



Actividad 13:

Definición preliminar de las actividades del Programa Nacional de Bionegocios a ser realizadas en el marco del Programa Nacional de Biocomercio.



Índice

<u>RESUMEN EJECUTIVO.....</u>	<u>3</u>
<u>I. ANTECEDENTES Y CONTEXTO.....</u>	<u>4</u>
<u>II. RAZONAMIENTO Y OBJETIVOS.....</u>	<u>6</u>
2.2.1 OBJETIVO ESTRATÉGICO	7
2.2.2 OBJETIVO GENERAL	7
2.2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
<u>III. COMPONENTES, ACTIVIDADES Y RESULTADOS ESPERADOS.....</u>	<u>9</u>
<u>4 RIESGOS, SOSTENIBILIDAD Y REPLICABILIDAD</u>	<u>24</u>
<u>5 PARTICIPACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS Y ACUERDOS DE IMPLEMENTACIÓN</u>	<u>26</u>
<u>6 VÍNCULO A OTRAS INICIATIVAS DEL GEF Y NO DEL GEF</u>	<u>29</u>
<u>7 FINANCIAMIENTO Y CO-FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</u>	<u>30</u>
<u>8 MONITOREO, EVALUACIÓN Y DISEMINACIÓN.....</u>	<u>32</u>
MEDIO DE VERIFICACIÓN	32
<u>9 ANEXOS.....</u>	<u>38</u>

RESUMEN EJECUTIVO

El Perú es uno de los países megadiversos y tiene una concentración de recursos naturales que pueden ser aplicados en muchos sectores que, sin embargo, no son aprovechados en su totalidad. En muchos de estos recursos se está dando un cambio en el que ya se están haciendo esfuerzos colectivos para implementar estrategias que permitan un desarrollo comercial competitivo. Pero no se ha logrado la internalización de este potencial, sobretodo en la falta de acciones concretas que permitan aprovechar realmente el potencial que tanto se habla y se difunde.

En este contexto, el presente documento es un esfuerzo que se quiere seguir para lograr direccionar la potencialidad de la biodiversidad peruana y llevarla hacia el concepto de Biocomercio. En este sentido se han definido las actividades y metas a lograr a partir del cambio de visión de cómo se debe enfrentar y actuar con las debilidades y amenazas de manera que tomando nuestras fortalezas se puedan aprovechar todas las oportunidades que ofrece el comercio, además de crear nuevas oportunidades gracias a los diferentes recursos que se ofrecen.

Sin embargo, no todo se debe enfocar por el lado del recurso sino que se tiene que aplicar bajo un enfoque comercial, orientado hacia la generación de rentabilidades y prosperidad económica. De esta manera, la creación de fondos concursables para las investigaciones que involucren tanto la parte científica como la comercial y logren articularlas de manera que la generación de conocimiento y de beneficios sea el fin para que el Biocomercio logre tener tanto el propósito de aprovechamiento sostenible de la biodiversidad como propósito comercial.

De esta manera se interrelacionan los beneficios sociales, ambientales y económicos que conllevan hacia un desarrollo sostenible basado en el buen uso de los recursos y la visión comercial necesaria para poder llevar al Perú hacia su prosperidad.

Por estas razones la GEF - CAF, conjuntamente con el Programa Nacional de Biocomercio del Perú, han visto conveniente desarrollar la actividad 13: Definición preliminar de las actividades del Programa Nacional de Bionegocios a ser realizadas en el marco del Programa Nacional de Biocomercio.

El presente proyecto define tanto los componentes, actividades y presupuesto para la definición del proyecto. Debe destacarse la importancia que se le otorga a los proyectos pilotos.

I. ANTECEDENTES Y CONTEXTO

El Perú está entre los 12 países de mayor diversidad biológica del planeta, conformando el grupo de países conocidos como "megadiversos" por su alta diversidad de ecosistemas, especies, recursos genéticos y etnias culturales. La existencia de esta megabiodiversidad es una de las mayores riquezas con que cuenta el Perú y a su vez es su principal ventaja comparativa ya que las especies de plantas y animales actualmente poco conocidas, aunque es imposible calcularlo con precisión, tienen un gran potencial para generar nuevos productos agrícolas, medicinales e industriales.

El capital natural del Perú está conformado por la diversidad genética, diversidad de especies y la diversidad de ecosistemas que forma parte la diversidad biológica del país. El Perú posee una alta diversidad genética porque es uno de los centros mundiales más importantes de recursos genéticos de plantas y animales. Asimismo, posee una muy alta diversidad de especies, no obstante que muchos de los registros están incompletos o fragmentados. En cuanto a los ecosistemas, posee 84 zonas de vida y 17 transicionales de las 104 existentes en el mundo; ocho provincias biogeográficas y tres grandes cuencas hidrográficas. Los ecosistemas que comprenden los extensos arenales costeros, las gélidas punas, la alta diversidad de las vertientes orientales y las frondosas selvas amazónicas, constituyen los hábitats naturales de las diferentes especies de flora y fauna silvestre del Perú.¹

En el Perú existen una gran variedad bioproductos de la flora y fauna que tienen experiencia de flujo comercial, aunque algunos poseen barreras para entrar a mercados internacionales exigentes. Productos que tienen un comportamiento comercial errático como es el caso de las muestras, y productos que tienen una presencia comercial mínima u nula porque no se sabe científicamente que son, pero comercializados de manera informal y esporádica por conocimiento popular. Por ello, se necesitan generar oportunidades comerciales sostenibles mediante la identificación de las necesidades de dichos productos.

En la actualidad, el mundo vive una gran preocupación por problemas derivados de los fenómenos ambientales que viene impactando en los mercados de diferentes formas de tal manera que se presenta una tendencia a factores relacionados a las exigencias del consumidor, como la preocupación por la salud, el bienestar, la responsabilidad social y ambiental, que se han convertido en los principales impulsores de compra de los consumidores actuales. Por este motivo, muchas empresas han empezado a revisar sus estrategias y han involucrado a la biodiversidad dentro de ellas.

En este contexto aparece el Biocomercio, que tiene como propósito el desarrollo sostenible, por lo cual se vienen estableciendo parámetros tanto sociales como ambientales que condicionan el acceso de los productos a los mercados; por ello, el Perú no debe estar ajeno a tener en cuenta estas tendencias y/o exigencias para poder acceder a los mercados internacionales y debe ser partícipe, ya que la gran mayoría de nuestros productos contienen mucha carga de tradición, sistemas de cultivo andinos y trabajo comunitario.

De esta manera, se define al BIOCOCOMERCIO² como la actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la biodiversidad, promueve la inversión y el

¹ <http://www.biocomerciooperu.org/>

² De acuerdo al Art. 87, D.S. No. 068 – 2001-PCM y al reglamento de la Ley sobre Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica

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 que permiten el desarrollo sostenible.

Asimismo, el desarrollo sostenible es definido como el compromiso de satisfacer las necesidades actuales de las personas sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas.³ Esto implica que los aspectos económicos, sociales y ambientales estén íntimamente relacionados y al mismo tiempo exista un equilibrio entre ellos. Tradicionalmente, las empresas han considerado para la viabilidad de los negocios los criterios económicos; sin embargo, hoy en día, además de estos, se deben considerar las variables sociales y ambientales.

En la última década, el tema de la conservación ambiental se atribuía sólo a las acciones de las grandes empresas mediante sus programas de responsabilidad social. Sin embargo, hoy, el tomar en cuenta los temas ambientales puede considerarse como una forma de ventaja competitiva -ya sea implementando una manera de reducir los desechos, evitando la polución del aire y, en general, brindando mejores productos y servicios- no solo atribuible a las grandes empresas, sino a las pequeñas y medianas que están generando nichos de mercados y, por tanto, cobrando precios premium a un mercado que aprecia los esfuerzos que éstas realizan.

De acuerdo con el sector en el que se encuentra una compañía, van a existir distintos tipos de reacción ante su impacto en la biodiversidad. En el caso de compañías que utilizan recursos naturales (forestales, hidrobiológicos, minerales, gas y crudo), ésta tiene que ver con la administración de los ecosistemas. En principio, estas compañías deben ir donde se encuentran los recursos y luego deben demostrar que saben cómo extraer los recursos con el menor impacto en la biodiversidad. En cada uno de estos pasos deben obtenerse los permisos necesarios, (licencias del gobierno, concesiones, etc.) así como gestionar las relaciones con las comunidades locales, ONG, etc. Este tipo de relaciones son muy importantes para el desempeño del negocio, debido a la necesidad de poder trabajar en armonía y obtener la denominada licencia social.

Para poder alcanzar la responsabilidad social corporativa, muchas compañías están incorporando la utilización de las tres dimensiones de la sostenibilidad. El éxito económico es interdependiente respecto del desempeño social y ambiental. De esta manera, estas 3 dimensiones son compatibles con las perspectivas de sostenibilidad que incluyen a los negocios. Asimismo, el tema de la biodiversidad no está adicionado a la responsabilidad social corporativa, pero sí es necesario que las compañías lo consideren como parte integral de ésta, así como de los programas sostenibles.

³ Fuente: <http://www.worldbank.org/deweb/spanish/sd.htm>

II. RAZONAMIENTO Y OBJETIVOS

2.1 BARRERAS:

- Débil participación gremial y de las principales empresas del país. No existen gremios y/o comités consolidados en torno al biocomercio. Asimismo, las empresas de biocomercio son pequeñas y medianas y con poca experiencia en gestión empresarial. Todo ello dificulta la articulación de cadenas productivas.
- Limitado conocimiento de los mercados. No se cuenta con bases de datos especializadas que nos permitan tener una perspectiva real de los mercados a nivel nacional e internacional. Asimismo, prácticamente la inexistencia de un mercado interno que aprecie estos productos, solo se da en Lima en un segmento muy reducido.
- Falta de certificación de los productos de la biodiversidad peruana, y no se conocen si provienen de áreas manejadas o similares. La mayor parte se produce o cosecha sin contar con sistemas que garantizan la sostenibilidad del recurso y no se cuentan con planes de mitigación de los impactos ambientales.
- Escasa investigación y desarrollo del biocomercio. El Perú es un país con débil entramado institucional y escaso desarrollo empresarial, el reducido papel del Estado en relación con la investigación y desarrollo, ahonda la dispersión y genera grandes vacíos de información científica y tecnológica. No existen en el país procesos de desarrollo tecnológico, ni de transferencia de tecnología específicos para empresas de biocomercio, lo que genera el desarrollo sectorial a partir de productos de bajo valor agregado y bajo precio.
- Es necesario reforzar los estudios sobre especies promisorias y estudiar mercados potenciales para nuevos productos basados en productos naturales. El desarrollo de productos con criterios de sostenibilidad puede constituirse en una oportunidad muy importante.
- Falta de difusión del biocomercio y las oportunidades de negocio. Es primordial desarrollar un concepto claro del biocomercio a nivel sectorial, empresarial e institucional, al ser confuso entre los productores y consumidores. Asimismo, es necesario difundir las oportunidades de mercado que puede ofrecer y la relevancia de incluir criterios de sostenibilidad ambiental y social.
- Falta de un mayor esfuerzo en el desarrollo de planes de negocio, manejo y de promoción de biocomercio.
- Acceso a Crédito: No existen líneas de crédito para productores que aporten a la conservación de la biodiversidad, como se da en otros países para incentivar el biocomercio.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 OBJETIVO ESTRATÉGICO

Fomentar el desarrollo y consolidación del biocomercio en el Perú como estrategia de desarrollo sostenible de la biodiversidad, con criterios de conservación ambiental, equidad social y rentabilidad económica.

