Vial Interoceánico Sur – II Etapa (PGAS CVIS 2) a cargo de la Unidad Ejecutora 004: Gestión de los Recursos Naturales del Ministerio del Ambiente, hasta por la suma de Trescientos Noventa y Nueve Mil Trescientos Cuarenta y Ocho y 00/100 Soles (S/ 399 348.00); las mismas que se harán efectivas de acuerdo al cronograma de desembolsos señalados en el Cuadro N° 01 del Informe N° 019-2016-PAOG adjunto al Informe N° 037-2016-MINAM/DVMDERN/UEGRN; por lo que, corresponde emitir la presente resolución;

Con el visado del Viceministerio de Desarrollo Estratégico de los Recursos Naturales, de la Secretaría General, de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, de la Oficina de Asesoría Jurídica y de la Unidad Ejecutora 004: Gestión de los Recursos Naturales;

De conformidad con lo establecido en el Texto Único Ordenado de la Ley N° 28411, Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto, aprobado por Decreto Supremo N° 304-2012-EF; la Ley N° 30372, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2016; el Manual de Operaciones del Programa de Inversión Pública para el Fortalecimiento de la Gestión Ambiental y Social de los Impactos Indirectos del Corredor Vial Interoceánico Sur – II Etapa, aprobado por Resolución Ministerial N° 040-2015-MINAM; los Convenios de Subvención suscritos entre la Unidad Ejecutora 004: Gestión de los Recursos Naturales y las Unidades Productivas beneficiarias; la Resolución de Dirección Ejecutiva N° 029-2015-MINAM-VMDERN/UEGRN-PGAS CVIS 2 y la Directiva para la Ejecución Presupuestaria, aprobada por Resolución Directoral N° 030-2010-EF/76.01 y modificada por Resolución Directoral N° 022-2011-EF/50.01, Resolución Directoral N° 025-2013-EF/50.01 y Resolución Directoral N° 027-2014-EF/50.01;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Otorgamiento de Subvenciones a favor de personas jurídicas privadas, por la suma de TRESCIENTOS NOVENTA Y NUEVE MIL TRESCIENTOS CUARENTA Y OCHO Y 00/100 SOLES (S/ 399 348.00) en el marco de la convocatorias de Planes de Econegocios del Programa de Inversión Pública para el Fortalecimiento de la Gestión Ambiental y Social de los Impactos indirectos del Corredor Vial Interoceánico Sur – II Etapa (PGAS CVIS 2) a cargo de la Unidad Ejecutora 004: Gestión de los Recursos Naturales del Ministerio del Ambiente; en el marco a lo dispuesto en la Octogésima Disposición Complementaria Final de la Ley N° 30372, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2016, de acuerdo al Anexo que forma parte de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disponer que los desembolsos dinerarios que se efectúen a las Unidades Productivas seleccionadas en el Concurso 2015 de Planes de Econegocios realizado por la Unidad Ejecutora 004: Gestión de los Recursos Naturales, se realicen conforme a los convenios suscritos.

Artículo 3.- Notificar la presente Resolución al Viceministerio de Desarrollo Estratégico de los Recursos Naturales, así como a la Unidad Ejecutora 004: Gestión de los Recursos Naturales del Pliego 005: Ministerio del Ambiente; para su conocimiento y fines pertinentes para el cumplimiento de lo dispuesto en la presente resolución.

Artículo 4.- Disponer la publicación de la presente resolución en el Diario Oficial El Peruano y en el Portal de Transparencia del Ministerio del Ambiente.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

MANUEL PULGAR-VIDAL OTÁLORA
Ministro del Ambiente

ANEXO

APROBACIÓN DEL OTORGAMIENTO DE SUBVENCIONES A FAVOR DE PERSONAS JURÍDICAS PRIVADAS EN EL MARCO DEL PGAS CVIS 2

RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 186-2016-MINAM

N°	TIPO DE COFINANCIAMIENTO	DEPARTAMENTO	UNIDAD PRODUCTIVA	PLAN DE ECONEGOCIOS	MONTO A SUBVENCIONAR (S/)
1	Subvención a personas jurídicas privadas	Madre de Dios	COMUNIDAD NATIVA INFIERNO	Corredor Turístico de la Comunidad Nativa Infierno.	S/ 199 348.00
2		Cusco	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS RED FLORES QUIQUIJANA.- ASPROFLOR	Incremento de los Ingresos Económicos de las Familias de la Asociación de Productores de Floricultura ASPROFLOR de las Comunidades de Antisuyo, Huaccaytaqui, Huaraypata y Pampaqquehuar, mediante el Mejoramiento de la Producción y Comercialización de Rosas Orgánicas.	S/ 200 000.00
TOTAL (S/)					S/ 399 348.00

1408417-1

COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Decreto Supremo que aprueba la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025

DECRETO SUPREMO
N° 008-2016-MINCETUR

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO:

Que, el Reglamento de la Ley sobre la Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica, aprobado mediante Decreto N° 068-2001-PCM; define el biocomercio como la actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la biodiversidad, promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del Convenio sobre la 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, por Decreto del Consejo Directivo N° 021-2004-CONAM/CD, emitido por el Consejo Directivo del Consejo Nacional del Ambiente - CONAM, se aprueba el "Programa Nacional Biocomercio en el Perú";

Que, por Decreto Supremo N° 009-2010-MINCETUR, se crea la Comisión Nacional de Promoción del

Biocomercio, de naturaleza permanente, adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, que actúa como soporte político y de dirección técnica del Programa Nacional Biocomercio en el Perú; cuyo objetivo general es lograr la consolidación institucional del Programa Nacional Biocomercio en el Perú, a fin de generar un entorno favorable para su desarrollo;

Que, por Decreto Supremo N° 009-2014-MINAM se aprueba la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica al 2021 y su Plan de Acción 2014-2018;

Que, en el 2015, el MINCETUR, quien ejerce la Presidencia de la citada Comisión Nacional, con la participación de los representantes de los sectores público y privado, miembros de la mencionada Comisión Nacional, promovieron la elaboración de la Estrategia Nacional del Biocomercio y su Plan de Acción con un horizonte de 10 años, esto es al 2025;

Que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 del Decreto Supremo N° 009-2010-MINCETUR, la referida Comisión Nacional tiene entre sus funciones proponer y aprobar cambios y ajustes a las políticas, estrategias y líneas de acción del Programa Nacional Biocomercio en el Perú;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 084-2016-MINCETUR de fecha 22 de marzo de 2015, se dispuso la publicación de la propuesta de Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025, para fines de consulta pública, en la página web del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, por un plazo de treinta días (30) calendario, atendiendo a lo dispuesto en el DS N° 001-2009-JUS, habiéndose recabado comentarios, sugerencias y observaciones de los interesados;

Que, en el marco de sus funciones, la citada Comisión Nacional aprueba la propuesta de Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 con un horizonte de 10 años, esto es al 2025, tal como consta en el Acta de Sesión del Consejo Directivo de la Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio de fecha 10 de mayo de 2016;

Que, la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, señala que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior, teniendo entre otras responsabilidades, la de promover las exportaciones;

Que, en ese sentido, resulta necesaria la aprobación de la "Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025", que tiene como objetivo consolidar la institucionalidad, el marco legal y los mecanismos necesarios para promover e implementar el biocomercio en el Perú;

De conformidad con lo establecido en el inciso 8) del artículo 118 de la Constitución Política del Perú, la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-MINCETUR y el Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del MINCETUR;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación

Apruébase la "Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025", que como Anexo forma parte integrante del presente Decreto Supremo, que tiene como objetivo general consolidar la institucionalidad, el marco legal y los mecanismos necesarios para promover e implementar el biocomercio en el Perú.

Artículo 2.- Ámbito de aplicación

La Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 es de aplicación en el ámbito nacional, regional y local, en el sector público y privado. Asimismo, alcanza a otros actores que se encuentren vinculados a la promoción del biocomercio.

Artículo 3.- Coordinación, seguimiento y evaluación de la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025

La coordinación, seguimiento y evaluación de la "Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025" estará a cargo de la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio.

Artículo 4.- Financiamiento

La implementación de las acciones previstas en el marco de lo dispuesto en el presente Decreto Supremo se financia con cargo al presupuesto institucional autorizado de los pliegos correspondientes, en el marco de las leyes anuales de presupuesto del Sector Público, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público y conforme a las disposiciones legales vigentes.

Artículo 5.- Publicación

Publíquese el Anexo a que se refiere el artículo 1 del presente Decreto Supremo, que contiene la "Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025", en los portales del Estado Peruano (www.peru.gob.pe), de la Presidencia del Consejo de Ministros, del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (www.mincetur.gob.pe), del Ministerio del Ambiente (www.minam.gob.pe), del Ministerio de la Producción (www.produce.gob.pe), del Ministerio de Relaciones Exteriores (www.rree.gob.pe), del Ministerio de Agricultura y Riego (www.minagri.gob.pe) el mismo día de la publicación del presente Decreto Supremo en el diario oficial El Peruano.

Artículo 6.- Refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros, la Ministra de Comercio Exterior y Turismo, el Ministro del Ambiente, el Ministro de la Producción, la Ministra de Relaciones Exteriores y el Ministro de Agricultura y Riego.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintidós días del mes de julio del año dos mil dieciséis.

OLLANTA HUMALA TASSO
Presidente de la República

PEDRO CATERIANO BELLIDO
Presidente del Consejo de Ministros

JUAN MANUEL BENITES RAMOS
Ministro de Agricultura y Riego

MANUEL PULGAR-VIDAL OTALORA
Ministro del Ambiente

MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ
Ministra de Comercio Exterior y Turismo

PIERO GHEZZI SOLÍS
Ministro de la Producción

ANA MARÍA SÁNCHEZ DE RÍOS
Ministra de Relaciones Exteriores

1403433-3

Aprueban actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025

RESOLUCIÓN MINISTERIAL
N° 231-2016-MINCETUR

Lima, 22 de julio de 2016

Visto, el Informe N° 008-2016-COMISIÓN PENTUR/ST de la Secretaría Técnica de la Comisión PENTUR, el Informe N° 046-2016-MINCETUR/VMT/DGET y el Informe Legal N° 057-2016-MINCETUR/VMT/DGET/ALDGET/CQG de la Dirección General de Estrategia Turística y el Memorándum N° 631-2016-MINCETUR/VMT del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 2 de la Ley Nº 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio

ESTRATEGIA NACIONAL DE BIOCOMERCIO Y SU PLAN DE ACCIÓN AL 2025

COMISIÓN NACIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO-CNPB

DICIEMBRE 2015

INDICE

INTRODUCCION....4
ANTECEDENTES....5
Marco conceptual del Biocomercio....6
Avances en la implementación del Biocomercio en el Perú....9
Estado del comercio de productos peruanos provenientes de la biodiversidad nativa....13
SITUACIÓN ACTUAL DEL BIOCOMERCIO EN EL PERÚ....15
3.1 Políticas e institucionalidad....15
3.2 Desarrollo de oferta....17
3.3 Investigación, desarrollo e innovación....19
3.4 Desarrollo de mercados....20
3.5 Gestión del conocimiento....22
IV. PROCESO PARTICIPATIVO PARA LA FORMULACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DEL BIOCOMERCIO Y PLAN DE ACCIÓN AL 2025....23
4.1 Proceso de elaboración....23
4.2 Proceso de consulta pública....24
4.3 Proceso de revisión y aprobación de la versión final....25
4.4 Estructura de la Estrategia Nacional del Biocomercio y Plan de Acción al 2025....25
ESTRATEGIA NACIONAL DE BIOCOMERCIO 2015-2025....27
Visión....28
Misión....28
Objetivo general....28
Ejes temáticos....28
EJE TEMÁTICO 1: POLÍTICAS Y MARCO NORMATIVO PARA LA PROMOCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL BIOCOMERCIO....29
EJE TEMÁTICO 2: INSTITUCIONALIDAD RELACIONADA AL BIOCOMERCIO....29
EJE TEMÁTICO 3: DESARROLLO DE OFERTA....30
EJE TEMÁTICO 4: INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN....31
EJE TEMÁTICO 5: DESARROLLO DE MERCADOS....32

EJE TEMÁTICO 6: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO....33
EJE TEMÁTICO 7: MONITOREO Y EVALUACIÓN....34
PLAN DE ACCIÓN AL 2025....35
GLOSARIO DE TÉRMINOS....55
REFERENCIAS....57
SIGLAS UTILIZADAS....57

INTRODUCCION

La Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 fue desarrollada a partir de un proceso participativo que involucró a representantes de las instituciones que integran la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio y expertos vinculados al Biocomercio. El proceso contó con tres etapas:

Primera etapa de identificación de elementos de la estrategia, realizada en el año 2013, por el Ministerio del Ambiente, mediante el cual se elaboró un informe que señala los objetivos, estrategias y acciones para la promoción del Biocomercio. Este proceso involucró una serie de talleres y entrevistas con actores claves y comentarios por escrito.

Segunda etapa de elaboración de la propuesta de Estrategia Nacional de Biocomercio, realizada durante el año 2014, con la colaboración de PROMPERÚ y cofinanciada por el Proyecto Biocomercio Andino. Esta propuesta fue aprobada a nivel de ejes temáticos y objetivos estratégicos, e involucró la revisión e incorporación de los resultados de la primera etapa contando con el apoyo y acompañamiento del Grupo Técnico de Biocomercio.

Tercera etapa de elaboración de la Propuesta del Plan de Acción 2015-2025 de la Estrategia Nacional del Biocomercio, realizada durante el año 2015 con la colaboración de MINCETUR. Esta propuesta fue desarrollada mediante la formulación de un diagnóstico situacional del Biocomercio en el Perú, la línea base al 2014 para los ejes temáticos y objetivos estratégicos, así como la propuesta de Plan de Acción al 2025.

ANTECEDENTES

En las últimas dos décadas, el comercio internacional de productos derivados de la biodiversidad ha crecido significativamente, debido principalmente a la gran demanda existente por parte de los consumidores de los países desarrollados y al incremento de nuevos nichos de mercado de productos naturales, orgánicos, ecológicos y amigables con el medio ambiente. Estas condiciones constituyen una excelente oportunidad para el desarrollo económico de los países llamados megadiversos que a través del aprovechamiento sostenible de los productos de la biodiversidad nativa conservan y hacen un uso racional de sus recursos. Asimismo, esta actividad se ha convertido en una singular fuente de ingresos en los eslabones primarios de las cadenas de valor ubicadas en diversos ecosistemas, asociadas a su vez al ámbito rural y a poblaciones en extrema pobreza.

Por su parte, los conceptos de **Biocomercio, Bionegocios, Mercados verdes** y otros, han surgido durante el proceso de relacionar los objetivos de conservación de la diversidad biológica con la búsqueda de alternativas productivas que mejoren la calidad de vida de las poblaciones locales. En el año 1996, el término **Biocomercio** fue adoptado en la COP 6 (Conferencia de las Partes) del Convenio de la Diversidad Biológica (CDB)[1], cuando la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) presentó la iniciativa Biotrade[2].

