

ESTRATEGIA NACIONAL DE BIOCOMERCIO

Consultor:
Eco. Blanca Sánchez Abad

Febrero, 2007

SIGLAS

ADEX	Asociación de Exportadores
APTAE	Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo
BTFFP	Programa de Facilitación del Biocomercio
CAF	Corporación Andina de Fomento
CAN	Comunidad Andina de Naciones
CBI	Centro para la Promoción de Importaciones de los Países en Desarrollo (Países Bajos)
CCI	Centro de Comercio Internacional (UNCTAD/OMC)
CDB	Convenio Sobre la Diversidad Biológica
CG	Comité de Gestión del PNB
CITE	Centros de Innovación Tecnológica
CITES	Convención sobre Comercio Internacional de Especies Amenazadas de la Fauna y Flora Silvestre
CNBC	Comisión Nacional de Biocomercio
CNC	Consejo Nacional de Competitividad
CONAM	Consejo Nacional del Ambiente
CONCYTEC	Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación
GTZ	Cooperación Técnica Alemana
IIAP	Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana
INDECOPI	Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual
INIEA	Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria
INRENA	Instituto Nacional de Recursos Naturales
IPPN	Instituto Peruano de Productos Naturales
MINAG	Ministerio de Agricultura
MINCETUR	Ministerio de Comercio exterior y turismo
ONGs	Organizaciones No-Gubernamentales
OTCA	Organización del Tratado de Cooperación Amazónica
PCM	Presidencia del Consejo de Ministros
PDRS	Programa Desarrollo Rural Sostenible de la GTZ
PNC	Plan Nacional de Competitividad
PNCP	Programa Nacional de Cadenas Productivas
PNBP	Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú
PNPO	Programa Nacional de Productos Orgánicos
POA	Plan Operativo Anual
POAE	Plan Operativo Anual Específico
PN'sBC	Programas Nacionales de Biocomercio
PRODUCE	Ministerio de la Producción
PROMPEX	Comisión para la Promoción de Exportaciones
RREE	Ministerio de Relaciones Exteriores
SECO	Secretaría de Estado de Economía (Suiza)
SIPPO	Programa Suizo de Promoción de Importaciones

CONTENIDO

1.	PRESENTACION	4
2.	INTRODUCCIÓN	6
2.1.	La Iniciativa de Biocomercio	6
2.1.1.	Principios y Criterios	8
2.1.2.	Enfoques.....	9
2.2.	Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú – PNBP	11
2.2.1.	Modelo de Organización planteado.....	12
2.2.2.	Componentes y/o plataforma de servicios	15
3.	DIAGNOSTICO	16
3.1.	Implementación del PNBP.....	16
3.1.1.	Modelo de organización aplicado	17
3.1.2.	Actividades	19
3.1.2.1.	Proyectos:	24
3.1.2.2.	Instrumental y Estudios realizados.....	29
3.2.	Análisis del Proceso de Implementación	30
3.2.1.	Análisis Institucional	30
3.2.2.	Análisis Operativo:	32
4.	MARCO GENERAL DE LA ESTRATEGIA	33
4.1.	Visión y Misión del PNBP	34
4.2.	Ejes Estratégicos	34
4.3.	Análisis FODA y Definición de Estrategias	36
4.4.	Objetivo General.....	42
4.5.	Objetivos Estratégicos	42
4.6.	Matriz del Plan Estratégico	47
5.	MECANISMOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA	52
5.1.	Político Institucional	52
5.1.1.	Estructura Organizacional.....	54
5.1.1.1.	Pleno.....	54
5.1.1.2.	Consejo Directivo.....	54
5.1.1.3.	Secretaría Técnica Colegiada	55
5.1.1.4.	Comités de Gestión	55
5.2.	Financiero.....	55
5.3.	Información	56
5.4.	Programas de Asistencia Técnica y Capacitación.....	56
5.5.	Planificación y monitoreo.....	64
6.	RECOMENDACIONES PARA SU IMPLEMENTACION	64
7.	ANEXOS	67

1. PRESENTACION

La ratificación del Convenio de Diversidad Biológica permitió que los países reafirmaran su compromiso de establecer estrategias nacionales de diversidad biológica, que promuevan, entre otras actividades, el uso sostenible de la diversidad biológica, propiciando la distribución justa y equitativa de los beneficios generados por dicho uso. En el Perú, la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica ha sido el marco para la formulación e implementación del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio, que tiene el propósito de contribuir a la conservación de la biodiversidad, la superación de la pobreza y la descentralización económica; impulsando el desarrollo sostenible del país en base al uso racional de la biodiversidad nativa.

El Biocomercio, concebido como una herramienta para contribuir al desarrollo sostenible del país, propone establecer un modelo empresarial, soportado en los 3 pilares del Convenio de Diversidad Biológica: sostenibilidad económica, social y ambiental. De esta manera a través del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio, se busca generar un entorno político que facilite la incorporación de esta iniciativa en el ámbito productivo y empresarial y brindar a los agentes económicos del campo y la ciudad, instrumentos de gestión que les permitan mejorar su competitividad de manera sostenida.

El elemento diferenciador de esta iniciativa, es el énfasis en los recursos de la biodiversidad nativa, con la finalidad no sólo de promover el comercio sostenible de los bienes y servicios generados a partir de su aprovechamiento, sino además de contribuir a su conservación; ya que en muchos casos se encuentran en situación vulnerable con relación a productos introducidos con gran demanda en los mercados, cuya producción ha ocasionado en muchos casos el desplazamiento de las especies nativas.

En ese sentido, con el lanzamiento del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el año 2003, se ha logrado poner en marcha un conjunto de actividades, que permitieron sentar las bases operativas e institucionales para el desarrollo de esta iniciativa en el país. La implementación de este Programa ha estado respaldada por un grupo de trabajo interinstitucional, denominado Comisión de Promoción del Biocomercio, cuyo periodo de vigencia culmina en abril del presente año.

Justamente, durante la última sesión de trabajo de esta Comisión, llevada a cabo en mayo del 2006, las instituciones que la conforman coincidieron en la necesidad de elaborar un Plan Estratégico que organice y oriente las acciones del Programa Nacional para los próximos años, de tal manera que sirva de base no sólo para el establecimiento de un sistema de coordinación interinstitucional, sino además para posibilitar el seguimiento y verificación de los impactos generados por dicho Programa.

El objetivo central del presente trabajo es presentar una propuesta de Plan Estratégico Nacional de Biocomercio para los siguientes años, en base a los lineamientos del Programa Nacional y a la experiencia en su puesta en marcha.

Cuando la elaboración de un Plan estratégico toma en cuenta la experiencia previa, además del recuento de los avances, se debe considerar un análisis de la experiencia, que permita identificar los logros y limitaciones, a fin de aplicar estrategias concretas que permitan replicar modelos establecidos y proponer soluciones más acertadas a la problemática identificada.

Por lo tanto, antes de presentar la propuesta, se ha realizado un recuento sucinto de las actividades realizadas durante las fases de diseño e implementación del Programa, con énfasis en la descripción del proceso de institucionalización, debido a la falta de consistencia política que ha mostrado en este proceso. En la primera parte y a manera de introducción se hace mención de los elementos que dieron origen al surgimiento de esta iniciativa en el Perú, y de cómo se gestó finalmente el Programa Nacional.

En la segunda parte, se describe el proceso de implementación del Programa Nacional; la estructura organizacional, en el marco del cual se llevaron a cabo las actividades, así como las actividades ejecutadas durante los 3 últimos años, que incluye una breve descripción de los proyectos de cooperación internacional, gestionados en el marco de esta iniciativa, y un análisis de la parte institucional y operativa.

El Plan Estratégico, propuesto en el siguiente capítulo, se elaboro tomando como base los antecedentes antes mencionados y un análisis FODA que se presenta de manera integral tomando elementos tanto institucionales como operativos, y que recoge insumos de los capítulos precedentes.

Seguido del marco general del Plan Estratégico, se presenta una propuesta de mecanismos para la puesta en marcha de dicho Plan, de los cuales destaca, la propuesta de estructura institucional que dará soporte a la implementación de la estrategia, ya que se considera que sin un marco institucional sólido y bien definido la implementación del plan no tendría mucho éxito.

El documento culmina con una relación de recomendaciones, recogidas de los miembros de la comisión y propuestas por el consultor, tomando en consideración su experiencia de trabajo en los últimos 4 años.

2. INTRODUCCIÓN

2.1. La Iniciativa de Biocomercio

La Iniciativa de Biocomercio fue lanzada por la UNCTAD, en el marco de la III reunión de las Partes (1996) del Convenio de Diversidad Biológica¹ - CDB, con el objetivo de estimular en los países megadiversos el comercio y la inversión en bienes y servicios derivados del aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, bajo tres pilares fundamentales de la sostenibilidad: económica, social y ambiental.

Para poner en marcha esta iniciativa, se contempló la creación de Programas Nacionales de Biocomercio – PN'sBC, cuya principal finalidad sería de ser el soporte político y el marco institucional para promover el Biocomercio.

En ese sentido, la UNCTAD ha venido apoyando la creación de estos Programas en países como Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela y Brasil en América del Sur, así como Vietnam y Uganda en África, los mismos que se diseñaron tomando en cuenta las características geográficas y la coyuntura política e institucional de cada uno de estos países.

Además del apoyo en la formación de los PN'sBC, la UNCTAD ha ejecutado, en coordinación con cada uno de ellos, el Programa de Facilitación del Biocomercio (BTFP por sus siglas en inglés), con el objetivo de facilitar el comercio sostenible de productos y servicios de la biodiversidad.

A través del BTFP, cuya primera fase culmina en julio del presente año, la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD ha apoyado, entre otras actividades, en la definición de la matriz preliminar de Principios y enfoques básicos del Biocomercio. Adicionalmente, se han diseñado metodologías y herramientas como el análisis de cadenas de valor y los lineamientos básicos para la elaboración de planes de manejo, con el objetivo de facilitar la incorporación de los principios de Biocomercio durante el proceso de fortalecimiento de las cadenas seleccionadas en el marco de este Programa.

En el ámbito regional, han surgido alianzas estratégicas, como el Programa Andino de Biocomercio y el Programa Amazónico de Biocomercio. El primero se origina en el Marco de la Cumbre de Johannesburgo (2002), con la suscripción de una Alianza Estratégica, entre la UNCTAD, la Comunidad Andina de Naciones - CAN y la Corporación Andina de Fomento - CAF, a fin de generar una plataforma de coordinación e interrelación con los Programas Nacionales de Biocomercio de la Región Andina (Ver Anexo 1), que tenga por finalidad:

¹ El Convenio de Diversidad Biológica, fue suscrito en julio de 1992, en el marco de la cumbre de la Tierra y tiene carácter mandatorio para los países firmantes, entre ellos el Perú

- a. Apoyar la Estrategia Regional Andina de Biodiversidad².
- b. Fomentar el desarrollo de los mercados de la Biodiversidad de acuerdo a los principios de sostenibilidad.
- c. Construir capacidades para la introducción y adaptación de nuevas tecnologías para la conservación y uso sostenible de la Biodiversidad.
- d. Apoyar la creación de un entorno institucional adecuado para el desarrollo de mercados de bienes y servicios de la Biodiversidad y,
- e. Apoyar la movilización de recursos financieros adicionales para los Bionegocios en la Región Andina.³

El Programa Andino de Biocomercio ya cuenta con un plan de acción para los siguientes dos años y la CAN, como institución coordinadora de este Programa, viene haciendo las gestiones ante entidades de cooperación internacional, para conseguir los fondos que permitan poner en marcha dicho plan. Cabe indicar además, que para su elaboración se realizó un proceso de consulta a los PN'sBC, con la finalidad de garantizar que las actividades respondan a las demandas de los propios países.

Es importante mencionar, que en marco de este Programa ya se ha culminado la fase preliminar del proyecto regional: *Facilitación del financiamiento para los bionegocios en la región Andina y apoyo a las actividades de mercados*, cuya coordinación estuvo a cargo de la CAF y contó con la participación de los Programas Nacionales de Biocomercio de Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela. Para el presente año se espera iniciar la implementación de este proyecto, con un horizonte de tiempo de 5 años.

El Programa Amazónico de Biocomercio, que actualmente se encuentra en su fase de diseño, es un acuerdo de cooperación institucional entre UNCTAD, OTCA y la GTZ; suscrito con el objetivo de generar sinergias para facilitar un entorno político y normativo para el desarrollo del Biocomercio en los países amazónicos, en concordancia con los lineamientos de la OTCA.

El proceso de elaboración de este Programa se inició en enero del 2006, bajo la coordinación de la UNCTAD y la participación de Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela, Guyana y Surinam. Para ello, cada país participante debería preparar un diagnóstico, que serviría de insumo para la elaboración del Programa Amazónico de Biocomercio.

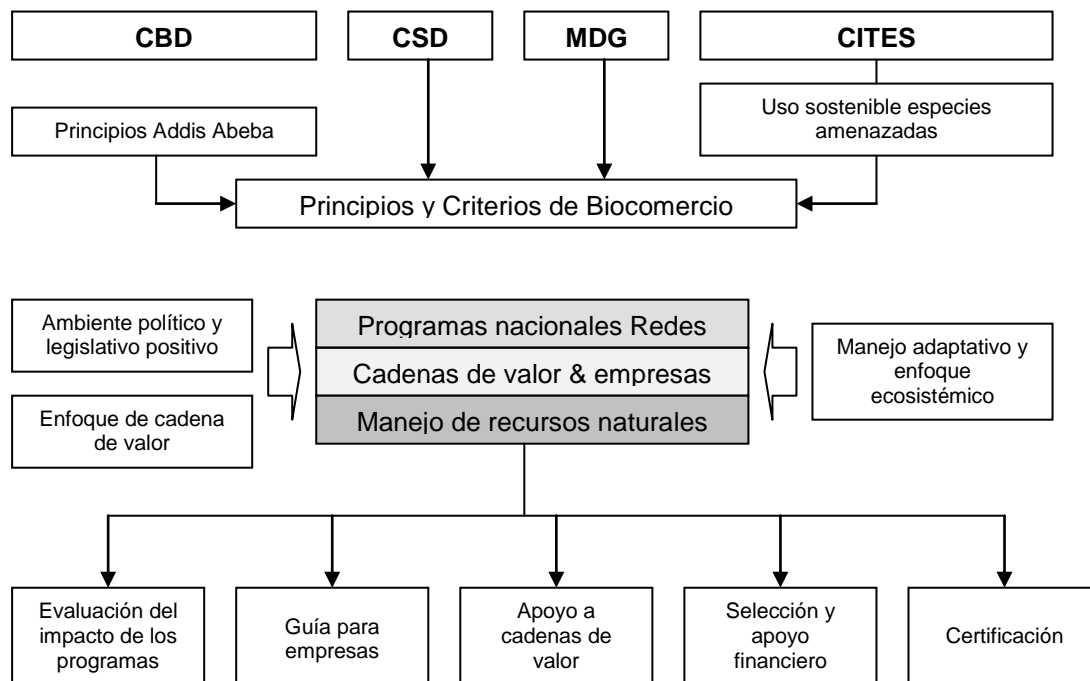
² www.comunidadandina.org

³ Documento preliminar elaborado por la CAN.

2.1.1. Principios y Criterios

La definición de los Principios y Criterios de Biocomercio, se inició paralelamente con el proceso de formación de los PN'sBC. El marco conceptual que respalda esta propuesta ha sido diseñado por la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, tal como se muestra en el grafico N° 1.

Gráfico N° 1. Marco general para la puesta en práctica de los Principios y Criterios de Biocomercio



Fuente: Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, marzo 2006.

El proceso de definición de los P&C, ha sido coordinado por la UNCTAD y hasta la fecha ha pasado por 3 fases:

1. Elaboración de propuestas por parte de los Programas Nacionales de Biocomercio de la Región Andina (2002)
2. Discusión y consenso regional (2004), quedando como resultado la matriz regional de P&C de Biocomercio

3. Revisión de la matriz regional y validación de los P&C a nivel nacional, a cargo de los Programas Nacionales de Biocomercio y sus socios estratégicos, a fin de ajustarlos o corregirlos, según sea el caso, para su aplicabilidad a nivel nacional.

Esta última fase aún no ha culminado. En el Perú, la matriz regional de P&C fue utilizada como parte del sistema de cumplimiento para la certificación SQF, en el marco de un Proyecto Piloto⁴, para lo cual se definieron indicadores que permitan verificar el cumplimiento de la matriz regional. Los resultados no fueron del todo alentadores, ya que sólo 2 de las 6 empresas participantes obtuvieron algo más del 50% de cumplimiento, situación que podría estar indicando que los estándares de estos P&C son muy altos para las empresas peruanas de este sector.

Es necesario que se culmine con este proceso, ya que se corre el riesgo de definir un estándar muy alto que las empresas no podrán cumplir o peor aún generen contradicciones en su aplicabilidad. Esta situación, se agrava más si tomamos en cuenta que la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD ya ha iniciado un proceso para definir el estándar internacional que norme el cumplimiento de los P&C de Biocomercio.

