



DISEÑO PLAN OPERATIVO ANUAL 2009

Enero 2009



Índice

	<u>Página</u>
1. Antecedentes	3
2. Identificación de problemas	6
3. Acuerdos marco	8
3.1 Sobre la misión	8
3.2 Sobre la organización	9
3.3 Sobre algunos conceptos básicos	10
3.4 Recursos	11
4. Plan Operativo	12
4.1 Objetivo general	12
4.1.1 Difusión y comunicación	12
4.1.2 Políticas	13
4.1.3 Proyectos	13
4.2 Matriz del Plan Operativo	14
5. Evaluación de Actores	17
6. Compromisos	23



Sección 1

Antecedentes

En la sesión de mayo del 2006, las instituciones que conforman la Comisión Nacional de Biocomercio coincidieron en la necesidad de desarrollar el Plan Estratégico, acuerdo que finalmente fue llevado a cabo el 2008 en la reunión de Atinchick. Con la elaboración del Plan estratégico se esperaba contar con un instrumento que organizara y orientara las acciones del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio para los próximos años.

El documento elaborado por la economista Blanca Sánchez Abad tomó como soporte la visión y la misión establecida en el marco del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio-PNBP. A partir de ello, de un enfoque estratégico que tomó como base los principios del Biocomercio y los tres enfoques definidos por la iniciativa Biotrade de la UNCTAD y del análisis FODA (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas), se llegaron a establecer los siguientes objetivos:

Objetivo General

“Mejorar sostenidamente la competitividad de las cadenas priorizadas, a fin de ofrecer a los mercados potenciales, productos del Biocomercio con alto valor agregado, de manera que se manifieste en mejores condiciones para todos los participantes de las cadenas y contribuya a la conservación de la biodiversidad involucrada en el proceso productivo”.

Objetivos Estratégicos

Objetivo estratégico 1:

- Lograr un entorno político favorable para el Biocomercio y fortalecer el sistema institucional de la PNBP: Red de instituciones (Comisión Nacional), red de usuarios (todos los actores de la cadena), instituciones locales de soporte

Objetivo estratégico 2:

- Incrementar el comercio nacional e internacional de los productos del biocomercio.

Objetivo estratégico 3:

- Mejorar las capacidades de gestión productiva y organizacional en las iniciativas de biocomercio, a fin de garantizar el desarrollo de una oferta sostenible acorde en la demanda identificada.

Objetivo estratégico 4

- Validar y demostrar con sustento técnico-científico las características y propiedades de los productos del biocomercio.

Una vez establecidos los objetivos estratégicos se definió el POA, el cual incluyó una lista muy amplia de actividades, las mismas que en buena cuenta fueron el resultado de la revisión de las actividades de los distintos integrantes de la Comisión, procedimiento que terminó en un amplio listado de acciones muy difícil de monitorear y controlar.

Adicionalmente, el Plan Estratégico planteó la implementación de una serie de mecanismos e instrumentos que acrediten y faciliten la puesta en marcha de las estrategias en 5 áreas: Político Institucional, financiero, información, Programas de Asistencia Técnica y Capacitación, y Planificación.

De las acciones y tareas establecidas como parte de ese proceso, se pudo realizar durante el 2008 lo siguiente:

Objetivos Estratégicos	Componentes	Resultados Esperados	Avance
Mejorar las capacidades de gestión productiva y organizacional en las iniciativas del Biocomercio	DESARROLLO DE OFERTA COMPETITIVA	Productos de Biocomercio cuentan con Normas Técnicas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comité de Normalización de Sacha Inchi conformado– APISI. ▪ Gestión de financiamiento para NT Jarabe Yacón ▪ Proyecto de NT peruana sobre BPA en proceso ▪ Plan de Trabajo del Comité Técnico de tara establecido
		Cadenas de valor identificadas y competitivas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de Cadenas de Valor elaborados y validados: Camu camu, sachá inchi, tara, maca, yacón
		Gremios empresariales fortalecidos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ APISI, IPPN
		Esquemas Asociativos de productores consolidados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Asociación de Productores de maca
		Planes de Negocios como instrumentos de gestión	

Objetivos Estratégicos	Componentes	Resultados Esperados	Avance
Lograr un entorno político favorable y fortalecimiento del entorno institucional	FORTALECIMIENTO POLÍTICA INSTITUCIONAL	El Biocomercio está incorporado en las políticas sectoriales	Elaboración de propuesta de política nacional de Biocomercio – MINAM
		Sistema de verificación de P&C validado e implementados	Criterios mínimos de entrada consensuados, proyectos piloto en marcha.
		Se han diseñados mecanismos de financiamiento para Biocomercio	Consultoría en proceso. Coordinación proyecto GEF CAF.

Objetivos Estratégicos	Componentes	Resultados Esperados	Avance
Incrementar el Comercio nacional e internacional	ACCESO A MERCADOS	Se cuentan con mecanismos para promover productos	Participación en ferias y actividades de prospectiva comercial: Biofach: Evento maca, Interzoo, Expo East, ExpoSustentat, Bioexpo Santa Cruz, Bioexpo Colombia, Health Ingredients Estrategias de marketing maca en proceso
		Aumento de las exportaciones	US \$ 27 millones de crecimiento en exportaciones de biodiversidad.
Validar y demostrar con sustento técnico y científico las características y propiedades de los productos	FOMENTO A LA INVESTIGACIÓN E INNOVACION	Investigaciones sistematizadas e incorporadas a base de datos	Grupo de Investigación de Biocomercio consolidado, búsqueda y sistematización de información en proceso
		Sustento técnico y científico de las propiedades de productos	Financiamiento para investigación en productos priorizados – concurso CONCYTEC
		Incremento del valor agregado en los productos Biocomercio	Promoción de investigación en productos priorizados - EULAFF

Estos logros con respecto a lo planificado en el 2008 no hacen sino expresar lo que fue una percepción generalizada en las entrevistas efectuadas antes de la realización del taller, “el programa de actividades del 2008 fue sumamente ambicioso”. Desde este punto de vista se tomó el acuerdo de enfocar el POA 2009 a un menor número de actividades.