En la legislación peruana[3], Biocomercio es la "actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la biodiversidad, promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del Convenio de Diversidad Biológica; apoyando al desarrollo de la actividad económica a nivel local, mediante alianzas estratégicas y la generación de valor agregado de productos de la biodiversidad competitivos para el mercado nacional e internacional, con criterios de equidad social y rentabilidad económica". Asimismo, mediante Decreto Supremo N° 102-2001-PCM del 4 de septiembre del 2001, se aprueba la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica (ENDB), la cual propone el establecimiento del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNBP). En el mismo año se crea el Comité Nacional de Biocomercio, presidido por el Consejo Nacional del Ambiente-CONAM y asistido como Secretaría Técnica por la entonces Comisión para la Promoción de Exportaciones – PROMPEX, actualmente PROMPERÚ.

En el 2003, se instituyó el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNPB), a través del cual se logró poner en marcha un conjunto de actividades que ha permitido sentar las bases

1 Convenio ratificado por Perú en el año 1993.

2 Biocomercio se refiere al conjunto de actividades de recolección y/o producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (especies, recursos genéticos y ecosistemas), bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica

3 Reglamento de la Ley sobre conservación y aprovechamiento sostenible de la diversidad biológica, Decreto Supremo Nº 068-2001-PCM, Título IX, Capítulo I, artículo 87º.

operativas e institucionales para el desarrollo de esta iniciativa en el país. El mismo que contó con un grupo de trabajo interinstitucional denominado "Comisión de Promoción del Biocomercio" inicialmente instaurada como Grupo Técnico, liderada por el MINCETUR y PROMPERÚ. En ese sentido, en el año 2010 mediante Decreto Supremo N° 09-2010-MINCETUR, se crea la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio (CNPB), adscrita al MINCETUR, cuyo objetivo general es lograr la consolidación institucional del Programa Nacional de Biocomercio del Perú, a fin de generar un entorno favorable para su desarrollo. Esta Comisión está conformada por el sector público y privado así como por la academia. La Presidencia se encuentra a cargo de MINCETUR y la Secretaría Técnica a cargo de PROMPERU y del Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAP). **Asimismo,** mediante Resolución Ministerial N° 200-2012-MINCETUR/DM se aprueba el Reglamento Interno de la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio.

Marco conceptual del Biocomercio

La UNCTAD definió en el Biocomercio como:

> *"Aquellas actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas) que involucran prácticas de conservación y uso sostenible, y son generados con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica[4]".*

En este sentido, el Biocomercio busca crear mecanismos para la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad a través de la comercialización de productos y servicios de la naturaleza que generen ingresos para la población[5].

Asimismo, el Biocomercio se enmarca dentro de tres enfoques transversales, que deben guiar la implementación de los Principios y Criterios: ecosistémico, manejo adaptativo y cadena de valor.
El **enfoque ecosistémico**[6] se refiere a la aplicación de una visión integral de los aspectos sociales y ecológicos, así como las interacciones y procesos que los sistemas productivos involucran. Mediante este enfoque se busca que las organizaciones de Biocomercio cumplan con las responsabilidades sociales y ambientales de acuerdo con el impacto generado sobre las especies, hábitats, ecosistemas y comunidades.

El **enfoque de manejo adaptativo**[7] implica la implementación de prácticas sostenibles, la identificación de impactos sobre especies y ecosistemas, así como el mejoramiento continuo de las prácticas productivas y de manejo de las organizaciones de Biocomercio.

4 UNCTAD (2007) Principios y criterios del Biocomercio. http://unctad.org/es/docs/ditcted20074_sp.pdf
5 Ibid.
6 Ibid.
7 Ibid.

El **enfoque de cadena de valor**[8], busca la articulación entre los actores de una cadena productiva; la implementación de buenas prácticas relacionadas con el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad; y la distribución equitativa de beneficios ambientales, sociales y económicos entre los actores de la cadena.

Teniendo como base este marco conceptual, la Iniciativa BioTrade de la UNCTAD y los programas nacionales de Biocomercio de diversos países elaboraron una serie de principios y criterios para el Biocomercio que consideran como base a los objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica, la Cumbre sobre Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Además, estos principios y criterios se definieron para apoyar los objetivos de la Convención sobre Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre (CITES), el Convenio de las Naciones Unidas sobre Desertificación y Sequía y la Convención Ramsar sobre Humedales[9].

Principios y Criterios del Biocomercio

Principios		Criterios
1 Conservación de la Biodiversidad	**1.1**	Mantenimiento de las características de los ecosistemas y hábitats naturales de las especies aprovechadas.
	1.2	Mantenimiento de variabilidad genética de flora, fauna y microorganismos (para uso y conservación).
	1.3	Mantenimiento de los procesos ecológicos
	1.4	Las actividades deben enmarcarse en planes de manejo, sean en áreas protegidas o no, en coordinación con las autoridades competentes y actores involucrados
2 Uso sostenible de la Biodiversidad	**2.1**	La utilización de la biodiversidad debería basarse en un documento de gestión sostenible, que incluya elementos como una tasa de aprovechamiento menor a la tasa de regeneración, sistemas de monitoreo (estado poblacional) e índices de rendimiento
	2.2	El aprovechamiento de la agrobiodiversidad debería incluir prácticas agrícolas que contribuyan a la conservación de la biodiversidad
	2.3	Cumplimiento de estándares técnicos para el desarrollo de iniciativas de servicios ambientales
	2.4	Generación de información y documentación de las experiencias de la organización como aporte al conocimiento sobre la biodiversidad

8 UNCTAD (2007) Principios y criterios del Biocomercio. http://unctad.org/es/docs/ditcted20074_sp.pdf
9 UNCTAD –Biotrade Initiative, 2007, http://www.biotrade.org/Intro/Principles/btl-principles.htm

Principios		Criterios
3 Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la Biodiversidad	**3.1**	Interacción e inclusión en el marco de las actividades de Biocomercio de la mayor cantidad posible de los actores de la cadena de valor
	3.2	La generación de valor debe tener lugar a lo largo de la cadena, bajo condiciones de transparencia, aportando así todos los actores al posicionamiento de productos de valor agregado en los mercados
	3.3	Información y conocimiento de los mercados
4 Sostenibilidad Socio-Económica	**4.1**	Existencia de potencial de mercados
	4.2	Rentabilidad financiera
	4.3	Generación de empleo y mejora de calidad de vida
	4.4	Prevención de eventuales impactos negativos sobre prácticas productivas y culturales locales que puedan, por ejemplo afectar la diversificación y la seguridad alimentaria
	4.5	Capacidad organizativa y de gestión
5 Cumplimiento de la legislación nacional e internacional	**5.1**	Conocimiento y cumplimiento de la legislación nacional y local aplicable para el uso de la biodiversidad y el comercio de sus productos y servicios derivados (manejo de vida silvestre, legislación laboral, fitosanitaria, comercial, estudio de impacto ambiental, etc.).
	5.2	Conocimiento y cumplimiento de legislación internacional aplicable para el uso de la biodiversidad y el comercio de sus productos y servicios derivados
6 Respeto de los derechos de los actores involucrados	**6.1**	Respeto a los derechos humanos, generacionales y de género
	6.2	Respeto a los derechos de propiedad intelectual
	6.3	Respeto a los derechos de comunidades locales y pueblos indígenas (territorio, cultura, conocimiento, prácticas)
	6.4	Mantenimiento y rescate de conocimientos y prácticas tradicionales.
	6.5	Seguridad laboral y adecuadas condiciones de trabajo
7 Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso	**7.1**	Tenencia de la tierra de acuerdo con la normativa correspondiente
	7.2	El acceso a los recursos biológicos y genéticos para su uso sostenible con consentimiento informado previo y con base a condiciones mutualmente acordadas

Principios	Criterios	
y acceso a los recursos y a los conocimientos	7.3	El acceso al conocimiento tradicional se realiza con consentimiento informado previo

Tal como lo señala la UNCTAD, el concepto de Biocomercio se ha convertido en un instrumento fundamental para la conservación, el uso sostenible de la biodiversidad y el desarrollo de estrategias de desarrollo sostenible. Asimismo, constituye una plataforma para la cooperación entre los diversos actores públicos, de sector privado productivo y la sociedad.

Bajo esa premisa la UNCTAD ha promovido la creación de programas nacionales de Biocomercio en países de África (Uganda), Asia (Vietnam) y Latinoamérica (Brasil, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela) en coordinación con el Programa de Facilitación de Biocomercio (BTFP – por sus siglas en inglés) con el objetivo de facilitar el comercio sostenible de productos y servicios de la biodiversidad.

Las sucesivas decisiones de la Conferencia de las Partes (COP) del Convenio sobre la Diversidad Biológica han orientado y precisado la vinculación inextricable entre los objetivos del CDB, el alivio de la pobreza y el desarrollo (ver decisiones de la COP 10 del CDB).

Avances en la implementación del Biocomercio en el Perú

El Perú viene apostando por el Biocomercio desde el año 2001, como una herramienta clave para lograr los objetivos conjuntos de conservación de la biodiversidad y desarrollo económico a nivel nacional.

Es así que el Perú incorporó el concepto de Biocomercio en la legislación nacional a través del Reglamento de la Ley Nº 26839, Ley sobre Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica aprobado por DS N° 068 – 2001 – PCM.

El mencionado Reglamento, en su artículo 87, incluyó una definición de Biocomercio que amplía la definición acuñada por la UNCTAD:

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

La Estrategia Nacional de Diversidad Biológica (ENDB) aprobada mediante Decreto Supremo Nº 102-2001-PCM, tiene como objetivo la conservación de la diversidad biológica. Esta Estrategia

incorpora dentro de su línea estratégica 2: Integrar el uso sostenible de la diversidad biológica en los sectores productivos y como objetivo estratégico 2.11 establecer un Programa Nacional de Biocomercio, en concordancia con el marco conceptual de la UNCTAD.

Con este mandato, en noviembre de 2004, se crea el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú (PNPB) mediante Decreto de Consejo Directivo del CONAM[10] Nº 21-2004-CONAM/CD. Este Programa desarrolló un conjunto de líneas estratégicas y acciones para impulsar y apoyar el Biocomercio en el Perú, en concordancia con los objetivos de la ENDB y del CDB.

El PNPB se define como un conjunto de instrumentos operativos para impulsar el uso de la diversidad biológica con criterios de sostenibilidad en base a nuestras condiciones biológicas, culturales, sociales, institucionales, productivas, empresariales, tecnológicas, legales y financieras.

El PNPB está basado en un sistema de red institucional, conformado por organizaciones públicas y privadas relacionadas al manejo sostenible, la investigación, el financiamiento y la promoción de los recursos de la biodiversidad.

Con la finalidad de lograr el cumplimiento de los objetivos trazados por el PNPB, el Decreto de Consejo Directivo del CONAM Nº 21-2004-CONAM/CD definió los siguientes componentes del programa:

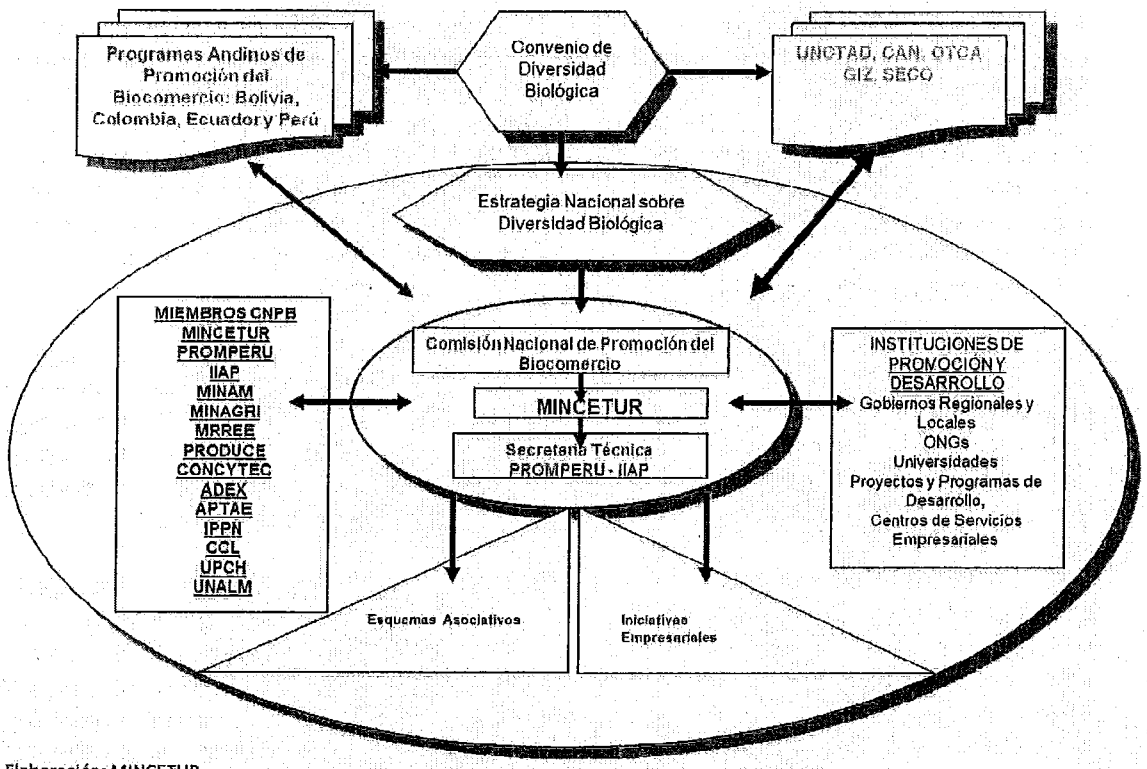
1. Políticas y estrategias para el fomento de cadenas de valor
2. Asistencia técnica y capacitación
3. Promoción de inversiones y acceso a recursos financieros
4. Promoción comercial

En el año 2010, mediante Decreto Supremo N°009-2010-MINCETUR, se crea la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio (CNPB), de carácter multisectorial, constituida por 14 instituciones (8 instituciones públicas, 3 gremios empresariales y 2 universidades)[11]. La Comisión está adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el cual ejerce la Presidencia, y cuenta con una secretaría técnica a cargo de PROMPERÚ y el IIAP. Dicha Comisión constituye el soporte político y técnico del PNPB.

10 El Consejo Nacional del Ambiente fue desactivado en mayo de 2008 y sus funciones han sido asumidas por el Ministerio del Ambiente creado el 14 de mayo de 2008 mediante Decreto Legislativo 1013.

11 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Ministerio de Ambiente (Minam), Ministerio de la Producción (Produce), Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), Ministerio de Relaciones Exteriores (RREE), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), Instituto de Investigación de la Amazonía Peruana (IIAP), Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, Asociación de Exportadores (ADEX), Asociación Peruana de Turismo de Aventura, Ecoturismo y Turismo Especializado (APTAE), Cámara de Comercio de Lima (CCL), Instituto Peruano de Productos Naturales (IPPN), Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH) y Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM).

Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio



Elaboración: MINCETUR

Recientemente, en el año 2013, y sobre la base de las experiencias y propuestas de distintos proyectos de Biocomercio, se terminó de desarrollar una herramienta de verificación de los Principios y Criterios del Biocomercio consensuada con las instituciones que conforman la CNPB.

De esta manera, el escenario para el Biocomercio en el Perú en los últimos cinco años ha sido sumamente favorable, contando con el impulso de los fondos de la cooperación internacional, a través de una serie de importantes proyectos[12]. Sumado a ello, además del PNPB y la Comisión, se cuenta con el apoyo decidido de instituciones como MINCETUR, MINAM, CONCYTEC Y PROMPERÚ, y de la UNCTAD.

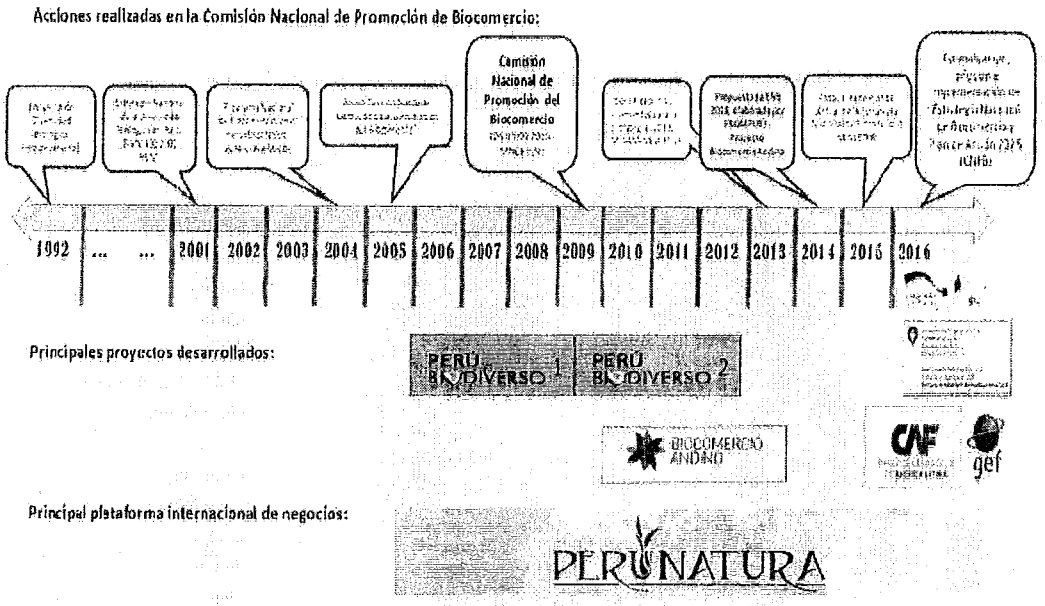
12 Cooperación Suiza, la Cooperación Alemana, el GEF-CAF, la Cooperación Belga y la Cooperación Finlandesa.

Estos proyectos han contribuido a: i) crear y fortalecer la institucionalidad para el Biocomercio y la creación de capacidades (Programa de Capacitación en Biocomercio (BTFP) y el Proyecto de Desarrollo de Capacidades para el Biocomercio en Namibia, Nepal y Perú – CBBT); ii) apoyar a las empresas y productores en la implementación de los Principios y Criterios del Biocomercio; iii) apoyar la investigación e innovación en Biocomercio; iv) promover las exportaciones de productos del Biocomercio; v) fomentar iniciativas empresariales de biocomercio; entre otros (Proyecto Perúbiodiverso 2007-2013)).

Asimismo, el Proyecto Biocomercio Andino -GEF-CAF/UNEP (2010-2014) tuvo como propósito contribuir a la conservación y uso sostenible de la Biodiversidad de la Región Andina, para lo cual se fortaleció al Biocomercio en los ámbitos locales, nacionales y regionales. En el Perú, la unidad ejecutora fue PROMPERÚ. El Proyecto comprendió seis componentes de acción: 1. Facilitar el desarrollo y racionalización de políticas en relación al Biocomercio; 2. Incrementar el acceso a los mercados; 3. Formar capacidades empresariales y contribuir al entendimiento del Biocomercio; 4. Mejorar la adquisición y acceso a la información sobre productos y mercados; 5. Apalancamiento de recursos financieros para dirigirlos a iniciativas de Biocomercio; y 6. Apoyar proyectos piloto de Biocomercio para la conservación de biodiversidad.

Desde el año 2012, el comercio sostenible de productos naturales en el Perú cuenta con un renovado apoyo de la cooperación internacional con fondos de la Unión Europea para el Programa Euro-Eco-Trade, con un compromiso de 13 millones de euros hasta el 2015. El objetivo de este Programa es: apoyar financiera y técnicamente la adecuada implementación de la política peruana de promoción de las exportaciones de productos ecológicos mediante la mejora de capacidades de los actores que intervienen en la cadena de producción-exportación de dichos productos.

Por otro lado, la firma de acuerdos de libre comercio, conjuntamente con la estabilidad económica y disciplina fiscal del Perú han despertado el interés de la inversión extranjera, incluyendo el rubro de productos naturales. Adicionalmente, el *"Protocolo de Nagoya sobre acceso a los recursos genéticos y participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de su utilización al Convenio sobre la Diversidad Biológica"*, recientemente ratificado por el Perú, es una oportunidad para facilitar y dar seguridad jurídica a las actividades de aprovechamiento de recursos que involucren el acceso a los recursos genéticos y los conocimientos colectivos de las comunidades indígenas y locales; así como para canalizar esfuerzos para el fortalecimiento de capacidades y la articulación de las actividades de bioprospección con los Principios y Criterios del Biocomercio.

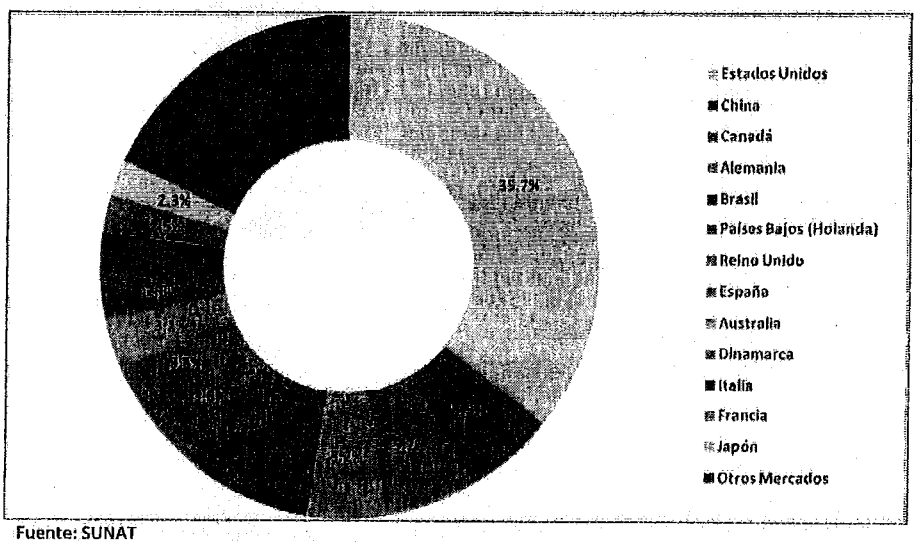


Estado del comercio de productos peruanos provenientes de la biodiversidad nativa

El comercio internacional de productos de la biodiversidad peruana está experimentando un crecimiento sostenido, aunque aún concentrado en su mayoría en materias primas sin valor agregado y en pocos productos. Según la SUNAT, al año 2014, las exportaciones totales de productos de la biodiversidad sumaron US$ 433.3 millones, siendo los productos más representativos quinua, cochinilla, tara, maca, nuez de Brasil (castaña), maíz gigante, achiote, yacón, sacha inchi, huito, maíz morado, camu camu, lúcuma, barbasco, aguaymanto, chirimoya y uña de gato que representaron el 99.4 % de las exportaciones totales.

Los principales mercados de destino de estos productos fueron Estados Unidos (35.7%), China (5.9%), Canadá (5.7%), Alemania (5.2%), Brasil (4.6%), Holanda (3.9%), Reino Unido (3.8%), España (3.5%), Australia (3.2%), Dinamarca (2.8%), Italia (2.7%), Francia (2.5%) y Japón (2.3%).

Principales mercados de destino de los productos de la biodiversidad 2014



Fuente: SUNAT
Elaboración: MINCETUR

Cabe resaltar que, en el año 2014, las exportaciones peruanas de productos derivados de la biodiversidad crecieron 56% respecto al año 2013. Durante los últimos cinco años las exportaciones crecieron sostenidamente, a excepción de año 2012[13].

Asimismo, los productos peruanos se encuentran posicionados en nichos de mercado de productos saludables bajo altos estándares de sostenibilidad ambiental y social, segmento al que apunta el Biocomercio. Se puede citar algunos ejemplos que, aunque no necesariamente se refieren a productos de la biodiversidad nativa, evidencian la tendencia y respuestas de la oferta exportable nacional y los mercados internacionales a los productos orgánicos peruanos. Es así que el Perú es: el primer exportador a nivel mundial de banano y café con certificación orgánica y de comercio justo; el segundo productor de cacao orgánico; y el séptimo en número de productores que implementan sistemas de producción orgánica[14].

[13] La caída en las cifras de exportaciones de los productos priorizados de la biodiversidad nativa se explicó por la fluctuación internacional del precio de la cochinilla.
[14] PROMPERÚ, 2010.

SITUACIÓN ACTUAL DEL BIOCOMERCIO EN EL PERÚ

3.1 Políticas e institucionalidad

La política e institucionalidad asociada al Biocomercio en el Perú ha presentado un desarrollo progresivo a partir de dos eventos determinantes relacionados con las tendencias mundiales de sostenibilidad ambiental: i) la ratificación del Perú al Convenio de Diversidad Biológica (CDB) en el año 1993, como principio rector que orienta la actuación del Estado en materia de Biodiversidad, y ii) el lanzamiento de la Iniciativa *Biotrade* (UNCTAD) en el marco de la Conferencia de las Partes en 1996 y la posterior adhesión del País a la Iniciativa en el 2001.

La incorporación del Biocomercio en la agenda política y como tema transversal en las políticas públicas, ha permitido que estas últimas orienten la actuación del Estado en el uso y conservación de la biodiversidad peruana, bajo un modelo de negocio que la aprovecha en forma sostenible y responsable. Lo anterior, se refleja en el desarrollo de normas jurídicas, planes estratégicos, planes operativos, programas y proyectos, de los cuales se han desarrollado un total de **7 documentos** que establecen lineamientos de política pública en torno al Biocomercio. Asimismo, se han elaborado y aprobado un total de **64 normas** asociadas a la regulación y promoción del Biocomercio, cuya implementación permite el fortalecimiento del marco normativo y regulatorio para hacerlo más eficiente y eficaz en el uso sostenible de la biodiversidad. Dicho fortalecimiento, debe ser entendido más allá del aumento o la generación de normatividad y se debe orientar a la pertinencia de su aplicación y calidad de las normas ya existentes. La inclusión de las medidas de Biocomercio también se ha dado a nivel de planificación regional, lo cual se refleja en que actualmente **3 regiones** del país han incluido el Biocomercio en sus instrumentos, programas y proyectos regionales.

En el Perú, la pauta de la normativa específica en torno al Biocomercio se da a partir del Artículo 87 del Reglamento de la Ley 26839, Ley sobre la Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica, publicado en el mes de junio de 2001, el cual incluye una definición del concepto Biocomercio.

En ese sentido, la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica propone dentro de sus líneas y objetivos estratégicos el establecimiento de un Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNPB)[15], el cual fue lanzado oficialmente en el 2003 y concretado en el año 2004. El diseño del PNPB estuvo a cargo del CONAM y la Comisión para la Promoción de Exportaciones – PROMPEX, quienes convocaron a diversas instituciones públicas y privadas.

15 Decreto Nº 021-2004-CONAM/CD del Consejo Nacional del Ambiente (CONAM).

La Comisión Nacional para la Promoción del Biocomercio – CNPB[16] brinda soporte técnico y político al PNPB y actúa como órgano técnico encargado de su implementación. En la actualidad cuenta con la participación de **14 instituciones** y actores vinculados al Biocomercio a nivel nacional, regional y local. La CNPB ha desarrollado **3 propuestas de instrumentos** para fortalecer a la Comisión y promover la articulación de la Estrategia Nacional de Biocomercio, la Herramienta Nacional de Verificación de Principios y Criterios y la Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor. A la fecha estos instrumentos no han sido oficializados por la Comisión y no se han implementado como instrumentos de gestión. Por otro lado, se han generado **2 plataformas** para asegurar la transferencia efectiva de información, una de ellas es la página web y las sesiones bimestrales de la Comisión.

De otro lado, cabe mencionar el desarrollo de instrumentos, planes o agendas paralelas relacionadas con aspectos afines al Biocomercio, como son la reciente actualización de la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica al 2021; el Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2025; el Plan Nacional de Diversificación Productiva; y el desarrollo de la Agenda Ambiente 2015-2016, entre otras.

Cabe señalar que existen otros espacios políticos y técnicos en los que se tratan temas vinculados al Biocomercio, entre ellos son:

a) Comisión Nacional de Diversidad Biológica (CONADIB), creada mediante D.S. Nº 007-2009-MINAM, tiene como objetivo realizar el seguimiento de los diversos sectores públicos y privados en cuanto a la implementación de los compromisos derivados del Convenio sobre Diversidad Biológica; así como el diseño y promoción de la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica.

b) Comisión nacional de Productos Bandera (COPROBA) creada mediante D.S. 015-2004 MINCETUR encargada de elaborar una Estrategia Nacional de Identificación, Promoción y Protección de los Productos Bandera, tanto en el interior como en el exterior del país.

c) Comisión Nacional para la protección al acceso a la diversidad biológica peruana y a los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas (Comisión Nacional contra la Biopiratería), creada mediante Ley N° 28216, tiene como objeto desarrollar acciones para identificar, prevenir y evitar actos de biopiratería con la finalidad de proteger los intereses del estado peruano, a fin de proteger de actos de biopiratería que involucren recursos biológicos de origen peruano y conocimientos colectivos de los pueblos indígenas del Perú.

d) Consejo Nacional de Productos Orgánicos (CONAPO), creada mediante la Ley N° 29196, artículo 6 y el artículo 7 de su Reglamento, D.S. N° 012-2012-AG, tiene como objeto

16 Creada mediante Decreto Supremo N° 009-2010-MINCETUR.

proponer las políticas y normas de desarrollo sostenible para el fomento y promoción de la producción

3.2 Desarrollo de oferta

Las cadenas de valor de Biocomercio se han desarrollado con el apoyo de la Cooperación Internacional. Al respecto se desarrollaron **5 proyectos** de apoyo al Biocomercio, los que se mencionan a continuación: BTFP (UNCTAD y ITC), CBTF (Ministerio Alemán de Cooperación Económica y Desarrollo a través del Fondo Monterrey, teniendo como contrapartes a GIZ), PerúBiodiverso I y II PBD (SECO y -GIZ) y Proyecto Biocomercio Andino PBA (GEF, CAF y UNEP); así como Proyecto afines al Biocomercio como el *Programa de Desarrollo Económico Sostenible y Gestión Estratégica de los Recursos Naturales* -**PRODERN**, proyecto **BioCAN,** Proyecto del International Trade Center/ Trade and Environmen Programme-**ITC /TEP**).

