



# PLAN DE ACCION DEL BIOCOMERCIO REGION SAN MARTIN 2023-2028



# CONTENIDO

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>II. ANTECEDENTES</b>	<b>5</b>
<b>2.1. Marco Conceptual del Biocomercio</b>	<b>5</b>
<b>2.2. Enfoques de Desarrollo complementarios y necesarios en la implementación del Plan de Acción de Biocomercio Regional</b>	<b>14</b>
<b>2.3. Avances en la implementación del Biocomercio en el Perú y en la región San Martín</b>	<b>16</b>
<b>III. SITUACIÓN ACTUAL DEL BIOCOCOMERCIO EN LA REGIÓN</b>	<b>25</b>
<b>3.1. Institucionalidad</b>	<b>25</b>
<b>3.2. Investigación, desarrollo e innovación</b>	<b>30</b>
<b>3.3. Gestión del Conocimiento</b>	<b>33</b>
<b>IV. PROCESO PARTICIPATIVO</b>	<b>35</b>
<b>4.1. Proceso de elaboración</b>	<b>35</b>
<b>4.2. Estructura de la estrategia Regional del Biocomercio y Plan de Acción 2028</b>	<b>36</b>
<b>V. PLAN DE ACCIÓN DEL BIOCOCOMERCIO REGION SAN MARTIN AL 2028 Y SU VINCULACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DEL BIOCOCOMERCIO Y SU PLAN DE ACCIÓN 2025</b>	<b>41</b>
<b>5.1. Objetivos Nacionales y Estratégico</b>	<b>41</b>
<b>5.2. Ejes Temáticos en la Estrategia Nacional de Biocomercio</b>	<b>41</b>
<b>5.2.1. Institucionalidad relacionada al Biocomercio</b>	<b>41</b>
<b>5.2.2. Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i)</b>	<b>42</b>
<b>5.2.3. Gestión del Conocimiento</b>	<b>43</b>
<b>5.3. Plan de acción del biocomercio 2024 – 2028.</b>	<b>44</b>
<b>5.3.1. EJE TEMÁTICO 2: INSTITUCIONALIDAD RELACIONADA AL BIOCOCOMERCIO</b>	<b>45</b>
<b>5.3.2. EJE TEMÁTICO 4 DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN</b>	<b>49</b>
<b>5.3.3. EJE TEMÁTICO 6 DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO</b>	<b>53</b>
<b>5.4. Plan de monitoreo y evaluación.</b>	<b>57</b>
<b>VI. CONCLUSIONES</b>	<b>59</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES</b>	<b>60</b>
<b>VIII. REFERENCIAS</b>	<b>61</b>
<b>IX. PANEL FOTOGRÁFICO</b>	<b>62</b>
<b>IX. ANEXOS</b>	<b>68</b>

## I. INTRODUCCIÓN

El comercio de bienes de la biodiversidad nativa es una actividad que coexiste con las poblaciones rurales y nativas de las regiones amazónicas desde hace muchísimos años; el término de Biocomercio resulta ser nuevo, y comprende actividades de extracción, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios, anclados a enfoques de sostenibilidad que garanticen el aprovechamiento sostenido de los recursos de la biodiversidad. La Región San Martín, caracterizada por una abundante biodiversidad, se destaca como un importante territorio para el biocomercio. En el análisis del ecosistema de Biocomercio, se identificaron 25 cadenas de valor, de las cuales 5 han sido prioritarias según la designación del GORESAM (pijuayo para palmito, Sacha Inchi, Apicultura - miel de abejas meliponas, bambú y cacao nativo). Además, actores clave del ecosistema del Biocomercio han priorizado otras 3 cadenas de valor (vainilla, artesanías y uña de gato) para su inclusión en el Plan de Acción 2024-2028. Por otro lado, se reconocen 2 cadenas de valor adicionales (macambo y orquídeas) como significativas para incorporar ciertas actividades que contribuyan a una mayor dinamización económica regional.