Sección 2

Identificación de Problemas

El no haber podido alcanzar las metas del 2008 llevan a reflexionar sobre los aspectos que incidieron en estos magros resultados. El balance de lo actuado, las entrevistas efectuadas y lo recogido durante la dinámica del día 29 de noviembre, permitió establecer las siguientes conclusiones:

- Para que el PNBP pueda cumplir con la misión y las actividades planteadas requerían de una Unidad Ejecutora, la cual tiene que contar con personal a tiempo completo y recursos suficientes para poder implementar las actividades. Este requerimiento no corresponde a las características organizacionales del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio. La Secretaría Técnica no cuenta con las características para asumir esta función dado que no cuenta con un presupuesto propio.
- La falta de recursos ha sido un problema recurrente. Aunque teóricamente las entidades involucradas debían colaborar poniendo recursos humanos, estableciendo partidas dentro de sus presupuestos, lo cierto es que ello no ha ocurrido durante al año transcurrido. Es así que se llega a la elaboración del Plan Operativo cuando ya los presupuestos de cada institución ya han sido definidos y nuevamente no se ha tomado en consideración acciones bajo la denominación de Biocomercio.
- La ausencia de algunas entidades importantes en el Programa y la falta de relación del PNBP con quienes tienen la decisión política ha restado posibilidades de incidir más directamente en las políticas de estado.
- Existe confusión entre los miembros del Programa en torno a conceptos básicos que son indispensables para la elaboración del Plan Operativo, las mismas que tienen que ver con cuál será el ámbito de trabajo del programa, por lo menos en esta fase, así como con la misión que debe asumir el PNBP.
- Si bien existen muchas entidades representadas en el PNBP, quienes representan a las entidades cambian constantemente lo cual les resta continuidad a las decisiones. Muchas veces las personas que acuden a las reuniones pueden tener puntos de vista que no coinciden con los de la entidad a la que representan. En algunos casos los representantes no están necesariamente vinculados a todos los proyectos o áreas de su sector que pudieran tener relación con los temas del biocomercio.
- Existe confusión entre el PNBP y el Proyecto Perú Biodiverso. La existencia de este proyecto ha llevado a los integrantes, especialmente los del sector privado, a pensar que existen recursos que podrían ser mejor

utilizados. Se tiende a confundir los objetivos y logros del proyecto con los que debería tener el PNBP.

- Se necesita tener más claros cuales son los criterios a partir de los cuales se le dará prioridad a determinadas cadenas. Al momento de las entrevistas, muchos de los informantes no parecían estar de acuerdo con la forma en que se estableció el proceso de selección para los productos priorizados.
- El sector empresarial no percibe beneficios concretos porque lo que ellos identifican como problemas no son incorporados necesariamente en los planes de trabajo del PNBP.
- Falta coordinación entre las actividades de las distintas entidades representadas en el PNBP, situación que lleva a que ésta no asuma el liderazgo necesario.



Sección 3

Acuerdos Marco

La realización del Plan Operativo 2009 tuvo que incorporar los problemas señalados en el punto anterior, convirtiéndose en una serie de supuestos sin los cuales no se puede llegar a entender el por qué de las iniciativas planteadas como resultado de la realización del taller del 29 de noviembre.

3.1. SOBRE LA MISIÓN

La misión del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio está acuñada en los términos siguientes:

Articular acciones entre organismos nacionales e internacionales, así como entre instituciones públicas y privadas para desarrollar e impulsar la capacidad local de generar bienes y servicios con valor agregado provenientes de la biodiversidad nativa, manejados en base a criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental.

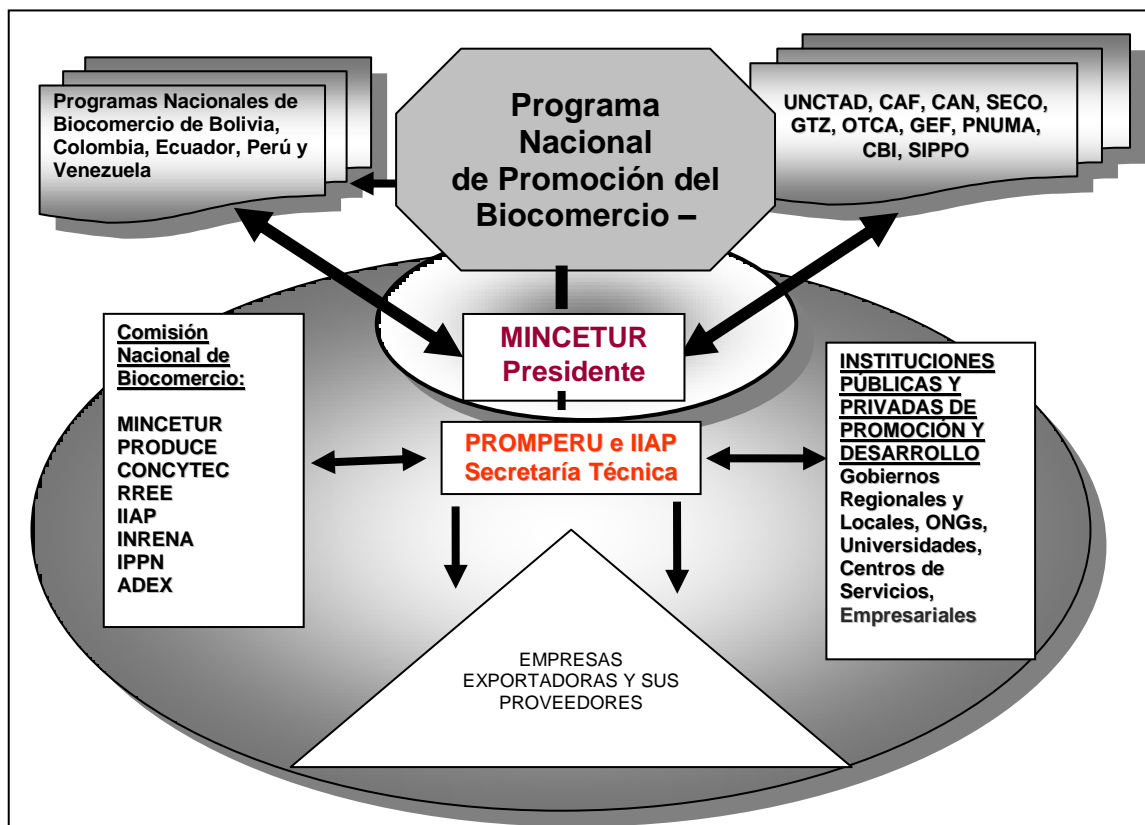
Esta misión fue puesta en cuestión en algunas de las entrevistas. Lo nuevo del concepto de Biocomercio requiere para algunos de un trabajo sostenido que sólo se puede lograr si una entidad, en este caso el PNBP, asume el liderazgo. Obviamente ello implica mucho más que la articulación de los actores como está descrito en la misión. Un análisis del POA del 2008 lleva a concluir que entre los integrantes de la Comisión estuvo implícita una definición mucho más amplia de la misión del Programa. Sólo en esa medida se justifica una relación tan amplia de objetivos y acciones.