La definición participativa de los P&C es de suma importancia, ya que son estos elementos los que finalmente determinarán si se está haciendo o no Biocomercio, y más aún si es factible promover el comercio de estos productos, considerando lineamientos de conservación de las especies.

Una vez que se establezcan los P&C, su aplicabilidad no será de carácter obligatorio e imperativo, lo que se busca es que las iniciativas de Biocomercio, los incorporen en su gestión de manera voluntaria y paulatina, como parte de un PROCESO DE CAMBIO, que se inicie con la predisposición a trabajar en el marco de estos lineamientos, hasta lograr el mayor cumplimiento a lo largo del tiempo.

El reto sería entonces, culminar con la revisión y validación los P&C y posteriormente definir un mecanismo amigable de aplicabilidad por parte de las empresas, acompañado por un sistema de seguimiento y monitoreo.

2.1.2. Enfoques

Los PN'sBC y la UNCTAD han definido tres enfoques básicos para el Biocomercio: cadenas de valor, gestión adaptativa y enfoque por ecosistemas. Es importante considerarlo en el presente informe, porque serán tomados como enfoques básicos para la implementación de la Estrategia. Su aplicabilidad garantizará un entorno favorable para la implementación de los P&C del Biocomercio

⁴ Programa de Capacitación y Certificación SQF, con 6 empresas del sector de Ingredientes y Productos Naturales (2005)

La descripción de estos enfoques ha sido desarrollado por la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, tal como se presenta a continuación:

Cadena de valor

El término *cadena de valor* se refiere a la alianza entre productores, procesadores, distribuidores, comercializadores e instituciones de apoyo y normatividad quienes partiendo de una demanda del mercado establecen una visión conjunta para reconocer necesidades comunes para trabajar conjuntamente en el cumplimiento de metas y que están dispuestos a compartir los beneficios y riesgos asociados, así como invertir tiempo, energía y recursos para lograr alcanzar la metas planteadas

En el marco de las actividades del Biocomercio, el análisis de cadenas de valor es una herramienta que permite establecer una visión conjunta e identificar necesidades comunes para desarrollar estrategias de intervención. Estas estrategias permiten incrementar la competitividad del sector, facilitar la articulación de los actores que participan en una cadena que involucra el uso de la biodiversidad y favorecer la generación de beneficios ambientales, sociales y económicos entre los participantes.

Gestión adaptable o adaptativa⁵

La gestión adaptable o adaptativa en un sistema debe permitir implementar acciones correctivas para facilitar soluciones y el desarrollo que resultan de un proceso de monitoreo continuo.

En el caso del manejo de los recursos biológicos, la gestión adaptativa parte del monitoreo de los efectos (ambientales, sociales y económicos) del uso de los recursos biológicos sobre el estado de los ecosistemas y poblaciones intervenidas. Este tipo de gestión debe permitir el ajuste de los sistemas de manejo de manera apropiada, incluyendo modificaciones o suspensión de actividades que van en detrimento de las poblaciones manejadas.

La aplicación de sistemas de gestión adaptable en Biocomercio es una herramienta que contribuye a la mejora continua del desempeño de las iniciativas empresariales. Estos sistemas permiten el análisis de variables que afectan diferentes aspectos ambientales, sociales y económicos de la empresa a través de la implementación de sistemas adecuados de seguimiento.

Enfoque por ecosistemas

El enfoque por ecosistemas es una estrategia para el manejo integrado de tierra, agua y recursos biológicos que promueve la conservación y uso sostenible de manera

⁵ CBD. Programme on Sustainable use of biodiversity. Addis Ababa Principles and Guidelines. <http://www.biodiv.org/programmes/socio-eco/use/addis-principles.asp>

equitativa. Para el CBD, la aplicación de este enfoque ayuda a alcanzar un balance entre los tres objetivos del convenio⁶.

De acuerdo con el CBD, el enfoque por ecosistemas está basado en la aplicación de metodologías científicas adecuadas y prestando atención prioritaria a los niveles de la organización biológica que abarcan los procesos esenciales, las funciones y las interacciones entre organismos y su medio ambiente. En dicho enfoque se reconoce que los seres humanos con su diversidad cultural, constituyen un componente integral de muchos ecosistemas.

El enfoque por ecosistemas para iniciativas de Biocomercio cobra importancia dado que la aplicación de criterios de sostenibilidad y buenas prácticas por parte de las iniciativas empresariales necesita de una visión integral de los componentes bióticos, abióticos y sociales de los sistemas productivos, así como de las interacciones y procesos en los cuales estos participan. En la práctica, la planificación de los sistemas productivos sobre los cuales se basan las iniciativas de Biocomercio, debe hacerse bajo un enfoque ecosistémico que garantice la conservación y uso sostenible de la biodiversidad de acuerdo con las posibilidades y visión de las poblaciones humanas involucradas.

Es importante indicar que la aplicabilidad de los P&C, dependerá también de cómo los agentes económicos involucran dentro de sus actividades y de su propia gestión los enfoques del Biocomercio, es decir que mientras se logre que las empresas orienten su gestión al modelo de cadenas de valor, gestión adaptativa y gestión ecosistémica; les será más fácil su cumplimiento.

2.2. Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú – PNB

El principal referente para la formulación del PNB en el Perú fue el artículo 87 del Reglamento de la Ley sobre Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica, que define el concepto del **Biocomercio** como *la actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la biodiversidad, promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del Convenio de Diversidad Biológica; apoyando al desarrollo de la actividad económica a nivel local, mediante alianzas estratégicas y la generación de valor agregado de productos de la biodiversidad, competitivos para el mercado nacional e internacional, con criterios de equidad social y rentabilidad económica.*

Para su elaboración se pasó por las siguientes fases:

- **Primera fase (de agosto del 2000 a julio del 2001):** inicio de las coordinaciones interinstitucionales para la creación del PNB en el Perú y

⁶ <http://www.biodiv.org/programmes/cross-cutting/ecosystem/description.asp>

elaboración de estudios de base: normatividad, potencial de recursos, aspectos financieros, entre otros.

- **Segunda fase (Agosto 2001 – Julio 2003):** se crea el Comité Biocomercio Perú, presidido por el CONAM cuya Secretaría Técnica es asumida por PROMPEX. Además, se elabora el diagnóstico para el establecimiento del Programa Nacional de Biocomercio en el Perú y se realizan los talleres de validación en las principales regiones del país. Durante esta fase se inicia el diseño del PNB.
- **Tercera fase (de julio del 2003 a la fecha):** Durante esta fase, se inician las coordinaciones con la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, para la ejecución del Programa de Facilitación del Biocomercio y la implementación operativa del PNB. En el 2004, se aprueba el PNB por Consejo Directivo de CONAM y en el 2005, se crea el grupo técnico: Comisión Nacional de Biocomercio, adscrito al Consejo Directivo del CONAM, con la finalidad de dirigir y coordinar la implementación del PNB.

El PNB en el Perú, se formuló con el objetivo de *impulsar y apoyar la generación y consolidación de los bionegocios, basados en la biodiversidad nativa, como incentivo para su conservación, aplicando criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, en concordancia con los objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) y la Estrategia Nacional sobre Diversidad Biológica (ENDB)*⁷.

El presente capítulo, se centrará en la descripción del modelo de organización que se planteó para su puesta en marcha, así como en la mención a los componentes o plataforma de servicios que brindaría el PNB. En el siguiente capítulo se describirá de manera sucinta el proceso de implementación, sus logros y actividades, así como el modelo de organización que efectivamente, se aplicó durante este proceso.

2.2.1. Modelo de Organización planteado

Durante las primeras fases del proceso de diseño del PNB se identificaron instituciones públicas y privadas, comprometidas con el desarrollo sostenible del país y que podrían ser parte de la organización que lideraría esta iniciativa, la misma que por la naturaleza geográfica del país, debería estructurarse como un Sistema de Red Institucional, cuyo trabajo de manera coordinada e interrelacionada, garantice un mayor alcance de los impactos del Programa.

⁷ El documento de la Estrategia Nacional sobre diversidad Biológica (ENDB) responde al carácter mandatorio del CDB que Perú como Estado suscribió en Rio de Janeiro el 12 de julio de 1992 y ratificó el 23 de abril de 1993. Está basado en diversos documentos que se han producido a lo largo de este proceso, tanto por consultores como por equipos de trabajo. En éstos han intervenido directamente la Comisión Nacional de Diversidad Biológica (CONADIB) a través del Comité Técnico de la Estrategia y comités locales de 18 departamentos del país.

Este **Sistema de Red Nacional** se formalizó en principio a través de un Comité adscrito a la presidencia del CONAM, conformado por un grupo de instituciones públicas y privadas, presididas por el CONAM y contemplaba la existencia de puntos focales regionales, que deberían ser ubicados de manera estratégica en Iquitos, Cusco, Arequipa y Piura, a fin de garantizar el seguimiento de las actividades en la Amazonía y las regiones del norte y sur del país.

Luego de la vigencia del Comité, y para mantener la continuidad del PNP, se planteó la conformación de una Comisión Nacional de mayor envergadura institucional, la cual debería estar adscrita a la presidencia del Consejo de Ministros - PCM, de tal manera que se garantice mayor peso político a esta iniciativa. Para esta Comisión, se propuso la siguiente estructura:

- Pleno de la **Comisión Nacional** sería la encargada del soporte político y dirección técnica del PNP, y además daría seguimiento y fiscalizará las actividades de una Unidad Ejecutora. La Comisión estaría integrada por las siguientes instituciones:

Sector público: Un representante titular de:

- Consejo Nacional del Ambiente – CONAM,
- Comisión para la Promoción de Exportaciones – PROMPEX,
- Instituto Nacional de Recursos Naturales – INRENA,
- Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana – IIAP,
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología – CONCYTEC,

Sector privado.- Un representante titular y un alterno de:

- Una organización empresarial privada
- Organismo Ejecutor

- El **Organismo Ejecutor**, organización de carácter privado o mixto, que albergue a la Unidad Operativa, y coordine la ejecución de los POA's.
- La **Unidad Operativa**, sería la instancia implementadora del PNP, ubicada dentro del Organismo Ejecutor. Se constituye en la unidad de coordinación y ejecución de las actividades del Programa. El coordinador de este estamento actuaría como Secretario Técnico y participaría con derecho a voz pero no a voto.
- **Comité Consultivo**, unidad de apoyo e instancia encargada de impulsar y promover políticas que respalden sus actividades y asesorar la gestión del Organismo Ejecutor. Sus integrantes serían:

Sector público: Un representante titular de las siguientes instituciones:

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR,
- Secretaría de Asuntos Económicos Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores - RREE,
- Ministerio de la Producción – PRODUCE,
- Instituto de Investigación y Extensión Agraria – INIA,
- Consejo Nacional de Competitividad – CNC,
- Consejo Nacional de Descentralización - CND,
- Comisión Nacional de Pueblos Andinos, Amazónicos y Afroperuanos (Ahora INDEPA)

Instituciones Financieras y de Cooperación.- un representante:

- Fondo Nacional para las Áreas Naturales Protegidas - PROFONANPE,
- Fondo Nacional del Ambiente - FONAM,
- Fondo de Promoción del Desarrollo Forestal - FONDEBOSQUE

Sector privado.- Un representante titular de las siguientes instituciones:

- Sociedad Nacional del Ambiente en representación de las redes de ONGs
- Asamblea Nacional de Rectores
- Comunidades campesinas y nativas de la costa, sierra y selva

Grafico N° 2: Estructura Organizacional Planteada

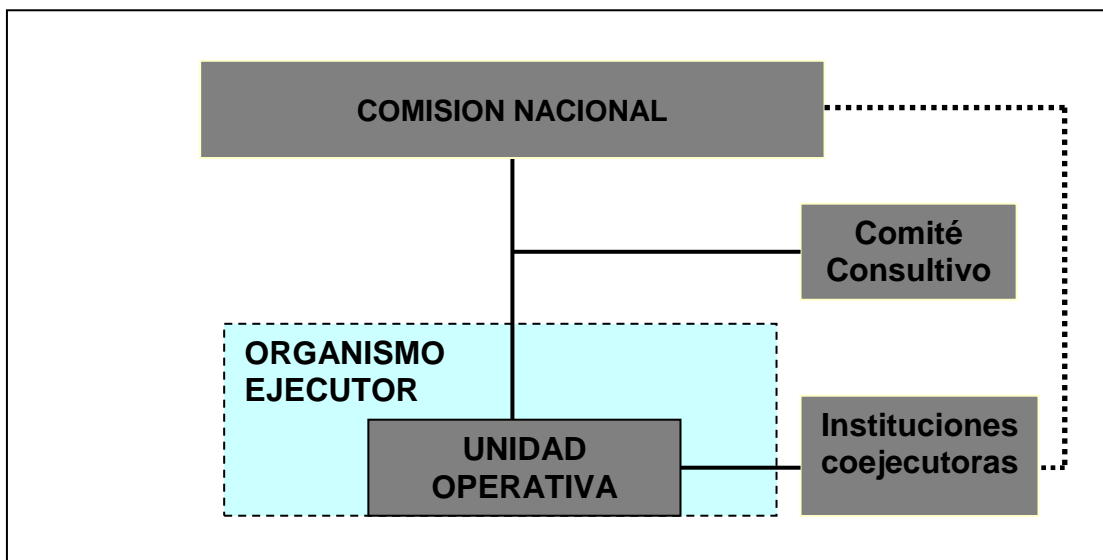


Grafico N° 3: Sistema de Red Planteado



Fuente: Programa Nacional de Promoción del Biocomercio, 2004.

2.2.2. Componentes y/o plataforma de servicios

El principal resultado de la primera fase del proceso de diseño del PNB, fue el *Diagnóstico para la puesta en marcha del Biocomercio en el Perú*, el mismo que permitió identificar vacíos y limitaciones, que posteriormente serían la guía para el diseño de los servicios requeridos para impulsar esta iniciativa, enmarcados en los siguientes componentes:

Componente 1: Políticas y estrategias para el fomento de cadenas de valor, con el objetivo de generar un entorno positivo para el desarrollo de cadenas de valor en coordinación con las instituciones competentes.

Componente 2: Asistencia técnica y capacitación, con el objetivo de fortalecer a las iniciativas de Biocomercio, a través de la asistencia técnica y capacitación a las empresas y a sus proveedores.

Componente 3: Promoción de inversiones y acceso a recursos financieros, con el objetivo de identificar y difundir oportunidades de inversión y financiamiento para las iniciativas de Biocomercio, así como asesorar en aspectos de gestión financiera.

Componente 4: Promoción Comercial, con el objetivo de promover el comercio nacional e internacional.

Si bien estos componentes fueron la base para la definición de actividades, la carencia de un Plan Estratégico Nacional, no ha permitido definir metas concretas en el corto y mediano plazo, que permitan demostrar el impacto de este Programa.

Por lo tanto, la elaboración del presente documento tiene como principal finalidad salvar esa limitación, y proponer en base a un análisis de la experiencia en la implementación del PNBP, un Plan Estratégico para los siguientes 5 años.

3. DIAGNOSTICO

Los puntos tratados en este capítulo, responde a la necesidad de identificar los principales elementos surgidos durante la implementación del Programa, de tal manera que las estrategias que se definan tomen en cuenta los avances y logros obtenidos durante este periodo, así como los obstáculos y vacíos presentados. El desarrollo de su contenido se hará en dos partes; en la primera se hará una descripción del proceso de implementación, con énfasis en una descripción del esquema de organización realmente aplicado y posteriormente se hará un análisis de este proceso, tanto a nivel institucional, como a nivel operativo.

Los insumos para su desarrollo, se han obtenido de los informes y reportes realizados por el PNBP, así como otros documentos relevantes que permitan realizar un análisis objetivo de la experiencia durante este proceso. Además se han realizado entrevistas a los actores que han tenido mayor participación en la Comisión Nacional de Biocomercio, aplicando un cuestionario de autoevaluación sobre sus percepciones acerca del funcionamiento organizacional del PNBP, el cumplimiento de los objetivos planteados y las expectativas para los siguientes años.

3.1. Implementación del PNBP

Para la descripción de esta sección se ha tomado como referencia los 3 últimos años del periodo de puesta en marcha del PNBP (2003 – 2006), y no pretende ser un informe de actividades que abarque todos los detalles de este proceso, ya que sólo se centrara en una descripción sucinta de los acontecimientos más importantes, con énfasis en el modelo de organización que se empleó, así como en las principales actividades realizadas.

3.1.1. Modelo de organización aplicado

En el capítulo anterior se presentó el modelo de organización que fue planteado en un inicio para la puesta en marcha del Programa, sin embargo en la práctica el modelo aplicado fue otro, debido entre otros motivos, a que no se hicieron las gestiones necesarias para adscribir la Comisión Nacional de Biocomercio a la Presidencia de Consejo de Ministros - PCM, tal como se había previsto. Además, no se tomó en cuenta el informe elaborado para evaluar y seleccionar al Organismo Ejecutor⁸.

Consecuencia de ello, la Comisión se creó como Grupo técnico del Consejo Directivo del CONAM, por un periodo de 2 años (Ver Anexo N° 2), y tal como contempla el Artículo N° 4 del Decreto de su creación, debía haberse establecido el reglamento principalmente para definir la estructura de la Comisión. El documento del Reglamento fue elaborado pero no llegó a ser aprobado por el pleno, lo que originó que la Comisión como tal, no ejerciera sus funciones y no se llevaran a cabo las reuniones de coordinación propias de los grupos técnicos.

