



Iniciativa PerúBioInnova

En el marco del Programa de Apoyo a la Agenda de Competitividad 2014-2018 (SECOMPETITIVO) de la Cooperación Suiza-SECO, y ejecutada por el programa Contribución a las Metas Ambientales del Perú (ProAmbiente).

Fortaleciendo las condiciones marco para el biocomercio

Apoyo a la implementación de la Estrategia Nacional de Biocomercio

La Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio es un espacio multisectorial, conformado por catorce instituciones públicas y privadas, encargado de planificar e implementar acciones conjuntas para la promoción y el desarrollo del biocomercio en el Perú. Para lograrlo, requiere de instrumentos idóneos, aplicables y, sobre todo, que contribuyan a la implementación de la Estrategia Nacional de Biocomercio.

/ Contexto

El Perú es uno de los primeros países de América Latina que apuesta por el biocomercio como un modelo de negocio para el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad. El tema se norma en el artículo 87 del reglamento de la Ley sobre Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica (2001). En 2003, se lanza el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNPB), y para darle operatividad se crea, en 2010, la Comisión Nacional para la Promoción del Biocomercio (CNPB), presidida por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur). Su objetivo general es lograr la consolidación institucional del PNPB, con el fin de desarrollar un entorno favorable para el biocomercio.

Además, el Perú es uno de los primeros países que cuenta con una Estrategia Nacional de Biocomercio y un Plan de Acción al 2025, aprobada en julio de 2016, los cuales tienen como objetivo consolidar la institucionalidad, el marco legal y los mecanismos necesarios para promover e implementar el biocomercio en el Perú.



/ Contrapartes

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), Ministerio del Ambiente (Minam)



/ Resumen

La elaboración de un plan de comunicación, la conceptualización estratégica de la plataforma PerúNatura, el análisis del mercado local para promover el biocomercio y el fortalecimiento de capacidades son algunas de las acciones realizadas para fortalecer la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio y, con ello, mejorar las condiciones marco para el biocomercio en el Perú.



/ Contribución a

Planaa (AE 5.12, 5.13), AgendAmbiente (Res. 10), ENDB (Meta 4), Estrategia Nacional de Biocomercio (OE 1.1, 2.1), Agenda de Competitividad (Meta 22).

/ Situación inicial

La Cooperación Suiza (SECO) y la Cooperación Alemana, implementada por la GIZ, han trabajado estrechamente con la CNPB desde hace diez años, contribuyendo a la promoción del biocomercio en el país. Primero, a través del proyecto PerúBioInnova (2008-2014) y, después, con PerúBioInnova (2015-2017). El trabajo conjunto de los primeros años permitió el acceso a mercados internacionales para productos nativos como tara, algarroba y sachá inchi, y el fortalecimiento de diversas cadenas de valor en diferentes regiones de la selva y sierra peruana.

A inicios de 2015, la CNPB, como impulsor intersectorial del biocomercio, requería de instrumentos útiles e idóneos para cumplir con su tarea de difundir y promover el biocomercio en el país. En este sentido, necesitaba un plan de comunicaciones, que permitiera articular mejor el trabajo de las diversas instituciones miembros; asesoría para la conceptualización estratégica de la plataforma comercial PerúNatura; un análisis y diseño de pautas para la promoción de productos de biocomercio en el mercado nacional, y apoyo para fortalecer las capacidades en temas de biocomercio, comercio sostenible y acceso a recursos genéticos y participación en los beneficios (APB).

/ Cómo se contribuyó

PerúBioInnova, iniciativa de la Cooperación Suiza-SECO y la Cooperación Alemana (implementada por la GIZ),

desarrollada en el marco de SECOMPETITIVO y ProAmbiente, comenzó el trabajo de coordinación con la CNPB en agosto de 2015. En este marco, se llevaron a cabo diversas medidas de capacitación, tales como un taller en Gestión Ambiental Rentable, y un taller sobre la metodología ValueLinks y servicios ecosistémicos dirigido al sector público y privado, ambos en conjunto con PromPerú. También se desarrollaron diversos talleres de capacitación en acceso a recursos genéticos y propiedad intelectual en Lima y regiones, en conjunto con el Ministerio del Ambiente (Minam), la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental y ProAmbiente. Asimismo, se desarrolló un manual de capacitación en biocomercio para el sector privado, como base para cursos presenciales y virtuales, en conjunto con PromPerú.