Frente a esta dualidad, en el taller del 29 de noviembre de este año se acordó que el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio debe verse así misma como una instancia o Foro que establece los lineamientos de desarrollo e implementación del Biocomercio en el país. La posibilidad de cumplir esta función se sustenta precisamente en su carácter multi-institucional, esto es, en incorporar tanto a representantes del estado como del sector privado.

3.2. SOBRE LA ORGANIZACIÓN

En el gráfico 1, se muestra la estructura que según el Plan Estratégico del 2008 tenía la institución.

Gráfico N° 1: Sistema de Red Aplicado



Los consultados antes del taller y la propia evaluación efectuada en el mismo, lleva a establecer que esta organización no ha resultado la más eficiente. Ello principalmente por el papel que se le ha asignado a la Secretaría Técnica en detrimento de la participación de otros actores. De acuerdo al documento del año pasado, las funciones de esta instancia quedaron establecidas de la siguiente forma:

“La secretaría técnica, es el órgano encargado de coordinar la implementación operativa del PNB, siguiendo las directrices del Consejo Directivo. Para el cumplimiento de sus funciones la Secretaría Técnica deberá garantizar un equipo mínimo de trabajo, bajo la dirección de un coordinador que desempeñará el cargo de Secretario Técnico.”

Para el presente POA, se quedó en reducir la función de la Secretaría Técnica a una función de seguimiento de las actividades establecidas a nivel de la Comisión o del Pleno. El seguimiento implica la realización de las siguientes actividades:

- a. Establecimiento de reuniones periódicas con los coordinadores de las áreas de trabajo.
- b. Elaboración de reportes mensuales (como mínimo) del nivel de avance de cada comisión de trabajo.
- c. Circular la información entre los miembros de la Comisión y del Pleno.
- d. Mantener un listado actualizado de los miembros y sus representantes ante el PNBP.
- e. Elaborar un listado de todos los programas que al interior de las distintas áreas del estado estén relacionadas al Biocomercio, a las cuales se les remitirá información de acuerdo a lo acordado por la Comisión.
- f. Redactar las actas de cada una de las reuniones y circularlas entre los miembros.

La parte operativa recaerá en las **Comisiones de Trabajo**. Estas serán comisiones establecidas integradas por las organizaciones que por sus funciones, por su trayectoria o experiencia estén más relacionadas con el tema que se requiera enfocar. Estas comisiones de trabajo estarán a cargo de un coordinador, el cual se encargará de establecer los planes de trabajo y asignar responsabilidades al interior de su equipo, encargándose de remitir los informes pertinentes a la Secretaría Técnica, la misma que será responsable de socializarla al resto de los integrantes. Cada comisión de trabajo debe tener un coordinador el cual debe ser elegido tomando en cuenta el mandato de la institución a la que pertenece.

3.3. SOBRE ALGUNOS CONCEPTOS BÁSICOS

Dado que existe la siguiente definición del biocomercio planteada en la legislación nacional, ésta fue puesta a discusión de los participantes del taller.

Actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la diversidad biológica promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del Convenio sobre Diversidad Biológica, apoyando el desarrollo de la actividad económica en el ámbito local, mediante alianzas estratégicas y la generación de valor agregado de productos de la diversidad biológica competitivos para el mercado nacional e internacional con criterios de equidad social y rentabilidad económica.

El poner a debate la mencionada definición permitió establecer las siguientes conclusiones:

- a. No existe un consenso total en torno a la definición trabajada. Sin embargo se logró establecer coincidencias con relación a la focalización en recursos naturales y en el criterio de búsqueda de sostenibilidad. Hablar de recursos naturales y no sólo de recursos nativos supone ampliar la posibilidad de incorporar actividades productivas al concepto. El concepto de sostenibilidad implica asegurar la existencia de oferta pero sobretodo alude al cuidado de la biodiversidad, del medio ambiente.