A pesar que la Comisión no contaba con un reglamento que establezca la estructura organizacional, definiendo los roles y compromisos de sus integrantes, el grupo técnico se puso en marcha en base a la siguiente estructura:

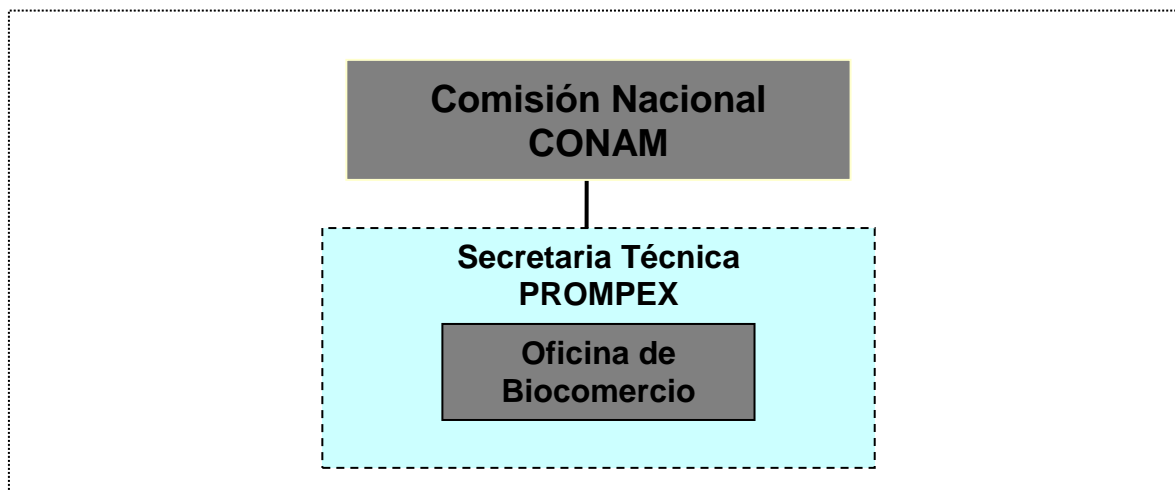
- La **Comisión Nacional**, fue creado como el Grupo Técnico Nacional de carácter multisectorial: “Comisión para la Promoción del Biocomercio – Perú”, con el objetivo de actuar como instancia de soporte político y dirección técnica del PNBP y estaría constituida por:
 - Consejo Nacional del Ambiente - CONAM, quien la presidirá
 - Comisión para la Promoción de las Exportaciones – PROMPEX
 - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR
 - Ministerio de Relaciones Exteriores – RREE
 - Ministerio de la Producción – PRODUCE
 - Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana – IIAP
 - Instituto Nacional de Recursos Naturales – INRENA
 - Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación – CONCYTEC
 - Red de ONG ambientalistas
 - Comunidades campesinas y nativas, designado por el INDEPA
 - Gremios u organizaciones empresariales

- La **Presidencia**, a cargo del CONAM, tal como establecía el Decreto de la creación de este grupo técnico.

⁸ Para este proceso se conformó un petit comité integrado por un representante de CONCYTEC, IIAP, INRENA, CONAM y la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, quienes seleccionaron a 3 instituciones para ser evaluadas: FONAM, FONDEBOSQUE y PROFONANPE, que por su naturaleza podrían cumplir un rol adecuado como Organismo Ejecutor del PNBP.

- La **Secretaría Técnica**, a cargo de PROMPEX, que a pesar de no estar formalmente establecida a través del reglamento, continuó ejerciendo este rol que le fue designado en el marco del Comité Biocomercio Perú⁹. Cabe señalar además, que PROMPEX ha sido la única institución que hasta la fecha ha incorporado dentro de su propia estructura organizacional una Oficina dedicado exclusivamente a actividades relacionadas con el PNBP.

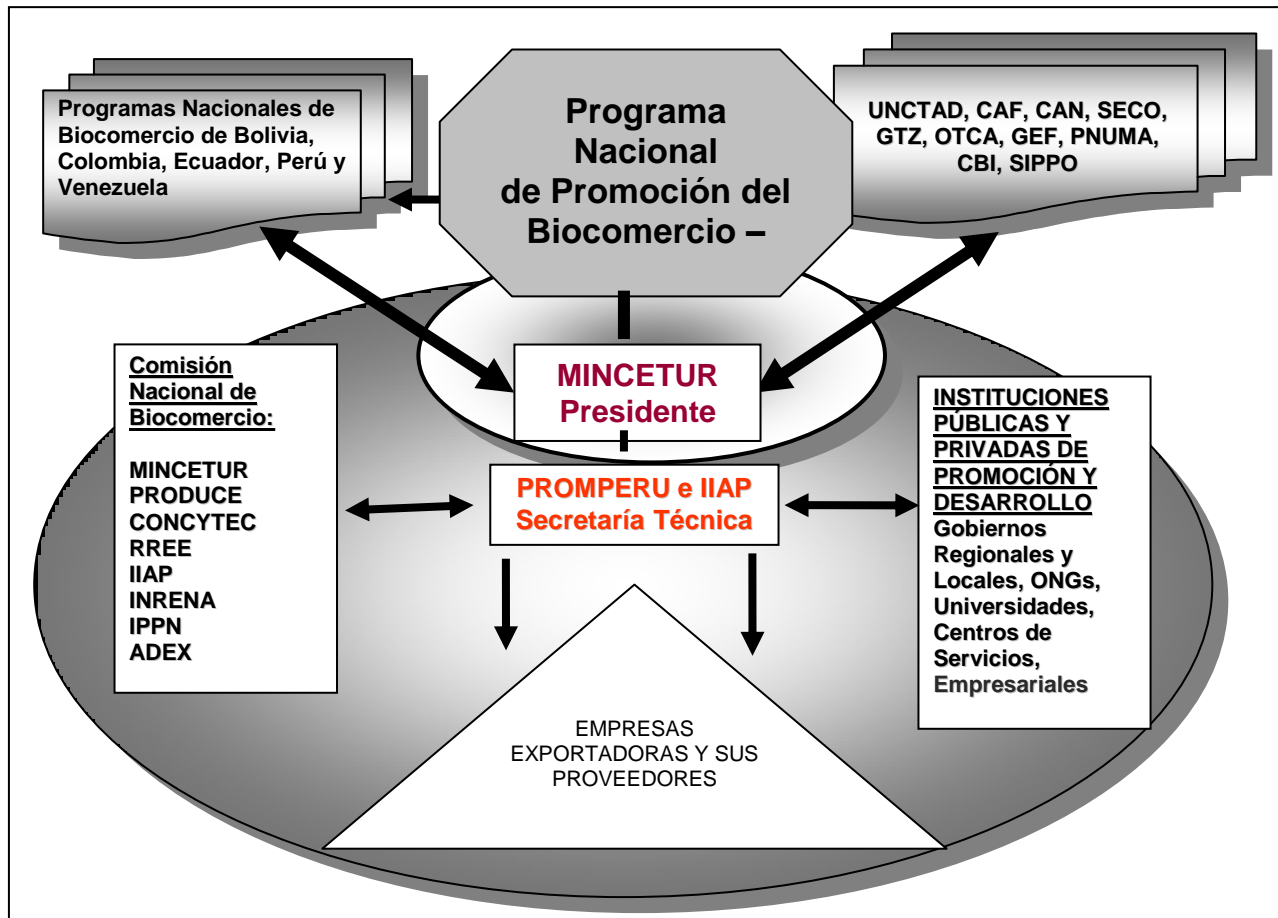
Grafico N° 4: Estructura Organizacional Aplicada



En el Gráfico N° 5 se muestra el esquema organizacional actual del PNBP. En el ámbito internacional, se han incorporado nuevos actores como seco, GTZ, OTCA, GEF y el PNUMA. Además, a diferencia de lo establecido en el PNBP, los únicos usuarios a los que este Programa ha llegado directamente, son las empresas exportadoras (en algunos casos se involucró a sus proveedores).

⁹ Este comité, que tuvo una vigencia de 2 años, fue creado en agosto del 2001, y designó a CONAM como Presidente y a PROMPEX como Secretaría Técnica, con el objetivo de diseñar el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio.

Grafico N° 5: Sistema de Red Aplicado



Los representantes de las instituciones entrevistadas coinciden que a través de este modelo de organización se han venido realizando actividades relacionadas al Biocomercio, sin ninguna articulación entre ellas, ni coordinación entre las instituciones que conforman la Comisión. De allí que mencionan la necesidad de revisar la estructura y volver a retomar el Esquema de Red planteado en un inicio, sobre todo si se quiere continuar impulsando esta iniciativa, y considerando que la vigencia del Grupo Técnico de la Comisión culmina en abril del presente año.

3.1.2. Actividades

Las actividades realizadas hasta la fecha, han sido ejecutadas en su mayoría por PROMPEX, como Secretaría Técnica. A tal efecto, en el año 2003, incorporó a su estructura organizacional una unidad orgánica denominada Programa Biocomercio Perú, con la finalidad de cumplir con los compromisos asumidos e iniciar la implementación del PNB, manteniendo un equipo mínimo de 3 profesionales asignados para la ejecución y el seguimiento de las actividades.

Los planes operativos anuales fueron elaborados en base a los componentes o plataforma de servicios del PNBP y a los compromisos relacionados a la ejecución de proyectos, como el BTFP. Es importante mencionar, que el financiamiento de las actividades se hizo con presupuesto de tesoro público de PROMPEX y del co-financiamiento de proyectos de cooperación internacional.

El presente informe no pretende hacer un recuento de todas las actividades ejecutadas en el marco del PNBP en estos últimos años, solo presentará a manera de síntesis un cuadro resumen de las principales actividades realizadas entre el 2003 y el 2006.

AÑOS COMPONENTES	2003	2004	2005	2006
Políticas y estrategias para el fomento de cadenas de valor	<ul style="list-style-type: none"> - Inicio de la implementación del BTFP - Selección de la cadena de Ingredientes y Productos Naturales, como primer sector priorizado en el marco del BTFP. - Elaboración del diagnóstico del sector de Ingredientes y Productos Naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de Acuicultura y Pesca sostenible, como segundo sector priorizado en el marco del BTFP. - Gestiones ante seco para la presentación del proyecto de fortalecimiento de los sectores priorizados. - Definición de la matriz regional de P&C de Biocomercio - Taller Andino de Metodologías de Cadenas de Valor para iniciativas de Biocomercio. - Apoyo al fortalecimiento del IPPN, a través del financiamiento del sueldo de un gerente a medio tiempo - Elaboración de la Estrategia Nacional para fortalecer el sector de Ingredientes y Productos Naturales y e implementación del plan operativo 2004 para este sector. - Alianza entre el Instituto Peruano de Productos 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación del plan operativo 2005 para fortalecer el sector de Ingredientes y Productos Naturales. - Inicio de las gestiones ante la OMC, a fin de eliminar de la categoría de Novel Food a los productos del Biocomercio - Creación del grupo técnico de normalización de productos naturales. - Elaboración de la norma técnica de yacón y camu camu, con la coordinación del IPPN - Apoyo al fortalecimiento del IPPN, a través del financiamiento del sueldo de un gerente a medio tiempo - Presentación a seco del proyecto: Fortalecimiento de los productos priorizados por el Biocomercio. - Elaboración y presentación ante la comisión del TLC del proyecto fortalecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo al fortalecimiento del IPPN, a través del financiamiento del sueldo de un gerente. - Pronunciamento de Perú, Ecuador y Colombia ante las autoridades de la OMC, como parte de las gestiones ante el reglamento de Novel Food. - Elaboración del estudio del impacto económico y social del reglamento de Novel Food. - Participación en la elaboración del Programa Andino de Biocomercio. - Elaboración del diagnóstico para la implementación del Programa Amazónico de Biocomercio. - Priorización de especies, con criterios de mercado: demanda y oferta. - Participación en la elaboración del Plan Estratégico Nacional de castaña, liderado por la ONG CANDELA y en la

		<p>Naturales (IPPN), PROMPEX y la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD para la implementación de la estrategia para el desarrollo de las exportaciones de estos productos para la industria de alimentos, cosmética y farmacéutica.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primeras coordinaciones con el PDRS de la GTZ 	<p>del sector de Ingredientes y Productos Naturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración del estudio de oferta de camu camu, sachá inchi y paiche. - Elaboración del diagnóstico del sector de acuicultura y pesca sostenible. - Elaboración del plan estratégico para la cadena de peces ornamentales y paiche. 	<p>elaboración del Plan Estratégico para la cadena de maca, a cargo de un grupo de estudiantes de maestría de CENTRUM.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de fichas técnicas para 7 plantas medicinales.
Asistencia técnica y capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de talleres de capacitación en temas vinculados a zocrianza y manejo sostenible de especies. 	<ul style="list-style-type: none"> - Programa de capacitación y asistencia técnica en Buenas Prácticas Agrícolas y Buenas Prácticas de Manufactura para 11 empresas del sector de Ingredientes y Productos Naturales. - Programa de capacitación y asistencia técnica en elaboración de planes de Negocios para 8 empresas del sector de Ingredientes y Productos Naturales. - Implementación de 9 proyectos piloto en camu camu, maca, aceites esenciales, maíz gigante del Cusco, algarrobo, quinua, tawa y 2 de ecoturismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación del proyecto: manejo de cosecha y post-cosecha de frutales nativos. - Programa de capacitación y asistencia técnica en Safe Quality Food (SQF), para 6 empresas del sector de Ingredientes y Productos Naturales. - Elaboración del manual para elaborar planes de Bionegocios. - Elaboración del manual para el uso sostenible de mariposas. - Elaboración de un diagnóstico para implementar planes de manejo 	<ul style="list-style-type: none"> - Talleres de capacitación en asociatividad y Biocomercio a productores de maca (Junin), sachá inchi (Tarapoto) y tara (Cajamarca). - Elaboración de los términos de referencia para la implementación de planes de manejo de las plantas medicinales.

<p>Promoción de inversiones y acceso a recursos financieros</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de las empresas participantes del Foro de Inversionistas - Preparación y acompañamiento en elaboración de planes de negocios a las 5 empresas seleccionadas para participar en el Foro de Inversionistas 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación de 5 empresas peruanas en el Foro de Inversionistas de New Ventures para empresas de la Biodiversidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de la Fase PDF-B del proyecto regional: <i>Facilitación del Financiamientos para negocios de la biodiversidad y apoyo a las actividades de mercadeo (GEF/CAF)</i>. - Donación de 2100 libros Aves de las Nubes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Finalización de los 10 estudios de base elaborados en el marco de la fase PDF-B del proyecto GEF/CAF. - Elaboración del documento del proyecto GEF/CAF y gestiones ante del GEF para su financiamiento.
<p>Información y Promoción comercial</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en el I Latinpharma Regional - Foro Internacional de Ingredientes y Productos Naturales - Exhibición de la oferta nacional en 2 ferias mundiales: CPHI10, (Frankfurt); In Cosmetics¹¹ (Londres). - Diseño e implementación de la página web de Biocomercio: www.biocomercioperu.org 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación de 4 empresas del sector de ingredientes y productos naturales y del IPPN en ferias mundiales como Health Ingredients, (Ámsterdam), CPHI, (Bruselas). - Implementación de una vitrina virtual de empresas y productos en la pagina web de Biocomercio - Sistematización de las estadísticas de exportación de los productos del Biocomercio 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación del IPPN en la Feria CPHI, (Ginebra) y la Vitafood (Madrid) - Elaboración del catálogo de promoción comercial del IPPN - Elaboración de estudios de mercado de camu camu y sachá inchi (mercado norteamericano), yacón, castaña y huitó (mercado europeo) y paiche (mercado alemán y suizo) - Estadísticas de exportación de 38 productos. - Participación de 3 empresas en la Feria Interzoo (Alemania) 	<ul style="list-style-type: none"> - Perunatura 2006, para promover el sector de Ingredientes y Productos Naturales

¹⁰ Información sobre la Feria CPHI en: www.cphi.com

¹¹ Información sobre la Feria In cosmetics en: www.in-cosmetics.com

3.1.2.1. Proyectos:

Como se definió en el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio, uno de los mecanismos para su implementación sería a través de la gestión de fondos para ejecutar proyectos de cooperación internacional. En ese sentido, hasta la fecha se ha ejecutado un proyecto (BTFP) y ya se han gestionados los fondos para otros 2 proyectos, cuya fase de implementación esta prevista entre el 2007 y 2012.

Es importante considerar que el periodo de ejecución de estos proyectos coincide con el periodo de ejecución del plan que se presentará en el presente informe, razón por la cual se debe poner énfasis en un adecuado planteamiento en los mecanismos de coordinación interinstitucional, de tal manera que se garantice la complementariedad de las actividades ejecutadas tanto en el marco de estos proyectos, como en las actividades que serán ejecutadas por la Unidad Ejecutora del Programa.