2.2.2 OBJETIVO GENERAL

Facilitar el acceso a los mercados a nivel global y la obtención de financiamiento para el desarrollo de los bionegocios.

2.2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Componente 1: Facilitar el desarrollo y racionalización de políticas

- Trabajar con las diferentes instituciones públicas y privadas para el fortalecimiento organizacional en torno al biocomercio.

Componente 2: Incrementar el acceso a los mercados

- Fomentar el desarrollo y consolidación de la producción, tecnología y comercio de la cadena del valor del biocomercio.
- Lograr una adecuada certificación de productos del biocomercio mediante el conocimiento y cumplimiento de los estándares requeridos.
- Generar información relevante para los que desean hacer bionegocios sostenibles.

Componente 3: Formar capacidades empresariales y contribuir al entendimiento de del biocomercio

- Fomentar el desarrollo y transferencia de tecnología relacionada al biocomercio. Asimismo, dar un valor agregado y ofrecer productos promisorios de alta calidad que lleven a la competitividad.
- Realizar investigación de mercados para los productos y servicios de la biodiversidad relacionados a los bionegocios.
- Facilitar la creación de empresas sostenibles en el país que contengan criterios de uso sostenible de la biodiversidad y de equidad social.

Componente 4: Mejorar la adquisición y acceso a la información sobre productos y mercados

- Capacitar diferentes actores en el tema de Biocomercio, de manera que estos puedan extender la información a cualquier persona que la requiera.
- Posicionar un concepto claro del biocomercio a nivel institucional, empresarial y sectorial.

Componente 5: Apalancamiento de recursos financieros para dirigirlos a empresas

- Fomentar la creación de herramientas financieras que apoyen al sector biocomercio.
- Reducir la calificación de riesgo de empresas vinculadas a los bionegocios.

Componente 6: Apoyar proyectos piloto para negocios basados en biodiversidad

- Desarrollar proyectos demostrativos que permitan dimensionar, ajustar y promover el uso sostenible de los productos y servicios de la biodiversidad.

III. COMPONENTES, ACTIVIDADES Y RESULTADOS ESPERADOS

Las actividades propuestas para alcanzar los objetivos planteados en referencia al Biocomercio han sido definidas de acuerdo con los estudios desarrollados por PROMPEX y considerando las posibles debilidades institucionales que se presentan en las organizaciones involucradas en la biodiversidad y su potencial comercial.

Por ello, se ha identificado barreras como la poca investigación y muchas de las cuales no están acordes con las necesidades de los sectores y productos; conllevando a un escaso conocimiento sobre las posibilidades que ofrece la biodiversidad para el uso sostenible de los ecosistemas y su potencial para generar Biocomercio y esto se ve afectado además por la inadecuada coordinación entre entidades que financian proyectos de desarrollo en las diferentes provincias del Perú.

De esta manera, los componentes y actividades propuestos se detallan a continuación.

3.1 COMPONENTE 1: FACILITAR EL DESARROLLO Y RACIONALIZACIÓN DE POLÍTICAS

El objetivo de este componente es poder facilitar la creación de nuevas propuestas de políticas que protejan todo el conocimiento tradicional peruano y los recursos genéticos de nuestra flora y fauna. Además, los incentivos tributarios son necesarios como lineamiento de base para poder fomentar la formalización de las empresas e industrias, el cumplimiento de los códigos sanitarios y de las normas técnicas peruanas.

Por otro lado, es necesario que se fortalezcan las capacidades de los funcionarios de las entidades encargadas del monitoreo del medio ambiente y de la gestión de los recursos de la biodiversidad para conseguir mayor eficiencia y objetividad en los procesos de otorgamiento de licencias para el biocomercio y hacerlos más autosuficientes en sus procesos y decisiones.

3.1.1 Actividades del Componente

Las actividades propuestas para el componente 1 son:

- 1.1 Elaborar un manual de procedimientos normativos ambientales y sanitarios para cada cadena priorizada por el Biocomercio.
- 1.2 Capacitar al personal del CONAM, SENASA, DIGESA, Gobiernos Regionales y Municipalidades en la regulación e información normativa ambiental, sanitaria y en la lógica del Biocomercio.
- 1.3 Capacitar a los usuarios del Biocomercio en la aplicación y cumplimiento de las normas ambientales y sanitarias relacionadas con el Biocomercio.
- 1.4 Realizar una auditoría en los procesos de otorgamiento de licencias y autorizaciones e implementar mejores prácticas para su agilización.
- 1.5 Establecer incentivos tributarios para la creación de nuevas empresas que utilizan de manera adecuada los recursos de la biodiversidad.
- 1.6 Desarrollar las normas técnicas peruanas de procesamiento, fabricación y utilización de los recursos.
- 1.7 Fomento para la creación de una Dirección de Protección del Conocimiento Tradicional Peruano y sistematizar el conocimiento sobre usos tradicionales y alternativos de la biodiversidad.
- 1.8 Determinar normas legales para establecer el acceso y límites a los recursos genéticos.

- 1.9 Desarrollar y establecer protocolos para el aprovechamiento de la flora y fauna silvestre.
- 1.10 Realizar Pasantías a Experiencias Exitosas donde hayan sido implementados mejores sistemas en las entidades relacionadas con el biocomercio.
- 1.11 Calcular la contribución de la biodiversidad desde el punto de vista económico y agregarle valor económico e impulsar los estudios de valoración económica de los usos de la biodiversidad nacional.
- 1.12 Incorporar a las comunidades afectadas en las negociaciones de los contratos de acceso a los recursos de la biodiversidad.
- 1.13 Difundir la inclusión y ejecución de los Programa de Adecución y Manejo Ambiental en las empresas del biocomercio.

3.1.2 Resultados Esperados

i) En el proyecto

- 1.1 Publicación y Difusión del Manual de procedimientos normativos para el Biocomercio.
- 1.2 Personal capacitado en la facilitación de procedimientos y con autonomía para la expedición de certificaciones, permisos y autorizaciones.
- 1.3 Usuarios del Biocomercio con conocimiento de procedimientos normativos y cumplen con los requisitos mínimos para poder ingresar en el Biocomercio.
- 1.4 Entidades relacionadas con la normativa del Biocomercio han implementado las mejoras y los procesos se vuelven más ágiles.
- 1.5 Sistema de incentivos tributarios activado e implementado en las empresas del Biocomercio.
- 1.6 Creación de nuevos comités de Normas Técnicas Peruanas que se encuentren trabajando.
- 1.7 Desarrollo de líneas de base para la creación de la Dirección de Protección del Conocimiento Tradicional Peruano.
- 1.8 Desarrollo de Propuesta de normativa de acceso y uso de los recursos-
- 1.9 Estudio Técnico de los protocolos de uso de flora y fauna silvestres.
- 1.10 Publicación del Informe de Pasantías y Documento de mejores prácticas implementadas en otras experiencias.
- 1.11 Difundir la contribución de la biodiversidad en nuestra economía.
- 1.12 Creación de Comités Comunitarios participantes en negociaciones con empresas del Biocomercio.
- 1.13 Recepción de Programa de Adecuación y Manejo Ambiental de las empresas del Biocomercio.

ii) En el largo plazo

- Agilización en los procesos de tramitación de permisos, certificación y autorizaciones para el acceso y uso de los recursos de la biodiversidad.
- Fácil acceso a Manuales de Procedimientos Normativos del Biocomercio.
- Normas Técnicas Peruanas establecidas y difundidas.
- Creación de equipos de negociadores capacitados en temas del Biocomercio.
- Comités Comunitarios forman parte de una articulación eficiente que permita concertar los intereses de las empresas del Biocomercio y de las comunidades donde existe un impacto.
- Internalización de la importancia de la Biodiversidad en el comercio y de la contribución del biocomercio en la economía peruana.

3.2 COMPONENTE 2: INCREMENTAR EL ACCESO A LOS MERCADOS

El objetivo es poder lograr ingresar a un mayor número de mercados y de la manera adecuada, por ello, es necesario el desarrollo de una cultura exportadora que sea la que lo permita. Además, la difusión y exigencia de los estándares en la industria nacional deberán estar armonizados junto con los estándares internacionales que son los más críticos, de esta manera se pueden brindar mejores productos en tanto en el mercado nacional como en el internacional. Así, se pueden obtener precios sobre el promedio del mercado con lo que la imagen sanitaria del Perú será mucho más atractiva para otros países y se logre un réplica mayor.

Las entidades estatales que promocionan el Biocomercio deben permitir que se logre consolidar la promoción de las empresas del Biocomercio en las diferentes ferias, misiones y otros. Además, la creación y fomento de servicios complementarios que faciliten el acceso a los mercados es fundamental para poder establecer las cadenas de valor del Biocomercio y lograr un trabajo conjunto eficiente.

3.2.1 Actividades del Componente

Las actividades propuestas para el componente 2 son:

- 2.1 Desarrollar conciencia exportadora para desarrollar de manera natural productos de estándares internacionales.
- 2.2 Homogenizar los estándares nacionales con los internacionales mediante incentivos para las empresas del Biocomercio.
- 2.3 Difundir y facilitar el acceso a las diferentes certificaciones, promoviendo la creación de servicios para la certificación de PYME.
- 2.4 Facilitar e incentivar la implementación de procesos de producción basados en las tecnologías limpias, ISO, EUROGAPP, HACCP, entre otros.
- 2.5 Desarrollar una gama amplia y variada de productos de la biodiversidad, priorizando acciones sobre ellos.
- 2.6 Contar con un amplio cronograma de abastecimiento de recursos y estacionalidades.
- 2.7 Motivar la creación de servicios de terceros: Procesamiento, Certificaciones, Logística.
- 2.8 Capacitar a los empresarios de la Biodiversidad en los temas de requisitos internacionales y cómo pueden cumplirlos.
- 2.9 Fomentar y Difundir las actividades de Promoción: Feria, Misiones Comerciales, Misiones de compradores, Ferias Virtuales, Mercados Verticales y Horizontales.
- 2.10 Eliminar barreras de exportación a nivel de la CAN y dentro del Perú.
- 2.11 Desarrollar y establecer estándares o certificaciones de Biodiversidad Peruana.
- 2.12 Apoyar los esfuerzos de la CAN y de lo gobiernos nacionales para procesos de permisos para alimentos nuevos.

3.2.2 Resultados Esperados

i) En el proyecto

- 2.1 Empresas del Biocomercio más eficientes y con una cartera de clientes más amplia.
- 2.2 Casos de éxito en implementación de nuevos estándares nacionales.