En el marco del proyecto PAGE (una iniciativa implementada por la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial – ONUDI, el Instituto de las Naciones Unidas para la Formación Profesional e Investigaciones -UNITAR, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD, la Organización Internacional del Trabajo-OIT y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente – PNUMA), en alianza con el Ministerio del Ambiente – MINAM y el Ministerio de Economía y Finanzas – MEF, cuya finalidad es contribuir a fortalecer el Programa de Recuperación Económica que el Gobierno viene implementando como respuesta a la crisis generada por la COVID-19, apoyando a los sectores públicos y privados con el objeto de crear industrias y empleos verdes, elementos claves direccionados a un desarrollo sostenible, vinculante a la estrategia nacional de .a de los planes de recuperación verde y el discurso nacional sobre crecimiento verde para la recuperación verde e inclusiva” y su componente “Propuesta de marco institucional para la promoción de negocios inclusivos verdes, de acuerdo con los instrumentos de eco y bionegocios, en contexto de pandemia”, como contribución al desarrollo sostenible de la región San Martín; en este componente se enmarca la presente consultoría denominada “Plan de Acción del Ecosistema del Biocomercio en la Región San Martín” en el marco de la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción 2025.

El presente Plan de Acción de Biocomercio 2024-2028, es el resultado de un proceso participativo con los actores del biocomercio, iniciando el proceso con el diagnóstico de los cuellos de botella del ecosistema del Biocomercio en los ejes de Institucionalidad,

Investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) y Gestión del conocimiento; así como también la participación activa de actores público-privado en el diagnóstico de los cuellos de botella de las cadenas priorizadas. Proceso que alcanzó recoger información de la situación actual del biocomercio en la región en los actores del ecosistema y con la socialización de información en los procesos, a medida que se socializaba la información durante las diferentes etapas, los participantes se iban nutriendo para la siguiente fase del proceso, culminando en la construcción participativa del Plan de Acción 2024-2028. La participación fue diversa, involucrando a actores del sector público, empresas, academia y centros de investigación.

En la última etapa, el Plan de Acción fue presentado y discutido con los miembros de la Comisión Regional de Biocomercio. Se realizaron ajustes según las retroalimentaciones recibidas y se validó el documento final, asegurando así la adecuación y aceptación de todas las partes involucradas en el proceso participativo.

En Resumen, el presente Plan de Acción, representa un trabajo participativo multiactor, multinivel y multisectorial y a su vez colaborativo en torno a la actividad del biocomercio en la región San Martín, se centra en los ejes temáticos de Institucionalidad, Investigación, Desarrollo e Investigación y Gestión del Conocimiento, alineados con la resolución de obstáculos identificados mediante las líneas de acción establecidas en la estrategia nacional de biocomercio. El enfoque responsable se traduce en la generación de actividades que contribuyen a abordar de manera efectiva cada uno de estos desafíos.

## II. ANTECEDENTES

### 2.1. Marco Conceptual del Biocomercio

El término Biocomercio fue adoptado durante la VI Reunión de la Conferencia de las Partes del Convenio de Diversidad Biológica en el año 1996, cuando la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) presentó la Iniciativa Biotrade.

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

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

El biocomercio, por el mismo hecho de aprovechar sosteniblemente los productos nativos, promueve prácticas de conservación de la biodiversidad, reducción de deforestación, generación de empleo y promueve el desarrollo humano. Así mismo, el desarrollo de las cadenas de valor de productos del biocomercio, genera mayor participación con una mejor distribución justa y equitativa de los beneficios entre actores públicos y privados, como la academia, instituciones públicas, empresa, instituciones de investigación y recolectores / productores. En ese contexto de aprovechamiento sostenible de los recursos de la biodiversidad; el biocomercio se convierte en una estrategia de conservación de los bosques amazónicos, reducción de GEI y mayor diversificación de productos competitivos.

El biocomercio, se basa en principios y criterios definidos por la UNCTAD<sup>1</sup>, que detallamos a continuación:

#### **PRINCIPIO 1: Conservación de la Biodiversidad:**

Este principio busca que las organizaciones<sup>2</sup> contribuyan al mantenimiento de la diversidad biológica en todas sus escalas (genes, especies, ecosistemas).

---

<sup>1</sup> BioTrade Initiative, UNCTAD Iniciativa Biotrade – Principios y Criterios de Biocomercio, Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra 2007.

<sup>2</sup> Referida a todas aquellas iniciativas productoras, transformadores o comercializadoras de productos de Biocomercio.

### **Criterio 1.1 Mantenimiento de las características de los ecosistemas y hábitats naturales de las especies aprovechadas**

Las organizaciones deberían mantener las condiciones ecológicas de los ecosistemas donde se hallan las especies aprovechadas, y no incluir actividades que amenacen la conservación de estas especies.

### **Criterio 1.2 Mantenimiento de variabilidad genética de flora, fauna y microorganismos (para uso y conservación)**

La variabilidad genética es un elemento vital para garantizar la conservación de la biodiversidad y, como tal, debe ser protegida o manejada de tal forma que se eviten los riesgos de su pérdida.