La ejecución de éstos en los últimos años ha contribuido a la identificación y priorización de varias cadenas de valor de productos derivados de la biodiversidad nativa en el Perú, identificando un total de **32 cadenas,** de las cuales el **56%** ha sido trabajada o intervenida por más de uno de los Programas, con esfuerzos enfocados en la generación de capacidades, aspectos técnicos, ambientales, sociales, organizacionales y administrativos. Se han generado **26 documentos** específicos para mejorar las capacidades técnicas en las cadenas de valor de bienes y servicios de Biocomercio, se han capacitado a **70 iniciativas** de Biocomercio para el fortalecimiento de aspectos técnicos.

En cuanto al fortalecimiento de capacidades de gestión en aspectos administrativos, financieros y contables de las iniciativas de Biocomercio, se han generado **9 herramientas o documentos** asociados para la mejora en estos aspectos y capacitado **74 iniciativas** empresariales de Biocomercio.

En el caso de los productos no maderables, se han realizado intervenciones para el fortalecimiento de las capacidades técnicas, ambientales y sociales mediante la promoción y elaboración de planes de manejo en las áreas de recolección silvestre de **uña de gato, algarrobo, tara, castaña** y **camu camu**. En este sentido, proyectos como PBD, PBA y BioCAN han propiciado el desarrollo de acciones para avanzar en la implementación de los Principios y Criterios, y la aprobación de planes de manejo en más de **11,827 ha** de los mencionados productos de recolección, contando con la participación de 14 iniciativas empresariales de Biocomercio como beneficiarias directas.

Para el caso de la oferta de productos agrícolas de Biocomercio, el apoyo ha sido enfocado principalmente en el fortalecimiento de 5 cadenas de valor. Estas cadenas son **sacha inchi, cacao nativo, quinua, aguaymanto** y **maca**; las cuales abarcan más de **14,442 ha**. El fortalecimiento de la oferta para este tipo de productos ha sido trabajado en más de **40 iniciativas empresariales** en aspectos como la generación de capacidades de gestión organizativa y la implementación de

estándares ambientales; la trasferencia de tecnologías en campo, asistencia técnico productiva, implementación de SIC en las cadenas y estándares de calidad y sostenibilidad.

Por otra parte, el **ecoturismo** a pesar de ser un potencial campo de acción del Biocomercio, debido a que comparte principios y acciones enfocadas en la conservación y uso responsable de la biodiversidad, ha sido uno de los negocios menos trabajado dentro del Biocomercio propiamente dicho. Mediante algunas intervenciones, se han fortalecido capacidades en temas organizativos, administrativos, técnicos. Asimismo, se abarcaron los temas ambientales con la implementación de estándares para lograr certificación ambiental turística, mapas zonificación, etc. Se identifican 9 iniciativas empresariales trabajadas por el PBA, las cuales cubren un área de **75,360 ha**.

Por otro lado, el desarrollo de la oferta de productos de Biocomercio se ha centralizado también en algunas regiones del país, destacando los casos emblemáticos de San Martin (sacha inchi y plantas medicinales), Piura (algarrobo), Cajamarca (aguaymanto y tara), Madre de Dios (castaña y ecoturismo), Loreto (camu camu) y Puno (quinua). Al respecto, se han desarrollado herramientas y espacios para fortalecer la implementación del Biocomercio a nivel regional como la mesa técnica de sacha inchi en San Martin y Amazonas, o la Agenda Regional de Promoción del Biocomercio en Piura.

Las actividades realizadas resaltan por su potencial en inclusión social y distribución de beneficios. En ese sentido se han fortalecido **148 iniciativas de Biocomercio en capacidades técnicas, ambientales, de gestión productiva y organizacional,** beneficiando a más de **13,800 productores en** los Proyectos (PBD I y II y PBA) en las diferentes cadenas de valor.

Por otra parte, en los últimos años mediante el desarrollo de las diversas intervenciones o proyectos, en el Perú se han realizado **119 verificaciones** a **103 iniciativas** empresariales de Biocomercio (PBA: 78, PBD: 23, UEBT: 5, BTFP: 6 y otros: 7). Existen 12 iniciativas que han sido verificadas más de una vez.

Bajo esta labor, se han identificado **87 iniciativas** empresariales que son consideradas como Biocomercio debido a que han sido verificadas en PyC y que han contado con planes de trabajo para la incorporación progresiva de los PyC. Estas iniciativas han tenido diferentes grados de desempeño en la implementación de sus prácticas, por lo cual se hace relevante realizar monitoreo y sistematización de la información de su desempeño para futuras intervenciones. El total de emprendimientos verificados, se componen en un **68%** por empresas, el **29%** por asociaciones y cooperativas, y un **3%** por ONGs.

El apoyo brindado a las iniciativas empresariales, en términos de fortalecimiento de la calidad y buenas prácticas ambientales y sociales, se refleja en **42 iniciativas empresariales** de Biocomercio con obtención de certificaciones en estándares ambientales y sociales; Así como **28** empresas con implementación de Sistemas de calidad: Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Sistema Estándar de Procedimientos Sanitarios Operacionales (SSOP), Safety Quality Food (SQF), Estándar Mundial para Seguridad en Alimentos

(BRC), Organización Internacional de Normalización (ISO) y otras incluso con certificados de acceso a mercados como Kosher o Gluten Free.

En este mismo ámbito, la generación de estándares para elevar la calidad de los productos según los requerimientos del mercado, se ha trabajado mediante el desarrollo de Normas Técnicas Peruanas (NTP) de productos de Biocomercio, lo cual ha involucrado la participación de diferentes representantes en ámbitos técnicos, de producción y consumo. Actualmente, la Biblioteca virtual INDECOPI, se listan **59 normas técnicas** relacionadas con productos asociados a Biocomercio como son: la lúcuma, sacha inchi, camu camu, yacón, tara, quinua y granos andinos, castaña, aguaymanto, maca y cacao.

3.3 Investigación, desarrollo e innovación

En relación a la línea de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i), este ha sido uno de los temas prioritarios como parte de la Agenda de Biocomercio.

A la fecha, se han procesos clave en la planificación y ejecución de actividades de I+D+i como son el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación para la Competitividad y el Desarrollo Humano 2006-2021 CONCYTEC, la conformación del Grupo de Investigación e Innovación de Biocomercio (GIIB), la elaboración de la Agenda de Investigación e Innovación en Biocomercio (AIIB), la creación de la Agenda de Investigación Ambiental, y la inclusión de la línea de acción de fomento de I+i para productos de Biocomercio dentro de la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica – ENDB.

En el marco del PNPB, entre los años 2007 y 2008, se formó el Grupo de Investigación en Biocomercio (GIB), como respuesta a la necesidad de implementar la Estrategia Nacional de Biocomercio en su línea de acción sobre investigación y desarrollo (I+D). El GIB desarrolló talleres y concursos orientados al fomento de las actividades del Biocomercio, realizando un inventario de las investigaciones dentro del sector. El GIB fue impulsado por el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC), como órgano rector de la ciencia, tecnología e innovación tecnológica a nivel nacional, así como por el Instituto Peruano de Productos Naturales (IPPN), el Instituto de Investigación de la Amazonia (IIAP), el Proyecto PerúBiodiverso (PBD), el Ministerio del Ambiente (MINAM), el Ministerio de la Producción (PRODUCE), las Universidades y los Institutos sectoriales de investigación.

En el año 2010 mediante la iniciativa del Grupo en Investigación e Innovación en Biocomercio (**GIIB**), se elaboró la **Agenda de Investigación e Innovación del Biocomercio** (2012-2021), con el objetivo de promover la investigación aplicada y la innovación tecnológica para impulsar una oferta competitiva, involucrando y orientando a los actores que realizan actividades relacionadas a la I+D+i hacia objetivos comunes.

Asimismo, en el año 2013 fue publicada la **Agenda de Investigación Ambiental** la cual busca definir un marco instrumental para fomentar y guiar las actividades de la investigación ambiental del país, identificando líneas estratégicas para su impulso, y proponiendo áreas temáticas prioritarias y de

interés, una de ellas de Biocomercio, con el fin de que las investigaciones puedan cubrir la demanda de generación de conocimiento ambiental.

Paralelamente se han articulado esfuerzos en instituciones como el CONCYTEC, Universidades, e instituciones privadas, con los cuales se espera lograr la consecución de resultados que puedan aportar a la innovación, desarrollo e investigación en materia de biocomercio. En esa línea se encuentra el recientemente aprobado el Plan Nacional Transversal de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica de Valorización de la Biodiversidad 2015-2021 – ValBio.

A raíz de los instrumentos de gestión ambiental se han generado una serie de eventos, publicaciones e investigaciones a nivel nacional entre los diferentes actores involucrados. Entre los eventos más importantes en investigación se tiene los **3 Encuentros de Investigación Ambiental** organizados por el MINAM en los cuales se permite articular y dar a conocer las investigaciones que se vienen realizando hasta la fecha.

De esta manera, en los últimos años, se han realizado esfuerzos para la ejecución de eventos de promoción al Biocomercio, sin embargo, la carencia de sistematización de estos eventos no permite hacer un seguimiento a las actividades, logros y articulación de actores posteriores al evento. Entre los miembros de la CNPB se ha destacado el trabajo de algunos miembros en materia de I+D+i, entre ellos, el MINAM por lo anteriormente expuesto, el CONCYTEC, a través de su liderazgo en la elaboración e implementación de herramientas de gestión de la investigación; y el IIAP, que ha logrado un liderazgo en mantener un registro de publicaciones, eventos, tesis realizados actualizado y a disposición de la sociedad científica e interesada en lograr un mayor conocimiento de productos de la biodiversidad nativa. Por otro lado, las universidades, tanto públicas como privadas, han incrementado la producción científica, sin embargo, este incremento no es suficiente para lograr abordar todos los temas concernientes a la investigación aplicada vinculada al Biocomercio.

3.4 Desarrollo de mercados

De las 87 iniciativas consideradas como de Biocomercio en el presente diagnóstico, **29** atienden sólo mercado internacional, **18** sólo mercado nacional y **23** atienden tanto mercado internacional como nacional.

En el caso del mercado internacional, en los últimos años se ha hecho énfasis en la prospección mediante la identificación de nuevas oportunidades de negocio, de los requisitos de acceso por destino y de los diversos segmentos de mercado. En este ámbito se han elaborado más de **13 estudios de mercado** con el apoyo de diferentes instancias de cooperación, así como fuentes del gobierno central y regional.

Adicionalmente, se ha apoyado la intervención de iniciativas de Biocomercio en **11 Plataformas comerciales internacionales** de importancia como son: Biofach, Natural Products Expowest, Natural Products Expoeast, Supply Side West, Fine Food Australia, Exposustenta/Biofach Brasil; **2** de

ellas realizadas a nivel nacional: Expoalimentaria – Perú Natura y Expoamazónica; así como **3** plataformas de turismo.

Asimismo, se resalta el impulso al concepto de Biocomercio para mercados nuevos, mediante **7 misiones de prospección realizadas.**

Es necesario señalar que el mercado internacional ha sido el de mayor desarrollo comercial, dada la valoración de los productos de Biocomercio en cuanto a su origen endémico, sus usos y propiedades, las cuales son consideradas ventajas competitivas tomando en cuenta la tendencia creciente mundial de consumo de productos naturales bajo estándares de certificación sostenible. El valor de las exportaciones de la biodiversidad nativa ha tenido un crecimiento de **476%** entre los años 2005 y 2014 (de US$ 91 millones a US$ 433 millones); alcanzando su nivel máximo en el año 2014 (US$ 433 millones). La representación de las exportaciones consideradas de Biocomercio dentro del total de las exportaciones de la biodiversidad nativa alcanzó el **19%** en 2014, considerando los 12 productos de mayor dinámica comercial.

El comercio internacional de productos derivados de la biodiversidad nativa se encuentra sujeto al cumplimiento de requisitos técnicos y sanitarios. Estos requisitos exigen la elaboración o acreditación de estudios científicos, técnicos, certificaciones y otros similares, orientadas básicamente a aspectos de inocuidad, eficacia y certificación de calidad y sanitaria[17].

Respecto al mercado local, no se cuenta con cifras oficiales de producción o venta de productos de Biocomercio. Sin embargo, durante los últimos años, se han desarrollado estudios de caracterización de la demanda nacional para productos de la biodiversidad nativa como los elaborados por MINAM y APEGA.

Asimismo, las experiencias de promoción comercial en plataformas nacionales han permitido evidenciar el creciente interés del consumidor peruano por los productos de la biodiversidad nativa. La actual revalorización de la gastronomía peruana y la adopción de tendencias internacionales de consumo de productos sanos y sostenibles en el Perú, son dos importantes factores para que el mercado local de productos de biodiversidad nativa continúe en aumento.

En este ámbito, para la identificación de oportunidades de mercado a nivel local, regional y nacional, se elaboraron **2 estudios de mercado**. Asimismo, con el fin de implementar actividades de promoción y posicionamiento comercial para el mercado nacional, se encuentran **10 plataformas comerciales** como las Bioferias en Lima (8), Mistura (2, anual y dominical), las cuales comercializan productos naturales formales y se convierten en potenciales para la promoción del concepto de Biocomercio. Sin embargo, se concluye que es necesario un elemento diferenciador que permita

[17] A modo de ejemplo, cabe mencionar el Reglamento (UE) 2015/2283 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2015 relativo a los nuevos alimentos, y la Norma GRAS (*Generally Recognized As Safe*) secciones 201(s) y 409 de la Federal Food Drug and Cosmetic Act.

educar al consumidor sobre el Biocomercio y su impacto, y que, por otro lado, promueva la práctica del mismo en el sector privado.

Finalmente, respecto a la segmentación de mercado que atienden las empresas de productos del Biocomercio se ha determinado los siguientes rubros o negocios para el caso de los bienes: Alimentos **81.6%,** Nutracéuticos y de uso farmacéutico **13.8%,** y cosméticos y productos de cuidado personal **2.6 %.** Para el caso de los servicios: Ecoturismo y/o Turismo Sustentable **10.3%** y Gastronomía **4.3%.**

3.5 Gestión del conocimiento

En cuanto a los aspectos de la sensibilización de los diferentes actores involucrados con el comercio de bienes y servicios derivados de la biodiversidad frente al concepto Biocomercio, en los últimos años se ha evidenciado una intervención multidireccionada y no unificada, desde diferentes actores del sector privado, público (MINCETUR, MINAM, PROMPERÚ, Gobiernos Regionales) y entidades de cooperación a través de los Proyectos (PBD I, PBD II, PBA, BioCAN). Se ha trabajado en el desarrollo de herramientas de comunicación electrónicas, publicación de informativos, rediseño de webs, edición de libros de biodiversidad y la producción de más de **18 videos** (incluso en doble edición de idioma: inglés y español). Asimismo, se han realizado múltiples actividades para el desarrollo de capacidades, en diferentes ámbitos y actores del Biocomercio (productores, empresarios, o funcionarios de entidades públicas), a través del manual de capacitación del MINAM.