- 2.3 Certificaciones difundidas y requerimiento por parte de las empresas del Biocomercio.
- 2.4 PYME y empresas del Biocomercio certificadas internacionalmente.
- 2.5 Determinación de productos bandera y priorización de productos innovadores.
- 2.6 Programación de la oferta e incremento de penetración de los productos del Biocomercio.
- 2.7 Interés por la creación de nuevos servicios y formación de cadenas de valor.
- 2.8 Internalización de exigencias de estándares por las empresas del Biocomercio y mayor interés por su cumplimiento.
- 2.9 Empresas del Biocomercio participantes en las diversas actividades de promoción.
- 2.10 Mayor flujo comercial entre los países de la CAN.
- 2.11 Incremento de lista de alimentos nuevos permitidos dentro de los países de la CAN.

ii) En el largo plazo

- Requisitos nacionales son similares a los internacionales.
- Generación de cultura exportadora.
- Formación de cadenas de valor entre las empresas del Biocomercio.
- Mayor flujo comercial entre el Perú y países terceros.
- Mayor penetración de los productos del Biocomercio en los países de destino.
- Empresas del Biocomercio "nacen" certificadas.
- Empresas del Biocomercio exigen mayor capacitación y forman Escuelas autodidácticas de Capacitación para el Exportador.
- Incremento en la salubridad de los productos peruanos del Biocomercio.

3.3 COMPONENTE 3: FORMAR CAPACIDADES EMPRESARIALES Y CONTRIBUIR AL ENTENDIMIENTO DEL BIOCOMERCIO

La necesidad de poder crear empresarios del Biocomercio capacitados en gestión empresarial es la prioridad para el Perú. Esto se aúna a la creación y desarrollo de cadenas de valor que impliquen un esfuerzo conjunto para que los bionegocios puedan darse de la manera más eficiente y efectiva.

Asimismo, un objetivo clave para el Perú es poder captar el capital humano que se ha especializado en gestión y en biodiversidad, de manera que se puedan articular para poder crear conocimiento sobre nuevas oportunidades del Biocomercio y se fomenten las investigaciones.

El involucramiento de las Universidades y Centros de Investigación hacia una orientación al Biocomercio permitirá motivar a la participación de capital humano y de esta manera obtener información de oportunidades y aplicaciones de la biodiversidad más objetivas y de mejor calidad.

3.3.1 Actividades del Componente

Las actividades propuestas para el componente 3 son:

- 3.1 Capacitar a los empresarios en Biocomercio y hacerlos entender de los principales criterios y principios que rige.
- 3.2 Capacitaciones con respecto a las posibilidades que ofrece la biodiversidad para el uso sostenible de los ecosistemas y su potencial para generar Biocomercio.

- 3.3 Fomentar la incorporación de los conceptos de conservación de los recursos de la biodiversidad y de distribución justa y equitativa dentro de sus actividades productivas y comerciales, para mitigar la falta de una visión estratégica y de emprendimiento para adaptarse y/o crear nuevos nichos de mercado.
- 3.4 Capacitar a los empresarios del Biocomercio y entidades normativas en la implementación y cumplimiento de BPA, BPM y Manejo de cosecha y post cosecha. Asimismo, crear capacidades para realizar una comercialización adecuada y efectiva.
- 3.5 Incentivar la implementación de prácticas de cultivo orgánicas y ecológicas.
- 3.6 Promover y orientar hacia un mejor concepto de modernización por parte de la sociedad, que aprecie y valore los conocimientos tradicionales y conozca su importancia para el desarrollo científico y tecnológico nacional.
- 3.7 Fomento y fortalecimiento de las capacidades de emprendimiento, mediante fondos concursables.
- 3.8 Fortalecimiento de la investigación para identificar y madurar ideas de bionegocios, sobre todo de aquellas que se encuentran en la fase de introducción del producto o de desarrollo de mercado.
- 3.9 Mejorar la capacidad de los principales entes interesados para desarrollar y apoyar empresas basadas en la biodiversidad.
- 3.10 Articular cadenas productivas y de comercialización que generen procesos de exportación más eficientes y se pueda consolidar la oferta necesaria para ser más competitivos.
- 3.11 Formar alianzas estratégicas entre entidades para la coordinación y concertación de esfuerzos para el desarrollo y fomento de la investigación tanto básica como adaptativa.
- 3.12 Adecuar y fomentar programas de incubadoras para apoyar empresas basadas en biodiversidad o para sectores específicos.
- 3.13 Desarrollar vínculos entre las universidades y empresas y apoyar entes para incubar empresas de biocomercio que resulten de investigaciones.

3.3.2 Resultados Esperados

i) En el proyecto

- 3.1 Empresarios del Biocomercio con capacidades para entender el Biocomercio, su importancia y propuestas.
- 3.2 Internalización de importancia de búsqueda de oportunidades procedentes de la biodiversidad.
- 3.3 Empresarios del Biocomercio pueden abrirse a nuevos mercados.
- 3.4 Empresas del Biocomercio implementan BPA, BPM y Manejo de cosecha y post cosecha.
- 3.5 Mayor cantidad de empresas y agricultores del Biocomercio se certifican como orgánicos y ecológicos.
- 3.6 Inclusión de prácticas tradicionales como base para los programas de técnicas de cultivo.
- 3.7 Nuevos Planes de Bionegocios.
- 3.8 Mayor capacidad e información para la toma de decisiones en las empresas del Biocomercio.
- 3.9 Entidades estatales fortalecidas y con capacidades gerenciales.
- 3.10 Mayor penetración de los productos peruanos de la biodiversidad en los mercados internacionales.
- 3.11 Interés creciente para realizar investigaciones.

- 3.12 Universidades implementan Centros de Emprendimiento para el apoyo y soporte gerencial de nuevas empresas orientadas al Biocomercio.
- 3.13 Generación de convenios de investigación y generación de empleos para los que desarrollen las investigaciones.

ii) En el largo plazo

- Generación de mayores puestos de empleo calificado.
- Nacimiento de nuevas empresas del Biocomercio.
- Autosuficiencia en la gestión de las empresas del Biocomercio.
- Autosuficiencia y autonomía para la correcta toma de decisiones de las entidades estatales.
- Reducción de problemas y quejas formales entre los países y empresarios internacionales con el Perú.

3.4 COMPONENTE 4: MEJORAR LA ADQUISICIÓN Y ACCESO A INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS Y MERCADOS

La información y su acceso son los principales motivos por los cuales se debe tener una difusión objetiva y real de todos los productos con mayor potencial para el Biocomercio, así como sus principales usos, aplicaciones y atributos que le brindan esa potencialidad.

Además, es necesario que exista un apalancamiento que retribuya los recursos destinados por las empresas en estas investigaciones.

3.4.1 Actividades del Componente

Las actividades propuestas para el componente 4 son:

- 4.1 Sistematizar el conocimiento sobre usos tradicionales y alternativos de la biodiversidad.
- 4.2 Difundir las experiencias "exitosas" en el ámbito nacional e internacional en el manejo de ecosistemas y especies, y un análisis comparativo de las mismas.
- 4.3 Establecer una cartera de proyectos de diversificación productiva.
- 4.4 Crear y mantener actualizados bancos de información económica.
- 4.5 Crear un sistema y red de información comercial a nivel regional.
- 4.6 Apoyar la investigación para los productos, tanto para los nuevos, existentes y de los que se tiene alguna evidencia de potencialidad.
- 4.7 Fomentar la investigación y el acceso a incentivos para las empresas que generan mayor conocimiento para el país.
- 4.8 Establecer un sistema de patentes que permita acceder a información de los productos protegidos por el Estado.
- 4.9 Implementar un sistema de antenas comerciales en conjunto con las Cancillerías.
- 4.10 Articular información procedente de los mercados nacionales y de los internacionales para poder brindarla a las empresas del Biocomercio.

3.4.2 Resultados Esperados

i) En el proyecto

- 4.1 Creación de una base de datos de las Mejores Prácticas Tradicionales Peruanas.

- 4.2 Interés creciente por la implementación de manejo de ecosistemas.
- 4.3 Incremento de la participación de las empresas peruanas del Biocomercio en nuevos países.
- 4.4 Establecimiento de programa de acceso a la información.
- 4.5 Difundir el acceso a la información derivada de las antenas regionales.
- 4.6 Creación de Red de Investigación y compartirla de manera virtual.
- 4.7 Creciente número de empresas que incursionan en la investigación con orientación al servicio del país.
- 4.8 Creación de Base de Datos de Patentes.
- 4.9 Trabajo de las Oficinas Comerciales internacionales fortalecido y con mayor fluidez en la información otorgada.
- 4.10 Creación de nuevos servicios en las entidades estatales que fomentan el Biocomercio.

ii) En el largo plazo

- Mayor flujo de comunicación con las empresas del Biocomercio para el acceso a la información encontrada.
- Disminución de casos de robo de identidad de productos de origen peruanos.
- Mejoramiento de la imagen y la labor de las Cancillerías Peruanas en el extranjero.
- Estado participante como facilitador y socio económico de las empresas peruanas de Biocomercio.

3.5 COMPONENTE 5: APALANCAMIENTO DE RECURSOS FINANCIEROS PARA DIGIRLOS A EMPRESAS

El sistema crediticio peruano tiene que ser reforzado con mayores incentivos para soportar el riesgo que implicaría brindar un capital de riesgo. No solamente en la parte privada, sino también acercar a la cooperación técnica internacional para que brinde mayores recursos financieros y las empresas del Biocomercio puedan aplicar a sus fondos.

3.5.1 Actividades del Componente

Las actividades propuestas para el componente 5 son:

- 5.1 Identificar y proveer préstamos a las entidades financieras existentes.
- 5.2 Crear un fondo de capital de riesgo administrado a nivel local, que promueva los Planes de Negocios y las Incubadoras de empresas.
- 5.3 Crear un vehículo de financiamiento de costos incrementales para los proyectos apropiados.
- 5.4 Capitalización de un fondo de garantías y de un fondo de préstamos.
- 5.5 Crear un fondo concursable para las investigaciones científicas y comerciales de productos de la biodiversidad peruana.

3.5.2 Resultados Esperados

i) En el proyecto

- 5.1 Reducción de tasas de intereses para préstamos de riesgo.
- 5.2 Entrega de fondos para proyectos del Biocomercio no considerados como sujetos de créditos.

- 5.3 Empresas del Biocomercio se acogen a nuevos productos con intereses incrementales.
- 5.4 Generación de mayores recursos financieros para los sectores del Biocomercio.
- 5.5 Incremento de Proyectos y Planes de Bionegocios, así como establecimiento de incubadoras de empresas en universidades estatales y privadas.

ii) En el largo plazo

- Generación de nuevas “semillas” de empresas para el Biocomercio.
- Casos exitosos de empresas que ingresaron al sistema de costos incrementales.
- Banca privada aumenta sus fondos para capitales de riesgo y crea nuevos servicios.

