	CRUZ CAMPO PERU S.A.C	85%
19	ECOANDINO S.A.C.	93%
20	ECOINCA S.A.C	83%
21	GREENBOX	77%
22	GOLDEN BERRY COMPANY S.A.C	80%
23	HERSII S.A	97%
24	INDUSTRIAS MAYO S.A.	86%
25	LABORATORIO QUIMICO FARMACEUTICO NATURA LAB S.A.C	88%
26	PERUVIAN HERITAGE S.A.C	95%
27	PERUVIAN NATURE S&S SAC	95%
28	SHANANTINA S.A.C.	92%
29	SHIWI S.A.C	94%
30	SOLUCIONES AVANZADAS EN AGRONEGOCIOS WIRACCOCHA DEL PERU S.A.C.	89%
31	VITALLANOS PERÚ SAC	86%
32	WARI ORGANIC S.A.C.	76%

2. Aula virtual

Capítulo 1:

La importancia de ser parte de una cadena sostenible

Biocomercio desde un enfoque de cadena de valor

Duración: 14 minutos

Examen 1

Capítulo 2:

Conociendo la cadena de valor

La cadena de valor aplicada al negocio de la quinua
El modelo de negocio

Duración: 25 minutos

Examen 2

Capítulo 3:

Biocomercio: Biodiversidad y Sostenibilidad

Duración: 05 minutos





Gracias

Caridad Maldonado
cmaldonado@promperu.gob.pe

6167400
Anexo 2322