Se ha venido consolidando la comunicación del concepto de Biocomercio a nivel nacional, a través de la participación en ferias de importancia como Mistura y Expoalimentaria – Perú Natura y foros asociados. De la misma manera, Proyectos como el PBD y PBA, incluyeron la difusión y sensibilización en sus líneas de acción, incidiendo inclusive en escenarios de educación superior como maestrías y diplomados relacionados directamente con el Biocomercio como la Maestría en Biocomercio y Desarrollo Sostenible de la PUCP, Maestría en Productos Naturales y Biocomercio de la UNMSM, Maestría en Ecoturismo de la UNALM y Diplomado en Gestión de la Biodiversidad en la UARM, entre otros.

Es así como se han generado una gran cantidad de documentos de las experiencias de las cadenas de valor apoyadas por las diferentes intervenciones, como una importante herramienta de difusión de la información asociada con la implementación de los Principios y Criterios del Biocomercio. En casos más específicos de proyectos como PBA y BioCAN, se elaboraron específicamente Estrategias de comunicación y un Plan de visibilidad.

Es importante resaltar que, si bien estos esfuerzos han surgido en diferentes momentos del desarrollo del modelo de Biocomercio en el Perú, la ausencia de un elemento unificador que canalice estos esfuerzos, ha hecho que sean difusos y de impacto limitado, por lo cual se hace relevante proponer la elaboración y aprobación de una estrategia nacional de comunicación de Biocomercio.

IV. PROCESO PARTICIPATIVO PARA LA FORMULACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DEL BIOCOMERCIO Y SU PLAN DE ACCIÓN AL 2025.

4.1 Proceso de elaboración

El proceso de elaboración de la propuesta de Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 ha sido desarrollado durante los años 2013 al 2015 bajo una metodología mixta, que se describe a continuación:

- Elaboración de elementos previos para la Estrategia Nacional de Biocomercio en el año 2013, a cargo del Ministerio del Ambiente y del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, desarrollándose un análisis e identificación de elementos previos a través de un proceso liderado por la Comisión Nacional, que involucró una serie de talleres y entrevistas con actores claves y comentarios sobre los avances, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; así como la definición de la visión y los objetivos estratégicos.

- Elaboración de la Propuesta de Estrategia Nacional de Biocomercio en el año 2014, a cargo de PROMPERÚ, con el apoyo del Proyecto Biocomercio Andino, donde se definieron la visión, misión, objetivo general, ejes temáticos y objetivos estratégicos, así como la identificación de líneas de acción. En esta etapa, los miembros de la mencionada Comisión Nacional aprobaron la Estrategia Nacional de Biocomercio, tal como lo consta en el Acta de Sesión del Consejo Directivo de la Comisión Nacional de fecha 21 de mayo de 2014, la cual se adjunta en el presente informe.

- Elaboración del Plan de Acción al 2025 a cargo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR donde se desarrollaron tres documentos, los cuales aportaron a la definición del Plan de Acción: el Diagnóstico Situacional del Biocomercio (2004-2014), la Línea de Base al 2014 y la propuesta de Plan de Acción de la Estrategia Nacional de Biocomercio al 2025. Estos tres productos fueron elaborados a través de la revisión, sistematización y análisis de la información secundaria proporcionada por los miembros de la Comisión Nacional. Asimismo, se llevaron a cabo reuniones de trabajo con representantes del MINAM, MINCETUR, INDECOPI, MRREE, ADEX y SERFOR, con el propósito de identificar las actividades que podrían realizar según las competencias de cada institución, dentro de los ejes temáticos, además se realizaron entrevistas con actores claves de cooperación como SECO, GIZ CAF, y las principales conclusiones del estudio *Partnership Action for Green Economy (PAGE).*

- Los miembros de la citada Comisión Nacional en el marco de sus funciones aprobaron la propuesta de Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción con un horizonte de 10 años, esto es al 2025, tal como consta en el Acta de Sesión del Consejo Directivo de la

Comisión Nacional de fecha 27 de Noviembre del 2015, la cual se adjunta al presente Informe.

- Asimismo, mediante Resolución Ministerial N° 084-2016-MINCETUR de fecha 22 de marzo de 2015, se dispuso la prepublicación del proyecto de Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 en la página web del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, por un plazo de treinta días (30) calendario, en cumplimiento al Decreto Supremo N° 001-2009-JUS, habiéndose recibido las opiniones y/o sugerencias de la ciudadanía, las mismas que han sido consideradas en la elaboración del documento final.

- En ese sentido, la propuesta de Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 (materia del presente informe) representa una versión consensuada en diferentes niveles y entre actores involucrados en la promoción del Biocomercio, en torno a la visión, misión, objetivo general, ejes temáticos, objetivos estratégicos, líneas de acción, metas al 2018, 2021 y 2025 y actividades para la promoción a nivel nacional del Biocomercio.

4.2 Proceso de consulta pública

Mediante Resolución Ministerial N° 084-2016-MINCETUR de fecha 22 de marzo se puso a disposición la consulta pública a la ciudadanía en general por un período de 30 días calendario, para lo cual se llevó a cabo una serie de eventos de difusión de la mencionada propuesta de Estrategia Nacional a nivel nacional, así como en Comisiones Nacionales relacionadas a la temática de Biocomercio.

Se llevaron a cabo tres talleres de difusión a nivel nacional con el propósito de difundir el mencionado proyecto de Estrategia y su Plan de Acción en tres regiones del país, eventos en los que participaron el sector gubernamental, sector privado y comunidad académica. Las regiones en las que se realizó esta presentación fueron: Puerto Maldonado, Madre de Dios (14 de abril), Tarapoto, San Martín (20 de abril) y Cusco, Cusco (22 de abril).

Asimismo, se realizó una presentación de la mencionada Estrategia Nacional en las siguientes comisiones: Comisión Nacional de Diversidad Biológica – CONADIB y Consejo Nacional de Productos Orgánicos - CONAPO. Del mismo modo, se remitió a los Gobiernos Regionales la propuesta de Estrategia Nacional, así como la presentación de la misma a fin de que sea difundida en las regiones correspondientes. En el mismo sentido, el 25 de abril se presentó el proyecto de Estrategia Nacional en la Primera Jornada del Programa de Adiestramiento para la Generación de Capacidades y Competencias en Comercio Exterior dirigido a los funcionarios de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo, así como a funcionarios de las Oficinas de Presupuesto y Planeamiento de los Gobiernos Regionales.

Finalmente, el 28 de abril se llevó a cabo una reunión con la participación de las organizaciones representativas de pueblos indígenas del país, en la que se presentó de la citada Estrategia. Participaron representantes de la Confederación Nacional Agraria – CNA, Asociación Interétnica de

Desarrollo de la Selva Peruana – AIDESEP y la Confederación de Nacionalidades Amazónicas del Perú-CONAP.

4.3 Proceso de revisión y aprobación de la versión final

Como resultado del proceso de consulta pública se recibieron comentarios, observaciones y sugerencias de cuatro (4) instituciones, las que fueron revisadas por el Grupo de Trabajo de la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, conformada en la II Sesión Ordinaria del año 2013 de la mencionada Comisión, la cual está integrada por el Ministerio del Ambiente - MINAM, PROMPERU, Ministerio de Relaciones Exteriores - RREE, el Instituto Peruano de Productos Naturales - IPPN y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, el cual tuvo el encargo de revisar y analizar los comentarios recibidos y desarrollar la versión final de la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025.

Finalmente, en la I Sesión Ordinaria del Consejo Directivo, de fecha 10 de mayo de 2016, la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio aprobó la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025.

4.4 Estructura de la Estrategia Nacional del Biocomercio y su Plan de Acción al 2025

La Estrategia Nacional del Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 considera como punto de partida la revisión y análisis de las diferentes propuestas de planes generados en el desarrollo de la Estrategia de Biocomercio durante los años 2013 y 2014.

Tal es así, que el carácter multisectorial del Biocomercio es reflejado a través de la consideración de documentos marco de política peruana de los diferentes sectores. En ese sentido las líneas de acción, así como las actividades responden a planes, agendas y estrategias:

- Plan Bicentenario al 2021. PCM – CEPLAN
- Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2025. MINCETUR
- Estrategia Nacional de Diversidad Biológica al 2021 y su Plan de Acción 2014-2018 – EPANDB. MINAM
- Agenda Ambiente 2015-2016 . MINAM
- Crear para Crecer. CONCYTEC
- Plan Nacional de Diversificación Productiva. PRODUCE
- Lineamientos de Política Agraria. MINAGRI
- Agenda de Competitividad 2014-2018 MEF- CNC

- Plan Nacional Transversal de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica de Valorización de la Biodiversidad 2015-2021 – ValBio.

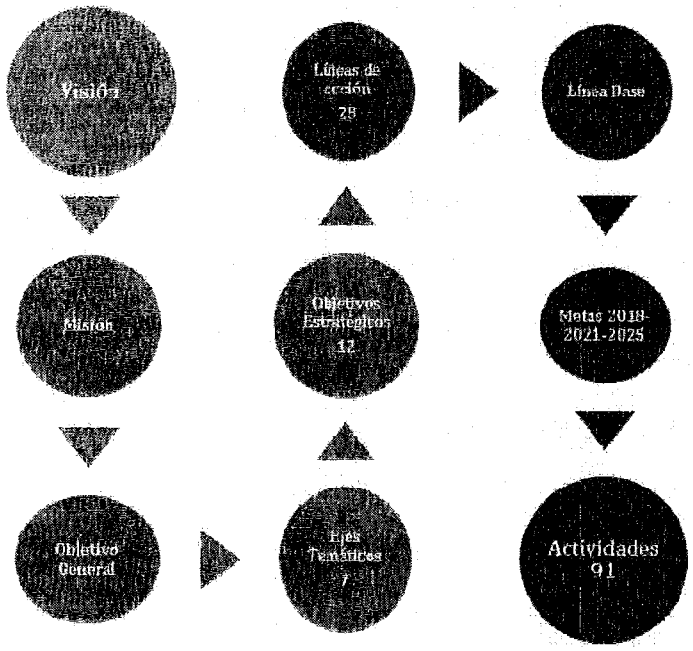
En relación a la estructura, la Estrategia Nacional del Biocomercio plantea 7 ejes temáticos que responden a promover la institucionalidad, el marco legal y los mecanismos necesarios con el propósito de promover e implementar el Biocomercio en el Perú.

Asimismo, se plantean 12 objetivos estratégicos, cada uno de ellos refleja de manera prioritaria la promoción y el desarrollo del Biocomercio en el Perú. Dichos objetivos estratégicos se corresponden con los 7 ejes temáticos. Cada objetivo estratégico cuenta con un conjunto de líneas de acción y metas que permitirá medir los resultados esperados al 2025 (Figura N° 4).

Las acciones contenidas en el Plan de Acción de la Estrategia Nacional de Biocomercio suponen prioridades de ejecución en las acciones a corto, mediano y largo plazo, en un horizonte temporal que permitiría consensos viables que aseguren su implementación. De esta manera, el Plan de Acción al 2025 plantea actividades que generarán resultados al 2018, 2021 y 2025.

Cabe señalar que la implementación de la Estrategia Nacional del Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 se encuentra a cargo de las entidades de la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, y de otros actores vinculados a la promoción del biocomercio, según corresponda, de conformidad con la normativa aplicable.

Estructura de la Estrategia Nacional y su Plan de Acción al 2025



Elaboración: MINCETUR

ESTRATEGIA NACIONAL DE BIOCOMERCIO 2015-2025

Visión

Hacia el 2025, el Biocomercio en el Perú será un modelo de negocio exitoso de bienes y servicios de la biodiversidad nativa reconocida en el mercado nacional e internacional.

Misión

Posicionar al Biocomercio como un modelo de negocio que eleve la calidad de vida de la población, a través del uso sostenible y conservación de la biodiversidad nativa.

Objetivo general

*Consolidar la **institucionalidad**, el **marco legal** y los **mecanismos necesarios** para promover e implementar el Biocomercio en el Perú.*

Ejes temáticos

1. Políticas y marco normativo para la promoción e implementación del Biocomercio
2. Institucionalidad relacionada al Biocomercio
3. Desarrollo de oferta
4. Investigación, desarrollo e innovación
5. Desarrollo de Mercados
6. Gestión del conocimiento
7. Monitoreo y evaluación

EJE TEMÁTICO 1: POLÍTICAS Y MARCO NORMATIVO PARA LA PROMOCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DEL BIOCOMERCIO

La legislación nacional ha incorporado aspectos legales que se encuentran relacionados a los Principios y Criterios del Biocomercio definidos por la UNCTAD. Sin embargo, dicha legislación se encuentra dispersa. En ese sentido, el primer eje temático tiene como fin articular y facilitar a las iniciativas de Biocomercio y a los actores relacionados al mismo, la comprensión de dicho marco legal. Asimismo, algunos sectores han incorporado al Biocomercio, o aspectos de este, en sus políticas y programas sectoriales (por ejemplo, MINCETUR, MINAM, PROMPERÚ, CONCYTEC); sin embargo, la mayoría aún no lo ha considerado.

Por otro lado, los acuerdos comerciales y diversas iniciativas internacionales para la conservación de la biodiversidad y la mitigación y adaptación al cambio climático son una oportunidad para promover negocios de Biocomercio; al mismo tiempo pueden constituir una barrera o no ser aprovechados adecuadamente, al no contar con un marco legal y procedimientos adaptados a las características del escenario nacional y a los actores del Biocomercio.

El reto para los próximos diez años es posicionar el Biocomercio en la agenda nacional, y de manera transversal en todos los sectores, fortalecer el marco normativo e incluir el biocomercio en estrategias y/o instrumentos regionales de planificación y de presupuesto.

Objetivo estratégico 1.1.: Incorporar el Biocomercio al más alto nivel de la agenda política y como tema transversal en las políticas públicas.

Líneas de acción:

- Evaluar y monitorear la aplicación de las políticas del Biocomercio.
- Fortalecer el marco normativo y regulatorio, hacerlo más eficiente y eficaz para el desarrollo del biocomercio.
- Inclusión del Biocomercio en las estrategias y en instrumentos regionales de planificación, así como en sus presupuestos.