3.6 COMPONENTE 6: APOYAR PROYECTOS PILOTO PARA NEGOCIOS BASADOS EN BIODIVERSIDAD

Los proyectos pilotos son necesarios para poder activar y direccionar las investigaciones necesarias para desarrollar el Biocomercio en el Perú. Por este motivo, los esfuerzos deberán estar orientados hacia la promoción de la investigación para aquellos productos que ya estén siendo comercializados, los que tienen potencialidad y los que tienen evidencia empírica en su comercialización. Por ello, se deberán orientar los recursos hacia los fondos concursables.

3.6.1 Actividades del Componente

Las actividades propuestas para el componente 6 son:

- 6.1 Brindar apoyo para proyectos generados de las incubadoras de empresas.
- 6.2 Generar fondos concursables para los Planes de Negocios y las Investigaciones para:
 - 6.2.1 Productos que ya tienen mercado → Aquellos productos que ya se comercializan y cuentan con mercados de exportación y locales. Para ellos son necesarios los Planes de Negocios y deben cumplir con los siguientes criterios de selección:
 - i) *Cumplir con los requisitos del Biocomercio.* Que la propuesta cumpla con los requisitos implícitos en el Biocomercio.
 - ii) *Que sean rentables y sostenibles.* El proyecto demuestre una demanda concreta y sustentada de los bienes y servicios que se producirán en el marco de la propuesta y exista una generación de competitividad.
 - iii) *Buena calidad del Plan de Acción.* Que exista coherencia entre la idea de negocios identificada con el Plan de Acción propuesto (actividades, metodología y resultados esperados), que sea innovador y se verifica que permitirá mejorar los bionegocios de los productores que la demandan.
 - iv) *Fortalezas de la cadena y socios estratégicos.* Quiénes son los involucrados en la cadena que se forma a partir de la propuesta y cuáles son los socios estratégicos que la fortalecen.
 - v) *Aspectos sociales y ambientales.*Cuál es el impacto generado por la aplicación de la propuesta.

6.2.2 Productos Potenciales → Aquellos productos de los que se conocen sus atributos y tienen oferta exportable. En este caso son necesarios los Estudios de Mercado que les permita definir hacia dónde debe estar orientado su mercado. Los requisitos de aprobación de los Estudios de mercado son:

- i) *Que cumplan con los requisitos del Biocomercio.* Que la propuesta cumpla con los requisitos implícitos en el Biocomercio.
- ii) *Que exista posibilidades de inversión privada.* Que se generen nuevas posibilidades de inversión y estas sean validadas.
- iii) *Que exista posibilidades para el desarrollo de productos.* No solo debe existir evidencia de un mercado potencial, sino que deben generarse nuevas aplicaciones y nuevos mercados donde el producto con sus atributos pueda ingresar de manera efectiva.

6.2.3 Productos con Evidencia Empírica → También llamados Productos de Conocimiento Ancestral, son los productos que generalmente se comercializan en los mercados locales y tienen aplicaciones provenientes del uso tradicional, sin embargo, se desconoce cuáles son los atributos que generan su efectividad. Para ellos es necesario el desarrollo de un Plan de Investigación que permita conocer los atributos por los cuales su aplicación es efectiva, asimismo, deberán contar con una Prospección de mercado que permita orientar hacia un mercado determinado. Deben cumplir con los siguientes requisitos:

- i) *Que identifiquen el problema central.* Que existan implicancias de mercado y permita solucionar el problema del acceso al mercado.
- ii) *Que cuenten con Mérito Técnico.* Se evalúa la propuesta de solución para definir el objetivo, la metodología para lograrlo y que ambos tengan coherencia en la identificación del problema.
- iii) *Cuál es el Desarrollo de Capacidades.* Quiénes son los que van a realizarlo y tienen que ser coherentes con la infraestructura para lograr los objetivos.
- iv) *Que tengan un Impacto social, ambiental y económico positivo.* Que propongan resultados sostenibles en el tiempo.
- v) *Que exista un potencial para la difusión y su replicabilidad.* Cuán fácil es la difusión de la implementación y cómo se pueden replicar.

6.3 Motivar a las comunidades a participar de las cadenas de valor para que puedan obtener mayores ingresos, considerando la devolución de los impuestos recaudados para su comunidad y su desarrollo.

6.4 Difundir los casos de éxito que hayan surgido a partir de las iniciativas dadas por este proyecto.

3.6.2 Resultados Esperados

i) En el proyecto

- 6.1 Proyectos llevados a cabo para los sectores priorizados.
- 6.2 Planes de bionegocios elaborados y concursos desarrollados.
- 6.3 Creación de nuevas cadenas de valor.
- 6.4 Promoción e internalización de efectividad del trabajo conjunto y coordinado.

ii) En el largo plazo

- Generación de conciencia de funcionamiento de las experiencias.
- Aplicación del proyecto en nuevos sectores.

3.7 TABLA RESUMEN DE LOS COMPONENTES, ACTIVIDADES Y RESULTADOS ESPERADOS DEL PROYECTO.

Componentes del Proyecto	Actividades del componente	Resultados Esperados	
		En el Proyecto	En el Largo Plazo
Facilitar el Desarrollo y racionalización de políticas	1.1 Elaborar un manual de procedimientos normativos ambientales y sanitarios para cada cadena priorizada por el Biocomercio.	1.1 Publicación y Difusión del Manual de procedimientos normativos para el Biocomercio.	<ul style="list-style-type: none"> - Agilización en los procesos de tramitación de permisos, certificación y autorizaciones para el acceso y uso de los recursos de la biodiversidad. - Fácil acceso a Manuales de Procedimientos Normativos del Biocomercio. - Normas Técnicas Peruanas establecidas y difundidas. - Creación de equipos de negociadores capacitados en temas del Biocomercio. - Comités Comunitarios forman parte de una articulación eficiente que permita concertar los intereses de las empresas del Biocomercio y de las comunidades donde existe un impacto. - Internalización de la importancia de la Biodiversidad en el comercio y de la contribución del biocomercio en la economía peruana.
	1.2 Capacitar al personal del CONAM, SENASA, DIGESA, Gobiernos Regionales y Municipalidades en la regulación e información normativa ambiental, sanitaria y en la lógica del Biocomercio.	1.2 Personal capacitado en la facilitación de procedimientos y con autonomía para la expedición de certificaciones, permisos y autorizaciones.	
	1.3 Capacitar a los usuarios del Biocomercio en la aplicación y cumplimiento de las normas ambientales y sanitarias relacionadas con el Biocomercio.	1.3 Usuarios del Biocomercio con conocimiento de procedimientos normativos y cumplen con los requisitos mínimos para poder ingresar en el Biocomercio.	
	1.4 Realizar una auditoría en los procesos de otorgamiento de licencias y autorizaciones e implementar mejores prácticas para su agilización.	1.4 Entidades relacionadas con la normativa del Biocomercio han implementado las mejoras y los procesos se vuelven más ágiles.	
	1.5 Establecer incentivos tributarios para la creación de nuevas empresas que utilizan de manera adecuada los recursos de la biodiversidad.	1.5 Sistema de incentivos tributarios activado e implementado en las empresas del Biocomercio.	
	1.6 Desarrollar las normas técnicas peruanas de procesamiento, fabricación y utilización de los recursos.	1.6 Creación de nuevos comités de Normas Técnicas Peruanas que se encuentren trabajando.	
	1.7 Creación de una Dirección de Protección del Conocimiento Tradicional Peruano.	1.7 Desarrollo de líneas de base para la creación de la Dirección de Protección del Conocimiento Tradicional Peruano.	
	1.8 Determinar normas legales para establecer el acceso y límites a los recursos genéticos.	1.8 Desarrollo de Propuesta de normativa de acceso y uso de los recursos-	
	1.9 Desarrollar y establecer protocolos para el aprovechamiento de la flora y fauna silvestre.	1.9 Estudio Técnico de los protocolos de uso de flora y fauna silvestres.	
	1.10 Realizar Pasantías a Experiencias Exitosas donde hayan sido implementados mejores sistemas en las entidades relacionadas con el biocomercio.	1.10 Publicación del Informe de Pasantías y Documento de mejores prácticas implementadas en otras experiencias.	
	1.11 Calcular la contribución de la biodiversidad desde el punto de vista económico y agregarle valor económico e impulsar los estudios de valoración económica de los usos de la biodiversidad nacional.	1.11 Difundir la contribución de la	
	1.12 Incorporar a las comunidades afectadas en las negociaciones de los contratos de acceso a los recursos de la biodiversidad.		
	1.13 Difundir la inclusión y ejecución de los Programas de Adecuación y Manejo Ambiental en las empresas del biocomercio.		

Componentes del Proyecto	Actividades del componente	Resultados Esperados	
		En el Proyecto	En el Largo Plazo
		biodiversidad en nuestra economía. 1.12 Creación de Comités Comunitarios participantes en negociaciones con empresas del Biocomercio. 1.13 Recepción de Programas de Adecuación y Manejo Ambiental de las empresas del Biocomercio.	
Incrementar el acceso a los mercados	2.1 Desarrollar conciencia exportadora para desarrollar de manera natural productos de estándares internacionales. 2.2 Homogenizar los estándares nacionales con los internacionales mediante incentivos para las empresas del Biocomercio. 2.3 Difundir y facilitar el acceso a las diferentes certificaciones, promoviendo la creación de servicios para la certificación de PYME. 2.4 Facilitar e incentivar la implementación de procesos de producción basados en las tecnologías limpias, ISO, EUROGAPP, HACCP, entre otros. 2.5 Desarrollar una gama amplia y variada de productos de la biodiversidad, priorizando acciones sobre ellos. 2.6 Contar con un amplio cronograma de abastecimiento de recursos y estacionalidades. 2.7 Motivar la creación de servicios de terceros: Procesamiento, Certificaciones, Logística. 2.8 Capacitar a los empresarios de la Biodiversidad en los temas de requisitos internacionales y cómo pueden cumplirlos. 2.9 Fomentar y Difundir las actividades de Promoción: Feria, Misiones Comerciales, Misiones de compradores, Ferias Virtuales, Mercados Verticales y Horizontales. 2.10 Eliminar barreras de exportación a nivel de la CAN y dentro del Perú. 2.11 Desarrollar y establecer estándares o certificaciones de Biodiversidad Peruana. 2.12 Apoyar los esfuerzos de la CAN y de lo gobiernos nacionales para procesos de permisos para alimentos nuevos.	2.1 Empresas del Biocomercio más eficientes y con una cartera de clientes más amplia. 2.2 Casos de éxito en implementación de nuevos estándares nacionales. 2.3 Certificaciones difundidas y requerimiento por parte de las empresas del Biocomercio. 2.4 PYME y empresas del Biocomercio certificadas internacionalmente. 2.5 Determinación de productos bandera y priorización de productos innovadores. 2.6 Programación de la oferta e incremento de penetración de los productos del Biocomercio. 2.7 Interés por la creación de nuevos servicios y formación de cadenas de valor. 2.8 Internalización de exigencias de estándares por las empresas del Biocomercio y mayor interés por su cumplimiento. 2.9 Empresas del Biocomercio participantes en las diversas actividades de promoción. 2.10 Mayor flujo comercial entre los países de la CAN. 2.11 Incremento de lista de alimentos	<ul style="list-style-type: none"> - Requisitos nacionales son similares a los internacionales. - Generación de cultura exportadora. - Formación de cadenas de valor entre las empresas del Biocomercio. - Mayor flujo comercial entre el Perú y países terceros. - Mayor penetración de los productos del Biocomercio en los países de destino. - Empresas del Biocomercio "nacen" certificadas. - Empresas del Biocomercio exigen mayor capacitación y forman Escuelas autodidácticas de Capacitación para el Exportador. - Incremento en la salubridad de los productos peruanos del Biocomercio.