- b. Al definirse de una forma tan amplia el tema de biocomercio queda abierta la puerta para ampliar las posibilidades de aplicación del concepto. Sin embargo, se recordó que ante la complejidad de los problemas a resolver se decidió focalizarse en tres áreas, siendo además Perú Biodiverso un resultado de esa priorización.
- c. Se concluyó que era necesario simplificar el concepto para poder difundirlo más ampliamente.
- d. Se tiene conciencia de la necesidad de diferenciar el concepto de biocomercio de los conceptos de productos orgánicos o comercio justo. Existe consenso en que ello es posible.
- e. Se tomó conciencia que el concepto de Biocomercio no parte del mercado y que por tanto es importante lograr una mayor difusión a nivel de líderes y de opinión pública en general.
- f. Existen dudas sobre cuán desarrollado está el concepto a nivel internacional. Precisamente estas dudas son las que llevan a los empresarios a ser muy cautelosos con la forma en que se involucran en las acciones del PNBP.

El taller llegó a reafirmar la necesidad de centrarse, en una primera etapa, en tres sectores: ingredientes y productos naturales (plantas medicinales, cosméticas y alimenticias/ nutraceúticas), peces tropicales ornamentales y de consumo y ecoturismo. Con relación a este punto es importante lograr que los miembros entiendan la diferencia entre el Proyecto Perú Biodiverso (con cinco cadenas priorizadas) y las prioridades dadas por la Comisión.

Cuando llegue el momento de ampliar la aplicación del concepto será necesario hacer una convocatoria más diversa en el sector privado.

3.4. RECURSOS

Sobre este punto existe confusión en la medida que no se entiende que los proyectos son una forma de obtener recursos pero que, por su propio carácter son temporales. El objetivo de poder contar con recursos sostenibles sólo se va a poder lograr en la medida que una mayor cantidad de instituciones públicas coloquen en sus presupuestos el rubro de Biocomercio y que un mayor número de empresarios estén dispuestos a invertir en esta actividad. El interés de la cooperación extranjera en este punto es dado por supuesto, llegándose a señalar en reiteradas ocasiones que los recursos a ese nivel están disponibles.

Frente a la situación mencionada se reconoció la necesidad de contar con una mayor articulación al Poder Político, la misma que garantizaría que se le de presupuesto a las actividades de Biocomercio. Llegar a esta situación supone un trabajo al interior de cada una de las organizaciones que forman parte del PNBP y acciones destinados a darle mayor visibilidad al Biocomercio (bajo el supuesto que esto hace que los políticos se interesan en lo que consideran tiene el apoyo de amplios sectores de la población).

Lograr un mayor compromiso del sector empresarial es una de las mayores preocupaciones en la medida que es caracterizado como el motor del biocomercio. Más empresas comprometidas le darían sostenibilidad a esta actividad.



Sección 4

Plan Operativo

4.1. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el Biocomercio en el Perú, logrando un mayor compromiso del sector privado y del sector empresarial en el desarrollo de las actividades que estas actividades implican, a la vez que se institucionaliza el trabajo del PNBP.

Para el cumplimiento de este objetivo general se señaló la necesidad de trabajar en tres áreas:

- a. Difusión y comunicación interna/ externa
- b. Políticas
- c. Proyectos.

4.1.1. Difusión y comunicación

Meta: Lograr articular las actividades de Biocomercio realizadas por los integrantes del PNBP, a la vez que crear una mayor toma de conciencia sobre la importancia de su implementación y desarrollo en todos los actores del Biocomercio.

Acciones propuestas:

- Elaboración de un calendario de biocomercio 2009.
- Realización de 4 talleres durante el transcurso del año para evaluar la ejecución de las actividades, evaluar los logros de las mismas y las lecciones aprendidas.
- Implementar la Red Virtual.
- Desarrollo del evento Perú Natura.
- Elaboración de un plan de comunicaciones que contemple, entre otros aspectos, la selección de temas en los que se debe crear incidencia y la búsqueda de respaldo político al más alto nivel.

Indicadores

- Incremento en el porcentaje de instituciones miembros del PNBP conocen lo que se está realizando en los otros sectores.
- Incremento en el porcentaje de empresas privadas que conocen de las actividades que se están desarrollando en términos de Biocomercio.

- Incremento en el porcentaje de gremios empresariales que incluyen temas de Biocomercio en sus planes de trabajo y actividades.
- Incremento de la participación del sector privado en las actividades realizadas por las instituciones que conforman el PNBP (como asistentes, expositores o con stands).
- Aumento de auspiciadores del sector privado en los eventos de las entidades que conforman el PNBP.
- Aumento de menciones en los medios escritos, radiales y televisivos sobre temas relacionados con Biocomercio.
- Aumento de la participación de los miembros del PNBP en programas de radio y televisión en temas relacionadas con el Biocomercio.
- Aumento de las menciones al Biocomercio en las declaraciones de los ministros.
- Aumento en el conocimiento de la posición del PNBP sobre temas relacionados con el Biocomercio.

4.1.2. Políticas

Meta: Conseguir que el Biocomercio sea política de estado y como tal esté incluido en la Agenda nacional, regional y local.

Acciones propuestas:

- Participar en la elaboración del Documento Nacional de Biocomercio.
- Institucionalizar el concepto de Biocomercio en las actividades y proyectos desarrollados por el sector público y privado.
- Crear un grupo de Trabajo para enfrentar el tema de la Ley 27821.
- Desarrollar Talleres descentralizados sobre el tema de Biocomercio con Gobiernos regionales.

Indicadores

- Incremento en el porcentaje de entidades que colocan en sus actividades y proyectos relacionados con los objetivos del PNBP la palabra Biocomercio.
- Incremento del porcentaje de entidades que en su material de difusión sobre temas relacionados con el Biocomercio incluyen información sobre lo que esto significa.
- Incremento del porcentaje de entidades que pertenecen al PNBP que incorporan en su presupuesto el rubro biocomercio.
- Número de nuevas normas o cambios legales favorables al Biocomercio gestionados en el año.
- Porcentaje de gobiernos regionales que incorporan en sus planes actividades relacionadas con el Biocomercio y que las identifican como tal.