EJE TEMÁTICO 2: INSTITUCIONALIDAD RELACIONADA AL BIOCOMERCIO

Para promover e implementar el biocomercio en el país a largo plazo, es necesario una institucionalidad sólida, dinámica y estable. En la actualidad se cuenta con el Programa Nacional para la Promoción del Biocomercio, (PNPB) creado en el 2004 y la Comisión Nacional para la Promoción del Biocomercio (CNPB) creada en el 2010. Estos dos avances constituyen los cimientos sobre los que se ha venido asentando el Biocomercio y las actividades desarrolladas por diversos sectores y proyecto de la cooperación internacional.

Sin embargo, hace falta generar las herramientas necesarias para que dicha institucionalidad se consolide y funcione como facilitadora de las acciones vinculadas al Biocomercio; apoye en la generación de recursos e identificación de fuentes de financiamiento y sirva de referente para las empresas, productores y demás actores involucrados[18].

El reto para los próximos 10 años es el fortalecimiento del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio y la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, así como promover el financiamiento para el Biocomercio a través del desarrollo de capacidades entre las instituciones financieras y el apalancamiento de recursos de la cooperación internacional.

Objetivo estratégico 2.1: Fortalecer el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio y la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio.

Líneas de acción:

- Promover la articulación, coordinación y cooperación entre las instituciones y actores vinculados al Biocomercio a nivel nacional, regional y local[19].
- Desarrollo e implementación de instrumentos de gestión del Biocomercio

Objetivo estratégico 2.2: Promover el financiamiento para el Biocomercio

Líneas de acción:

- Desarrollo de capacidades en Biocomercio en actores e instituciones financieras.
- Apalancar recursos para el Biocomercio.

EJE TEMÁTICO 3: DESARROLLO DE OFERTA

En los últimos años se puede apreciar un aumento significativo en el desarrollo de la oferta en productos derivados de la biodiversidad enmarcados en el Biocomercio, es decir el incremento del número de empresas que trabajan bajo el esquema de biocomercio y que cumplen los Principios y Criterios del Biocomercio y de aquellas que implementan algún sistema de producción o prácticas sostenibles afín al Biocomercio (orgánico, comercio justo, manejo sostenible de bosques, entre otros). Sin embargo, la oferta aún no alcanza las condiciones deseadas de la demanda internacional.

El reto en estos 10 años es promover el potencial de la oferta de productos derivados de la biodiversidad nativa enmarcados en el biocomercio, contar con iniciativas de Biocomercio que

[18] Incluyendo los pueblos indígenas u originarios.
[19] Incluyendo a las comunidades nativas y campesinas.

cuenten con capacidades técnicas, ambientales, de gestión productiva y organizacional, así como el cumplimiento de estándares de gestión de calidad y de sostenibilidad que responda a las demandas de los consumidores más exigentes.

***Objetivo estratégico 3.1:* Promover el potencial de la oferta de productos derivados de la biodiversidad nativa y biocomercio.**

Líneas de acción:

- Identificar cadenas de valor de bienes o servicios de la biodiversidad nativa y biocomercio, teniendo en cuenta aspectos como zonas de producción, proveedores y productos.

Objetivo estratégico: 3.2: ***Contar con iniciativas de Biocomercio con capacidades técnicas, ambientales, de gestión productiva y organizacional***

Líneas de acción:

- Generar capacidades técnicas y ambientales en las cadenas de valor de bienes y servicios de Biocomercio, para incrementar la productividad y la calidad de forma sostenible.
- Generar capacidades de gestión en aspectos administrativos, financieros, contables, tributarios, entre otros.
- Promover la asociatividad entre actores[20] y el fortalecimiento de las iniciativas empresariales.

Objetivo estratégico: 3.3: ***Promover el cumplimiento de normas de sanidad, calidad y de sostenibilidad***

Líneas de acción:

- Fomentar el cumplimiento de normas de sanidad, calidad y buenas prácticas.
- Fomentar la implementación de estándares ambientales y sociales.

EJE TEMÁTICO 4: INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN

La investigación, desarrollo e innovación – I+D+i para productos de la biodiversidad nativa es clave para generar una oferta competitiva y con valor agregado. La fortaleza de este eje temático radica en que las empresas podrán aumentar sus ingresos y a la vez contribuir a la conservación de la biodiversidad con un uso sostenible de los recursos. Sin embargo, se requiere de un mecanismo que vincule al sector privado, a los productores, y a los pueblos indígenas, con los investigadores, un marco jurídico claro y eficiente, que identifique intereses comunes que lleven a alianzas e iniciativas con beneficios para todos los involucrados.

[20] Incluyendo a los pueblos indígenas u originarios.

Al respecto, cabe señalar que en el año 2013 se aprobó la Agenda de Investigación e Innovación para el Biocomercio hasta el año 2021, con apoyo del Proyecto Perúbiodiverso. La implementación de esta agenda está a cargo del CONCYTEC, la cual se encuentra en curso.

El reto para estos 10 años es promover la investigación aplicada, el desarrollo e innovación para nuevos productos, así como las tecnologías de producción y transformación, articulándolos a la oferta científica y la demanda de las empresas de Biocomercio, así como la sistematización y difusión de información científica.

Objetivo estratégico 4.1: Promover la investigación aplicada, innovación y desarrollo en bienes y servicios del biocomercio.

Líneas de acción:

- Implementación de la agenda de investigación e innovación en Biocomercio y monitorear su ejecución.
- Promoción de espacios de vinculación e intercambio de información entre el sector privado y la academia, incorporando a los poseedores de los conocimientos colectivos, cuando corresponda.
- Generación de conocimiento científico sobre usos, características y propiedades de los bienes y servicios de la biodiversidad nativa, incluyendo los asociados a conocimientos colectivos, cuando corresponda, así como desarrollo de tecnologías para su uso sostenible.
- Desarrollo de productos y procesos de productos de Biocomercio con base en I+D+i.

Objetivo estratégico 4.2: Promover la sistematización y difusión de información científica de bienes y servicios de Biocomercio.

Líneas de acción:

- Sistematizar información científica de I+D+i de Biocomercio.
- Difundir la información científica de I+D+i de Biocomercio.

EJE TEMÁTICO 5: DESARROLLO DE MERCADOS

El comercio internacional de productos derivados de la biodiversidad nativa está en continuo crecimiento, existen nichos de mercados para productos con estándares de sostenibilidad ambiental y social. Sin embargo, esta demanda está concentrada en principalmente en países de la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, cuyos consumidores son sumamente exigentes y concientizados en productos saludables y naturales, y que hayan sido elaborados de manera ética y respetuosa con el medio ambiente. En ese sentido, es importante destacar los productos derivados de la biodiversidad y enmarcados en el Biocomercio, son productos que integran en un solo estándar todos los elementos que un consumidor exigente demanda. El Perú debe posicionarse en

los mercados internacionales con alternativas basadas en productos desarrollados sosteniblemente.

La promoción del Biocomercio en el Perú ha estado más enfocada hacia el sector de ingredientes y productos naturales para la industria farmacéutica y alimentaria en los mercados internacionales, con pocos avances y logros a nivel de mercado nacional, que aún es muy incipiente para este tipo de productos. En ese sentido, sin dejar de continuar impulsando el Biocomercio en los mercados internacionales, es necesario destinar esfuerzos para desarrollar un mercado nacional de calidad y llegar a los consumidores nacionales interesados en productos con las características del Biocomercio.

El reto en estos 10 años es promover el mercado nacional e internacional de productos derivados de biodiversidad que se encuentren enmarcados en el Biocomercio.

Objetivo estratégico 5.1: Conocer y promover el mercado internacional de bienes y servicios de Biocomercio

Líneas de acción:

- Desarrollar actividades de prospección comercial para la identificación de nuevos mercados y cadenas globales de valor afines a Biocomercio
- Facilitar y promover el acceso de bienes y servicios de Biocomercio a los mercados destino.

Objetivo estratégico 5.2: Conocer y promover el mercado nacional de bienes y servicios de Biocomercio

Líneas de acción:

- Identificar oportunidades de mercado a nivel local, regional y nacional.
- Promover la comercialización formal de bienes y servicios del biocomercio en el mercado local.
- Implementar actividades de promoción y posicionamiento comercial para el mercado nacional

EJE TEMÁTICO 6: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

La gestión del conocimiento es de suma importancia en la difusión de conocimientos, experiencia y habilidades entre los diferentes actores relacionados al biocomercio. Facilitar el uso, la aplicación y la utilización del conocimiento y las capacidades en general permitirá un mayor desarrollo en la promoción del biocomercio.

En los últimos años, la sensibilización entre los diferentes actores involucrados con el comercio de bienes y servicios derivados de la biodiversidad frente al concepto Biocomercio fueron mediante intervenciones multidireccionadas y no unificadas, desde diferentes actores del sector privado,

estatal (MINCETUR, MINAM, PROMPERÚ, Gobiernos regionales) y entidades de cooperación a través de los Proyectos (PBD I, PBD II, PBA, BioCAN).

El reto para estos 10 años es diseñar e implementar un sistema de gestión de conocimiento de la información, que incluya base de datos de información científica, agropecuaria, forestal, conocimientos colectivos asociados a la biodiversidad nativa, publicaciones generadas entre los actores relacionados al biocomercio, eventos, proyectos en ejecución, entre otros disponibles. Asimismo, se debe fomentar la formación de profesionales con capacidades técnicas en los temas vinculados al Biocomercio en el sector público (nacional y regional), sector privado, universidades y centros de investigación.

Objetivo estratégico 6.1: Promover la gestión de conocimiento a través del intercambio, la sistematización y difusión, en los diferentes temas/actores del Biocomercio

Líneas de acción:

- Desarrollar mecanismos de sistematización de información del Biocomercio de los actores vinculados al tema.
- Desarrollar mecanismos de difusión de información del Biocomercio para los actores vinculados al tema.

EJE TEMÁTICO 7: MONITOREO Y EVALUACIÓN

Este eje temático busca diseñar e implementar un sistema de monitoreo y evaluación a nivel nacional de las actividades presentadas en el Plan de Acción al 2025 con el fin de medir el grado de avance de los indicadores y el cumplimiento de las metas propuestas. Por otro lado, se requiere una vez publicada la Herramienta de Verificación Nacional en Biocomercio, su implementación.

El reto de estos 10 años es generar un sistema integrado del monitoreo y evaluación de la Estrategia y Plan de Acción.

Objetivo estratégico 7.1: Generar un sistema integrado del monitoreo del Biocomercio en el País

Líneas de acción:

- Monitoreo y evaluación de la Estrategia y Plan de Acción del Biocomercio.
- Monitoreo y evaluación de las iniciativas acerca del nivel de cumplimiento de los Principios y Criterios.

PLAN DE ACCIÓN AL 2025

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
1.Políticas y marco normativo para la promoción e implementación del Biocomercio	Objetivo estratégico 1.1: Incorporar el Biocomercio al más alto nivel de la agenda política y como tema transversal en las políticas públicas	1.1.1 Evaluar y monitorear la aplicación de las políticas de Biocomercio	N° de documentos donde se establecen lineamientos de política entorno a Biocomercio	7	8	8	9	1	Elaborar documentos orientadores de políticas para las necesidades identificadas dentro de las temáticas del Biocomercio.	MINCETUR PROMPERU MINAM
			Porcentaje de incremento del presupuesto de la institución asignado al fortalecimiento del Biocomercio.	-	20%	40%	60%	2	Articular las actividades del Plan Anual Operativo de la CNPB y la participación de otras instituciones relevantes para el desarrollo del biocomercio.	
		1.1.2 Fortalecer el marco normativo y regulatorio y hacerlo más eficiente y eficaz para el desarrollo del Biocomercio.	N° de normas regulatorias y de promoción relacionadas al Biocomercio	64	64	64	65	3	Identificar obstáculos administrativos y legales a las acciones de biocomercio y proponer medidas de simplificación.	
								4	Reforzar la difusión del marco normativo y regulatorio asociado a actividades de Biocomercio, desarrollando herramientas que utilicen un lenguaje acorde para los diferentes actores de la cadena de valor.	

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
			N° de normas regulatorias y de promoción del Biocomercio que son revisadas, mejoradas y/o se amplía su aplicación	0	1	2	3	5	Desarrollar mecanismos de promoción dirigidos a empresarios que trabajan con recursos de la biodiversidad nativa y que tengan interés por el Biocomercio.	
		1.1.3 Inclusión del Biocomercio en estrategias y en instrumentos regionales de planificación, así como en sus presupuestos.	N° de Gobiernos Regionales que incluyen actividades el Biocomercio en sus instrumentos, programas y proyectos.	3	4	5	6	6	Promover acciones de incidencia sobre Biocomercio a nivel regional con el fin incorporarlo en decisiones públicas, políticas y de asignación de fondos.	MINCETUR PROMPERU MINAM GORES
								7	Brindar asistencia técnica en la planificación estratégica y territorial de regiones priorizadas, con el fin de que incorporen el Biocomercio como lineamiento estratégico.	
								8	Brindar asistencia técnica y acompañamiento a gobiernos regionales y locales para el desarrollo de perfiles técnicos de Proyectos de Inversión Pública - PIP y otros proyectos para su aplicación a fondos concursables.	
								9	Promover que gobiernos regionales y locales destinen recursos para impulsar productos y servicios de Biocomercio a través de su presupuesto participativo o través de fondos concursables.	

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
2.Institucionalidad relacionada al Biocomercio	Objetivo estratégico 2.1 : Fortalecer el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio y la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio	2.1.1 Promover la articulación, coordinación y cooperación entre las instituciones y actores vinculados al Biocomercio a nivel nacional, regional y local.	Porcentaje de instituciones que participan activamente en las reuniones convocadas por la Comisión.	64%	80%	100%	100%	10	Establecer espacios de vinculación interinstitucional con otras instituciones, Comisiones Nacionales y Mesas Temáticas Regionales afines al Biocomercio.	MINCETUR PROMPERU MINAM GORES
								11	Impulsar eventos de difusión de los avances y resultados obtenidos por la CNPB, en plataformas nacionales e internacionales, para el posicionamiento de la misma	
								12	Establecer mesas temáticas (grupos de trabajo) entre miembros de la comisión para temas de prioridad, así como la generación e intercambio de información de las actividades realizadas, entre los miembros.	
			N° de plataformas de información existentes para la transferencia y socialización efectiva entre miembros de la CNB.	2	2	3	4	13	Promover reuniones descentralizadas de la CNPB en regiones, con el fin de fortalecer el desarrollo de biocomercio.	
								14	Establecer mecanismos para la transferencia de información al sector privado.	