### **Criterio 1.3 Mantenimiento de los procesos ecológicos**

Se refiere al mantenimiento de la calidad del aire, del agua y del suelo, las funciones ecosistémicas de los biomas, la regulación de flujos hídricos y los microclimas locales y las interacciones intra e interespecíficas que puedan afectar la productividad de las especies.

### **Criterio 1.4 Las actividades deben enmarcarse en planes de manejo, sean en áreas protegidas o no, en coordinación con las autoridades competentes y actores involucrados**

Es necesario que haya coherencia con los planes de manejo y conservación existentes en las áreas donde se llevan a cabo las actividades productivas, de manera que las prácticas desarrolladas por la organización favorezcan la implementación de estos.

## **PRINCIPIO 2: Uso sostenible de la biodiversidad**

Este principio busca que los productos del biocomercio se obtengan bajo sistemas que permitan y demuestren la sostenibilidad del recurso utilizado y del ecosistema involucrado. El objetivo es que el aprovechamiento de una especie o ecosistema no supere la capacidad de regeneración y/o productividad del recurso o ecosistema utilizado.

### **Criterio 2.1 La utilización de la biodiversidad debería basarse en un documento de gestión sostenible, que incluya elementos como una tasa de aprovechamiento menor a la tasa de regeneración, sistemas de monitoreo (estado poblacional) e índices de rendimiento**

Es importante que haya un documento de gestión que identifique los procesos de base, defina las actividades necesarias para asegurar el uso sostenible de los recursos biológicos y facilite el monitoreo de las actividades implementadas y sus impactos. Esto no necesariamente implica un plan de manejo, dado que este documento debe adecuarse al tamaño de la organización y a sus prácticas productivas (recolección, cultivo, cría, etc.).

**Criterio 2.2 El aprovechamiento de la agrobiodiversidad debería incluir prácticas agrícolas que contribuyan a la conservación de la biodiversidad**

Las prácticas agrícolas deberían asegurar el mantenimiento de las condiciones básicas que apoyen una producción agrícola a largo plazo que no amenace la biodiversidad, sino que más bien favorezca su recuperación.

**Criterio 2.3 Cumplimiento de estándares técnicos para el desarrollo de iniciativas de servicios ambientales**

La oferta de servicios ambientales como ecoturismo, regulación hídrica, mitigación del cambio climático, entre otros, debería realizarse de acuerdo con los estándares técnicos definidos en cada ámbito, de acuerdo con normas existentes en el ámbito nacional o internacional (v.g. recursos hídricos, cambio climático, etc.)

**Criterio 2.4 Generación de información y documentación de las experiencias de la organización como aporte al conocimiento sobre la biodiversidad**

Las experiencias de las organizaciones y proyectos en el manejo de la Biodiversidad son importantes aportes al desarrollo y transferencia de conocimientos sobre sistemas e instrumentos de manejo, así como también contribuciones a la validación y difusión de estos conocimientos.

**PRINCIPIO 3: Principio 3 Distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso de la biodiversidad**

Este Principio apoya al tercer objetivo del Convenio de Diversidad Biológica, así como también a sus demás requisitos referidos a la distribución equitativa de beneficios. El tercer objetivo del Convenio se refiere al acceso y a la distribución de los beneficios en el marco de los recursos genéticos, exigiendo que se cuente, por ejemplo, con un consentimiento informado previo y con términos mutuamente acordados entre las partes. Cuando las actividades de Biocomercio involucran la comercialización de recursos genéticos, este principio apoya estos objetivos y requisitos. Sin embargo, la distribución equitativa de beneficios es también pertinente en el contexto de otros objetivos y principios del Convenio – tales como uso sostenible y reconocimiento del conocimiento tradicional. Por ello, este principio también apoya la distribución de beneficios en el marco de las actividades relacionadas a los recursos biológicos, las cuales forman la gran mayoría de las actividades de Biocomercio. De esta forma, el principio 3 cubre la totalidad del comercio de los bienes y servicios de Biocomercio. Sin embargo, este Principio requiere aún la definición de metodologías apropiadas que apoyen a los actores en su implementación en distintos sectores y situaciones.

**Criterio 3.1 Interacción e inclusión en el marco de las actividades de Biocomercio de la mayor cantidad posible de los actores de la cadena de valor**

La interacción de la organización con los demás actores involucrados en la producción y

comercialización genera transparencia y confianza, lo que facilita la negociación e implementación de acuerdos comerciales. Una condición indispensable para una distribución equitativa de beneficios es que los actores de las cadenas de valor estén informados y enterados de las particularidades del proceso de producción y comercialización, para evaluar correctamente su aporte en la creación de valor.