Componentes del Proyecto	Actividades del componente	Resultados Esperados	
		En el Proyecto	En el Largo Plazo
		nuevos permitidos dentro de los países de la CAN.	
Formar capacidades empresariales y contribuir al entendimiento del biocomercio	<p>3.1 Capacitar a los empresarios en Biocomercio y hacerlos entender de los principales criterios y principios que rige.</p> <p>3.2 Capacitaciones con respecto a las posibilidades que ofrece la biodiversidad para el uso sostenible de los ecosistemas y su potencial para generar Biocomercio.</p> <p>3.3 Fomentar la incorporación de los conceptos de conservación de los recursos de la biodiversidad y de distribución justa y equitativa dentro de sus actividades productivas y comerciales, para mitigar la falta de una visión estratégica y de emprendimiento para adaptarse y/o crear nuevos nichos de mercado.</p> <p>3.4 Capacitar a los empresarios del Biocomercio y entidades normativas en implementación y cumplimiento de BPA, BPM y Manejo de cosecha y post cosecha. Asimismo, crear capacidades para realizar una comercialización adecuada y efectiva.</p> <p>3.5 Incentivar la implementación de prácticas de cultivo orgánicas y ecológicas.</p> <p>3.6 Promover y orientar hacia un mejor concepto de modernización por parte de la sociedad, que aprecie y valore los conocimientos tradicionales y conozca su importancia para el desarrollo científico y tecnológico nacional.</p> <p>3.7 Fomento y fortalecimiento de las capacidades de emprendimiento, mediante fondos concursables.</p> <p>3.8 Fortalecimiento de la investigación para identificar y madurar ideas de negocio, sobre todo de aquellas que se encuentran en la fase de introducción del producto o de desarrollo de mercado.</p> <p>3.9 Mejorar la capacidad de los principales entes interesados para desarrollar y apoyar empresas basadas en la biodiversidad.</p> <p>3.10 Articular cadenas productivas y de comercialización que generen procesos de exportación más eficientes y se pueda</p>	<p>3.1 Empresarios del Biocomercio con capacidades para entender el Biocomercio, su importancia y propuestas.</p> <p>3.2 Internalización de importancia de búsqueda de oportunidades procedentes de la biodiversidad.</p> <p>3.3 Empresarios del Biocomercio pueden abrirse a nuevos mercados.</p> <p>3.4 Empresas del Biocomercio implementan BPA, BPM y Manejo de cosecha y post cosecha.</p> <p>3.5 Mayor cantidad de empresas y agricultores del Biocomercio se certifican como orgánicos y ecológicos.</p> <p>3.6 Inclusión de prácticas tradicionales como base para los programas de técnicas de cultivo.</p> <p>3.7 Nuevos Planes de Bionegocios.</p> <p>3.8 Mayor capacidad e información para la toma de decisiones en las empresas del Biocomercio.</p> <p>3.9 Entidades estatales fortalecidas y con capacidades gerenciales.</p> <p>3.10 Mayor penetración de los productos peruanos de la biodiversidad en los mercados internacionales.</p> <p>3.11 Interés creciente para realizar investigaciones.</p> <p>3.12 Universidades implementan Centros de Emprendimiento para el apoyo y</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de mayores puestos de empleo calificado. - Nacimiento de nuevas empresas del Biocomercio. - Autosuficiencia en la gestión de las empresas del Biocomercio. - Autosuficiencia y autonomía para la correcta toma de decisiones de las entidades estatales. - Reducción de problemas y quejas formales entre los países y empresarios internacionales con el Perú.

Componentes del Proyecto	Actividades del componente	Resultados Esperados	
		En el Proyecto	En el Largo Plazo
	<p>consolidar la oferta necesaria para ser más competitivos.</p> <p>3.11 Formar alianzas estratégicas entre entidades para la coordinación y concertación de esfuerzos para el desarrollo y fomento de la investigación tanto básica como aplicada.</p> <p>3.12 Adecuar y fomentar programas de incubadoras para apoyar empresas basadas en biodiversidad o para sectores específicos.</p> <p>3.13 Desarrollar vínculos entre las universidades y empresas y apoyar entes para incubar empresas de biocomercio que resulten de investigaciones.</p>	<p>soporte gerencial de nuevas empresas orientadas al Biocomercio.</p> <p>3.13 Generación de convenios de investigación y generación de empleos para los que desarrollen las investigaciones.</p>	
Mejorar la adquisición y acceso a información sobre productos y mercados	<p>4.1 Sistematizar el conocimiento sobre usos tradicionales y alternativos de la biodiversidad.</p> <p>4.2 Difundir las experiencias "exitosas" en el ámbito nacional e internacional en el manejo de ecosistemas y especies, y un análisis comparativo de las mismas.</p> <p>4.3 Establecer una cartera de proyectos de diversificación productiva.</p> <p>4.4 Crear y mantener actualizados bancos de información económica.</p> <p>4.5 Crear un sistema y red de información comercial a nivel regional.</p> <p>4.6 Apoyar la investigación para los productos, tanto para los nuevos, existentes y de los que se tiene alguna evidencia de potencialidad.</p> <p>4.7 Fomentar la investigación y el acceso a incentivos para las empresas que generan mayor conocimiento para el país.</p> <p>4.8 Establecer un sistema de patentes que permita acceder a información de los productos protegidos por el Estado.</p> <p>4.9 Implementar un sistema de antenas comerciales en conjunto con las Cancillerías.</p> <p>4.10 Articular información procedente de los mercados nacionales y de los internacionales para poder brindarla a las empresas del Biocomercio.</p>	<p>4.1 Creación de una base de datos de las Mejores Prácticas Tradicionales Peruanas.</p> <p>4.2 Interés creciente por la implementación de manejo de ecosistemas.</p> <p>4.3 Incremento de la participación de las empresas peruanas del Biocomercio en nuevos países.</p> <p>4.4 Establecimiento de programa de acceso a la información.</p> <p>4.5 Difundir el acceso a la información derivada de las antenas regionales.</p> <p>4.6 Creación de Red de Investigación y compartirla de manera virtual.</p> <p>4.7 Creciente número de empresas que incursionan en la investigación con orientación al servicio del país.</p> <p>4.8 Creación de Base de Datos de Patentes.</p> <p>4.9 Trabajo de las Oficinas Comerciales internacionales fortalecido y con mayor fluidez en la información otorgada.</p> <p>4.10 Creación de nuevos servicios en las entidades estatales que fomentan el Biocomercio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor flujo de comunicación con las empresas del Biocomercio para el acceso a la información encontrada. - Disminución de casos de robo de identidad de productos de origen peruanos. - Mejoramiento de la imagen y la labor de las Cancillerías Peruanas en el extranjero. - Estado participante como facilitador y socio económico de las empresas peruanas de Biocomercio.

Componentes del Proyecto	Actividades del componente	Resultados Esperados	
		En el Proyecto	En el Largo Plazo
Apalancamiento de recursos financieros para dirigirlos a empresas	<p>5.1 Identificar y proveer préstamos a las entidades financieras existentes.</p> <p>5.2 Crear un fondo de capital de riesgo administrado a nivel local, que promueva los Planes de Negocios y las Incubadoras de empresas.</p> <p>5.3 Crear un vehículo de financiamiento de costos incrementales para los proyectos apropiados.</p> <p>5.4 Capitalización de un fondo de garantías y de un fondo de préstamos.</p> <p>5.5 Crear un fondo concursable para las investigaciones científicas y comerciales de productos de la biodiversidad peruana.</p>	<p>5.1 Reducción de tasas de intereses para préstamos de riesgo.</p> <p>5.2 Entrega de fondos para proyectos del Biocomercio no considerados como sujetos de créditos.</p> <p>5.3 Empresas del Biocomercio se acogen a nuevos productos con intereses incrementales.</p> <p>5.4 Generación de mayores recursos financieros para los sectores del Biocomercio.</p> <p>5.5 Incremento de Proyectos y Planes de Bionegocios, así como establecimiento de incubadoras de empresas en universidades estatales y privadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de nuevas "semillas" de empresas para el Biocomercio. - Casos exitosos de empresas que ingresaron al sistema de costos incrementales. - Banca privada aumenta sus fondos para capitales de riesgo y crea nuevos servicios.
Apoyar proyectos piloto para negocios basados en biodiversidad	<p>6.1 Brindar apoyo para proyectos generados de las incubadoras de empresas, sobretodo en los sectores de Ecoturismo, Productos forestales no maderables y Agrobiodiversidad.</p> <p>6.2 Generar fondos concursables para los Planes de Negocios y las Investigaciones.</p> <p>6.3 Motivar a las comunidades a participar de las cadenas de valor para que puedan obtener mayores ingresos, considerando la devolución de los impuestos recaudados para su comunidad y su desarrollo.</p> <p>6.4 Difundir los casos de éxito que hayan surgido a partir de las iniciativas dadas por este proyecto.</p>	<p>6.1 Proyectos llevados a cabo para los sectores priorizados.</p> <p>6.2 Planes de bionegocios elaborados y concursos desarrollados.</p> <p>6.3 Creación de nuevas cadenas de valor.</p> <p>6.4 Promoción e internalización de efectividad del trabajo conjunto y coordinado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Generación de conciencia de funcionamiento de las experiencias. - Aplicación del proyecto en nuevos sectores.

IV. RIESGOS, SOSTENIBILIDAD Y REPLICABILIDAD

4.1 RIESGOS

Los riesgos identificados se han agrupado en las siguientes categorías:

Riesgos Institucionales. Las entidades estatales usualmente tienen el problema de no "hacer su trabajo", por ello, tenemos casos de deforestación, uso irracional de los recursos y de otorgamiento de licencias sin un estudio de impacto previo. El problema suscita debido a que hay mucho nivel de burocracia y usualmente los trámites para poder realizar las supervisiones y certificaciones in situ demoran mucho tiempo, por lo que las empresas muchas veces deciden ir sobre las autoridades.

De igual manera, las entidades están sujetas a cambios en su personal que ocasiona pérdida de conocimiento para estas organizaciones, por lo que muchas veces los contratos que se realizan son de corto tiempo y esto desmotiva a los trabajadores y el trabajo realizado es de baja productividad.

Asimismo, la existencia de los gobiernos regionales es una evidencia de la descentralización y otorgamiento de autonomía, sin embargo, las restricciones de presupuesto y de los manuales de administración de estos gobiernos, limita también su poder de acción porque muchas actividades que deberían ser hechas por los gobiernos regionales son centralizadas en el gobierno nacional.