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
								15	Fortalecer el rol activo de los miembros de la Comisión, desarrollando además capacidades específicas en Biocomercio entre sus funcionarios.	
		2.1.2 Desarrollo e implementación de instrumentos de gestión del Biocomercio	N° de herramientas o instrumentos desarrollados y/o aprobados para fortalecer al Biocomercio.	3	4	5	6	16	Institucionalizar/aprobar herramientas desarrolladas en el marco de la Comisión, y escalar su utilización a nuevas intervenciones.	MINCETUR PROMPERU MINAM
								17	Identificar necesidades y desarrollar herramientas técnicas para fortalecer la implementación del Biocomercio en las cadenas de valor.	
								18	Identificar los instrumentos desarrollados por proyectos de cooperación y/o instituciones socias que hayan sido implementados con éxito, para ser utilizados en intervenciones futuras.	
	Objetivo estratégico 2.2 : Promover el financiamiento para el Biocomercio	2.2.1 Desarrollo de capacidades en Biocomercio en actores e instituciones financieras	N° de organizaciones e instituciones financieras sensibilizadas en Biocomercio	29	46	58	75	19	Promover actividades de sensibilización en Biocomercio en Lima y/o provincias dirigidas a entidades de capital, para fomentar el desarrollo de productos y servicios financieros.	PROMPERU MINAGRI PRODUCE CONCYTEC CCL ADEX
								20	Elaborar herramientas de capacitación de Biocomercio para instituciones financieras.	

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
								21	Brindar asistencia técnica a empresas y organizaciones de Biocomercio para que apliquen a las fuentes de financiamiento.	
								22	Impulsar ruedas financieras para empresas de Biocomercio con el fin de promover el acercamiento a entidades financieras.	
			N° de empresas de Biocomercio que han accedido a un producto o servicio financiero.	25	39	50	64	23	Fomentar el acceso de actividades de Biocomercio, a fuentes de financiamiento.	
		2.2.2 Apalancar recursos para el Biocomercio.	N° de proyectos articulados para temas de Biocomercio .	5	8	10	13	24	Formular proyectos que fortalezcan el Biocomercio articulando con fuentes de cooperación internacional y/o bancos internacionales.	MINCETUR PROMPERU MINAM
								25	Capacitar a miembros de la CNPB en formulación de proyectos, con el propósito de apalancar fondos para el Biocomercio.	
								26	Incentivar a la Academia para que desarrollen propuestas de proyectos relacionados al biocomercio a fin de acceder a financiamiento ante fuentes de cooperación.	CONCYTEC UNIVERSIDADES

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
3.Desarrollo de oferta	Objetivo estratégico 3.1: Promover el potencial de la oferta de productos derivados de la biodiversidad nativa y biocomercio.	3.1.1 Identificar cadenas de valor de bienes o servicios de la biodiversidad nativa y biocomercio, teniendo en cuenta aspectos como zonas de producción, proveedores y producto.	N° de proyectos ejecutados o en ejecución que evalúen potencial de producción, zonas, proveedores y productos afines a Biocomercio	7	11	14	18	27	Fomentar la ejecución de proyectos con énfasis en desarrollo de oferta y fortalecimiento de las cadenas de valor de productos de la biodiversidad con potencial para el desarrollo de Biocomercio.	MINCETUR PROMPERU MINAM
								28	Elaborar un registro de información y monitoreo de las cadenas de valor de Biocomercio identificadas, las empresas vinculadas así como el tipo de intervención realizadas sobre ellas.	MINCETUR MINAGRI MINAM
			N° de nuevas cadenas de valor identificadas como potenciales según evaluación realizada	32	5	10	15	29	Establecer métodos que permitan realizar un registro de información sobre las áreas, los beneficiarios (productos y servicios) y los volúmenes de productos de Biocomercio derivados del aprovechamiento	MINAM (SERNANP) MINAGRI (SERFOR) PRODUCE
								30	Identificar brechas de productividad para desarrollar actividades y/o medidas específicas para enfrentar dichas brechas en las cadenas de valor de Biocomercio.	MINAGRI
								31	Implementar programas que fomenten la generación de acuerdos de suscripción del derecho de uso (concesiones) para bienes y servicios de la biodiversidad sobre iniciativas de aprovechamiento silvestre asociadas a las cadenas de valor identificadas.	MINAM (SERNANP) MINAGRI (SERFOR)

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
			Porcentaje de cadenas de valor identificadas que han sido trabajadas por las intervenciones de Biocomercio.	56%	62%	70%	100%	32	Incluir en el Plan Nacional Forestal y de Fauna Silvestre, acciones relacionadas con la generación de información y desarrollo de productos de Biocomercio no maderables	MINAM MINAGRI (SERFOR)
								33	Determinar la oferta productiva de productos derivados de cadenas de valor de Biocomercio.	MINAM MINAGRI
			N° de empresas que implementan prácticas de Biocomercio.	87	92	97	102	34	Determinar la oferta exportable de cadenas de valor de Biocomercio en las regiones, para establecer acciones que permitan insertar estos productos a los mercados.	MINCETUR PROMPERU
	Objetivo estratégico: 3.2: Contar con iniciativas de Biocomercio con capacidades técnicas, ambientales, de gestión productiva y organizacional	3.2.1 Generar capacidades técnicas y ambientales en las cadenas de valor de bienes y servicios de Biocomercio, para incrementar la productividad y la calidad de forma sostenible.	N° de iniciativas de Biocomercio capacitadas en aspectos técnicos, ambientales, de producción y transformación de producto.	70	110	140	180	35	Generar programas anuales de capacitación productiva y de asistencia técnica orientada a los diferentes eslabones de la cadena de valor de Biocomercio.	MINAGRI GORES MINCETUR MINAM
								36	Diseñar, desarrollar e implementar una plataforma para el seguimiento y registro a las empresas que reciben capacitaciones y asistencias técnicas u otra forma de apoyo.	MINAGRI GORES MINCETUR MINAM
			N° de herramientas, documentos y espacios desarrollados para la generación de capacidades técnicas.	26	30	34	36	37	Desarrollar herramientas y documento técnicos de guía para el mejoramiento de buenas prácticas y técnicas en biocomercio. Los documentos generados en estos temas, buscarán promover el Biocomercio.	MINAGRI (SERFOR) IIAP MINCETUR MINAM

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
			N° de empresas que implementan nuevas prácticas de manejo técnico y ambiental, una vez finalizada la intervención	ND	20	50	90	38	Fomentar la participación de las empresas de Biocomercio en otras iniciativas de sostenibilidad ambiental empresarial.	MINAM PROMPERU
		3.2.2 Generar capacidades de gestión en aspectos administrativos, financieros, contables, tributarios, entre otros.	N° de iniciativas capacitadas en gestión de aspectos administrativos, financieros, contables, tributarios, entre otros.	74	116	148	190	39	Generar programas anuales de capacitación en gestión empresarial, orientada a los diferentes eslabones de la cadena de valor de Biocomercio, para el fortalecimiento de la oferta nacional y la exportadora.	MINAGRI GORES MINCETUR MINAM
								40	Desarrollar una plataforma de información para el seguimiento y registro a las empresas que reciben capacitaciones en gestión empresariales, que permita evidenciar la implementación de lo aprendido.	MINAGRI GORES MINCETUR MINAM
			N° de herramientas/ documentos desarrollados para la generación de capacidades de gestión aspectos administrativos, financieros, contables, tributarios, entre otros.	9	14	18	23	41	Desarrollar herramientas y documentos de gestión empresarial, que sirvan de guía para el fortalecimiento de las empresas.	PROMPERU CCL ADEX

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
		3.2.3 Promover la asociatividad entre actores y el fortalecimiento de las iniciativas empresariales	N° de asociaciones fortalecidas en las comunidades productoras.	148	178	188	198	42	Generar programas anuales para fortalecer las capacidades de articulación empresarial y adopción de esquemas asociativos entre los actores de las cadenas de valor de Biocomercio en las zonas productivas.	PROMPERU ADEX CCL
								43	Generar eventos y espacios para el intercambio de conocimientos y aprendizajes entre productores y zonas en temas como manejo de recursos, técnicas productivas y formas de organización en las cadenas de Biocomercio.	MINAGRI
			N° de iniciativas empresariales de Biocomercio creadas.	8	11	15	20	44	Impulsar la formalización de iniciativas empresariales de Biocomercio, mediante programas de asesoría técnica y generación de incentivos.	PROMPERU GORES CCL
								45	Vincular en las clínicas de asesoría especializada para la mejora de la gestión de las Pymes exportadoras y con potencial exportador, a las empresas de Biocomercio.	MINCETUR PROMPERU
	Objetivo estratégico 3.3: Promover el cumplimiento de normas de sanidad, calidad y de sostenibilidad.	3.3.1 Fomentar el cumplimiento de normas de sanidad, calidad y buenas prácticas.	N° de normas técnicas y sanitarias elaboradas y difundidas para productos y servicios de la biodiversidad nativa enmarcados en el Biocomercio.	59	93	118	152	46	Elaborar y/o actualizar y difundir normas técnicas para productos de la biodiversidad nativa enmarcados en el Biocomercio.	INACAL CCL ADEX
								47	Difundir y promover la aplicación de las normativas sanitarias en los productos de la biodiversidad nativa enmarcadas en el modelo de Biocomercio.	SENASA, DIGESA Y SANIPES

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
			N° de empresas que cumplen con las normas de sanidad y calidad.	80	90	100	110	48	Implementar programas anuales de capacitación y de asistencia técnica para generar capacidades para el cumplimiento de normas de sanidad, calidad y buenas prácticas en las iniciativas de Biocomercio.	MINCETUR MINAGRI SENASA DIGESA DIGEMID
		3.3.2 Fomentar la implementación de estándares ambientales y sociales.	N° de empresas capacitadas en la implementación de estándares ambientales y sociales	48	70	90	110	49	Generar programas anuales que brinden asistencia técnica y preparación para la certificación de aspectos de sostenibilidad ambiental y social, a las iniciativas de Biocomercio.	PROMPERU MINAM
			N° de empresas con estándares ambientales y sociales certificados	42	50	54	60	50	Desarrollar proyectos piloto para promover la distribución justa y equitativa de los beneficios de la biodiversidad.	MINAM

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
Investigación, Desarrollo e Innovación	Objetivo Estratégico 4.1 Promover la investigación aplicada, innovación y desarrollo en bienes y servicios del biocomercio.	4.1.1 Implementación de la agenda de investigación e innovación en Biocomercio y monitorear su ejecución	Incremento en la ejecución de la Agenda de Investigación e Innovación	0%	30%	50%	100%	51	Conformar grupo de trabajo de gestión para la ejecución y monitoreo de la AIIB	CONCYTEC MINAM
								52	Realizar reuniones periódicas para evaluar el avance y las trabas en la ejecución de la AIIB.	
		4.1.2. Promoción de espacios de vinculación e intercambio de información entre el sector privado y la academia, incorporando a los poseedores de los conocimientos colectivos, según corresponda.	N° de encuentros academia-empresa para la identificación de proyectos y actividades colaborativas de I+D+i en biocomercio, a nivel regional y nacional	0	9	18	27	53	Concertar espacios de acercamiento a nivel regional y nacional entre investigadores y empresarios para realizar proyectos y actividades colaborativas de I+D+i en biocomercio.	CONCYTEC MINAM
		4.1.3. Generación de conocimiento científico sobre usos, características y propiedades de los bienes y servicios de la biodiversidad nativa, incluyendo los asociados a conocimientos colectivos, según corresponda, así como desarrollo de tecnologías para su uso sostenible.	N° de proyectos de I+D+i de biodiversidad ejecutados	70	100	175	275	54	Propiciar la generación de conocimiento a través de proyectos de investigación básica y aplicada para los productos de la biodiversidad nativa.	
			N° de publicaciones científicas en biodiversidad nativa de autores peruanos en revistas indizadas	393	617	786	1010	55	Fomentar la publicación de los resultados de las investigaciones científicas y tecnológicas.	

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
		4.1.4. Desarrollo de productos y procesos de productos de Biocomercio con base en I+D+i	N° de proyectos de innovación tecnológica de productos y procesos de productos de la biodiversidad implementados entre el sector privado y la academia.	43	123	183	263	56	Promover la Innovación tecnológica para el desarrollo de productos y procesos industriales con valor agregado a partir de la biodiversidad (o de sus productos derivados).	CONCYTEC MINAM
			N° de registros de patentes otorgadas asociadas al biocomercio	2	8	14	22	57	Fortalecer capacidades en el uso de los mecanismos de propiedad intelectual y del uso potencial de los conocimientos colectivos en la innovación de productos del Biocomercio.	CONCYTEC MINAM UNIVERSIDADES
	Objetivo Estratégico 4.2: Promover la sistematización y difusión de información científica de bienes y servicios de Biocomercio	4.2.1. Sistematizar información científica de I+D+i de Biocomercio (a nivel nacional e internacional)	N° de documentos técnicos científicos de biodiversidad nativa elaboradas, que son sistematizados en la base de datos de la plataforma web de Biocomercio	10	20	35	55	58	Promover la elaboración de documentos técnicos y de investigación en productos de la biodiversidad.	

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
		4.2.2. Difundir la información científica de I+D+i de Biocomercio.	N° de documentos técnicos científicos de biodiversidad nativa difundidos	ND	20	35	55	59	Difundir documentos técnicos y de investigación en productos de la biodiversidad.	
5. Desarrollo de Mercados	Objetivo estratégico 5.1: Conocer y promover el mercado internacional de bienes y servicios de Biocomercio	5.1.1 Desarrollar actividades de prospección comercial para la identificación de nuevos mercados y cadenas globales de valor afines a Biocomercio	Número de estudios de mercado realizados y difundidos.	13	14	16	18	60	Elaborar estudios y perfiles de mercado para las cadenas globales de valor identificadas.	MINCETUR PROMPERU
			N° de misiones de prospección realizadas	7	10	12	14	61	Organizar e implementar misiones de prospección a mercados con base en nichos sectoriales.	
			N° de Planes de Desarrollo de Mercado afines a Biocomercio	ND	3	5	7	62	Elaboración e implementación de Planes de Desarrollo de Mercado (PDM) afines a Biocomercio.	
			N° de cadenas globales de valor (afines a Biocomercio) identificadas	ND	3	5	7	63	Realizar el monitoreo de Cadenas Globales de Valor afines a Biocomercio, establecidas en mercados internacionales.	

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
		5.1.2 Facilitar el acceso de bienes de Biocomercio a los mercados destino	N° de productos con nuevos códigos de acceso (Codex, INCI, etc.)	20	23	26	29	64	Desarrollar el inventario de productos que requieren códigos de acceso y gestionar su registro de acuerdo con requerimientos internacionales.	MINCETUR PROMPERU RREE
			N° de reportes trimestrales sobre restricciones al comercio de productos de la biodiversidad nativa con enfoque biocomercio.	ND				65	Mantener activo un grupo de trabajo sobre restricciones al comercio de productos de la biodiversidad nativa con enfoque biocomercio.	
			N° de dossiers aprobados en mercado destino	6	7	8	9	66	Desarrollar el inventario anual de productos y derivados que requieren el Novel Food/GRAS u otro requisito de mercado internacional, y gestionar su implementación, en marco de la CNPB.	
			N° de empresas de Biocomercio internacionalizadas.	ND	2	4	6	67	Internacionalización de empresas de Biocomercio.	
								68	Realizar campañas de difusión sobre la demanda de productos biodiversos según mercado.	PROMPERU GREMIOS MINCETUR
			N° de empresas peruanas que participan en ferias y eventos internacionales afines al Biocomercio.	56	66	81	95	69	Implementar un sistema de monitoreo y seguimiento a las empresas beneficiadas, como por ejemplo registro de ventas en feria (proyectadas) y post feria (concretadas después de 12 meses).	

