

CONTEXTO

Actualmente el comercio mundial de productos provenientes de la biodiversidad ha alcanzado una notoria importancia y viene abriéndose paso en una economía global cada vez más abierta y dinámica. Paralelamente a este suceso, los aspectos sociales y ambientales vienen cobrando cada vez mayor relevancia en las preferencias de los consumidores lo que ha originado el surgimiento de nichos de mercados, con especial atención al sistema de manejo de los recursos, así como al impacto social y ambiental que genera su producción y aprovechamiento. Tal es el caso de los mercados de productos orgánicos, mercados verdes y ecológicos, mercados solidarios (comercio justo), mercado de ingredientes naturales para alimentos, cosméticos y medicinas.

Nuestro país ofrece un interesante potencial derivado de su inmensa diversidad biológica para desarrollar nuevas líneas productivas y así consolidar su actual oferta de bienes y servicios. Siendo concientes de nuestras ventajas comparativas y con miras a desarrollar ventajas competitivas, la Gerencia Central de Regiones y Proyectos Multisectoriales tiene como objetivo apoyar el fortalecimiento de empresas de BIOCOMERCIO orientadas al desarrollo de sus capacidades para atender el mercado local e internacional con sus productos y servicios.

Son tres los sectores priorizados en el campo del Biocomercio: ingredientes y productos naturales, peces de consumo y peces ornamentales, los cuales tienen como principales mercados destino Estados Unidos, Asia y Europa.

- **En el mundo**

Solamente en América del Sur se encuentran 5 países megadiversos (Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) de los 17 del mundo, y sólo en la región andina se encuentra aproximadamente el 25% de la biodiversidad total del planeta. En este contexto, a partir del año 1996 la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo- UNCTAD apoyó la creación de programas nacionales de Biocomercio en los países megadiversos habiéndose definido tres enfoques básicos para esta iniciativa: cadenas de valor, gestión adaptativa y enfoque por ecosistemas.

Así también, las actividades del Biocomercio se enmarcan en los siguientes principios:

1. Conservación de la Biodiversidad
2. Uso sostenible de la Biodiversidad
3. Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la biodiversidad.
4. Viabilidad económica (administrativa, financiera y de mercado)
5. Cumplimiento de la legislación nacional e internacional
6. Responsabilidad ambiental
7. Responsabilidad social, derechos de los trabajadores, derechos de acceso a la tierra y a los recursos.

- **En el Perú**

En Agosto de 2001 se crea el Comité Biocomercio Perú, integrado por nueve instituciones del sector público y privado y estando presidido por el Consejo Nacional del Ambiente CONAM con la Secretaría Técnica de la entonces Comisión para la Promoción de Exportaciones – PROMPEX, recientemente denominada Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo -PROMPERÚ.

Es a través de esta Secretaría Técnica que el Comité brindó asistencia a empresas y organizaciones productivas para el desarrollo de proyectos y actividades sustentadas en los principios y criterios del Biocomercio.

En el año 2003 se instituyó el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio a través del cual se ha logrado poner en marcha un conjunto de actividades, que ha permitido sentar las bases operativas e institucionales para el desarrollo de esta iniciativa en el país. La implementación de este Programa ha estado respaldada por un grupo de trabajo interinstitucional, denominado Comisión de Promoción del Biocomercio, liderada por PROMPERU.

Actualmente se ha renovado la Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio estando presidida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y contando con una Secretaría Técnica colegiada entre PROMPERU e IIAP.

PROGRAMA NACIONAL DE PROMOCION DEL BIOCOMERCIO - PNPB

El principal referente para la formulación del PNPB en el Perú fue el artículo 87 del Reglamento de la Ley sobre Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica, que define el concepto del Biocomercio como *la 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 Convenio de Diversidad Biológica; 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.*

El PNPB en el Perú se formuló con el objetivo de *impulsar y apoyar la generación y consolidación de los bionegocios, basados en la biodiversidad nativa, como incentivo para su conservación, aplicando criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, en concordancia con los objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) y la Estrategia Nacional sobre Diversidad Biológica (ENDB*

Proyectos y/o Programas de Cooperación Internacional

- UNCTAD: “Programa de Facilitación del Biocomercio” (BTFP)
- SECO-GTZ : “Fortalecimiento de las cadenas de valor priorizados”: Perú Biodiverso.
- 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)

Avances

- Implementación de estrategias sectoriales.
- Fortalecimiento de las cadenas de valor de los productos seleccionados.
- Sistematización de información.
- Generación de una estrategia para la difusión de información y herramientas generadas
- Sensibilización para involucrar a los actores en los eslabones primarios de las cadenas y trabajar de forma directa con ellos, propiciando una mayor articulación
- Gestión de fondos de cooperación