4.1.3. Proyectos

Meta: Establecer criterios y mecanismos para priorizar y formular proyectos en línea con las necesidades del Biocomercio desde una perspectiva país.

Acciones

- Establecer un registro de las empresas que hacen Biocomercio en el país.
- Crear un comité del sector privado que establezca necesidades y prioridades a ser atendidas.
- Desarrollar un manual de procedimientos y criterios que deba seguirse para la definición de los proyectos.
- Desarrollar el Concurso Biocomercio con el objetivo de incentivar en los empresarios la adopción de los Principios & Criterios.
- Crear y mantener actualizado el registro de investigaciones y proyectos que se estén realizando en el país.

Indicadores

- Número de proyectos que son evaluados de acuerdo a los criterios y prioridades establecidos por el PNBP.
- Número de proyectos que están alineados con las necesidades del sector privado.
- Actividades del sector público que toman en cuenta las necesidades del sector privado.
- Número de investigaciones que se hacen alineadas con las necesidades del sector privado.

4.2. MATRIZ DEL PLAN OPERATIVO

Área	Metas	Acciones	Indicadores
DIFUSIÓN Y COMUNICACIONES	Lograr articular las actividades de Biocomercio realizadas por los integrantes del PNBP.	Elaboración de un calendario de biocomercio 2009. Realización de 4 talleres durante el transcurso del año. Implementar la Red Virtual	Incremento en el porcentaje de instituciones miembros del PNBP conocen lo que se está realizando en los otros sectores.
	Crear una mayor toma de conciencia sobre la importancia de su implementación y desarrollo en todos los actores del Biocomercio.	Desarrollo del evento Perú Natura	Incremento en el porcentaje de gremios empresariales que incluyen temas de Biocomercio en sus planes de trabajo y actividades. Incremento de la participación del sector privado en las actividades realizadas por las instituciones que conforman el PNBP

		Elaboración de un plan de comunicaciones	<p>Aumento de auspiciadores del sector privado en los eventos de las entidades que conforman el PNBP.</p> <p>Aumento de menciones en los medios escritos, radiales y televisivos sobre temas relacionados con Biocomercio.</p> <p>Aumento de la participación de los miembros del PNBP en programas de radio y televisión en temas relacionadas con el Biocomercio.</p> <p>Aumento de las menciones al Biocomercio en las declaraciones de los ministros.</p> <p>Aumento en el conocimiento de la posición del PNBP sobre temas relacionados con el Biocomercio.</p>
POLITICAS	Conseguir que el Biocomercio sea política de estado y como tal esté incluido en la Agenda nacional, regional y local.	<p>Participar en la elaboración del Documento Nacional de Biocomercio.</p> <p>Institucionalizar el concepto de Biocomercio en las actividades y proyectos desarrollados por el sector público y privado.</p> <p>Crear un grupo de Trabajo para enfrentar el tema de la Ley 27821.</p> <p>Desarrollar Talleres descentralizados sobre el tema de Biocomercio con Gobiernos regionales.</p>	<p>Incremento en el porcentaje de entidades que colocan en sus actividades y proyectos relacionados con los objetivos del PNBP la palabra Biocomercio.</p> <p>Incremento del porcentaje de entidades que en su material de difusión sobre temas relacionados con el Biocomercio incluyen información sobre lo que esto significa.</p> <p>Incremento del porcentaje de entidades que pertenecen al PNBP que incorporan en su presupuesto el rubro biocomercio.</p> <p>Número de nuevas normas o cambios legales favorables al Biocomercio gestionados en el año.</p> <p>Porcentaje de gobiernos regionales que incorporan en sus planes actividades relacionadas con el Biocomercio y que las identifican como tal.</p>

<p>PROYECTOS</p>	<p>Establecer criterios y mecanismos para priorizar y formular proyectos en línea con las necesidades del Biocomercio desde una perspectiva país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Crear un comité del sector privado que establezca necesidades y prioridades a ser atendidas. - Desarrollar un manual de procedimientos y criterios que deba seguirse para la definición de los proyectos. - Establecer un registro de las empresas que hacen Biocomercio en el país. - Desarrollar el Concurso Biocomercio con el objetivo de incentivar en los empresarios la adopción de los Principios & Criterios. - Crear y mantener actualizado el registro de investigaciones y proyectos que se estén realizando en el país. 	<p>Número de proyectos que son evaluados de acuerdo a los criterios y prioridades establecidos por el PNBP.</p> <p>Número de proyectos que están alineados con las necesidades del sector privado.</p> <p>Actividades del sector público que toman en cuenta las necesidades del sector privado.</p> <p>Número de investigaciones que se hacen alineadas con las necesidades del sector privado</p>
------------------	---	--	---



Sección 5

Evaluación de Actores

De acuerdo a la información recogida de las entrevistas y la información vertida en la realización del taller, hemos elaborado una comparación entre la forma como son vistas cada una de las instituciones, el rol que debe cumplir y el mandato que tienen actualmente.

a. *Mincetur.*

Entre los entrevistados se le asignó a esta entidad un nivel de compromiso intermedio, situación que se debe a la falta de información sobre el papel que ha jugado con respecto no sólo al PNBP, sino al papel cumplido con respecto a proyectos como PerúBiocomercio.

De acuerdo a lo establecido por el marco legal existente, **El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo** define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo. Esta entidad tiene la responsabilidad en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales, en coordinación con los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Economía y Finanzas y los demás sectores del Gobierno. Así mismo, está encargado de la regulación del comercio exterior. El titular del sector dirige las negociaciones comerciales internacionales del Estado y está facultado para suscribir convenios en el marco de su competencia. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía¹.