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
	Objetivo Estratégico 5.2 Conocer y promover el mercado nacional de bienes y servicios de Biocomercio	5.2.1 Identificar oportunidades de mercado a nivel local, regional y nacional.	N° de estudios de mercado realizados.	ND	2	3	4	70	Planificar y elaborar estudios de mercado nacional, a través de la evaluación de cadenas/líneas de producto para dicho mercado, en marco de la CNPB.	PRODUCE MINAM MINAGRI
								71	Evaluar la pertinencia de un elemento diferenciador para los productos de Biocomercio.	GREMIOS PRODUCE MINAGRI
		5.2.2 Promover la comercialización formal de bienes y servicios del biocomercio en el mercado local.	N° de herramientas elaboradas e implementadas para promover la comercialización formal de bienes y servicios del Biocomercio en el mercado local	ND	1			72	Conformar un grupo técnico para desarrollo y promoción de mercado local del Biocomercio, reconocida por la CNPB.	
								73	Diseñar e implementar una ruta de facilitación para las iniciativas de Biocomercio en mercado local.	PRODUCE MINAGRI MINAM
		5.2.3 Implementar actividades de promoción y posicionamiento comercial para el mercado nacional	N° de plataformas comerciales que promocionan el Biocomercio (existentes y nuevas).	10	12	14	16	74	Definir e implementar estrategia para promoción del Biocomercio en mercado local.	MINAM GREMIOS
								75	Elaborar y difundir un plan anual de plataformas comerciales locales de Biocomercio.	MINAM MINAGRI PRODUCE
								76	Planificar e implementar anualmente la difusión del Biocomercio y cadenas de valor (articulado a la imagen país) en plataformas locales que promocionan productos de biodiversidad nativa.	MINAM PRODUCE MINAGRI

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
			N° de iniciativas de Biocomercio que comercializan sus productos y servicios en mercado local	ND		1		77	Desarrollar el directorio e inventario de iniciativas de Biocomercio que comercializan sus productos en mercado nacional y monitorear las ventas locales que realizan.	
6.Gestión del conocimiento	Objetivo estratégico 6.1: Promover la gestión de conocimiento a través de la sistematización y difusión, en los diferentes temas/ actores del Biocomercio	6.1.1 Desarrollar mecanismos de sistematización de información del Biocomercio de los actores vinculados al tema.	Sistema de gestión de conocimiento de la información actualizado y disponible.	Existe una plataforma web www.biocomercioperu.pe que se encuentra desactualizada y fuera de línea	Rediseñar y publicar la plataforma web	Plataforma web se encuentra actualizada y es alimentada por todos los miembros	El sistema de gestión de conocimiento se mantiene actualizado	78	Rediseñar y publicar *on line* la plataforma web como un sistema de gestión de conocimiento de la información, que incluya base de datos de información I+D+i, publicaciones generadas, eventos, proyectos en ejecución, entre otros.	MINAM PROMPERU PRODUCE GREMIOS
								79	Actualizar el sistema de gestión de conocimiento de la información.	
			N° de instituciones que alimentan el sistema de gestión de conocimiento, con información vigente (último año)	0	1	1	1	80	Incluir en el Sistema de Información Agropecuario (MINAGRI) información de productos agrícolas de las cadenas de Biocomercio.	MINAGRI
								81	Diseñar una plataforma de información de trazabilidad y para la promoción de la oferta de productos forestales maderables y no maderables enmarcados en el modelo de Biocomercio.	MINAGRI
								82	Diseñar una plataforma de información de servicios enmarcados en el modelo de Biocomercio.	MINCETUR

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
		6.1.2 Desarrollar mecanismos de difusión de información del Biocomercio para los actores vinculados al tema	Plan de comunicación de Biocomercio elaborado y aprobado.	No existe un plan de comunicación consensuada de la CNPB	Elaboración y aprobación del plan de comunicación	Plan de comunicación ha sido implementadas en su totalidad	Se identifican las nuevas necesidades de comunicación, y plantean nuevas estrategias para cubrirlas	83	Elaborar un plan de comunicación de Biocomercio, para los diferentes públicos objetivos y actores relacionados con Biocomercio.	MINCETUR PROMPERU MINAM ADEX CCL
								84	Articular el plan de comunicación de Biocomercio a nivel nacional y regional.	MINCETUR PROMPERU MINAM
			Porcentaje de implementación del plan de comunicación	0	50	100	100	85	Implementar la estrategia de comunicación incluyendo actividades para la sensibilización de la ciudadanía de acuerdo con en el plan de comunicación.	MINCETUR PROMPERU MINAM
								86	Elaborar herramientas para hacer seguimiento y monitoreo a la implementación del plan de comunicación de Biocomercio.	MINCETUR PROMPERU MINAM
			Número de regiones en los que se desarrolla capacidades técnicas en biocomercio	ND	8	16	26	87	Fomentar la formación de profesionales con capacidades técnicas en los temas vinculados al Biocomercio en el sector público (nacional y regional), sector privado, universidades y centros de investigación.	MINCETUR PROMPERU MINAM UNIVERSIDADES

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
7. Monitoreo y Evaluación	Objetivo estratégico 7.1: Generar un sistema integrado del monitoreo del Biocomercio en el País	7.1.1 Monitoreo y evaluación de la Estrategia y Plan de Acción del Biocomercio	Plan de monitoreo y evaluación elaborado e implementado	No existe plan de monitoreo y evaluación	Se ha diseñado un sistema de monitoreo y evaluación de la ENByPA, realizando la primera medición de indicadores del plan de acción	Se ha implementado el sistema de monitoreo y evaluación de la EBByPA generando información de impacto de Biocomercio	Se monitorean los avances del plan de acción de la estrategia	88	Desarrollar e implementar un Plan de monitoreo y evaluación para la Estrategia y Plan de acción de Biocomercio, con el fin de medir el avance de indicadores y cumplimiento de metas propuestas.	MINCETUR PROMPERU MINAM
			Porcentaje de avance de la implementación del plan de monitoreo y evaluación.	0%	40	60	100			

EJE TEMÁTICO	OBJ. ESTRATÉGICO	LÍNEAS DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			ACTIVIDADES		RESPONSABLES
					2018	2021	2025			
		7.1.2 Monitoreo y evaluación de las iniciativas acerca del nivel de cumplimiento de los principios y criterios.	N° de iniciativas evaluadas en principios y criterios de Biocomercio	103	Estos indicadores generales son reflejo de todas las actividades del plan de acción harán parte del plan de monitoreo y evaluación.			89	Implementar una plataforma de monitoreo de Biocomercio que permita realizar un seguimiento a las iniciativas de Biocomercio.	MINCETUR PROMPERU MINAM
			Porcentaje de cumplimiento de los principios y criterios	73.40%						
			N° de hectáreas trabajadas bajo esquemas de Biocomercio.	101,629				90	Implementar la Herramienta de Verificación Nacional en Biocomercio en la ejecución de nuevos proyectos y programas. Incluir la formación de profesionales preparados para su aplicación.	MINAM
			Porcentaje de incremento del valor de exportaciones de Biocomercio	69%				91	Ajustar el sistema de información de exportaciones de la plataforma web exclusivamente a los productos considerados como Biocomercio, de acuerdo con las cadenas de valor ya trabajadas bajo este modelo de negocio.	PROMPERU

GLOSARIO DE TÉRMINOS

1. **Biocomercio:** es la actividad que, a través del uso sostenible de los recursos nativos de la biodiversidad, promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del Convenio sobre la 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.

2. **Bionegocios:** son aquellos negocios basados en el aprovechamiento rentable de productos de la diversidad biológica teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Un bionegocio instrumentaliza el modelo de negocio que incorpora la internalización de los costos por la conservación de los recursos naturales, la inclusión de comunidades y conocimientos tradicionales en la generación de valor y la dinamización de las economías locales.

3. **Desarrollo sostenible:** satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

4. **Diversidad biológica:** variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluidos, entre otras cosas, los ecosistemas terrestres y marinos y otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forma parte, comprende la diversidad dentro de cada especie y de los ecosistemas.

5. **Ecosistemas:** complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como una unidad funcional.

6. **Especie exótica invasora:** toda especie exótica que sobrevive, se reproduce, establece y dispersa con éxito en una nueva región geográfica, amenazando a ecosistemas, especies y hábitats, salud pública o actividades productivas.

7. **Especie naturalizada:** es una especie introducida de manera intencional o accidental, cuyas poblaciones se establecen y mantienen en un territorio sin necesidad de intervención humana.

8. **Hábitat:** lugar o tipo de ambiente en el que existen naturalmente un organismo o una población.

9. **Gestión efectiva de la biodiversidad:** en el contexto de la EPANDB, se entiende que es aquella gestión institucional de la biodiversidad que cuenta con planes implementados y recursos para su ejecución por el lapso de alcance comprendido en los mismos enmarcados en el cumplimiento de los objetivos del CDB. Y que debe cumplir con los siguientes criterios mínimos:
   a. Contar con un plan de manejo/maestro aprobado y en implementación.
   b. Contar con el presupuesto necesario para ejecutar el plan por el periodo señalado.

10. **Interculturalidad:** relación de respeto que busca articular los conocimientos, prácticas, concepciones y valores de las culturas originarias con los conocimientos y valores de otras culturas y de la ciencia moderna" (o se puede decir también y de las tecnologías y ciencias modernas). La interculturalidad busca un cambio de actitud en las personas de diferentes culturas, buscando la tolerancia, reciprocidad y respeto, pero también un reconocimiento del saber acumulado por los pueblos indígenas en relación a diversos temas y a partir de ellos construir nuevos saberes adecuados a la cultura y al medio ambiente (Propuesta Pedagógica de Educación Intercultural Bilingüe, DIGEIBIR – MINEDU, Diciembre 2012).

11. **Material genético:** todo material de origen animal, vegetal o microorganismos o de otro tipo que contenga unidades funcionales de la herencia.

12. **Modalidad de conservación:** son aquellas formas de manejo y aprovechamiento de la biodiversidad que comprenden diferentes objetivos de conservación y desarrollo sostenible, tales como las áreas naturales protegidas, las concesiones de conservación, servidumbres ecológicas, entre otros.

13. **Organismo vivo modificado (OVM):** cualquier organismo vivo que posea una combinación nueva de material genético que se ha obtenido mediante la aplicación de la biotecnología moderna.

14. **Organizaciones de usuarios:** son asociaciones civiles que tienen por finalidad la participación organizada de los usuarios en la gestión multisectorial y uso sostenible de los recursos naturales, señalando asimismo que el Estado puede garantizar la autonomía de las organizaciones de usuarios y la elección democrática de sus directivos.

15. **Proceso ecológico estratégico:** es toda aquella interacción entre los componentes de la biodiversidad, cuya existencia y mantenimiento contribuye al sostenimiento de otros procesos ecológicos, como por ejemplo el proceso de captación de aguas en bosques nublados que asegura la dinámica de cursos de aguas en su cuenca.

16. **Recursos biológicos:** se entiende a los recursos genéticos, los organismos o parte de ellos, las poblaciones, o cualquier otro tipo del componente biótico de los ecosistemas de valor o utilidad real o potencial para la humanidad.

17. **Recursos genéticos:** se entiende como el material genético de valor real o potencial.

18. **Sociedad civil:** se refiere a una amplia gama de organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro que están presentes en la vida pública, expresan los intereses y valores de sus miembros y de otros, según consideraciones éticas, culturales, políticas, científicas, religiosas o filantrópicas. Por lo tanto, el término organizaciones de la sociedad civil abarca una gran variedad de instancias: grupos comunitarios, organizaciones no gubernamentales, sindicatos, grupos indígenas, instituciones de caridad, organizaciones religiosas, asociaciones profesionales y fundaciones.

19. **Sostenibilidad:** característica o estado según el cual pueden satisfacerse las necesidades de la población actual y local sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones de satisfacer sus necesidades.

20. **Utilización sostenible:** es la utilización de componentes de la diversidad biológica de un modo y a un ritmo que no ocasione la disminución a largo plazo de la diversidad biológica, con la cual se mantiene las posibilidades de ésta de satisfacer las necesidades y las aspiraciones de las generaciones actuales y futuras.

REFERENCIAS

- CONCYTEC (2012) Agenda de Investigación e Innovación para el Biocomercio. 2012-2021.
- PerúBiodiverso (2013) La experiencia del Perúbiodiverso en la implementación de Principios y Criterios del Biocomercio.
- SIICEX - PROMPERÚ
- UNCTAD (2007) Principios y Criterios del Biocomercio http://unctad.org/es/docs/ditcted20074_sp.pdf.

SIGLAS UTILIZADAS

- ADEX: Asociación de Exportadores del Perú
- APTAE: Asociación Peruana de Turismo de Aventura Ecoturismo y Turismo Especializado
- BTFP: Programa de Facilitación de Biocomercio
- CAF: Banco de Desarrollo de América Latina
- CBBT: Proyecto de "Desarrollo de Capacidades para el Biocomercio en Namibia, Nepal y Perú
- CBTF: Capacity Building Task Force on Trade, Environment and Development
- CCL: Cámara de Comercio de Lima
- CITES: Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre
- CDB: Convenio sobre la Diversidad Biológica
- CMNUCC: Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático
- CNPB: Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio
- CONAM: Consejo Nacional del Ambiente
- COP: Conferencia de las Partes (COP)
- DIGESA: Dirección General de Salud Ambiental
- ENDB: Estrategia Nacional de Diversidad Biológica
- FAO: Organización de Naciones Unidas para la Alimentación
- FLO: Fair Trade Labelling Organization International
- GEF: Global Environment Facility
- GIZ: Agencia de Cooperación Alemana al Desarrollo
- IIAP : Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana
- IPCC: Intergovernmental Panel on Climate Change
- IPPN: Instituto Peruano de Productos Naturales
- ITC: International Trade Center

- LOHAS: Life Style of Health and Sutainability
- MINAGRI: Ministerio de Agricultura y Riego
- MINAM: Ministerio del Ambiente
- MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- PCM: Presidencia del Consejo de Ministros
- OMC: Organización Mundial de Comercio
- OMS: Organización Mundial de la Salud
- OMPI: Organización Mundial de Propiedad Intelectual
- PBD: Proyecto Perú Biodiverso
- PNPB: Programa Nacional para la Promoción del Biocomercio
- PNUMA: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
- PRODUCE: Ministerio de la Producción
- PROMPERÚ: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
- PyC: Principios y Criterios del Biocomercio
- RREE: Ministerio de Relaciones Exteriores
- SANIPES: Organismo Nacional de Sanidad Pesquera
- SECO: Secretaría de Estado para Asuntos Económicos
- SENASA: Servicio Nacional de Sanidad Agraria
- SERFOR: Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre
- SERNANP: Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas
- UEBT: Unión para el Biocomercio Ético
- UNCTAD: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
- UNEP: United Nations Environment Programme