Riesgos de Estabilidad Política. El Perú ha pasado por un proceso electoral que ha sido uno de los más radicales por el tipo de candidatos que se ha presentado. Esto ha generado que se tenga una oposición muy fuerte al nuevo gobierno, por lo que es de esperarse que existan algunas presiones políticas para la realización del proyecto presentado a pesar de que esté orientado hacia el bienestar y desarrollo del Biocomercio.

El trabajo que deberá realizarse para la sensibilización con el proyecto será lo mejor que pudiera hacerse para que las autoridades y grupos políticos puedan entender que estas acciones están orientadas hacia el bienestar y no para generar insularidades entre la población.

Riesgos de Gestión Empresarial. Los empresarios que forman parte del Biocomercio no tienen muchas capacidades de gestión, generalmente se dedican solamente a producir y vender, sin tomar en cuenta las herramientas de gestión que les puedan ayudar. Esto también sucede porque la incidencia de analfabetismo es elevada y se deberán hacer esfuerzos para que la capacitación en el Biocomercio sea la adecuada para este tipo de personas y se pueda lograr un impacto de educación en ellos.

Además, la orientación de la gestión empresarial deberá ser una de sostenibilidad y enfatizando el uso adecuado de los recursos y el triángulo de la sostenibilidad (económico, social y ambiental).

4.2 SOSTENIBILIDAD

i) A NIVEL DE INSTITUCIONES PROMISORIAS

El proyecto será sostenible en el tiempo gracias a que forma parte del Plan de Acción de PROMPEX, específicamente del Programa de Biocomercio y cuenta con el apoyo de otras entidades que conjuntamente realizarán esfuerzos para poder lograr los objetivos planteados en la presente propuesta. De esta manera, la estructura de trabajo presentada, incluye el trabajo con otras entidades, como por ejemplo la CONAM y sus asociados, que permitirán validar la información y facilitarán el trabajo en los campos de especialización que se necesiten.

PROMPEX, tiene amplia experiencia en el tema de inteligencia comercial y de promoción de las exportaciones, lo cual permitirá un trabajo más eficiente. Además, el Programa de Biocomercio del Perú es parte de esta entidad, con lo cual, se facilitarán las actividades de entendimiento y difusión del Biocomercio en nuestro país.

Además, la autonomía de decisión con la que cuentan las entidades estatales involucradas es uno de los puntos que brinda mayor sostenibilidad en cuanto a la toma de decisión y acción de las entidades que forman parte del Equipo Ejecutor.

Por otro lado, el trabajo conjunto con las oficinas comerciales peruanas en el extranjero formaría el círculo de información que constantemente permitirá contar con información comercial que permita desarrollar de mejor manera los fondos concursables y tener mayor sustento para la elección de los Planes de Negocios, Estudios de Mercado o de los Planes de Investigación y Prospección de Mercados.

ii) ACTIVIDADES PROMISORIAS

Entre las principales actividades que contribuyan a la sostenibilidad del proyecto están:

- o Elaborar un manual de procedimientos normativos ambientales y sanitarios para cada cadena priorizada por el Biocomercio.
- o Capacitar al personal del CONAM, SENASA, DIGESA, Gobiernos Regionales y Municipalidades en la regulación e información normativa ambiental, sanitaria y en la lógica del Biocomercio.
- o Homogenizar los estándares nacionales con los internacionales mediante incentivos para las empresas del Biocomercio.
- o Motivar la creación de servicios de terceros: Procesamiento, Certificaciones, Logística.
- o Capacitar a los empresarios de la Biodiversidad en los temas de requisitos internacionales y cómo pueden cumplirlos.
- o Capacitar a los empresarios en Biocomercio y hacerlos entender de los principales criterios y principios que rige.
- o Promover y orientar hacia un mejor concepto de modernización por parte de la sociedad, que aprecie y valore los conocimientos tradicionales y conozca su importancia para el desarrollo científico y tecnológico nacional.
- o Articular cadenas productivas y de comercialización que generen procesos de exportación más eficientes y se pueda consolidar la oferta necesaria para ser más competitivos.
- o Crear un sistema y red de información comercial a nivel regional.
- o Crear un fondo concursable para las investigaciones científicas y comerciales de productos de la biodiversidad peruana.

4.3 REPLICABILIDAD

La replicabilidad del proyecto será mediante el resultado de las investigaciones y planes de negocios provenientes de los fondos concursables. Estos fondos al estar orientados hacia una investigación tanto de mercado como científica (hacia los productos de la biodiversidad y su participación dentro del mercado), permitirán que se genere mayor conocimiento en diferentes sectores y que esta información, tecnología u otra información, se difunda a todas las empresas del Biocomercio peruanas.

De esta manera, se formarán mayores alianzas estratégicas entre la parte investigativa y el mercado, para poder aprovechar al máximo todo el potencial de la biodiversidad peruana. Asimismo, se generarán mayores oportunidades para las empresas de servicios de extensión que permitan desarrollar un sector de servicios más estable y que satisfaga las necesidades para tener una inteligencia de mercados más óptimas.

V. PARTICIPACIÓN DE LAS PARTES INTERESADAS Y ACUERDOS DE IMPLEMENTACIÓN

El Proyecto de Biocomercio estará dirigido por la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio⁴ (Ver Anexo 1) y ejecutado por PROMPEX/CONAM???. El Programa de Biocomercio de PROMPEX es una oficina que se interrelaciona con las distintas gerencias como son central de información e inteligencia de mercados; central de sectores productivos (pesca y acuicultura; textil, confecciones y accesorios; agro y agroindustrias; manufacturas diversas y artesanías) y la central de regiones y desarrollo. La oficina de biocomercio es el articulador entre las distintas gerencias mencionadas y las empresas o sujetos de ayuda en función a sus requerimientos. Asimismo, PROMPEX facilitará la relación entre la red internacional, la red nacional, y las empresas o sujetos de ayuda según sus necesidades.

Comentario [b1]: Este texto va en función de la institución que ejecute el proyecto

La Comisión Nacional de Biocomercio, pertenece a una red nacional e internacional de actores involucrados en el desarrollo del Biocomercio. En el caso de Perú, la red ejecuta sus acciones en el marco del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio - PNPB, tal como se muestra en el Gráfico 1.

El PNPB se ha diseñado de tal manera que los proyectos (estructura operativa, seguimiento y evaluación), implementados en el marco de Biocomercio, estén orientados política, técnica y financieramente por sus líneas estratégicas.

Como se muestra en el gráfico 1, el trabajo con las comunidades y organismos de base se hará a través de asociaciones de productores o empresas comunales.

Asimismo, es importante indicar que la participación del sector privado en las tareas de promoción es un elemento esencial para el éxito de este proyecto. La Red Sectorial estará formada por las diversas instituciones del sector, tanto públicas como privadas, a través de quienes se difundirán las oportunidades de negocios por sector, a nivel nacional, mediante talleres, seminarios, visitas personales, misiones y demás medios de difusión que sean convenientes.

Los socios estratégicos del Programa apoyarán en la elaboración de diagnósticos en materia de procedimientos científicos, técnicos, sociales, ambientales, salud, normas sanitarias y fitosanitarias, plaguicidas y seguridad, entre otros, para que en coordinación con la entidad respectiva (SENASA, DIGESA, INDECOPI etc) se formule y apliquen esquemas para mejorar el marco regulatorio y con esto asegurar mayores flujos comerciales de productos de la biodiversidad peruana en los mercados.

⁴ La Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio es un grupo técnico nacional creado por Decreto de Consejo Directivo de CONAM, con el objetivo de actuar como instancia de soporte político y de dirección técnica del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú.

La implementación de este proyecto, estará a cargo del Comité de Gestión de Proyectos de la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, conformado por CONAM, PROMPEX, CONCYTEC e INRENA. Además se incorporarán a las instituciones que participen con la contrapartida del proyecto (seco, PDRS/GTZ, FONDEBOSQUE)

Este proyecto estará conformado por tres unidades de carácter técnico, y una administrativa. Las unidades técnicas son: 1) la Unidad del Fondo para productos comercializables; 2) la Unidad del Fondo para productos potenciales ; y 3) la Unidad de Fondo para productos con Evidencia Empírica.

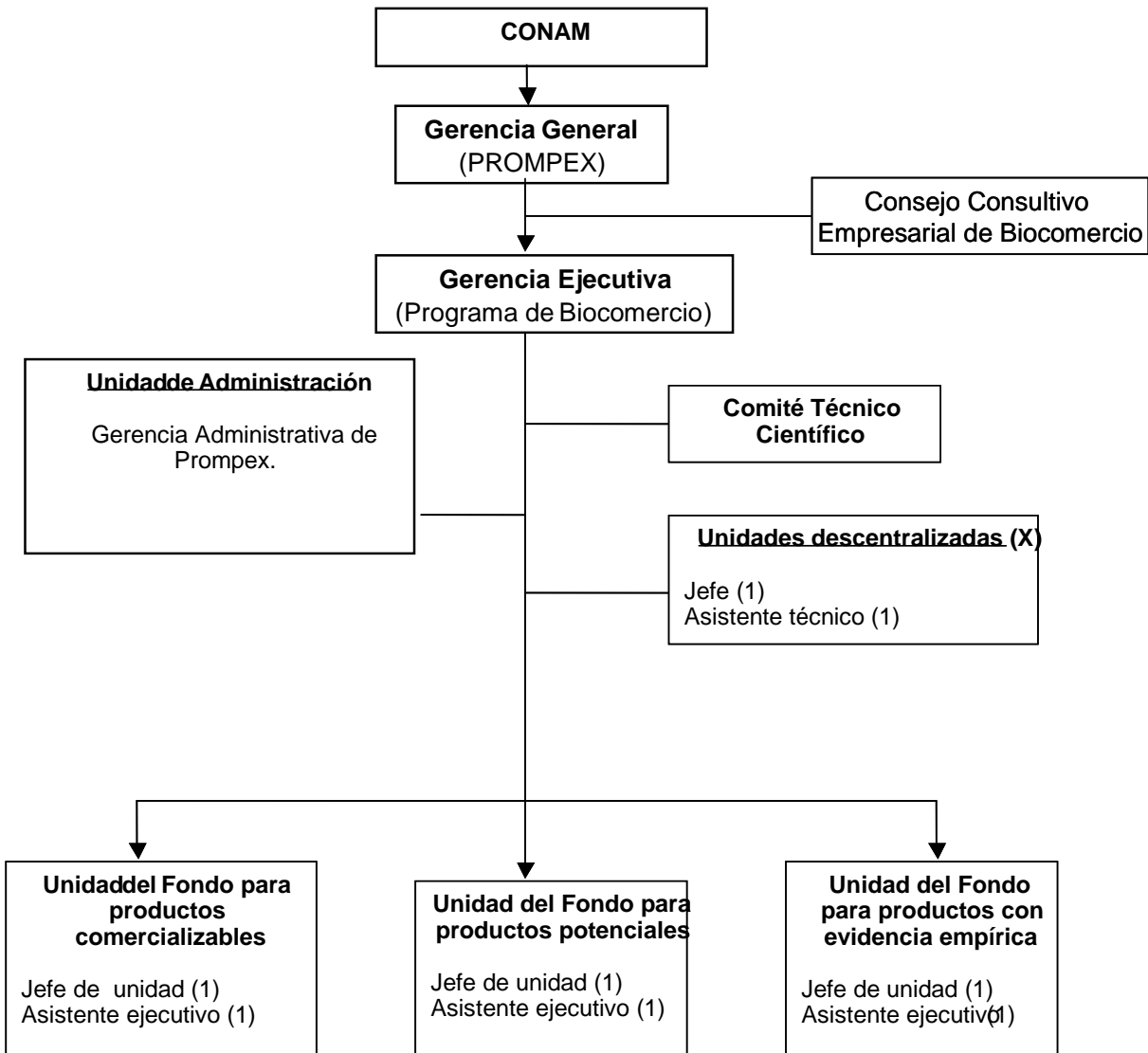
Se contará con un Comité Técnico Científico que será el encargado de recibir las propuestas de investigación tanto científicas como comerciales para poder aprobarlas y enviarlas a la Unidad del Fondo indicada, dependiendo del tipo de producto u objetivo de la investigación.

