

PERÚ BIODIVERSO

Fortalecimiento y promoción
de productos y servicios
de la Biodiversidad



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo
y la Cooperación COSUDE

Secretaría de Estado
de Economía SECO

gtz



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

El Biocomerio en el Perú

El Perú figura entre los países con mayor biodiversidad en el planeta, con una oferta de productos naturales que se utilizan en la industria alimenticia, pero que también tienen gran potencial en las industrias cosmética, cosmeceútica y nutracéutica. Sin embargo, el uso inadecuado de los recursos y el desconocimiento del potencial de la biodiversidad implica que amplios sectores rurales permanezcan al margen de los beneficios de este patrimonio, y que muchas especies nativas se encuentren amenazadas.

El Convenio sobre la Diversidad Biológica, CDB, de las Naciones Unidas tiene como objetivo, desde 1992, la protección de la diversidad de especies. El uso sostenible y la comercialización de estos recursos contribuyen a su valoración económica y a la conservación, metas a las que el Perú se ha comprometido.

Con el fin de asegurar el futuro de estos recursos biológicos y articular a los pequeños productores y recolectores con el mercado, el proyecto Perubiodiverso promueve el biocomercio en el país, fomentando la transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

Perúbiodiverso

El Proyecto Perubiodiverso (PBD) es un cofinanciamiento entre la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH y la Secretaría de Estado de Economía de Suiza (SECO), con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) como contraparte nacional, y el Ministerio del Ambiente (MINAM) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) como socios principales.

El proyecto se basa en acciones previas de la iniciativa Biotrade Facilitation Programme (BTFP) de la UNCTAD realizadas en el periodo 2003 – 2007 y se ejecuta bajo el marco institucional y político del Programa Nacional de Promoción de Biocomercio (PNPB). La unidad ejecutora del PBD es el Programa Desarrollo Rural Sostenible PDRS de la GTZ.

Los objetivos del Proyecto contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de la Meta de desarrollo del Milenio especialmente en el Objetivo 1: erradicar la pobreza extrema y el hambre, en el Objetivo 3: promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer, en el Objetivo 7: garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y en el Objetivo 8: fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

Objetivo de *Perubiodiverso*

El objetivo del proyecto es el fortalecimiento y la promoción de cadenas de valor de productos y servicios relacionados con la biodiversidad nacional y el desarrollo rural sostenible para que la población rural pobre de áreas seleccionadas mejore su participación económica con una orientación hacia el mercado, en condiciones de equidad.

Grupo Meta

Población rural pobre relacionada a la producción y comercialización de los productos y servicios de las seis cadenas priorizadas: sachu inchi, maca, camu camu, tara, yacón y ecoturismo.

Componentes del Proyecto

Componente *Productos de Biocomercio*

Se orienta al fortalecimiento y a la promoción de las cadenas de ingredientes naturales y productos funcionales derivados para la industria alimenticia, farmacéutica, cosmética y de curtiembre. Las cadenas seleccionadas son: tara y yacón en Cajamarca, sachu inchi en San Martín, camu camu en Loreto, y maca en Junín.

Componente *Ecoturismo*

Se orienta al fortalecimiento y a la promoción de tres proyectos de destinos de ecoturismo: Sauce, Chazuta y AHARAM. Para ello se ha priorizado la observación de aves, de flora y de paisajes en la región San Martín. Estos proyectos buscan ser articulados al Corredor Turístico Noramazónico.

Ambos componentes tienen líneas de acción idénticas:

1. **Acceso a mercados:** busca poner a disposición de los actores de las cadenas seleccionadas mecanismos para mejorar su acceso a mercados y lograr mayor equidad a través de la inteligencia y promoción comercial.
2. **Oferta competitiva:** Tiene la finalidad de mejorar la oferta de productos y servicios considerando estándares sociales y ambientales.
3. **Marco Político:** Busca impulsar el marco político e institucional para el desarrollo de las cadenas de valor bajo principios de eficiencia, sostenibilidad y equidad.