Programa de Facilitación del Biocomercio - BTFP

El BTFP es un proyecto de la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, cuyo periodo de implementación se inicio en el 2003 y culmina a mediados del presente año. Su ejecución ha estado a cargo de la UNCTAD en coordinación con los Programas Nacionales de Biocomercio. En el Perú, la entidad coejecutora es PROMPEX, como Secretaría Técnica del PNBP.

El objetivo de este proyecto es promover el comercio internacional de los bienes y servicios de la biodiversidad nativa, con énfasis en el mercado europeo. Su ejecución permitió priorizar sectores productivos y focalizar las acciones del Programa hacia su desarrollo y fortalecimiento, en base a las siguientes líneas estratégicas:

1. Promoción y acceso al mercado internacional
2. Desarrollo de metodologías BTFP
3. Implementación de las estrategias de desarrollo por cadenas de valor

El primer sector fue Ingredientes y Productos Naturales, por lo tanto es e sector que muestra mayores avances en su desarrollo y actualmente cuenta con un plan de acción ejecutado en coordinación con el IPPN¹².

El sector de Acuicultura y Pesca sostenible fue el segundo sector priorizado en el marco de este proyecto. El proceso de desarrollo de este sector llegó hasta la definición de estrategias para fortalecer las cadenas de peces ornamentales y paiche, por lo que es necesario gestionar los fondos para su implementación.

¹² La estrategia definió la alianza entre el sector público y privado, como base para la puesta en marcha del Plan de Acción. Además definió al Instituto Peruano de Productos Naturales, como actor clave en este proceso y catalizador de las necesidades del sector privado hacia el sector público.

Es importante indicar que la priorización y el proceso de fortalecimiento del sector de Ingredientes y productos Naturales, permitieron definir instrumentos y herramientas de gestión, que actualmente forman parte del instrumental del PNBP.

Proyecto: "Facilitación del financiamiento para los negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercado en la Región Andina" – GEF/CAF

Este proyecto es coordinado por la CAF e implementado por los Programas Nacionales de Biocomercio de Colombia, Ecuador y Perú, con el objetivo de contribuir a la conservación y uso sostenible de la Biodiversidad mediante la implementación de estrategias que promuevan el comercio sostenible de bienes y servicios derivados de la biodiversidad procurando una distribución justa y equitativa de beneficios.. Su ejecución se realiza en el marco del Programa Andino de Biocomercio, de acuerdo a las siguientes fases:

- Fase anteproyecto (2005 – 2006): Project Development Fase Type B (PDF-B). Para la implementación de esta fase CONAM y PROMPEX firmaron un convenio de cooperación con CAF, a fin de elaborar 13 estudios para definir la línea de base y diseñar el proyecto (Ver Anexo N° XX).
- Fase proyecto (2007 – 2012): Project Concept Document. Actualmente, la CAF se encuentra en gestiones con los donantes del proyecto a fin de empezar la ejecución en el segundo semestre del 2007. El monto que se ha solicitado por Perú para este proyecto es US\$ 2.0 millones.

Para la selección de los productos o cadenas que se van a intervenir ha tomado como referencia el proceso de priorización antes realizado. De esta manera este proyecto contempla trabajar con las siguientes cadenas:

- Ingredientes y Productos Naturales, con énfasis en:
 1. Plantas Medicinales: Hercampuri, Pasuchaca, Chancapiedra, Muña, Sangre de grado, Molle, Chuchuwasi, Ratania.
 2. Granos Andinos: Quinoa, Maíz morado, Maíz gigante del Cuzco.
- Peces ornamentales

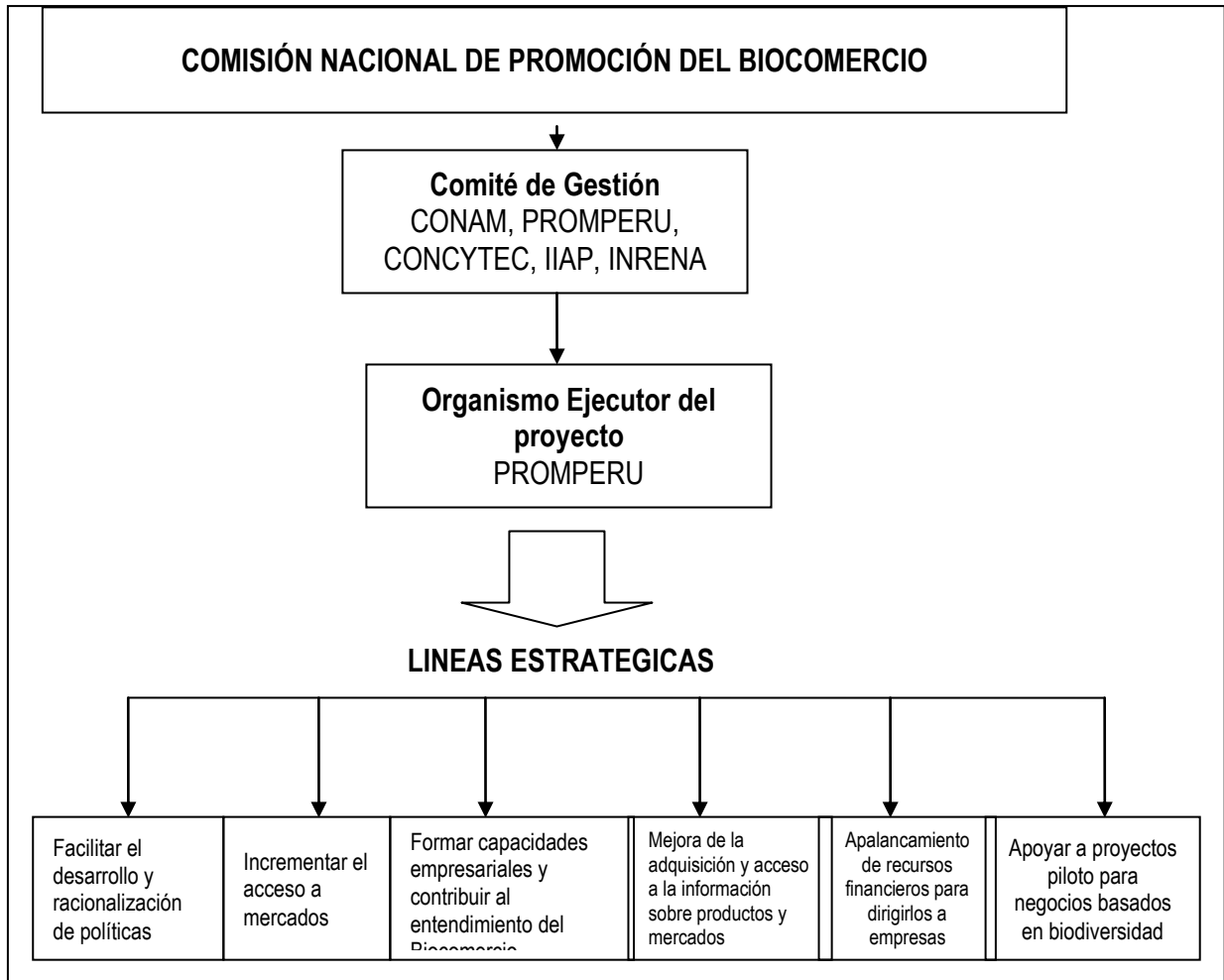
Las líneas estratégicas definidas en el marco de este proyecto son las siguientes:

1. Facilitar el desarrollo y racionalización de políticas
2. Incrementar el acceso a mercados
3. Formar capacidades empresariales y contribuir al entendimiento del Biocomercio
4. Mejora de la adquisición y acceso a la información sobre productos y mercados

5. Apalancamiento de recursos financieros para dirigirlos a empresas
6. Apoyar a proyectos piloto para negocios basados en biodiversidad

La estructura organizacional propuesta para su ejecución, se muestra en el grafico N° 5.

Grafico N° 5: Estructura de Ejecución



Proyecto "Fortalecimiento y promoción de productos y servicios de la diversidad biológica" – seco/GTZ

Este proyecto es de ámbito nacional y será implementado por el Programa de Desarrollo Rural de la GTZ, en coordinación con 5 instituciones de la Comisión Nacional de Biocomercio: MINCETUR, PROMPEX, CONAM, CONCYTEC y PROMPERU.

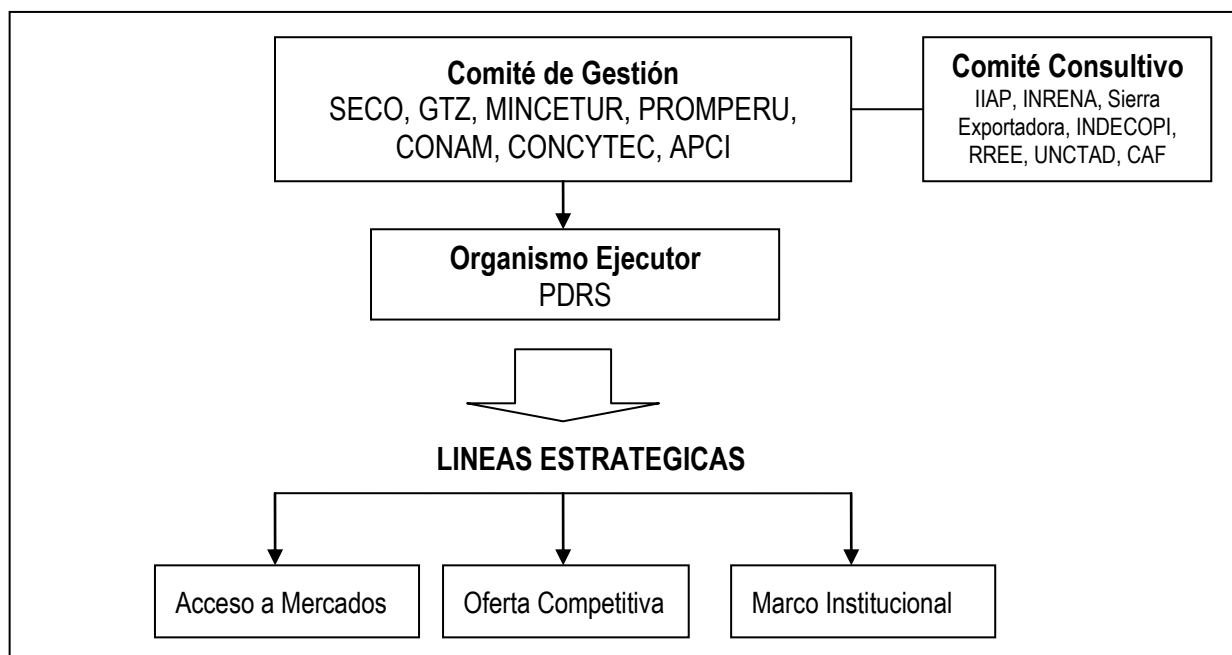
Los fondos de este proyecto se gestionaron a fin de empezar el fortalecimiento de cadenas relacionadas a los sectores priorizados: Ingredientes y Productos Naturales: maca, camu camu, yacón, sacha inchi y tara; Ecoturismo. Para ello, se proyectó un requerimiento de fondos por US\$ 3.0 millones, en un horizonte de tiempo de 3 años (2007 – 2010).

Las acciones están enmarcadas básicamente al desarrollo de oferta y acceso a mercados de los productos seleccionados, a través de las siguientes líneas estratégicas:

1. Acceso a Mercados
2. Oferta Competitiva
3. Marco Institucional

En el siguiente gráfico se muestra la estructura de ejecución, que se ha planteado para la implementación de este proyecto:

Gráfico N° 7: Estructura de Ejecución



A continuación se presentará un cuadro resumen de los 3 proyectos antes mencionados, a fin de visualizar la complementariedad que puede generarse entre estos.

Grafico N° 8: Cuadro resumen de los proyectos de cooperación internacional

	BTFP 2003-2007	SECO - GTZ 2007-2010	GEF - CAF 2007-2012
OBJETIVO GENERAL	Facilitar el comercio sostenible de los productos y servicios de la biodiversidad, a través de alianzas y la colaboración entre actores que aseguren la gestión sostenible de los recursos de la biodiversidad, el desarrollo de productos con valor agregado y adecuado mercadeo.	La mejora de la calidad de vida de la población rural mediante el uso sostenible de la Biodiversidad	Contribuir a la conservación y uso sostenible de la Biodiversidad mediante la implementación de estrategias que promuevan el comercio sostenible de bienes y servicios derivados de la biodiversidad procurando una distribución justa y equitativa de beneficios.
PRODUCTOS PRIORIZADOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes y productos naturales: Plantas medicinales, cosméticas y alimenticias/nutraceuticas • Peces tropicales ornamentales y de consumo • Ecoturismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes y productos naturales: tara, maca, yacón, sachu inchi y camu Camu. • Ecoturismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Plantas Medicinales: hercampuri, Pasuchaca, Chancapiedra, Muña, Sangre de grado, Molle, Chuchuwasi, Ratania. • Granos Andinos: Quinoa, Maíz morado, Maíz gigante del Cuzco. • Peces Ornamentales
AREAS DE INTERVENCION	A nivel nacional	Cajamarca, San Martín, Madre de Dios, Loreto, Ucayali y Junín	Cajamarca, San Martín, Cuzco, Madre de Dios, Loreto, Ucayali y Junín, Areuipa, Puno
LINEAS DE ACCION	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promoción y acceso al mercado internacional 2. Desarrollo de metodologías BTFP 3. Implementación de las estrategias de desarrollo por cadenas de valor 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acceso a Mercados 2. Oferta Competitiva 3. Marco Institucional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facilitar el desarrollo y racionalización de políticas 2. Incrementar el acceso a mercados 3. Formar capacidades empresariales y contribuir al entendimiento del Biocomercio 4. Mejora de la adquisición y acceso a la información sobre productos y mercados 5. Apalancamiento de recursos financieros para dirigirlos a empresas 6. Apoyar a proyectos piloto para negocios basados en biodiversidad

3.1.2.2. Instrumental y Estudios realizados

A continuación se presenta una relación de los instrumentos y estudios que han sido elaborados por el PNBP durante el proceso de implementación y se encuentran disponibles tanto en la página web, como en la Oficina de Biocomercio, a fin que se tomen en cuenta en la definición de las actividades para los próximos años.

Instrumentos:

- Metodología para el análisis de Cadenas de Valor
- Manual para elaborar planes de bionegocios
- Manual para la comercialización sostenible de mariposas
- Guía para la implementación de planes de manejo en plantas medicinales
- Guía de procesos de exportación de plantas medicinales
- Guía para la elaboración de reportes de exportación de productos del Biocomercio
- Fichas Técnicas para 7 plantas medicinales

Diagnósticos y Estrategias:

- Documentos Base para el diseño del PNBP (2001):
 1. Perú y Biocomercio: Situación Actual y Potencial. Dr. Antonio Brack E.
 2. Posibilidad y Potencialidad de la Agroindustria en el Perú, en Base a la Biodiversidad y los Bionegocios. Dr. Sergio Zapata A.
 3. Compendio de Normativas sobre Biocomercio. Dra. Ada Alegre, SPDA.
 4. Diagnóstico de la situación del comercio de productos de la Biodiversidad en la Amazonía. Econ. Arturo Zevallos, FONAM.
 5. La Investigación, base para los Bionegocios en la Amazonía Peruana. Msc. Luis Campos Baca, IIAP.
 6. Tendencias en el Uso Comercial de la Biodiversidad. Blga. Maria Luisa del Rio, CONAM.
 7. Promoción de Biocomercio de los recursos forestales. Ing. Enrique Toledo, Consultor Forestal.
 8. Certificación de los Productos Orgánicos en el Perú. Ing. Edmundo Miranda A, Biolatina.
 9. Financiamiento del Sistema de Biocomercio. Eco. José Salazar, Finanzas Ambientales.
- Diagnóstico para el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú. Comité Biocomercio Perú (2002)
- Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (2003 – 2004)
- Diagnóstico del sector de Ingredientes y Productos Naturales. Elaborado por Luis Zúñiga y Gustavo Ruiz (2003)
- Estrategia para fortalecer el sector de Ingredientes y Productos Naturales. Ing. Jocelyn Ostolaza (2004)
- Diagnóstico para el fortalecimiento del sector de Acuicultura y pesca sostenible. Ing. Martín Rojas (2004)
- Estrategia para fortalecer la cadena de peces ornamentales y paiche. Ing. Fernando Navarro (2005)

Estudios de mercado:

- Estudio de mercado de maca y uña de gato. Manuel Angeles Maslucan (2003)
- Estudio de demanda de yacón, castaña y huito para el mercado de la Unión Europea. Iniciativa Biotrade de la UNCTAD (2005)
- Estudio de oferta de camu camu, sachá inchi y paiche. Mercadeando (2005)
- Estudio de demanda de camu camu y sachá inchi para el mercado norteamericano. Kerry Hugues (2005)
- Estudio de demanda de paiche para el mercado alemán. Weco consulting (2005)
- Estudio de demanda de paiche en el mercado suizo. Oliver Muller (2005)

3.2. Análisis del Proceso de Implementación

Si bien se han obtenido importantes avances en el proceso de implementación del PNBP, no se puede dejar de mencionar los problemas surgidos y las limitaciones encontradas durante este periodo. Por ello, el análisis del proceso de implementación que se plantea en esta sección se centrará en la identificación de los problemas más relevantes, separados en dos niveles: nivel institucional y nivel operativo. Posteriormente se incorporarán estos elementos al análisis FODA.