Su presencia en el PNBP está justificada en la medida que el turismo es una actividad en la que los ofertantes pueden diferenciarse a través del Biocomercio. Inclusive se mencionaron algunos proyectos en zonas rurales que están completamente alineados con este concepto. Sin embargo, se considera que no se ha hecho lo suficiente por incorporar el turismo en el PNBP.

También existen dudas sobre el nivel de importancia real dado por el Mincetur al concepto de Biocomercio. Se esperaría que estuviera el tema más presente en el discurso de la entidad y de sus más altos representantes.

Se le pide asumir una función de liderazgo público debido a que asume la presidencia del PNBP, lo que supone que se espera de quien asuma este cargo que se convierta en vocero y líder del tema en el país. En ese sentido aparece adecuado que esté presente en la Comisión de Difusión.

Si se analiza su mandato también queda claro que al ser una entidad rectora debe integrar la Comisión de Políticas.

b. *Promperú.*

¹ Extraído de la página web de la entidad

Para definir el mandato de esta entidad es importante tener en cuenta que esta entidad integra a la Ex Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX) y a la Ex Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ) - previamente encargada de la promoción del turismo - de acuerdo al D.S. N° 003-2007-MINCETUR. Promperú desarrolla actividades de promoción de exportaciones y turismo, siempre al servicio de las empresas exportadoras, operadores turísticos, así como público interesado en conocer nuestras riquezas históricas y culturales, contribuyendo al desarrollo económico y social del Perú².

Es percibida como una de las instituciones más comprometidas del Programa. Desde el punto de vista de los consultados, su presencia en la PNBP está justificada en la medida que el Biocomercio requiere del desarrollo de mercados en el exterior. Aunque a los preocupa como se va a compatibilizar los criterios del Biocomercio con otros intereses que tiene el sector, reconocen que se trata de una entidad eficiente en la búsqueda de nuevos mercados.

Los consultados mencionan que se trata de una entidad comprometida con el tema del Biocomercio. Sin embargo, dado que los problemas del Biocomercio son también técnicos, productivos (relacionados con el establecimiento de cadenas) y, que también debe incluir al consumidor interno (de acuerdo a lo expresado por varios entrevistados), se considera que la Secretaría Técnica no es el lugar más apropiado para ella.

La experiencia de Promperú en las actividades de difusión deberían ser aprobadas en la Comisión que ve este tema. Adicionalmente se espera de ella que ayude a obtener mayor información sobre la aceptación del concepto de Biocomercio en el mercado internacional. Sobre este particular se requiere que esta información llegue de forma oportuna a los distintos actores que conforman el PNBP.

c. IIAP

El IIAP, de acuerdo a su página web, es una institución de investigación científica y tecnológica para el desarrollo, especializada en el uso sostenible de la Diversidad Biológica en la región amazónica y realiza sus actividades en forma descentralizada, promoviendo la participación de las instituciones públicas y privadas, y sociedad civil.

Es percibida como una entidad comprometida con el concepto Biocomercio, pero no necesariamente con el PNBP. Ello se debería a que su ubicación geográfica no le permitiría una relación más fluida y a que sus intereses están muy circunscritos a lo amazónico. Se espera de ella que genere paquetes tecnológicos, que desarrolle investigaciones y que la comparta con los otros actores. Es en esta última parte donde se espera que se produzcan cambios.

De acuerdo a lo expresado por los consultados, actualmente existe déficit de información en cuanto a las propiedades de los productos naturales, así como se requiere del desarrollo de paquetes productivos. Este rol debería ser asumido, por lo menos en lo que respecta a la Amazonía, por el IIAP.

² Ver página web de la entidad

El perfil del IIAP no coincide con el de la Secretaría Técnica en la medida que está focalizado en la Amazonía y para el PNBP se requiere una visión nacional. A lo expuesto debe aunarse que el tener su sede fuera de Lima no facilita las coordinaciones con las otras entidades. Dada la experiencia del IIAP en el desarrollo de proyectos debería integrar la Comisión de Proyectos y en la de Políticas.

d. *Ministerio de Agricultura.*

De acuerdo a la información recibida la misión de esta entidad es la siguiente:

“Conducir el desarrollo agrario, promoviendo el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, la competitividad y la equidad, en el marco de la modernización y descentralización del Estado, con la finalidad de contribuir al desarrollo rural y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.”

Pese a que todos los consultados consideran que su misión lo hace un ministerio clave en la promoción del Biocomercio, hasta el momento se le ha percibido como poco comprometido con el PNBP. Se conoce poco de los programas que está desarrollando esta entidad y que deberían tener relación con el programa. Se espera de ellos que trabajen en función a lograr mayores cadenas productivas, capacitación para el mejoramiento de cultivos, etc.

Los consultados esperan una acción más decidida para ayudar a solucionar los problemas desde el lado de la Oferta. Se considera clave su papel con relación a la formación de las cadenas. Se les pide mayor acercamiento a las necesidades del empresariado. Actualmente los empresarios sienten que no existe disposición en sus funcionarios para ayudarlos a ser más eficientes. También existe una brecha entre lo que esperan los consultados y lo que sienten que ha producido el ministerio en términos de información necesaria para orientar los esfuerzos de los productores.

Dada la importancia que tiene la entidad para la solución de los múltiples problemas que se relacionan con el Biocomercio sería recomendable que estuviera en las tres comisiones creadas.

e. *El INRENA y el INIA.*

El Instituto Nacional de Recursos Naturales - INRENA, es un Organismo Público Descentralizado del Ministerio de Agricultura, creado por Decreto Ley N° 25902 el 27 de noviembre de 1992, encargado de realizar las acciones necesarias para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables, cautelar la conservación de la gestión sostenible del medio ambiente rural y la biodiversidad silvestre. Por su parte, el INIA es una institución que interactúa en las áreas de la investigación científica, generando conocimiento y adaptando tecnologías como respuestas a las demandas del mercado, que son transferidas metodológica y sistemáticamente a los productores agrarios, a través de servicios tecnológicos y de extensión agraria³.