Las Unidades de Fondo se organizarán de acuerdo con los tipos de productos que son sujetos de estudio y contarán cada una con un Jefe de Unidad y Asistente Ejecutivo con los que se desarrollarán las actividades administrativas y de soporte al investigador.

Además, se contarán con unidades descentralizadas que puedan fomentar las investigaciones y facilitar la información necesaria para su desarrollo. Estas estarán ubicadas en distintas regiones del Perú (Oficinas de Promoción Económica de PROMPEX, Secretaría Ejecutivas Regionales y las Comisiones Ambientales Regionales de CONAM)

Asimismo, se conformará una Unidad Administrativa que se concentre en las labores operativas y la facilitación del trabajo de todo el Ente Ejecutor.

Para la selección del personal de trabajo se popondrá ternas de nombres para cada uno de los miembros de proyecto, los cuales serán seleccionados a título personal en mérito a su labor destacada en los temas prioritarios.



VI. VÍNCULO A OTRAS INICIATIVAS DEL GEF Y NO DEL GEF

Actualmente en el Perú no existen iniciativas relevantes vinculadas a iniciativas GEF, pero existen otras no GEF, que coinciden con los objetivos del GEF, entre ellas podemos citar a:

- **Cooperación Alemana - GTZ**

Perú es un país priorizado por la cooperación para el desarrollo de Alemania - GTZ, y viene trabajando en el Perú desde 1975. Para Alemania, Perú es uno de los destinos mas importantes de las donaciones bilaterales, y busca contribuir en la búsqueda del desarrollo sostenible y en la reducción de la pobreza.

- **Cooperación Suiza - SECO**

La cooperación suiza viene trabajando desde hace varios años en el Perú, y los proyectos que desarrollan están orientados bajo los principios del biocomercio y del desarrollo sostenible.

- **Proyecto Ministerio de Agricultura del Perú - Banco Mundial: INCAGRO**

El Programa INCAGRO trabaja bajo el esquema de fondos concursables, cuenta con fondos destinados al desarrollo de Tecnología Agraria -FTA (Asistencia Técnica, Fortalecimiento Institucional, Investigación adaptativa etc), para el Desarrollo de Servicios Estratégicos - FDSE (Investigación Aplicada y Básica). El proyecto se desarrolla bajo los criterios del desarrollo sostenible que coinciden con los principios del BIOCOCOMERCIO y los del GEF. Actualmente se encuentra en su segunda fase, durante la primera fase el monto total adjudicado por INCAGRO fue US\$ 6.4 millones comprometiendo una contrapartida de US\$ 6.6 millones. Para la segunda fase han previsto efectuar proyectos por un monto de US\$ 32.6 millones de los cuales US\$ 20.6 millones serían provistos por INCAGRO y no menos de US\$ 12 millones por las alianzas estratégicas que conformen las empresas y comunidades de productores beneficiados.

- **FONDEBOSQUE:**

Es una institución privada, de interés público y social, que promueve negocios forestales competitivos con responsabilidad social y ambiental para contribuir a la generación de riqueza y el mejoramiento de la calidad de vida. Trabaja con Concesionarios forestales, Pequeños y medianos productores, Comunidades nativas, Comunidades y asociaciones campesinas, Empresas privadas, Organizaciones privadas de conservación, Centros de investigación y enseñanza, Nuevos inversionistas. Entre las diferentes actividades que desarrollan se encuentran: Promoción de inversiones, Línea de crédito de capital de trabajo, Fondo concursable para negocios forestales, Asistencia técnica y comercial para el desarrollo de la industria maderera, Diseño ejecución y monitoreo de proyectos.

- **Asociación Los Andes de Cajamarca - ALAC**

Es una institución privada sin fines de lucro, que desarrolla diversos proyectos orientados a la generación de capacidades competitivas ambiental y socialmente

sostenibles. ALAC, trabaja de manera directa con la empresa minera Yanacocha. Financia diversos proyectos a través de fondos concursables, que se rigen por los siguientes criterios para asignar los fondos: **Viabilidad del proyecto:** demanda potencial o real demostrada, rentabilidad. **Impacto o relevancia:** promoción del empleo, incremento de ingresos, interacción social, alineado con los planes estratégicos locales y regionales, participación (Estado, sociedad civil, empresas privadas). **Costo beneficio o costo efectividad:** rentabilidad social, cofinanciamiento, destino de los recursos. **Criterios complementarios:** innovación, transparencia, responsabilidad social.

VII. FINANCIAMIENTO Y CO-FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

7.1 COSTOS TOTALES A NIVEL PAÍS

VER DOCUMENTO EN EXCELL

7.2 FINANCIAMIENTO TOTAL PARA EL PAÍS

VER DOCUMENTO EN EXCELL

7.3 FINANCIAMIENTO SOLICITADO

VER DOCUMENTO EN EXCELL

VIII. MONITOREO, EVALUACIÓN Y DISEMINACIÓN
8.1 MONITOREO Y EVALUACIÓN

COMPONENTES Y ACTIVIDADES	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS
COMPONENTE 1: FACILITAR EL DESARROLLO Y RACIONALIZACIÓN DE POLÍTICAS			
Elaborar un manual de procedimientos normativos ambientales y sanitarios para cada cadena priorizada por el Biocomercio			
Capacitar al personal del CONAM, SENASA, DIGESA, Gobiernos Regionales y Municipalidades en la regulación e información normativa ambiental, sanitaria y en la lógica del Biocomercio			
Capacitar a los usuarios del Biocomercio en la aplicación y cumplimiento de las normas ambientales y sanitarias relacionadas con el Biocomercio			
Realizar una auditoría en los procesos de otorgamiento de licencias y autorizaciones e implementar mejores prácticas para su agilización			
Establecer incentivos tributarios para la creación de nuevas empresas que utilizan de manera adecuada los recursos de la biodiversidad			
Desarrollar las normas técnicas peruanas de procesamiento, fabricación y utilización de los recursos			
Creación de una Dirección de Protección del Conocimiento Tradicional Peruano			
Determinar normas legales para establecer el acceso y límites a los recursos genéticos			
Desarrollar y establecer protocolos para el aprovechamiento de la flora y fauna silvestre			
Realizar Pasantías a Experiencias Exitosas donde hayan sido implementados mejores sistemas en las entidades relacionadas con el biocomercio			
Calcular la contribución de la biodiversidad desde el punto de vista económico y agregarle valor económico e impulsar los estudios de valoración económica de los usos de la biodiversidad nacional			
Incorporar a las comunidades afectadas en las negociaciones de los contratos de acceso a los recursos de la biodiversidad			
	1. Número de manuales de procedimientos elaborados para cada cadena priorizada por el biocomercio 2. Número de capacitaciones realizadas en aspectos relacionados al biocomercio 3. Número de incentivos tributarios otorgados para empresas que utilizan de manera adecuada los recursos de la biodiversidad 4. Número de protocolos establecidos para el aprovechamiento de la flora y fauna silvestre,	1. Publicación y Difusión del Manual de procedimientos normativos para el Biocomercio. 2. Personal capacitado en aspectos relacionados al Biocomercio. 3. Sistema de incentivos tributarios activado e implementado en las empresas del Biocomercio. 4. Estudio Técnico de los protocolos de uso de flora y fauna silvestres.	- Prompex

COMPONENTES Y ACTIVIDADES	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS
Difundir la inclusión y ejecución de los Programas de Adecuación y Manejo Ambiental en las empresas del biocomercio			
COMPONENTE 2: INCREMENTAR EL ACCESO A LOS MERCADOS			
Desarrollar conciencia exportadora para desarrollar de manera natural productos de estándares internacionales			
Homogenizar los estándares nacionales con los internacionales mediante incentivos para las empresas del Biocomercio			
Difundir y facilitar el acceso a las diferentes certificaciones, promoviendo la creación de servicios para la certificación de PYME			
Facilitar e incentivar la implementación de procesos de producción basados en las tecnologías limpias, ISO, EUROGAPP, HACCP, entre otros			
Desarrollar una gama amplia y variada de productos de la biodiversidad, priorizando acciones sobre ellos			
Contar con un amplio cronograma de abastecimiento de recursos y estacionalidades			
Motivar la creación de servicios de terceros: Procesamiento, Certificaciones, Logística			
Capacitar a los empresarios de la Biodiversidad en los temas de requisitos internacionales y cómo pueden cumplirlos			
Fomentar y Difundir las actividades de Promoción: Feria, Misiones Comerciales, Misiones de compradores, Ferias Virtuales, Mercados Verticales y Horizontales			
Eliminar barreras de exportación a nivel de la CAN y dentro del Perú			
Desarrollar y establecer estándares o certificaciones de Biodiversidad Peruana			
Apoyar los esfuerzos de la CAN y de lo gobiernos nacionales para procesos de permisos para alimentos nuevos.			
COMPONENTE 3: FORMAR CAPACIDADES EMPRESARIALES Y CONTRIBUIR AL ENTENDIMIENTO DEL BIOCOMERCIO			
Capacitar a los empresarios en Biocomercio y hacerlos entender de los principales criterios y principios que rige			
Capacitaciones con respecto a las posibilidades que ofrece la biodiversidad para el uso sostenible de los ecosistemas y su potencial para generar Biocomercio			
	1. Número de capacitaciones a empresarios de la Biodiversidad en los temas de requisitos internacionales y cómo pueden cumplirlos 2. Número de actividades de Promoción realizadas. 3. Número de barreras de exportación eliminadas a nivel de la CAN y dentro del Perú. 4. Tasa de crecimiento de las exportaciones peruanas de productos de biocomercio.	1. Empresarios capacitados en temas de requisitos internacionales y cómo pueden cumplirlos 2. Empresas del Biocomercio participantes en las diversas actividades de promoción. 3. Incremento del flujo comercial entre los países de la CAN y Perú. 4. Exportaciones registradas de productos de biocomercio.	- Prompex
	1. Número de Capacitaciones realizadas a los empresarios en Biocomercio y hacerlos entender de los principales criterios y principios que rige 2. Número de capacitaciones realizadas con respecto a las	1. Empresarios del Biocomercio con capacidades para entender el Biocomercio, su importancia y propuestas. 2. Empresarios que han Internalizado la importancia de búsqueda de oportunidades	- Prompex