3.2.1. Análisis Institucional

Para el presente análisis se ha tomado en cuenta los factores institucionales en el funcionamiento del PNBP (tratados como factores internos), identificados por los miembros de la Comisión como vacíos y/o limitaciones presentados en el proceso de implementación del PNBP. Estos factores se mencionarán con relación a la estructura organizacional aplicada, a la implementación de otras iniciativas nacionales, a las actividades ejecutadas, y a los proyectos de cooperación.

Con relación a la estructura organizacional aplicada:

- La estructura organizacional aplicada no ha permitido posicionar al PNBP en el ámbito político, por lo que su influencia en el entorno normativo y legal ha sido débil. Un ejemplo de ello, es que hasta la fecha no se ha podido superar los vacíos legales para la obtención de permisos de comercialización y trámites para la exportación de algunos productos relacionados al Biocomercio.
- El desempeño de la Comisión es percibido como no satisfactorio. Las principales razones mencionadas son:
 - La falta de representatividad de las instituciones (la participación de los representantes titular y/o alterno ha sido mínima, limitándose en algunos casos a la participación de representantes con poco poder de decisión)
 - La falta de un reglamento que norme su desempeño, así como en la definición de roles
 - No se cuenta con un mecanismo de coordinación para la planificación conjunta de actividades, así como para una mejor comunicación e información entre los integrantes de la Comisión
 - Falta de liderazgo y compromiso de CONAM, como presidente de la Comisión

- Escaso nivel de coordinación de PROMPEX en la definición y planificación de las actividades. No obstante, existe un reconocimiento unánime por su esfuerzo en la implementación de actividades y su compromiso para contribuir al logro de los objetivos del PNBP
- En general, se ha reconocido que es necesario mayor compromiso de las instituciones involucradas.

Con relación a otras iniciativas nacionales e internacionales:

- El PNBP no ha logrado articularse a otras iniciativas nacionales que fomentan el desarrollo de cadenas relacionadas de Biocomercio.
- Existe a nivel nacional, planes estratégicos sectoriales (Plan Nacional de Competitividad, Programa Nacional de Agrobiodiversidad, Plan Nacional Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación, Programa Nacional de Cadenas Productivas, entre otros), que incorporan en sus estrategias actividades relacionadas al Biocomercio, pero no hay un mecanismo claro de articulación con estos programas.
- Existen procesos paralelos coordinados por otras instituciones que pueden converger en situación confusas: como el proceso para definir un estándar internacional para Biocomercio, coordinado por la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, sin que se haya definido aún los P&C de Biocomercio a nivel nacional.
- No se ha tomado en cuenta la posición del PNBP para la definición de iniciativas regionales y/o internacionales como la creación de una Asociación Andino Amazónica y la creación de la Unión Ética de Biocomercio, ambos procesos liderados por la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD.

Con relación a las actividades ejecutadas:

- No se cuenta con una matriz de P&C de Biocomercio aprobada y validada a nivel nacional, esto significa que hasta la fecha no se tienen los elementos para definir si una actividad es o no Biocomercio. Por lo tanto, tampoco se puede medir la aplicabilidad y cumplimiento de estos P&C por parte de los usuarios del PNBP.
- Se ha reconocido que las instituciones que conforman la Comisión vienen realizando actividades para promover el Biocomercio, pero de manera independiente y desarticulada, situación que no refleja un trabajo coordinado en el marco del PNBP
- A pesar que el PNBP se empezó a implementar en el año 2003, hasta la fecha no se cuenta con un sistema de comunicación interna entre las instituciones que conforman la Comisión, ni con una estrategia de medios para la difusión de las actividades
- No se ha involucrado a los usuarios del PNBP en la definición de actividades, ni se ha llegado a toda la cadena, lo que ha ocasionado que el impacto en los primeros eslabones de la cadena haya ido débil.

- Si bien se planteó un esquema de priorización, las actividades en su mayoría se han realizado a nivel sectorial, con énfasis en procesos y con impactos poco cuantificables.

Con relación a los proyectos de cooperación:

- La ejecución de proyectos de cooperación internacional, como el caso de la implementación del BTFP, ha generado en algunos casos, agendas paralelas que dificultan la coordinación interinstitucional. Por esta experiencia, la reflexión de los integrantes de la comisión es que los proyectos de cooperación internacional que se desarrollen en el marco de PNBP deben ser un soporte para el logro de los objetivos del Programa, y para una implementación adecuada, en adelante se debe definir también dentro de la estructura organizacional, el rol de las entidades de cooperación internacional.
- Tal como se ha presentado, los proyectos de cooperación que se van a ejecutar, contemplan su propia estructura organizacional, lo que puede ocasionar confusión en el marco de la Comisión y hacer más compleja su implementación.
- Hasta la fecha no se ha diseñado un mecanismo de acceso a financiamiento para las iniciativas de Biocomercio en el marco de proyectos de cooperación (fondos de garantía, de capital semilla, créditos para la exportación, entre otros).

3.2.2. Análisis Operativo:

A nivel operativo, la problemática identificada es más compleja, debido a que toma en cuenta factores externos, que escapan del alcance del PNBP, pero que constituyen aspectos decisivos para el desarrollo de esta iniciativa. La solución de estas limitaciones, no dependen directamente del accionar del Programa, es más una tarea conjunta de las instituciones e iniciativas a nivel nacional, y dependerá en principio del nivel de articulación de todos estos esfuerzos.

Por ello, es importante que el presente plan considere estrategias de cómo el PNBP puede articularse y contribuir con ello, no sólo a solucionar problemas de envergadura nacional, sino que va a permitir abrir el camino para el desarrollo comercial de los productos del Biocomercio.

En ese sentido, a continuación se hará mención de los principales obstáculos encontrados a nivel operativo que hará referencia al ámbito nacional, como internacional:

Ámbito nacional:

- Si bien se ha podido demostrar con los estudios realizados que existe demanda internacional para algunos productos de la biodiversidad, no existe una oferta competitiva (en calidad y cantidad), por lo tanto aún no existen mercados para estos productos.
- El acceso a las zonas de producción de los productos de la biodiversidad es escaso, lo que encarece el traslado de los productos y en algunos casos lo dificulta.

- No existe logística de almacenamiento y transporte adecuado en las zonas de producción.
- El nivel de preparación técnica-profesional de los agricultores y recolectores es mínimo.
- Falta de una cultura empresarial en los actores de la cadena: predominando la cultura de corto plazo y el nivel de asociatividad y articulación entre ellos es mínimo.
- La mayoría de las iniciativas de Biocomercio son micro y pequeña empresa. No hay involucramiento de grandes empresas en esta iniciativa.
- Falta de facilidades y oportunidades para que las empresas del sector accedan a créditos bancarios y apoyo financiero.
- No existe una política de apoyo a la investigación e innovación ni apoyo financiero para la realización de estudios técnicos que sustenten las propiedades y características de los productos de la biodiversidad, que garanticen su inserción en el mercado.
- No hay una cultura de consumo local de estos productos: mercado local incipiente.
- Si bien existen iniciativas de asociatividad gremial, el nivel de representatividad en el sector es insuficiente.
- No se ha fomentado la articulación a nivel de cadenas productivas, sino a nivel sectorial, que no ha dado buenos resultados.

Ámbito Internacional:

- Se han identificado barreras al comercio de los productos de la Biodiversidad, como el caso del Reglamento de Novel Food.
- Los mercados internacionales se vuelven cada vez más exigentes en cuanto al cumplimiento de ciertos requisitos de acceso: medidas fito y zoonosanitarias, certificados de inocuidad, trazabilidad, etiquetado y rotulado, entre otros.
- Los costos de promoción comercial en mercados internacionales, son demasiado elevados para las empresas de este sector.
- Existencia de medidas proteccionistas en algunas industrias de los grandes mercados internacionales, que dificulta el acceso de los productos de la biodiversidad.

4. MARCO GENERAL DE LA ESTRATEGIA

La formulación del Plan Estratégico requiere un paso previo para definir el periodo de su implementación. Aspectos a tomar en cuenta para definir el plazo de ejecución lo constituyen los avances en la tecnología de los alimentos, el descubrimiento de las propiedades de la biodiversidad, de los componentes activos y de los sintéticos.

Otra referencia lo proporciona la FDA de los EE.UU. cuyos planes estratégicos con relación a la industria de los suplementos se han fijado en 5 años.

Una tercera perspectiva lo proporciona la característica de los productos y del mercado. Los productos priorizados son relativamente novedosos¹³ y ha tenido un comportamiento de demanda variable aunque creciente. Los niveles de los montos exportados sugieren la atención a un nicho de mercado y que aún es necesario seguir explorando su potencial. Los productos como maca, castaña, yacón, camu camu y sacha inchi, por mencionar algunos, no

¹³ Por ejemplo, Imaca ha comenzado su exportación desde 1995. Al contrario, el ginseng, ha estado presente desde los primeros años del siglo pasado.

están consolidados en el mercado internacional por lo que debe ser prioritario identificar el posicionamiento correcto y sus reales capacidades de comercialización.

Las tres características antes señaladas (dependencia de la tecnología, posición de los reguladores de los principales mercados y el ciclo de vida del producto) sugiere un período de tiempo, que a criterio del consultor no debería exceder los 5 años. Esto es, para la industria de los derivados de estos productos, en las condiciones actuales, el plazo para la implementación del Plan Estratégico debe fijarse en un horizonte no mayor de 5 años.

4.1. Visión y Misión del PNB

En el plano estratégico la visión y la Misión tienen sentido si es entendida y compartida por todos los protagonistas. La declaración de una visión en un sector o industria será posible a través del acuerdo de los participantes. En general la visión da foco y coherencia a los objetivos de corto y largo plazo y al proceso estratégico en general.

Para el presente informe no se busca formular una visión y misión dado que estas ya fueron definidas de manera participativa en el marco del PNB, y que serán el soporte marco para la definición del objetivo general que guíe el plan estratégico, en concordancia con los lineamientos establecidos por el Programa.

Programa Nacional de Promoción del Biocomercio - PNB

Visión

En el 2021, el Perú será un país que en base a su capital natural, cultural y social obtendrá para su población los mayores beneficios, promoviendo y conservando sosteniblemente su diversidad biológica, generando una oferta competitiva de bienes y servicios, con unidades productivas rentables y relaciones sociales y económicas equitativas.

Misión

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

4.2. Ejes Estratégicos

El presente Plan como Ejes Estratégicos por un lado los Principios regionales del Biocomercio, y por otro los 3 enfoques definidos por la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, es decir, que las estrategias y las actividades estarán circunscritos a estos elementos, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

Grafico Nº 9: Ejes Estratégicos

Principios Enfoques	Conservación de la biodiversidad	Uso sostenible de la biodiversidad	Distribución justa y equitativa	Viabilidad económica	Cumplimiento de la legislación nacional	Responsabilidad ambiental	Responsabilidad social
Enfoque de mercado		X	X	X	X	X	X
Cadenas de valor	X	X	X	X	X	X	X
Gestión Adaptativa	X	X	X	X		X	X
Gestión Ecosistemita	X	X				X	X

4.3. Análisis FODA y Definición de Estrategias

Los objetivos se alcanzan a través de la implementación de estrategias e iniciativas que las respalden. Para tal efecto, el presente plan propone un conjunto de estrategias cuya definición se basará en una matriz de emparejamiento de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, de la matriz FODA (este análisis presenta de manera integral elementos relacionados a la parte institucional, como operativa,)

Por lo tanto, la matriz de emparejamiento que esta compuesta por 4 tipos de estrategias (explotar, confrontar, buscar y evitar), intenta demostrar que estas responden adecuadamente a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como se explica a continuación:

- **Estrategias explotar:** propuestas después de analizar las fortalezas y las oportunidades. Estas son las estrategias que el PNBP debe formular para explotar las fortalezas y tomar ventaja de las oportunidades.
- **Estrategias confrontar:** propuestas después de analizar las fortalezas y las amenazas. Estas son las estrategias que el PNBP debe formular para confrontar las fortalezas con las amenazas con la finalidad de evitar o reducir estas últimas.
- **Estrategias buscar:** propuestas después de analizar las debilidades y las oportunidades. Estas son las estrategias que el PNPN debe formular comprendiendo las debilidades para mejorarlas y tomando ventaja de las oportunidades.
- **Estrategias evitar:** propuestas después de analizar las debilidades y las amenazas. Estas son las estrategias que el PNBP debe formular a fin de reducir las debilidades y evitar las amenazas.

Las estrategias obtenidas de este ejercicio, han sido priorizadas por los integrantes de la comisión, considerando elementos como: periodo de ejecución del plan, viabilidad financiera para su implementación, realismo en su implementación, entre otros.

Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<p>F1: coyuntura política nacional favorable al Biocomercio</p> <p>F2: interés de la CNPB de continuar con la implementación del PNBP, pero de una manera más coordinada.</p> <p>F3: trayectoria de interacción a nivel internacional, regional y nacional para fomentar el Biocomercio (capital relacional)</p> <p>F4: financiamiento y fondos disponibles para los próximos cinco años (proyecto seco/GTZ y GEF/CAF)</p> <p>F5: interés de gremios empresariales para ser parte de la Iniciativa de Biocomercio (IPPN, ADEX, CCL)</p> <p>F6: información desarrollada y disponible (estudios, diagnósticos, planes de negocios, entre otros)</p> <p>F7: procesos y actividades en marcha: normas técnicas, protocolo de planes de manejo, grupos interinstitucionales, proyectos piloto, entre otros.</p> <p>F8: proceso de difusión y sensibilización en las Regiones en marcha.</p> <p>F9: instrumentos de gestión y sistema de información desarrollados (Pagina Web de Biocomercio)</p> <p>F10: experiencia en la implementación de programas de capacitación y asistencia técnica en gestión de calidad y gestión empresarial.</p> <p>F11: Complementariedad de actividades con la implementación de los PERX's y POP</p>	<p>D1: PNBP no está articulado con ninguna política de estado</p> <p>D2: incertidumbre institucional por cambio de gobierno</p> <p>D3: Comisión Nacional de Biocomercio (baja representatividad, falta mecanismo de articulación entre sus integrantes, bajo nivel de compromiso)</p> <p>D4: escasa operatividad en las instituciones públicas para el seguimiento de las actividades relacionadas al PNBP</p> <p>D5: duplicidad institucional para el fomento de la oferta</p> <p>D6: poca articulación con planes y programas sectoriales</p> <p>D7: ausencia de estrategias para captar interés de inversionistas (empresas mineras, transnacionales etc.)</p> <p>D8: ausencia de estrategia de comunicación y medios</p> <p>D9: investigación reducida, poco coordinada y no adecuada a necesidades de los sectores y productos incluyendo la necesidad de adaptar técnicas ancestrales / tradicionales</p> <p>D10: bajo nivel de involucramiento de la academia</p> <p>D11: escasez de recursos financieros para inversiones en el sector</p> <p>D12: bajo nivel de articulación en la cadena productiva, especialmente del sector empresarial con eslabones primarios</p> <p>D13: unidades productivas atomizadas</p> <p>D14: poca capacidad para responder a requisitos cada</p>

<p>F12: Relación de complementariedad con programas y estrategias nacionales en marcha (Programa Nacional de Agrobiodiversidad, Plan Nacional de Competitividad, Programa Nacional de Producción Orgánica, Programa Nacional de Cadenas Productivas, Programa Nacional de Ciencia, tecnología e Innovación, entre otros)</p> <p>F13: Implementación del Programa Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación</p> <p>F14: Biodiversidad (recursos genéticos y Zoo-fitogenéticos) diversidad cultural, conocimientos tradicionales</p>	<p>vez mas exigentes de los mercados internacionales</p> <p>D15: escaso valor agregado en los productos</p> <p>D16: escaso sustento científico de usos y propiedades</p> <p>D17: comercio informal de los productos de la biodiversidad</p> <p>D18: escaso nivel de asociatividad (productores, empresas etc.)</p> <p>D19: volumen limitado de la oferta</p> <p>D20: vacíos legales para el desarrollo del BioComercio</p> <p>D21: Carencia de suficiente información de los mercados potenciales para definir las estrategias de penetración.</p> <p>D22: Mercado local reducido o inexistente</p> <p>D23: Sistema logístico: financiero, investigación, información, tecnologías, infraestructura</p> <p>D24: dispersión de esfuerzos por no priorizar productos</p> <p>D25: impacto poco cuantificable, por mayor concentración en procesos que en actividades</p> <p>D26: la extracción de los recursos se realiza sin considerar sistemas adecuados de manejo y en cultivos no se aplican buenas practicas.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>O1: afinidad a la política declarada del gobierno de articular ámbito rural con mercados (inclusión social)</p> <p>O2: inclusión del Biocomercio como herramienta positiva para conservación de biodiversidad en COP 8 2006, Curitiba</p>	<p>A1: divergencia marcada entre P & C del Biocomercio y su aplicación a la realidad del país</p> <p>A2: escasa capacidad de las instituciones competentes para el manejo sostenible de la biodiversidad (veda vs. uso sostenible)</p>

O3: proceso de integración y coordinación regional en marcha para fomentar el Biocomercio (CAN: Programa Andino de Biocomercio y OTCA: Programa Amazónico de Biocomercio)

O4: interés de cooperación internacional para el desarrollo de proyectos relacionados al Biocomercio

O5: formación de la Unión Ética de Biocomercio

O6: tendencia mundial hacia el consumo de productos naturales y reconocimiento de factores ambientales y sociales en los procesos productivos

O7: interés de empresas transnacionales para invertir en Biocomercio (L'Oreal, Natura)

O8: existen investigaciones disponibles en bibliotecas y centros de investigación en países industrializados

O9: Existencia de sistemas de información relacionadas a Biocomercio.