³ Ver página web respectiva

Frente a ambas entidades existe insatisfacción frente al rol que han desempeñado al interior del PNBP, percepción que nace precisamente de considerar que están llamadas a tener un rol más importante en el desarrollo del biocomercio en el país.

Al Inrena se le considera una entidad que no cuenta con información adecuada para tomar decisiones que garanticen precisamente la sostenibilidad de los recursos naturales. Ella sería la razón por la cual se consideraría arbitrarias sus resoluciones a favor o en contra de la explotación de algunos recursos (esta visión no se da solamente a nivel empresarial).

En lo que respecta al INIA se percibe como principal problema la falta de recursos para realizar las investigaciones y desarrollo tecnológico necesario. Se considera que éste es indispensable dado que garantizaría un acceso igualitario a la información.

Ambas entidades deberían tener en claro cuál es el tipo de información que se requiere tener en el país para poder desarrollar actividades que puedan ser catalogadas como biocomercio. En ese sentido se considera indispensable su participación en la Comisión de Proyectos y en todo lo que tenga que ver con investigación.

f. Produce - Ministerio de la Producción.

El papel de esta entidad debe ser evaluado desde la perspectiva de su mandato: “El Ministerio de la Producción formula, aprueba, ejecuta y supervisa las políticas de alcance nacional aplicables a las actividades extractivas, productivas y de transformación en los sectores industria y pesquería. Promoviendo su competitividad y el incremento de la producción, así como el uso racional de los recursos y la protección del medio ambiente. A tal efecto, dicta normas de alcance nacional y supervisa su cumplimiento.”

Queda clara la vinculación de esta institución con el Biocomercio y su presencia en el PNBP. Sin embargo, esto no es tan claro para todos los integrantes, algunos de los cuales desconocen la labor que está realizando produce por ejemplo con las CITES.

Dado que las acciones de Produce no aparecen muy relacionadas con el PNBP no es de extrañar que se le percibida como medianamente comprometida. Es importante que se conozca más como puede ayudar esta entidad al desarrollo de paquetes tecnológicos y al desarrollo de servicios para los inversionistas en estos sectores. Dadas las características de esta institución debería integrar las Comisiones de Proyectos y Política.

g. Ministerio del Ambiente.

Esta debería ser, en opinión de los consultados, la entidad que liderara el Programa Nacional de la Promoción del Biocomercio. En ese sentido le corresponde generar la política nacional y generar el ambiente favorable a nivel político y social con respecto a estos conceptos. Se espera de ellos que se pronuncien a favor de cambios en la legislación. Cuando CONAM participaba se le atribuía un nivel de compromiso bajo, situación que todos esperan que cambie.

Esta entidad está llamada a tener un rol protagónico el 2009 por la aprobación del documento de políticas nacionales de biocomercio. Al liderar este proceso estaría cumpliendo con su función y con las expectativas del resto del PNBP. Sin embargo, se debe tener en cuenta que esta entidad debe lograr mantener y desarrollar los vínculos entre las instituciones representadas en el PNBP, dado que en caso contrario puede debilitar todo el trabajo realizado. Es importante que los miembros del PNBP tengan la posibilidad de opinar sobre el documento de políticas nacionales y que no sientan que simplemente están siendo informados. Por su trascendencia esta entidad debe estar en las tres comisiones e incluso debe pensarse que esté en la presidencia en un futuro cercano.

h. CONCYTEC.

Existe cierta ambivalencia de los entrevistados al momento de definir el rol que cumple CONCYTEC. En ese sentido es importante partir, como en los casos anteriores, de la definición de su misión. Esta entidad tiene por objetivo normar, dirigir, orientar, fomentar, coordinar, supervisar y evaluar las acciones del Estado en el ámbito de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica y promover e impulsar su desarrollo mediante la acción concertada y la complementariedad entre los programas y proyectos de las instituciones públicas, académicas, empresariales organizaciones sociales y personas integrantes del SINACYT. Para ello, una de las primeras tareas a realizar es la de articular todos los organismos y recursos del sector en función de los objetivos y políticas nacionales de desarrollo establecidos dentro de las leyes que nos rigen y dentro de las políticas señaladas por el Gobierno, en particular en el marco del "Plan Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación para la Competitividad y el Desarrollo Humano 2006-2021". Se continuará así, promoviendo la capacidad nacional de generación de conocimientos científicos y tecnológicos, mediante la investigación; conocimientos que puedan ser incorporadas a los bienes y servicios que el país debe producir y en lo posible exportar.

Si bien se conoce que se vienen efectuando convocatorias para desarrollar investigación que ayude a la explotación adecuada de los productos priorizados en el programa Perú Bio diverso, no se entiende cuál es su papel en un foro como el PNBP. Los integrantes esperan una actitud de liderazgo en los temas de investigación, para lo cual se requeriría un trabajo coordinado con el INIA, Produce e incluso el IIAP. En ese sentido le corresponde estar en el comité de PROYECTOS.

i. Sector empresarial.

Los empresarios son percibidos como un parte indispensable en el desarrollo del biocomercio, "sin empresas no hay comercio". Sin embargo, ello no quiere decir que todos los actores los vean como los clientes del programa. A los actuales representantes del sector privado se les percibe como medianamente comprometidos, aunque se señala que las dimensiones de las empresas que trabajan en este sector dificulta una mayor participación. Los empresarios sienten que el sector estatal demanda todo de ellos y que el programa no les está ofreciendo nada concreto. Sus intereses están relacionados con garantizar una oferta sostenible, poder establecer reglamentos claros para ser catalogado de biocomercio y que este concepto sea valorado por el comprador potencial.