COMPONENTES Y ACTIVIDADES	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS
Fomentar la incorporación de los conceptos de conservación de los recursos de la biodiversidad y de distribución justa y equitativa dentro de sus actividades productivas y comerciales, para mitigar la falta de una visión estratégica y de emprendimiento para adaptarse y/o crear nuevos nichos de mercado	posibilidades que ofrece la biodiversidad para el uso sostenible de los ecosistemas y su potencial para generar Biocomercio 3. Número de capacitaciones a los empresarios del Biocomercio y entidades normativas en implementación y cumplimiento de BPA, BPM y Manejo de cosecha y post cosecha. 4. Número de alianzas estratégicas realizadas entre entidades para la coordinación y concertación de esfuerzos para el desarrollo y fomento de la investigación tanto básica como adaptativa	procedentes de la biodiversidad. 3. Empresas del Biocomercio implementan BPA, BPM y Manejo de cosecha y post cosecha. 4. Incremento en las investigaciones tanto básica como adaptativa.	
Capacitar a los empresarios del Biocomercio y entidades normativas en implementación y cumplimiento de BPA, BPM y Manejo de cosecha y post cosecha. Asimismo, crear capacidades para realizar una comercialización adecuada y efectiva			
Incentivar la implementación de prácticas de cultivo orgánicas y ecológicas			
Promover y orientar hacia un mejor concepto de modernización por parte de la sociedad, que aprecie y valore los conocimientos tradicionales y conozca su importancia para el desarrollo científico y tecnológico nacional			
Fomento y fortalecimiento de las capacidades de emprendimiento, mediante fondos concursables			
Fortalecimiento de la investigación para identificar y madurar ideas de negocio, sobre todo de aquellas que se encuentran en la fase de introducción del producto o de desarrollo de mercado			
Mejorar la capacidad de los principales entes interesados para desarrollar y apoyar empresas basadas en la biodiversidad			
Articular cadenas productivas y de comercialización que generen procesos de exportación más eficientes y se pueda consolidar la oferta necesaria para ser más competitivos			
Formar alianzas estratégicas entre entidades para la coordinación y concertación de esfuerzos para el desarrollo y fomento de la investigación tanto básica como adaptativa			
Adecuar y fomentar programas de incubadoras para apoyar empresas basadas en biodiversidad o para sectores específicos			
Desarrollar vínculos entre las universidades y empresas y apoyar entes para incubar empresas de biocomercio que resulten de investigaciones.			
COMPONENTE 4: MEJORAR EL ACCESO A LA INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS Y MERCADOS			

COMPONENTES Y ACTIVIDADES	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS
Sistematizar el conocimiento sobre usos tradicionales y alternativos de la biodiversidad	<p>el ámbito nacional e internacional en el manejo de ecosistemas y especies, y un análisis comparativo de las mismas</p> <p>2. Número de proyectos de diversificación productiva establecidos.</p> <p>3. Sistema de y red de información comercial a nivel regional creada.</p> <p>4. % de incremento en investigaciones para los productos, tanto para los nuevos, existentes y de los que se tiene alguna evidencia de potencialidad.</p>	<p>ecosistemas.</p> <p>2. Incremento de la participación de las empresas peruanas del Biocomercio</p> <p>3. Establecimiento de programa de acceso a la información.</p> <p>4. Creación de Red de Investigación y compartirla de manera virtual.</p>	
Difundir las experiencias "exitosas" en el ámbito nacional e internacional en el manejo de ecosistemas y especies, y un análisis comparativo de las mismas			
Establecer una cartera de proyectos de diversificación productiva			
Crear y mantener actualizados bancos de información económica			
Crear un sistema y red de información comercial a nivel regional			
Apoyar la investigación para los productos, tanto para los nuevos, existentes y de los que se tiene alguna evidencia de potencialidad			
Fomentar la investigación y el acceso a incentivos para las empresas que generan mayor conocimiento para el país			
Establecer un sistema de patentes que permita acceder a información de los productos protegidos por el Estado			
Implementar un sistema de antenas comerciales en conjunto con las Cancillerías			
Articular información procedente de los mercados nacionales y de los internacionales para poder brindarla a las empresas del Biocomercio			
COMPONENTE 5: APALANCAMIENTO DE RECURSOS FINANCIEROS PARA DIGIRLOS A EMPRESAS	<p>1 Incremento % de préstamos a las entidades financieras existentes.</p> <p>2. Fondo creado para capital de riesgo administrado a nivel local, que promueva los Planes de Negocios y las Incubadoras de empresas.</p> <p>3. Vehículo creado para el financiamiento de costos incrementales para los proyectos apropiados</p> <p>4. Creación de un fondo concursable para las investigaciones científicas y comerciales de productos de la biodiversidad peruana</p>	<p>1. Reducción de tasas de intereses para préstamos de riesgo.</p> <p>2. Entrega de fondos para proyectos del Biocomercio no considerados como sujetos de créditos.</p> <p>3. Empresas del Biocomercio se acogen a nuevos productos con intereses incrementales.</p> <p>4. Incremento de Proyectos y Planes de Bionegocios, así como establecimiento de incubadoras de empresas en universidades estatales y privadas.</p>	- Prompex
Identificar y proveer préstamos a las entidades financieras existentes			
Crear un fondo de capital de riesgo administrado a nivel local, que promueva los Planes de Negocios y las Incubadoras de empresas			
Crear un vehículo de financiamiento de costos incrementales para los proyectos apropiados			
Capitalización de un fondo de garantías y de un fondo de préstamos			
Crear un fondo concursable para las investigaciones científicas y comerciales de productos de la biodiversidad peruana			

COMPONENTES Y ACTIVIDADES	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN	RESPONSABLE PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS
COMPONENTE 6: APOYAR PROYECTOS PILOTO PARA NEGOCIOS BASADOS EN BIODIVERSIDAD	1. Incremento % en el número de proyectos generados de las incubadoras de empresas, sobretodo en los sectores de Ecoturismo, Productos forestales no maderables y Agrobiodiversidad 2. Incremento % en la generación de fondos concursables para los Planes de Negocios y las Investigaciones 3. Número de casos de éxito que hayan surgido a partir de las iniciativas dadas por este proyecto.	1. Proyectos llevados a cabo para los sectores priorizados. 2. Planes de bionegocios elaborados y concursos desarrollados. 3. Promoción e internalización de efectividad del trabajo conjunto y coordinado.	- Prompex
Brindar apoyo para proyectos generados de las incubadoras de empresas, sobretodo en los sectores de Ecoturismo, Productos forestales no maderables y Agrobiodiversidad			
Generar fondos concursables para los Planes de Negocios y las Investigaciones			
Motivar a las comunidades a participar de las cadenas de valor para que puedan obtener mayores ingresos, considerando la devolución de los impuestos recaudados para su comunidad y su desarrollo			
Difundir los casos de éxito que hayan surgido a partir de las iniciativas dadas por este proyecto			

8.2 DISEMINACIÓN

Las siguientes estrategias son las que se deberán seguir para la difusión del proyecto y el fomento a las réplicas de las acciones hechas.

- Fomento para la creación de una Dirección de Protección del Conocimiento Tradicional Peruano y sistematizar el conocimiento sobre usos tradicionales y alternativos de la biodiversidad.
- Difundir la inclusión y ejecución de los Programa de Adecución y Manejo Ambiental en las empresas del biocomercio.
- Difundir y facilitar el acceso a las diferentes certificaciones, promoviendo la creación de servicios para la certificación de PYME
- Fomentar y Difundir las actividades de Promoción: Feria, Misiones Comerciales, Misiones de compradores, Ferias Virtuales, Mercados Verticales y Horizontales.
- Promover y orientar hacia un mejor concepto de modernización por parte de la sociedad, que aprecie y valore los conocimientos tradicionales y conozca su importancia para el desarrollo científico y tecnológico nacional.
- Formar alianzas estratégicas entre entidades para la coordinación y concertación de esfuerzos para el desarrollo y fomento de la investigación tanto básica como adaptativa.
- Adecuar y fomentar programas de incubadoras para apoyar empresas basadas en biodiversidad o para sectores específicos.
- Desarrollar vínculos entre las universidades y empresas y apoyar entes para incubar empresas de biocomercio que resulten de investigaciones.

- Difundir las experiencias "exitosas" en el ámbito nacional e internacional en el manejo de ecosistemas y especies, y un análisis comparativo de las mismas.
- Fomentar la investigación y el acceso a incentivos para las empresas que generan mayor conocimiento para el país.

IX. ANEXOS



Artículo 2°.- Naturaleza, Duración y Composición de la Comisión para la Promoción de Biocomercio – Perú

La Comisión es de carácter multisectorial, tendrá un periodo de duración de dos (2) años y estará constituido por un representante titular y un representante alterno de las siguientes instituciones:

- Consejo Nacional del Ambiente – CONAM, quien presidirá el Grupo Técnico
- Comisión para la Promoción de Exportaciones – PROMPEX,
- Ministerio de Relaciones Exteriores
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- Ministerio de la Producción
- Instituto de Investigaciones de la Amazonia Peruana – IIAP,
- Instituto Nacional de Recursos Naturales – INRENA,
- Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – CONCYTEC.
- Red de ONG Ambientallistas
- Comunidades Campesinas y Nativas, designados por el INDEPA
- Gremios u Organizaciones Empresariales

Los representantes del sector público, titular y alterno, deberán ser designados mediante Resolución Ministerial del Sector correspondiente.

Los representantes del sector privado serán acreditados mediante comunicación escrita dirigida al Presidente del Consejo Nacional del Ambiente.

La Presidencia de la Comisión convocará a las reuniones ordinarias y extraordinarias.

Artículo 3°.- Objetivo y funciones de la Comisión

La Comisión tiene como objeto general la dirección y concertación de las acciones del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú – PNPB. Sus funciones son:

1. Aprobar el Plan Operativo Anual del PNPB
2. Velar por el cumplimiento de las actividades programadas en el POA
3. Proponer y aprobar cambios y ajustes a las políticas, estrategias y líneas de acción del PNPB.
4. Seleccionar, aprobar planes operativos y monitorear acciones de organismos ejecutores de proyectos del PNPB
5. Gestionar la obtención de fondos, promover alianzas y cooperación para el desarrollo del PNPB.
6. Difundir y promocionar las actividades de biocomercio en el ámbito nacional.
7. La presidencia de grupo técnico convocará a las reuniones ordinarias y extraordinarias.

Artículo 4°.- En el plazo de 30 días útiles, después de instalada, la Comisión de Promoción del Biocomercio - Perú, aprobará su reglamento.

Regístrese y comuníquese.

CARLOS LORET DE MOLA
Presidente del Consejo Directivo
CONSEJO NACIONAL DEL AMBIENTE


CARLOS LORET DE MOLA DE LAVALLE
Presidente



Jr