A3: dificultad de reconocer derechos de propiedad intelectual de los conocimientos tradicionales y lograr la distribución equitativa

A4: biopiratería

A5: aumento del comercio informal de productos de la biodiversidad

A6: pérdida de material genético por desplazamiento de las especies introducidas y organismos genéticamente modificados

A7: futuras medidas para-arancelarias de principales mercados

A8: potencial competencia de países vecinos en la oferta de productos del Biocomercio

A9: pérdida de potenciales mercados, por no cumplir con exigencias de calidad y cantidad.

A10: orientar los esfuerzos en iniciativas empresariales que no tienen ningún interés de implementar los P&C de Biocomercio en su gestión.

A11: Calentamiento global

A12: Erosión genética

A13: Agresión cultural

A14: Minería y sus consecuencias

A15: Practicas tradicionales de agroexportacion (monocultivos, uso excesivo de fertilizantes

A16: Migración: Practicas no sostenibles introducidas por migrantes

Matriz de Emparejamiento para formular las estrategias

FO: explotar	DO: buscar
<p>FO1: posicionar el PNBP a nivel de algún ministerio a fin de lograr mayor visibilidad en las esferas del gobierno (ejecutivo, congreso, etc)</p> <p>FO2: fortalecer la coordinación inter-institucional en vista de la predisposición de la cooperación internacional a apoyar iniciativas programáticas según criterios de apropiación, alineamiento y armonización en el marco de la Declaración de Paris</p> <p>FO3: Sistematizar la información elaborada a fin de iniciar estudios de mercado concretos que permitan definir estrategias de consolidación y penetración a los mercados</p> <p>FO4: dirigir esfuerzos de capacitación en mercadeo y comercialización a ciudades del interior que ya han sido objeto de procesos de difusión y sensibilización.</p> <p>FO5: Propiciar la ejecución de proyectos de Cooperación Público-Privada PPP con énfasis en ampliación de producción e implementación de cadenas logísticas</p> <p>FO6: Promover la ejecución de proyectos de Biocomercio en el marco del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación</p> <p>FO7: Articular las actividades regionales del PNBP con los CERX, a fin de generar sinergias en la implementación de los POP</p> <p>FO8: Implementar un sistema de Información interno (intranet) y fortalecer el sistema de información externo (página web)</p> <p>FO9: Fortalecer la promoción comercial a nivel nacional e internacional</p> <p>FO10: Contribuir a la Integración regional (Andino,</p>	<p>DO1: fortalecer la institucionalidad de la comisión, redefiniendo los roles y los mecanismos de coordinación.</p> <p>DO2: Coordinar esfuerzos con los organismos públicos descentralizados, proyectos especiales u otras iniciativas, para implementar programas que contribuyan al desarrollo de una oferta sostenible</p> <p>DO3: poner en agenda de la política pública (ejecutivo, congreso, proyectos especiales) el BioComercio a fin de mejorar el marco legal para el uso sostenible, comercio e las inversiones en el sector</p> <p>DO4: Crear un banco de investigaciones y estudios relacionados a los productos del Biocomercio</p> <p>DO5: Proponer opciones de viabilizar recursos del canon minero y del aporte voluntario de las empresas mineras para desarrollar el Biocomercio en regiones y zonas productoras.</p> <p>DO6: condicionar apoyo de proyectos de la Cooperación Internacional, al cumplimiento de requisitos mínimos (presentación de un plan de bionegocios, articulación con los eslabones primarios / productores)</p> <p>DO7: Fomentar la articulación de los integrantes de las cadenas de valor para la implementación de proyectos de investigación de manera coordinada</p> <p>DO8: Realizar prospectiva y vigilancia tecnológica a fin de obtener estudios técnicos ya realizados en otros países.</p> <p>DO9: Promover alianzas entre empresas peruanas y empresas comercializadoras extranjeras (investigación, producción, innovación y mercadeo)</p> <p>DO10: Fomentar la creación de cluster o asociaciones,</p>

<p>Amazónica), en el marco de las iniciativas de Biocomercio. FO11: Articular la página web de Biocomercio a otros sistemas de información. FO12: Desarrollar una estrategia de imagen país megadiverso FO13: Promover investigación asociativa con otros países FO14: Definir mecanismos de información y difusión técnico - científica</p>	<p>entre productores, acopiadores y/o maquiladores en las zonas productivas. DO11: Articular el PNBP al Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico DO12: Realizar prospectiva y vigilancia a nivel de mercados internacionales DO13: Apoyar el fortalecimiento de asociaciones. DO14: Implementar programas de capacitación y asistencia técnica orientada a los eslabones primarios de la cadena DO15: Crear de un fondo para la investigación e innovación y definir los mecanismos de acceso</p>
<p>FA: confrontar</p>	<p>DA: evitar</p>
<p>FA1: observar y participar en foros donde se discuten potenciales medidas para-arancelarias de los países desarrollados ("alerta temprana") FA2: observar y participar en procesos de integración y coordinación regional en marcha a fin de monitorear la competencia potencial de países vecinos FA3: revisar los principios y criterios del BioComercio para mejorar su aplicabilidad FA4: Implementar programas de capacitación en gestión empresarial y brindar asistencia técnica en gestión organizacional a los integrantes de las cadenas FA5: Promover mecanismos de protección y posicionamiento (denominación de origen y marcas colectivas) FA6: Establecer estándares mínimos de calidad a través de la elaboración de normas técnicas</p>	<p>DA1: definir una estrategia de coordinación con las instituciones locales a fin de evitar duplicar esfuerzos y acciones. DA2: Concentrar las acciones y/o proyectos sólo en algunos productos, evitando ampliar la gama de ellos para no diseminar los esfuerzos (por límites presupuestales y logísticos) DA3: Orientar esfuerzos a usuarios que muestren el interés de incluir los P&C del Biocomercio en su gestión. DA4: implementar una estrategia de comunicación y medios DA5: Realizar gestiones para salvar los vacíos legales en los procesos de comercialización (permisos, autorizaciones, entre otros) DA6: Definir un mecanismo para la implementación de los P&C en los actores de la cadena y capacitarlos para su aplicación. DA7: Implementar programas de manejo de los recursos, así como sistemas de buenas prácticas</p>

4.4. Objetivo General

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

Indicadores:

- *Aumento del ingreso de los integrantes de las cadenas, que permita mejorar sus condiciones de vida*
- *El ingreso de los agentes económicos es proporcional a su aporte y contribución en el proceso productivo (distribución justa y equitativa de beneficios)*
- *Productos con valor agregado posicionados en los mercados potenciales*

4.5. Objetivos Estratégicos

Estos objetivos se han definido tomando en cuenta el diagnóstico realizado, las cadenas priorizadas, los proyectos a implementarse, el instrumental y los estudios realizados, así como los problemas y limitaciones identificados en el proceso de implementación del PNBP.

Se plantean los siguientes objetivos estratégicos para el periodo 2007 -2012:

Objetivo Estratégico 1:

Lograr un entorno político favorable para el Biocomercio y fortalecer el sistema institucional del PNBP:

- Red de Instituciones (Comisión Nacional)
- Red de usuarios (todos los actores de la cadena)
- Instituciones locales de soporte

Línea de Acción: FORTALECIMIENTO POLITICO - INSTITUCIONAL

Estrategias:

FO1: Posicionar el PNBP a nivel ministerial a fin de lograr mayor visibilidad en las esferas del gobierno.

DO3: Elevar el Biocomercio y la aplicación de P&C de Biocomercio, como política de Estado (Política Ambiental, Política Comercial, Política de Educación, entre otros).

DO1: Fortalecer la institucionalidad de la comisión, redefiniendo los roles y los mecanismos de coordinación.

FO10: Contribuir a la Integración regional (Andino, Amazónica), en el marco de las iniciativas de Biocomercio.

DO11: Articular el PNB al Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico

DA4: Implementar una política de información , comunicación y difusión

FO11: Articular la página web de Biocomercio a otros sistemas de información.

DA3: Apoyar y promover los esfuerzos de los usuarios que aplican P&C del Biocomercio

Resultados/Indicadores

1. Se ha incorporado el Biocomercio en las Políticas sectoriales/número de políticas sectoriales
2. Incremento de los actores de las cadenas de valor que aplican los P&C de Biocomercio/número de actores¹⁴
3. Los usuarios están satisfechos con la calidad y acceso al sistema de información en Biocomercio/nivel de satisfacción

Objetivo Estratégico 2:

Incrementar el comercio nacional e internacional de los productos del Biocomercio.

Línea de Acción: ACCESO A MERCADOS

Estrategias:

FO3: Sistematizar la información elaborada a fin de iniciar estudios de mercado concretos que permitan definir estrategias de consolidación y penetración a los mercados

DO12: Realizar prospectiva y vigilancia a nivel de mercados internacionales

FA1: Propiciar la participación en foros donde se discuten potenciales medidas para-arancelarias de los países desarrollados ("alerta temprana")

FO4: Implementar programas de capacitación en mercadeo y comercialización

¹⁴ Los P&C de Biocomercio que serán validados y formalizados a nivel nacional.

FO12: Desarrollar una estrategia de imagen país megadiverso

DO9: Promover alianzas entre empresas peruanas y empresas comercializadoras extranjeras

DA5: Realizar gestiones para salvar los vacíos legales en los procesos de comercialización (permisos, autorizaciones, entre otros)

FO9: Fortalecer la promoción comercial a nivel nacional e internacional

FA5: Promover mecanismos de protección y posicionamiento (denominación de origen y marcas colectivas)

Resultados/Indicadores:

4. Incrementar las ventas en el mercado interno/ porcentaje de ventas incrementado
5. Incrementar el valor y las ventas de las exportaciones/valor FOB de las exportaciones
6. Se cuenta con mecanismos para proteger y posicionar los productos del Biocomercio/número de mecanismos

Objetivo Estratégico 3:

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

Línea de Acción: DESARROLLO DE OFERTA COMPETITIVA

Estrategias:

DO2: Coordinar esfuerzos con los organismos públicos descentralizados, proyectos especiales u otras iniciativas, para implementar programas que contribuyan al desarrollo de una oferta sostenible

DO14: Implementar programas de capacitación productiva tecnificada y asistencia técnica orientada a los eslabones primarios de la cadena

FA4: Implementar programas de capacitación en gestión empresarial y brindar asistencia técnica en gestión organizacional a los integrantes de las cadenas

DA7: Implementar programas de manejo de los recursos, así como sistemas de buenas prácticas

DO13: Apoyar el fortalecimiento de asociaciones.

DO10: Fomentar la creación de cluster o asociaciones, entre productores, acopiadores y/o maquiladores en las zonas productivas.

FO5: Propiciar la ejecución de proyectos de Cooperación Público-Privada PPP con énfasis en ampliación de producción e implementación de cadenas logísticas

FA6: Establecer estándares mínimos de calidad a través de la elaboración de normas técnicas

Resultados/Indicadores

7. Ha aumentado el número de iniciativas de Biocomercio que cuentan con certificados en gestión de calidad e inocuidad/número de empresas certificadas
8. Aumento de los rendimientos costo/productividad de las áreas cultivadas y/o recolectadas/porcentaje de rendimiento
9. Las iniciativas de Biocomercio utilizan planes de negocios para una mejor gestión de sus empresas/número de empresas que cuentan con planes de negocios.
10. Aumento del número de asociaciones productivas/ número de asociaciones productivas
11. Se han fortalecido los gremios empresariales existentes/número de asociados por gremio.
12. Se cuenta con mayores volúmenes de producción que responden a las exigencias de los mercados/áreas de producción.
13. Aumento de las áreas manejadas bajo sistemas de recolección/área de recolección manejadas
14. Los productos del Biocomercio cuentan con sus respectivas normas técnicas/número de normas técnicas

Objetivo Estratégico 4

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

Línea de Acción: FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

Estrategias:

DO8: Realizar prospectiva y vigilancia tecnológica a fin de obtener estudios técnicos ya realizados en otros países.

FO13: Promover investigación asociativa con otros países

DO4: Crear un banco de investigaciones y estudios relacionados a los productos del Biocomercio

DO7: Fomentar la articulación de los integrantes de las cadenas de valor para la implementación de proyectos de investigación de manera coordinada

DO15: Crear un fondo para la investigación e innovación y definir los mecanismos de acceso

FO6: Promover la ejecución de proyectos de Biocomercio en el marco del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación

FO14: Definir mecanismos de información y difusión técnico - científica

Resultados/Indicadores

15. Se ha logrado sistematizar y uniformizar en fichas técnicas la información técnica y científica existente/número de fichas técnicas por producto.

16. Los productos del Biocomercio pueden demostrar sus propiedades y características con sustento científico/ estudios técnicos – científicos.

17. Los estudios científicos elaborados se publican en las principales revistas especializadas del sector /número de publicaciones científicas.

18. Se incrementa el número de productos con valor agregado que se comercializan tanto en el mercado interno como externo/relación de precio en chaca y precio FOB.

4.6. Matriz del Plan Estratégico

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Estrategias	Resultados / Indicadores
<p>Objetivo Estratégico 1:</p> <p><i>Lograr un entorno político favorable para el Biocomercio y fortalecer el sistema institucional:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Red de Instituciones (Comisión Nacional)</i> • <i>Red de usuarios (todos los actores de la cadena)</i> • <i>Instituciones locales de soporte</i> 	<p>Fortalecimiento político - institucional</p>	<p>1.- Posicionar el PNBP a nivel ministerial a fin de lograr mayor visibilidad en las esferas del gobierno</p>	<p>1. Se ha incorporado el Biocomercio en las Políticas sectoriales/número de políticas sectoriales</p>
		<p>2.- Elevar el Biocomercio y la aplicación de P&C de Biocomercio, como política de Estado (Política Ambiental, Política Comercial, Política de Educación, entre otros)</p>	<p>2. Incremento de los actores de las cadenas de valor que aplican los P&C de Biocomercio/número de actores¹⁵</p>
		<p>3.- Fortalecer la institucionalidad de la comisión, redefiniendo los roles y los mecanismos de coordinación.</p>	<p>3. Los usuarios están satisfechos con la calidad y acceso al sistema de información en Biocomercio/nivel de satisfacción</p>
		<p>4.- Contribuir a la Integración regional (Andino, Amazónica), en el marco de las iniciativas de Biocomercio.</p>	
		<p>5.- Articular el PNBP al Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico</p>	
		<p>6.- Implementar una política de información , comunicación y</p>	

¹⁵ Los P&C de Biocomercio que serán validados y formalizados a nivel nacional.

		difusión	
		7.- Articular la página web de Biocomercio a otros sistemas de información.	
		8.- Apoyar y promover los esfuerzos de los usuarios que aplican P&C del Biocomercio	
<p>Objetivo Estratégico 2:</p> <p><i>Incrementar el comercio nacional e internacional de los productos del Biocomercio.</i></p>	<p>Acceso a Mercados</p>	9.- Sistematizar la información elaborada a fin de iniciar estudios de mercado concretos que permitan definir estrategias de consolidación y penetración a los mercados	4. Incrementar las ventas en el mercado interno/ porcentaje de ventas incrementado
		10.- Realizar prospectiva y vigilancia a nivel de mercados internacionales	5. Incrementar el valor y las ventas de las exportaciones/valor FOB de las exportaciones
		11.- Propiciar la participación en foros donde se discuten potenciales medidas para-arancelarias de los países desarrollados (“alerta temprana”)	6. Se cuenta con mecanismos para proteger y posicionar los productos del Biocomercio/número de mecanismos
		12.- Implementar programas de capacitación en mercadeo y comercialización	
		13.- Desarrollar una estrategia de imagen país megadiverso	
		14.- Promover alianzas entre empresas peruanas y empresas comercializadoras extranjeras	