El rol del empresario privado dentro del PNBP está poco definido, en términos de aportes y de presencia en la toma de decisiones. Los actores entrevistados reconocen el papel que ha tenido el IPPN, pero consideran que el no haber incorporado una mayor cantidad de actores es una debilidad de esta organización.

Se espera que tenga un rol más proactivo. El que asumiera la Secretaría Técnica sería congruente con el papel que se le asigna de “motor del biocomercio”. Sería adecuado apoyarlos para que puedan asumir este papel, aunque debería plantearseles como contrapartida el incrementar el número de asociados. Entre tanto es importante que tengan representantes en las tres comisiones y que se garantice que estén permanentemente informados de lo que hacen las distintas entidades involucradas.

j. Ministerio de Relaciones Exteriores

Existe poco conocimiento sobre el papel que juega esta entidad. Al momento de debatir sobre la situación del Biocomercio en el mundo quedó claro que se trata de un concepto con mucho potencial que tiene que ser trabajado en conjunto con otros países, allí es donde aparece importante el papel del Ministerio de Relaciones Exteriores. Dadas sus funciones debería estar en la Comisión de Políticas.

k. Universidades

Se sabe que ellas realizan investigaciones, pero se siente que a veces no están adecuadamente orientadas a las necesidades de los empresarios o que mezclan intereses de negocios con sus funciones de investigación. Como resultado de las entrevistas se pudo concluir que hay dificultad para establecer lazos con las entidades académicas, debiéndose distinguir entre los que se dedican al área de investigación (los cuales deben ser invitados a compartir estos conocimientos o a orientarlos a necesidades específicas del mercado) y los que pueden influir en las políticas de las entidades.

De acuerdo a sus características estas entidades deberían integrar la Comisión de Proyectos. De esta forma se podría convertir la comisión en un lugar de encuentro entre empresarios y universidades.



Sección 6

Compromisos

En el taller del 29 de Noviembre de este año, se ofrecieron como coordinadores de cada una de las áreas de trabajo las siguientes instituciones:

Difusión: Gisella Cruzalegui – Ministerio de Agricultura
Políticas: Helena Sisniegas – Ministerio del Ambiente
Proyectos: César Barriga – Instituto Peruano de Productos Naturales

Estas personas se comprometieron a organizar sus grupos de trabajo y presentar un plan de acción para el 15 de febrero del próximo año.

Es importante recordar que los restantes miembros del PNBPN deberían inscribirse en función de sus objetivos institucionales e intereses en cada una de las áreas planteadas no más allá del 15 de diciembre de este año.



Sección 7

Recomendaciones

Para lograr que el Plan Operativo del 2009 se lleve a cabo es importante tener en cuenta las siguientes acciones:

➤ *A nivel de estructura*

- La estructura actual del PNBP puede mantenerse en lo central.
- Entre las modificaciones planteadas está el desarrollo de una instancia más política conformada por el Ministro del Ambiente, Agricultura, Producción, Relaciones exteriores, Comercio y Turismo, a la cual se debería acudir por lo menos tres veces al año con el objeto de lograr que se tomen medidas que ayuden a solucionar los cuellos de botella que presentan muchas de las cadenas de biocomercio.
- En el comité ampliado debería buscarse la inclusión de representantes de los gobiernos regionales y de los gobiernos municipales.
- La labor de la presidencia debe estar orientada a darle un perfil más notorio al PNBP. En ese sentido se requiere que esté en manos de una entidad que pueda asumir una función de vocero activo. Debe tenerse en cuenta que la presidencia debe tener un tono más político.
- En la medida que el PNBP ha quedado definido como un Foro, la necesidad de una entidad ejecutora no es tan importante. Sin embargo, si se requiere que la Secretaría Técnica cuente con personal a tiempo completo y que esté a cargo de una entidad que tenga una visión integral de la problemática del Biocomercio.
- La Secretaría Técnica tiene como función principal el articular y monitorear el trabajo de las distintas Comisiones de Trabajo, siguiendo las directivas del Consejo Directivo y los acuerdos tomados en el Pleno.
- Las Comisiones de Trabajo deben contar con un presidente y un secretario, los cuales tendrán la responsabilidad de planificar, organizar e implementar las tareas necesarias para lograr los objetivos trazados. Los integrantes de las Comisiones deben ser seleccionados teniendo en cuenta el mandato de su institución (misión).

➤ *A nivel de los representantes de las distintas instituciones*

- Los representantes al Pleno del PNBP asumen el compromiso de informar sobre todas las actividades que esté llevando a cabo su institución que esté relacionada con el biocomercio. Esta información debe ser oportuna de forma tal que la presidencia pueda lograr que los planteamientos del PNBP sean tomados en cuenta por la institución antes de la realización de la actividad. La comunicación debe ser entregada a la Presidencia y a la

Secretaría Técnica, los mismos que se encargarán de difundirla entre los miembros.

- Los representantes al Pleno del PNBP se comprometen a lograr que los acuerdos tomados lleguen a conocimiento de las más altas autoridades de su sector y a lograr que los responsables de programas que estén vinculados con el biocomercio, conozcan y apliquen esta denominación.
- Los representantes que asuman el rol de presidentes de una Comisión deben efectuar reuniones periódicas con los integrantes, enviar información mensual a la Secretaría Técnica y presentar los avances en las reuniones del Consejo Directivo.
- Los informes deben contener información relativa a las actividades planificadas, las realizadas y datos con relación a los indicadores que se han establecido en el Plan operativo.

➤ *A nivel operativo*

- Las reuniones del Consejo directivo deben ser bimensuales.
- Las reuniones del Pleno deben ser por lo menos tres veces al año.
- Las reuniones entre la Secretaría técnica y los presidentes de las Comisiones de Trabajo deben ser mensuales.