Los instrumentos diseñados contribuyen a poner en marcha la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 y, con ello, fortalecer la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio.

LUIS MESÍAS

Director General de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior del Mincetur

Desde la aprobación de la estrategia nacional, en 2016, las coordinaciones con la CNPB estuvieron dirigidas al desarrollo de herramientas e instrumentos de promoción, comunicación y articulación que contribuyan a la implementación de la estrategia. En conjunto con Mincetur se desarrolló, así, una guía didáctica de biocomercio, dirigida a un público objetivo diverso e interesado en el biocomercio.

Para mejorar el alcance de la plataforma comercial PerúNatura, como instrumento principal de promoción del biocomercio, junto con PromPerú y Mincetur se trabajó en su conceptualización estratégica que se implementará desde 2017. PerúNatura ahora es considerado como el espacio más importante de conexión y promoción de los productos nativos del Perú, que vincula todos los actores del biocomercio, impulsa la innovación, y difunde conocimiento, tanto a nivel regional, nacional como internacional.

Con el fin de aumentar y mejorar la comunicación de la CNPB, a nivel interno y externo, se desarrolló un plan de comunicaciones con acciones a corto, mediano y largo plazo, que pone énfasis en una comunicación directa, simple y eficaz. El plan contempla una mayor integración de los miembros de la Comisión, según sus mandatos como instituciones públicas, privadas o sector privado.

Además, en conjunto con el Minam, se desarrolló un diagnóstico del mercado local para productos de la biodiversidad nativa, y se definieron pautas y acciones clave para la difusión de productos nativos y del biocomercio en el mercado local.

PerúBioInnova asesoró técnicamente y acompañó todos estos procesos, de manera articulada y participativa con los miembros de la Comisión, principalmente con el Mincetur (presidencia), PromPerú (secretaría técnica) y el Minam.

/ Aporte a las metas ambientales del Perú

Las actividades emprendidas para mejorar las condiciones marco del biocomercio contribuyen al Plan Nacional de Acción Ambiental (Planaa) –específicamente, a las acciones estratégicas (AE) 5.12 sobre la conformación de cadenas productivas y de servicios ambientalmente competitivos y eficientes, facilitando la exportación e incorporando los principios de biocomercio y la responsabilidad social, y 5.13 sobre el incremento de las líneas del biocomercio en la economía nacional–, a la Agenda Nacional de Acción Ambiental (AgendAmbiente) –sobre todo, al resultado 10 sobre el incremento anual de exportaciones de biocomercio–, y a la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica (ENDB) –especialmente, a la meta 4 sobre la promoción de bionegocios competitivos, orientados preferentemente al modelo biocomercio–.

Por otra parte, aportan sustancialmente a la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 – Objetivo estratégico (OE) 1.1: Incorporar el biocomercio al más alto nivel de la agenda política y como tema transversal en las políticas públicas, y OE 2.1: Fortalecer el Programa Nacional de Promoción de Biocomercio y de CNPB–, así como a la Agenda de Competitividad 2014-2018 –sobre todo, al subcomponente sobre la promoción de cultivos orgánicos y derivados del biocomercio de la meta 22–.

/ Lecciones aprendidas

- La CNPB es el espacio idóneo para el desarrollo de nuevos instrumentos y herramientas relacionados al biocomercio. Sin embargo, lograr que las instituciones miembro asuman roles y responsabilidades depende del grado de compromiso y de la identificación de acciones clave a las que cada uno pueda contribuir en favor del biocomercio.

/ Próximos pasos

Los instrumentos generados fueron desarrollados en conjunto con la presidencia de la CNPB, y la implementación, uso y aplicación de cada uno de ellos dependerá de la planificación y ejecución que los miembros lleven a cabo. Principalmente, el plan de comunicaciones cuenta con acciones estratégicas para lograr un mayor y mejor trabajo conjunto y articulado.