		15.- Realizar gestiones para salvar los vacíos legales en los procesos de comercialización (permisos, autorizaciones, entre otros)	
		16.- Fortalecer la promoción comercial a nivel nacional e internacional	
		17.- Promover mecanismos de protección y posicionamiento (denominación de origen y marcas colectivas)	
<p>Objetivo Estratégico 3:</p> <p><i>Mejorar las capacidades de gestión productiva y organizacional en las iniciativas de Biocomercio, a fin de garantizar el desarrollo de una oferta sostenible acorde con la demanda identificada.</i></p>	<p>Desarrollo de oferta competitiva</p>	18.- Coordinar esfuerzos con los organismos públicos descentralizados, proyectos especiales u otras iniciativas, para implementar programas que contribuyan al desarrollo de una oferta sostenible	7. Ha aumentado el número de iniciativas de Biocomercio que cuentan con certificados en gestión de calidad e inocuidad/número de empresas certificadas
		19.- Implementar programas de capacitación productiva tecnificada y asistencia técnica orientada a los eslabones primarios de la cadena	8. Aumento de los rendimientos costo/productividad de las áreas cultivadas y/o recolectadas/porcentaje de rendimiento
		20.- Implementar programas de capacitación en gestión empresarial y brindar asistencia técnica en gestión organizacional a los integrantes de las cadenas	9. Las iniciativas de Biocomercio utilizan planes de negocios para una mejor gestión de sus empresas/número de
		21.- Implementar programas de manejo de los recursos, así como sistemas de buenas prácticas	

		22.- Apoyar el fortalecimiento de asociaciones.	empresas que cuentan con planes de negocios.
		23.- Fomentar la creación de cluster o asociaciones, entre productores, acopiadores y/o maquiladores en las zonas productivas.	10. Aumento del número de asociaciones productivas/ número de asociaciones productivas
		24.- Propiciar la ejecución de proyectos de Cooperación Público-Privada PPP con énfasis en ampliación de producción e implementación de cadenas logísticas	11. Se han fortalecido los gremios empresariales existentes/número de asociados por gremio.
		25.- Establecer estándares mínimos de calidad a través de la elaboración de normas técnicas	12. Se cuenta con mayores volúmenes de producción que responden a las exigencias de los mercados/áreas de producción. 13. Aumento de las áreas manejadas bajo sistemas de recolección/área de recolección manejadas 14. Los productos del Biocomercio cuentan con sus respectivas normas técnicas/número de normas técnicas

<p>Objetivo Estratégico 4:</p> <p><i>Validar y demostrar con sustento técnico - científico las características y propiedades de los productos del Biocomercio,</i></p>	<p>Fomento de la investigación e innovación</p>	<p>26.- Realizar prospectiva y vigilancia tecnológica a fin de obtener estudios técnicos ya realizados en otros países.</p>	<p>15. Se ha logrado sistematizar y uniformizar en fichas técnicas la información técnica y científica existente/número de fichas técnicas.</p> <p>16. Los productos del Biocomercio pueden demostrar sus propiedades y características con sustento científico/ estudios técnicos - científicos.</p> <p>17. Los estudios científicos elaborados se publican en las principales revistas especializadas del sector /número de publicaciones científicas.</p> <p>18. Se incrementa el número de productos con valor agregado que se comercializan tanto en el mercado interno como externo/relación de precio en chakra y precio FOB.</p>
		<p>27.- Promover investigación asociativa con otros países</p>	
		<p>28.- Crear un banco de investigaciones y estudios relacionados a los productos del Biocomercio</p>	
		<p>29.- Fomentar la articulación de los integrantes de las cadenas de valor para la implementación de proyectos de investigación de manera coordinada</p>	
		<p>30.- Crear un fondo para la investigación e innovación y definir los mecanismos de acceso</p>	
		<p>31.- Promover la ejecución de proyectos de Biocomercio en el marco del Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación</p>	
		<p>32.- Definir mecanismos de información y difusión técnico - científica</p>	

5. MECANISMOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

La implementación del Plan Estratégico requiere de mecanismos e instrumentos que acrediten y faciliten la puesta en marcha de las estrategias. En ese sentido, se han identificado 5 mecanismos cuya aplicación, contribuirán a la ejecución del plan: Político-institucional, financiero, Información, Programas de Asistencia Técnica y Capacitación y Planificación.

5.1. Político Institucional

Este mecanismo es de suma importancia para la implementación de un Plan Estratégico nacional, ya que se requiere de un soporte institucional que coordine la implementación del plan y de seguimiento a sus actividades. Por tanto, en la presente sección se presentará una propuesta de estructura institucional, encargada de implementar la estrategia del PNBP.

En esta sección se presentará una propuesta de estructura organizacional de cada uno de los actores que participarán en la implementación de la Estrategia Nacional de Biocomercio. Se define las funciones básicas y la estructura orgánica de la entidad que se encargue de continuar con la implementación del PNBP a fin de mostrar el contexto en el que se adscribe este órgano.

Para la elaboración de la propuesta se ha tomado en cuenta los avances en la puesta en marcha del PNBP en el Perú, los antecedentes del modelo organizativo implementado, que ya han sido descritos a lo largo del presente informe y la situación actual en relación a los planes del ejecutivo con respecto a las OPD; a fin de plantear supuestos y antecedentes que respalden la propuesta.

Supuestos:

- El Biocomercio es una actividad de carácter multisectorial, que involucra los 3 elementos del desarrollo sostenible: sostenibilidad económica, social y ambiental.
- Se cuenta con un Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú, validado a través de su ejecución piloto (2003 – 2006) y un Plan Estratégico para los siguientes 5 años.
- La Comisión Nacional de Biocomercio, institucionalidad que ha venido respaldando la implementación del PNBP termina su periodo de vigencia en abril del presente año.
- Se requiere definir una estructura organizacional con mayor nivel de operatividad para los siguientes años (considerando que ya existe el compromiso para la

implementación de 2 proyectos de cooperación, cada uno con su propia estructura organizacional)

- En la fase piloto de la implementación del PNBP, se han obtenido lecciones aprendidas, que facilitarán en la ejecución de las estrategias.
- Los lineamientos del PNBP están vinculados a otras iniciativas nacionales, entre las que destacan: Plan Nacional de Competitividad, Programa Nacional de Cadenas Productivas, Programa Nacional de Agrobiodiversidad, Programa Nacional de Productos Orgánicos.
- El Plan Nacional de Competitividad contempla dentro de sus componentes de Articulación empresarial, Innovación tecnológica y empresarial y Medio Ambiente (especialmente en este último), estrategias y actividades estrechamente vinculadas al PNBP.
- Existe planes del actual gobierno de fusionar los organismos públicos descentralizados, debido, entre otros motivos para fortalecer la labor de los ministerios y evitar duplicidades entre estos y sus organismos descentralizados.

Antecedentes:

El Programa Nacional de Promoción del Biocomercio en el Perú - PNBP, fue diseñado y elaborado por el grupo técnico interinstitucional: Comité Biocomercio Perú, que tuvo un periodo de vigencia de 2 años (2001 – 2003). Posteriormente se crea el grupo técnico interinstitucional: Comisión Nacional para la Promoción del Biocomercio – Perú, adscrito al Consejo Directivo del CONAM, con la finalidad de poner en marcha el Programa y definir la estrategia para los siguientes años.

La implementación del PNBP, ejecutada a nivel del grupo técnico de la Comisión, presentó obstáculos y limitaciones, identificados en el análisis antes descrito, por lo que se requiere que para la etapa de implementación de la Estrategia, se cuente con el soporte político-institucional que garantice el éxito de su implementación, apoyando en la obtención de fondos y coordinando su ejecución.

El periodo de vigencia del grupo técnico culmina en abril del presente año, para lo cual deberá presentar un informe con las recomendaciones para la continuidad institucional del PNBP. El nivel de avance del proceso de diseño e implementación del Programa, no justifica la ampliación de la vigencia del grupo técnico, pero si contempla la creación de un grupo técnico con mayor peso político, que respalde las gestiones para conseguir financiamiento que posibilite la creación de una Unidad Coordinadora.

5.1.1. Estructura Organizacional

La estructura organizacional que se propone para continuar la implementación del PNBP:

- ⇒ Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio (Pleno)
- ⇒ Consejo Directivo
- ⇒ Presidencia
- ⇒ Secretaría Técnica colegiada
- ⇒ Comités de Gestión

5.1.1.1. Pleno

El Pleno constituye la instancia de consulta del PNBP y tiene como objetivo general lograr la consolidación institucional del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio, a fin de generar un entorno favorable para su desarrollo.

Esta conformada por un representante titular y un alterno de las siguientes instituciones:

1. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR
2. Consejo Nacional del Ambiente – CONAM
3. Comisión para la Promoción de Exportaciones y el Turismo – PROMPERU
4. Ministerio de Relaciones Exteriores – RREE
5. Instituto Nacional de Recursos Naturales – INRENA
6. Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana – IIAP.
7. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología - CONCYTEC.
8. Ministerio de la Producción – PRODUCE
9. Asociación de Exportadores – ADEX
10. Cámara de Comercio de Lima – CCL
11. Instituto Peruano de Productos Naturales – IPPN
12. Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo – APTAE
13. Universidad Nacional Agraria La Molina – UNALM
14. Universidad Peruana Cayetano Heredia – UPCH

5.1.1.2. Consejo Directivo

Es el órgano de dirección y la máxima autoridad, integrado por seis miembros de la Comisión Nacional. Es de carácter permanente y coordinará la implementación del Programa Nacional. Esta conformado por el MINCETUR, CONAM, PROMPERU, IIAP, RREE y ADEX. El quórum del Consejo Directivo estará integrado por la mitad más uno de sus miembros y se reunirá bimensualmente.

Está conformado por los representantes titulares y alternos de las siguientes instituciones:

1. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, que Presidirá la Comisión.
2. Comisión para la Promoción de las Exportaciones y el Turismo - PROMPERU
3. Consejo Nacional del Ambiente - CONAM
4. Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana - IIAP
5. Ministerio de Relaciones Exteriores – RREE.
6. Asociación de Exportadores – ADEX
7. Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo – APTAE

5.1.1.3. Secretaría Técnica Colegiada

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

PROMPEX y el IIAP asumirán una Secretaria Técnica colegiada.

5.1.1.4. Comités de Gestión

Estos Comités estarán integrados por las instituciones ejecutoras de proyectos de cooperación internacional que se implementen en el marco del PNBP y de acuerdo a la naturaleza de cada uno de estos, puede estar integrado también por instituciones que no conforman la Comisión (instituciones de cooperación internacional u otras instituciones nacionales o internacionales)

El Consejo Directivo podría solicitar a cada comité de gestión, reportes de avances de los proyectos y podrán ser convocados en tanto se requieran. Los representantes de la cooperación internacional, así como de instituciones que no conforman la Comisión podrán ser invitados a participar en las sesiones de la Comisión, previa aprobación del Consejo Directivo.

5.2. Financiero

De acuerdo a la propuesta institucional antes descrita, el financiamiento para la implementación de la estrategia provendrá de dos fuentes; de contrapartida nacional, con presupuesto de tesoro y/o ingresos propios de las instituciones ejecutoras y por otro lado de la cooperación internacional (préstamo, donación, entre otros).

La obtención del financiamiento de la cooperación internacional dependerá de las gestiones que realice el Organismo Ejecutor, con el apoyo de la Comisión Nacional. Las

entidades ejecutoras del PNBP tendrán a su cargo gestionar la contrapartida nacional para los proyectos que se implementen o gestionar el financiamiento para la ejecución de sus propios proyectos según sea el caso.

Por lo pronto, el financiamiento que se obtenga para la ejecución de los proyectos de cooperación que ya se han gestionado en el marco del PNBP, tales como GEF/CAF y seco/GTZ, contribuirán al cumplimiento de los objetivos del plan estratégico. Las instituciones que ya han sido elegidas para su coordinación, tendrán la categoría de UEP, como el PDRS/GTZ y PROMPEX, respectivamente.

El reto para el presente año, es preparar una base de datos de donantes y entidades de cooperación, a las que el PNBP pueda acceder y hacer las gestiones necesarias para conseguir más fondos que garanticen la implementación y el logro de los objetivos de la Estrategia Nacional, por lo menos para los próximos 5 años.

5.3. Información

Para garantizar una buena gestión tanto interna como externa en la implementación de la Estrategia se debe considerar el diseño de un mecanismo ágil de intercambio y coordinación entre las instituciones que conforman la comisión.

Tomando en cuenta que una de las grandes debilidades en el proceso de puesta en marcha del PNBP fue que la falta de difusión sobre todo al interior del país, lo que dificultó las coordinaciones con otras iniciativas regionales, se contempla definir un mecanismo de información y medios, de tal manera que se logre mayor visibilidad del PNBP y contribuir con ello a su posicionamiento a nivel nacional, lo que a su vez será un soporte para la obtención de financiamiento, toda vez que se muestren los logros alcanzados y la contribución al desarrollo sostenible del país.

Este mecanismo deberá ser diseñado por la Comisión y puesto en marcha por la UCP, propiciando a su vez la creación de un Sistema de Información, articulado a otros sistemas nacionales y/o internacionales, que contemple además de la página web, otros medios que se consideren, para cuya definición se tome en cuenta la accesibilidad de los usuarios (productores, comunidades campesinas y nativas, empresarios, proveedores de servicios, entre otros)

5.4. Programas de Asistencia Técnica y Capacitación

En esta sección se presenta una relación de Programas para ser implementados de manera grupal con las empresas y/o productores, como instrumentos o mecanismos de fomento en el marco de las estrategias definidas. Cabe señalar, que en el presente informe sólo se hará una corta descripción, quedando pendiente el diseño completo de cada uno de ellos, para la fase de ejecución.

1. Programa de Cultura de la Competitividad

Objetivo: Impulsar acciones orientadas a mejorar el nivel de formación de productores, técnicos, empresarios, de manera de fortalecer la competitividad entre los actores de la cadena. Las actividades se enfocarán a:

- Participación de productores y técnicos del sector productivo en cursos cortos, pasantías, entrenamientos y eventos técnicos en Perú o en el extranjero.
- La realización de actividades de formación, tales como cursos o talleres que se consideren necesarias para el desarrollo de un determinado rubro.

Descripción:

- Apoyo en la participación en actividades de formación: para desarrollar habilidades, conocer y aplicar técnicas en los diversos aspectos del manejo productivo, tecnológico y de gestión agraria, participando en actividades de formación que se desarrollen en empresas u organizamos especializados.
- Apoyo a la realización de actividades de formación: El PNBP realiza actividades que ofrezcan a productores, operarios y técnicos de diferentes aspectos del proceso productivo; adquirir conocimientos teóricos y prácticos en los diversos aspectos del manejo productivo, tecnológico y de gestión, que contribuyan a mejorar su eficiencia y competitividad

2. Programa de Giras Tecnológicas

Objetivo: Estimular y fortalecer el aprovechamiento, por parte del sector productivo, del conocimiento tecnológico disponible, mediante la captación de tecnologías innovativas de desarrollo en Perú y en el extranjero, su difusión y la promoción de su adaptación y aplicación a los procesos productivos.

Con esto se busca favorecer la vinculación entre productores, empresarios, investigadores, profesionales y técnicos vinculados al sector, con el fin de impulsar la incorporación de innovaciones tecnológicas, mejorando así la competitividad de las empresas del Biocomercio. Este objetivo incluye todos los aspectos de la cadena de valor: los procesos productivos, agroindustriales, de gestión, comercialización, organización de los productores y otros.

Descripción: Con este programa se busca contribuir a la innovación productiva de los bionegocios, a través de visitas en grupos de personas a centros de innovación tecnológica, donde además de captar las tecnologías, captan experiencias, información o contactos. Las giras dentro del país pueden durar máximo 10 días y las giras fuera del país un máximo de 15 días. Además éstas deben ser integradas por equipos multidisciplinarios entre el personal de las empresas encargadas de los procesos técnicos y operativos.

3. Programa de Promoción de la Innovación en Bionegocios

Objetivo: Poner a disposición de los productores la información técnica y los diversos avances tecnológicos desarrollados tanto en nuestro país como en el extranjero, para contribuir a la adopción de estas tecnologías y, de ese modo, favorecer la competitividad de los diferentes sectores. Para ello se busca fomentar la realización de actividades de promoción y difusión, y apoyar acciones orientadas a difundir los resultados de las iniciativas exitosas.

Descripción: Estas acciones podrán ser la realización de eventos de promoción y de difusión Tecnológica (encuentros, seminarios, congresos, simposios) y ferias tecnológicas, y la elaboración y publicación de documentos técnicos que contribuyan al proceso de innovación en el sector. La realización de estas actividades se hará en coordinación con CONCYTEC y sumando esfuerzos de las instituciones vinculadas a la innovación.

4. Programa de Contratación de Consultores Calificados

Objetivo: Es un programa complementario al de Giras Tecnológicas, su objetivo es estimular y fortalecer el aprovechamiento, del conocimiento tecnológico disponible, mediante la captación de tecnologías innovativas desarrolladas en Perú y en el extranjero.

Descripción: El PNBP contrata consultores peruanos o extranjeros expertos en tecnologías que contribuyan a la modernización y diversificación de los procesos productivos y agroindustriales del sector, así como también en aspectos de gestión, comercialización y organización de los productores

Con este programa se busca impulsar iniciativas que generen resultados, información o recomendaciones que tengan un factor de réplica. Es decir, se busca que los resultados del apoyo a determinadas iniciativas puedan ser incorporados o aplicados por un grupo de productores y/o empresas, con un impacto más amplio a nivel local, regional y nacional.

5. Programa de Desarrollo Local en Comunidades Rurales

Objetivo: Mejorar las capacidades técnico-productivas, de manejo ambiental y de gestión asociativa de las familias de pequeños productores de menores recursos, con el objeto de incrementar en forma sustentable el ingreso monetario y/o no monetario generado a partir de la producción rural.

Descripción:

- Asesoría en Mercados y gestión para mejorar la producción, con un enfoque de demanda, tomando en consideración el potencial de desarrollo de la zona (agroforestería, recolección y tratamiento de productos silvestres, turismo rural, etc).
- Asesoría y apoyo para el mejoramiento ambiental, para mejorar las condiciones medioambientales en aquellas situaciones de degradación de los recursos, de manera de hacer más sustentable las actividades productivas. Ello implica la introducción de tecnologías de conservación y/o recuperación del medioambiente y articular a otros actores institucionales para el mejoramiento de los recursos naturales.
- Asesoría y apoyo para el desarrollo de la asociatividad y gestión local para incrementar los niveles de asociatividad y las capacidades de gestión local de las familias participantes, para efectos de realizar emprendimientos productivos y aumentar su relación con la institucionalidad pública y privada en el ámbito local. El servicio es articulador y facilitador de estas iniciativas en gestión y asociatividad.
- Asesoría y apoyo para la articulación con otros instrumentos de fomento que potencien las acciones de desarrollo productivo y ambiental y faciliten la articulación.

6. Servicio de Asesoría a la Gestión de Empresas Asociativas Campesinas (ECOMUSA)

Objetivo: Desarrollar las capacidades y habilidades y competencias empresariales y de gestión en los pequeños productores, a través de estrategias de asociatividad empresarial, de promoción, formación y desarrollo de empresas asociativas, de manera que éstas se constituyan en el mediano plazo en agentes económicos sustentables.

Descripción: Los grupos o empresas comunales (ECOMUSA) podrán postular a capacitaciones y asesorías que apoyen las distintas etapas de desarrollo de los grupos y/o empresas y sus negocios. Las capacitaciones deberán proveer habilidades específicas a los directivos y asociados del Grupo y/o ECOMUSA en cualquier etapa de desarrollo de éstos, conteniendo los diversos ámbitos que implica la gestión empresarial. Las asesorías y capacitación se dan a través de las siguientes líneas:

- *Apoyo para la formación de empresas asociativas*
 - i. Plan de Trabajo a corto plazo
 - ii. Estudio de Factibilidad
 - iii. Plan estratégico de la Empresa
 - iv. Plan de Negocios
 - v. Apoyo Operativo
- *Apoyo para el desarrollo de empresas asociativas:*

- i. Apoyo corporativo a la empresa (gestión estratégica)
 - a. Dirección
 - b. Planificación Estratégica
 - c. Desarrollo Organizacional.

- ii. Apoyo Operativo a la empresa (gestión operativa)
 - a. Gestión Financiera
 - b. Gestión de Recursos Humanos
 - c. Gestión de Producción
 - d. Gestión de Marketing
 - e. Gestión Institucional
 - f. Gestión de la Información

7. Programa de Integración de Empresas a las redes de Empresas por Sector

Objetivo: Fomentar una mayor inserción de la producción campesina en los mercados, a través del apoyo a la integración y articulación horizontal de sus empresas en redes de empresas por sectores (a nivel regional y nacional), de manera de consolidar una nueva institucionalidad de pequeños agricultores que les otorgue mayores niveles de competitividad, autogestión e interlocución con el resto de la institucionalidad pública y privada.

Descripción: Una red por sector constituye una instancia de organización privada de un determinado número de ECOMUSA que trabajan un mismo sector, las que por motivación propia y en consideración a un importante grupo de requerimientos comunes, deciden abordar de manera organizada y coordinada un conjunto de objetivos y metas específicas.

8. Programa de Alianzas Estratégicas con grandes empresas

Objetivo: Mejorar la capacidad de gestión productiva de las empresas, a través de la articulación con empresas grandes donde las empresas del Biocomercio puedan aprovechar el conocimiento, experiencia, la tecnología, así como las posibilidades de inversión de las grandes empresas.

Descripción: Para que un producto del Biocomercio pueda posicionarse en el mercado, requiere de grandes inversiones desde investigación, hasta la publicidad. Por ello, este programa propone que las empresas de este sector, que en su mayoría son micro y pequeña, accedan a alianzar con empresas grandes, en el marco de proyectos para entre otros motivos, lanzar al mercado un producto específico. Con ello, se busca que se generen sinergias entre las empresas que pueden aportar la producción o manejo del recurso y las empresas que eventualmente podrían cubrir los costos de investigación y desarrollo del producto.

Estas alianzas pueden ser con grandes empresas del Perú o del extranjero; para lo cual se podría contar con la activa participación de PROMPEX y del RREE:

9. Programa de Turismo Rural

Objetivos: Apoyar a los pequeños productores y campesinos en el desarrollo de capacidades empresariales, trabajo asociativo, identificación y gestión de iniciativas de turismo rural.

Descripción: En el Turismo Rural se integra a toda la familia campesina y se resguardan sus costumbres y tradiciones. La idea es que la agricultura familiar campesina tenga nuevas alternativas de negocio a través de las cuales pueda complementar y/o diversificar sus ingresos. Este programa se concibe como una nueva alternativa de ingresos y trabajo para la familia campesina.

10. Programa de Desarrollo de Proveedores

Objetivos: Aumentar la competitividad de cadenas productivas y facilitar relaciones de mutuo beneficio entre una empresa demandante y sus proveedores, permitiendo que estas últimas se apropien de los beneficios del programa de desarrollo.

Descripción: Ayudará a fortalecer una relación de mutuo beneficio, asegurando a la empresa abastecimiento puntual y de calidad, y un mercado estable para sus proveedores.

El PBP cubrirá parte del costo de un conjunto de acciones sistemáticas (consultoría, transferencia tecnológica, entrenamiento) comprendidas en un Plan de desarrollo de las empresas proveedoras . Constará de dos etapas:

- Etapa de diagnóstico: se realizará un análisis de fortalezas y debilidades de las empresas proveedoras, y se diseñará para ellas un plan de desarrollo que permita expandir sus potencialidades y superar las fragilidades detectadas (duración máxima de 6 meses)
- Etapa de Ejecución: durante esta fase se lleva a cabo el plan de desarrollo de las empresas proveedoras, confeccionando en la etapa de diagnóstico. Se trata de apoyos expertos a estas empresas, para hacer más eficiente su producción y gestión, adaptarse a los estándares y normas de los mercados exigentes y, en general, construir una cadena productiva mejor integrada, en beneficio de todas partes.

11. Programa de Gestión de calidad y Producción Limpia

Objetivos: Incorporar buenas prácticas de producción, que le permitan mejorar sus procesos y productos en términos medioambientales y productivos.

Descripción: Este tipo de programa ya han sido implementado por el PNBP a través de proyectos, por lo tanto ya se cuenta con un proceso para su implementación. La idea para los siguientes años, es replicar esos proyectos en escalas más grades. Entre los programas que se han desarrollo figuran:

- Programa de Buenas Practicas Agrícolas
- Programa de Buenas Practicas de Manufactura
- Programas de Gestión de Calidad en SQF

12. Programa de Planes de Manejo

Objetivos: Contribuir a la disminución de la presión por recolección de los recursos comercializados, y fomentar la aplicación de sistemas de manejos en los procesos de recolección.

Descripción: El PNBP ha desarrollado una consultoría para definir un diagnostico en la aplicación de planes de manejo para las plantas medicinales y éste ha arrojado recomendaciones que es necesario revisar para la implementación de este Programa. Asimismo, ya se cuenta con los términos de referencia para la implementación de planes de manejo en plantas medicinales. Este programa se debe hacer con la activa participación del CONAM e INRENA.

13. Programa de Planes de Negocios

Objetivos: Contribuir a la mejora de las capacidades de gestión empresarial, de tal manera que los que dirigen las empresas del Biocomercio, tengan la capacidad de elaborar sus planes de negocios que les permitan mejorar su gestión y/o utilizar estos planes como herramientas para obtener financiamiento.

Descripción: Igual que en el Programa anterior, ya se cuenta con experiencia en la implementación de este tipo de Programas, por lo que se buscaría replicar estas experiencias en mayor escala. Además, actualmente el PNBP cuenta con un manual que servirá de guía para la elaboración de estos planes

14. Programa de Promoción de los Bionegocios Exportadores.

Objetivos: Promover el desarrollo de las exportaciones de productos nativos y apoyar el proceso de internacionalización de las empresas del sector.

Descripción: Para llevar a cabo este programa se definen tres ramas estratégicas:

- Identificación de mercados potenciales.

- Desarrollo de la capacidad exportadora de las empresas del sector y adecuación a su oferta exportable a las exigencias de los mercados identificados.
- Aplicación de estrategias para los mercados identificados a fin de iniciar su inserción en forma competitiva.

Estas actividades se desarrollaran a través con el apoyo y liderazgo de PROMPEX.

15. Internacionalización de los Bionegocios

Objetivos: Posibilitar la incorporación de los bionegocios a los mercados internacionales en condiciones competitivas, sostenibles y rentables.

El objetivo central de este programa es desarrollar capacidades exportadoras a un grupo de bionegocios que cumplan con requisitos básicos de gestión y que trabajan en rubros con potencial exportador. Dichas empresas desarrollarán un trabajo en la perspectiva de generar una articulación a nichos de mercados externos específicos identificados con el apoyo de PROMPEX.

Descripción: Se pretende desarrollar e implementar una estrategia asociativa, para lograr una inserción en los mercados internacionales, mediante las siguientes etapas:

- Etapa I: Preparación competitiva para la exportación asociativa

Las empresas seleccionadas accederán a esta primera etapa, que pretende formar Bionegocios Agrupados de Exportación (BAE), integrados por decisión propia de grupos de empresas con rubros afines y que poseen capacidad de generar una rentabilidad sostenible en el medio competitivo externo. En esta fase se asigna un tutor experto en formulación estratégica y gestión de pequeñas empresas, a cada BAE por un periodo de 5 meses aprox.

Terminado la Etapa I, los postulantes que conformen los BAE podrán optar para continuar el programa e iniciar la segunda etapa.

- Etapa II: Gestión para Exportación de los BAE

Una vez conformados los BAE con un total de aceptación, se asignará un tutor experto en comercio exterior, quien en un plazo de aproximado de 8 meses apoyará la formulación de *un plan de internacionalización* para cada BAE.

Al finalizar la etapa II, los BAE estarán en condiciones de implementar el Plan de Internacionalización, optando a los diferentes instrumentos de que dispone PROMPEX.

5.5. Planificación y monitoreo

Las actividades se programarán cada año en Planes Operativos (POA), tomando en cuenta el Plan Estratégico elaborado para el periodo 2007 – 2011. Estos POA's serán la herramienta principal que guíe las actividades tanto de la UCP, como de las instituciones coejecutoras.

La elaboración de los POA se hará de manera participativa por la Comisión Nacional, en el periodo precedente al año de su ejecución. Es decir que para el mes de diciembre de cada año, ya se debe tener el POA del siguiente año aprobado. Esta herramienta servirá para que la UCP realice la coordinación, el seguimiento y monitoreo de las actividades con las instituciones co-ejecutoras. Los POA o sus modificaciones requerirán de la aprobación de la Comisión Nacional.

La participación de entidades co-ejecutoras se plasmará a través de planes operativos específicos (POAE), que deben estar reflejados en el POA general. Así, la existencia de un proyecto especial, contemplará un POAE, que apunte al logro de los objetivos definidos en la Estrategia.

El monitoreo de las actividades del POA será responsabilidad de la UCP. Esta unidad dará seguimiento al logro de las metas y al cumplimiento de los indicadores, en estrecha coordinación con los sectoristas de la UCP y los coordinadores de actividades de las unidades co-ejecutoras.

6. RECOMENDACIONES PARA SU IMPLEMENTACION

A nivel institucional:

- Aprobar el presente Plan Estratégico en el marco de la Comisión actual e incluirlo en el informe de desempeño que este grupo técnico presentará al Consejo Directivo del CONAM al término de su vigencia.
- El informe final de la actual Comisión, deberá contemplar además del reporte de las actividades realizadas durante su periodo de vigencia, una propuesta de estructura organizacional que tendrá el mandato de dar continuidad a la implementación del PNB, tomando en consideración el contexto actual. La decisión del futuro del PNB es competencia de las instituciones que conforman la Comisión.

- Tener cuidado de no agrandar demasiado el pleno de la Comisión, involucrando a instituciones que no van a aportar al PNBP, más aún si las sesiones de la Comisión estarán aprobadas por el quórum.
- Poner especial atención en la selección de la institución que presida la Comisión, ya que esta debe tener el compromiso de aplicar el reglamento de la comisión y cumplir con el rol encomendado. El canal de coordinación entre la presidencia y la Unidad Ejecutora debe ser ágil.
- Una vez que se ha aprobado la selección de la Unidad Ejecutora, se deberá designar un comité ad hoc encargado de empezar las gestiones para su formalización.
- Para garantizar la estabilidad e injerencia política del PNBP, la Unidad Ejecutora deberá ser una institución con rango ministerial, ya que actualmente esta en los planes del gobierno fusionar los organismos públicos descentralizados, siendo una de ellas la actual unidad coordinadora del PNBP.
- Las entidades ejecutoras de proyectos especiales deben contar con un manual de operaciones (MO) que tenga como propósito definir el marco conceptual y técnico del proyecto, así como los niveles de responsabilidad de las instituciones involucradas en su implementación. El alcance del MO será normativo al definir las responsabilidades que emergen del cumplimiento u omisión de los procedimientos y acciones preestablecidos por cada uno de los responsables de la implementación del proyecto.
- La Unidad Coordinadora del PNBP deberá contar como mínimo con 5 profesionales, de acuerdo a la estructura propuesta:
 - Un coordinador general
 - Un especialista en monitoreo
 - Un administrador
 - Dos sectoristas: técnico y comercial.
- La participación de las instituciones co-ejecutoras se formalizará a través de la firma de un convenio específico de participación con la Unidad de Coordinación, y contemplará la designación de una persona encargada de la coordinación de las actividades a su cargo.
- Se recomienda nombrar un comité ad hoc de la Comisión Nacional, encargada de elaborar la propuesta de formato para el Plan Operativo Anual del PNBP, que deberá ser aprobado por el pleno.
- La ejecución de los proyectos de cooperación internacional relacionados al Biocomercio, deberán respetar el marco institucional del PNBP, así como la

estructura orgánica de coordinación para su implementación. Por ello, se recomienda que las estructuras organizativas ya definidas para la implementación de los proyectos seco/GTZ y GEF/CAF, sean revisados y elaborados de tal manera que se adecuen e inserten en el marco institucional establecido para los siguientes años.

- Involucrar a las instituciones públicas y/o privadas de las regiones en la implementación de la estrategia. Las mismas que podrán participar como entidades co-ejecutoras, convirtiéndose de esta manera en entidades de soporte local.
- Dar seguimiento a los procesos que esta llevando a cabo la Iniciativa Biotrade de la UNCTAD, como la creación de una Asociación Andino Amazónica de Biocomercio y el Estándar Internacional de Biocomercio. Se sugiere revisar estas dos iniciativas a nivel de la Comisión y emitir un pronunciamiento que refleje los intereses del PNB, a fin de evitar procesos paralelos.
- Las instituciones internacionales de cooperación podrán participar en la Comisión, según sea el caso, con derecho a voz, pero no a voto.
- Considerando la existencia de dos Programas Regionales de Biocomercio, que aparentemente persiguen objetivos similares; se debe poner especial atención en definir claramente sus roles, a fin que no se dupliquen las actividades que se realicen en el marco de estos Programas.

A nivel operativo:

- Hacer las gestiones necesarias para articular el PNB a los otros planes estratégicos sectoriales, de tal manera que se generen sinergias y se eviten las duplicidades; que permitan además, visualizar los impactos a nivel nacional.
- El Plan Estratégico presentado deberá ser implementado dentro de los próximos 5 años. Para lograr éxito en su implementación y obtener mejores impactos, se recomienda que las acciones se concentren en **productos concretos** (no más de 5 cadenas para el periodo del plan), de lo contrario se corre el riesgo de seguir haciendo actividades que no reflejen un impacto cuantificable en el desarrollo del Biocomercio. Aquí se recoge la propuesta de definir un **producto estrella del biocomercio** dentro de este grupo, cuyo posicionamiento permita abrir el camino a los otros productos.
- Para los próximos años se deberá poner mayor énfasis en el trabajo con los primeros eslabones de la cadena, considerando que hasta la fecha, las

actividades han estado focalizadas al eslabón final de la cadena (empresas exportadoras).

- Dar alta prioridad a la validación de los P&C de Biocomercio, toda vez que serán estos elementos los que determinen si una actividad es o no biocomercio. Además de ello, definir el mecanismo de aplicabilidad de estos P&C, a fin de determinar un medio de verificación para dar seguimiento a las empresas.
- Posicionar el Biocomercio como un **Modelo de Desarrollo Sostenible**

7. ANEXOS

Anexo N° 1: Acuerdo de formalización del PAB

Anexo N° 2: Decreto Supremo de Creación de la Comisión