**Criterio 3.2 La generación de valor debe tener lugar a lo largo de la cadena, bajo condiciones de transparencia, aportando así todos los actores al posicionamiento de productos de valor agregado en los mercados**

La precondition para la distribución equitativa de los beneficios es la generación de valor e ingresos, sin la cual los actores económicos de los bionegocios no cuentan con las bases materiales de los mismos beneficios.

**Criterio 3.3 Información y conocimiento de los mercados**

Las organizaciones de Biocomercio buscan promover una interacción mayor entre las comunidades locales y los demás actores económicos con los mercados y las oportunidades que estos ofrecen, apoyando el aprovechamiento máximo de las condiciones objetivas de acceso a dichos mercados.

**PRINCIPIO 4: Sostenibilidad Socioeconómica (de gestión, productiva, financiera y de mercado)**

*La competitividad en el ámbito del Biocomercio debería resultar en que los productos manejados sosteniblemente logren posicionarse en los mercados específicos y mantenerse en ellos por el tiempo suficiente para generar los beneficios esperados.*

**Criterio 4.1 Existencia de potencial de mercados**

Para garantizar su sostenibilidad, los productos del Biocomercio deberían tener potencial comercial – es decir, deberían existir mercados específicos para estos productos o servicios. Deben tenerse en cuenta las necesidades concretas referidas al producto o servicio (creación de mercados) a través de las herramientas de mercadeo, información, alianzas estratégicas y publicidad.

**Criterio 4.2 Rentabilidad financiera**

Una organización de Biocomercio debería tener un potencial de sostenibilidad financiera a largo plazo acorde con las actividades y características de la organización.

**Criterio 4.3 Generación de empleo y mejora de calidad de vida**

El desarrollo local es un valor agregado para una organización de Biocomercio - la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales proveedoras de los recursos naturales es por lo tanto de gran relevancia. Las formas en que las organizaciones pueden apoyar el mejoramiento de dichas condiciones incluyen la utilización de herramientas que permitan a las comunidades aumentar su capacidad, mejorar



sus prácticas comerciales y adicionar el mayor valor posible a la cadena de valor.

#### **Criterio 4.4 Prevención de eventuales impactos negativos sobre prácticas productivas y culturales locales que puedan, por ejemplo afectar la diversificación y la seguridad Alimentaria**

Se debe tener en cuenta que el desarrollo de actividades comerciales alrededor de recursos naturales puede cambiar las costumbres de los productores y las dinámicas del mercado local, de manera que se vean afectadas las prácticas productivas tradicionales y la disponibilidad y precios de los productos básicos para la seguridad alimentaria de las poblaciones locales. Además, es importante que las organizaciones reconozcan los esfuerzos de la comunidad responsable o involucrada en la conservación y uso sostenible de los recursos que se están utilizando. Los beneficios derivados de las actividades de biocomercio deben por lo tanto ser compartidos de tal manera que compensen a la comunidad y contribuyan a la protección del recurso.

#### **Criterio 4.5 Capacidad organizativa y de gestión**

Para asegurar la generación de los beneficios esperados y la implementación de los Principios de Biocomercio, la organización debería tener una estructura organizativa que permita coordinar sus actividades, siempre acorde a sus características particulares, así como una estrategia que establezca y demuestre un alto potencial de sostenibilidad financiera a largo plazo.

### **PRINCIPIO 5: Cumplimiento de la legislación nacional e internacional**

El cumplimiento con toda legislación y regulación relevante es fundamental para la legitimación de las organizaciones y el acceso de sus productos a los mercados.

Cabe resaltar que existen dos niveles de ejecución del presente principio:

el ámbito internacional, en la cual las convenciones y acuerdos son, mayormente, una guía de principios y buenas prácticas que las organizaciones deberían observar y aplicar; y

el ámbito regional y nacional, en el cual existe una normativa ampliamente desarrollada a la cual debería darse cumplimiento.

#### **Criterio 5.1 Conocimiento y cumplimiento de la legislación nacional y local aplicable para el uso de la biodiversidad y el comercio de sus productos y servicios derivados (manejo de vida silvestre, legislación laboral, fitosanitaria, comercial, estudio de impacto ambiental, etc.).**

Toda normativa nacional que sea aplicable a los proyectos de Biocomercio debe ser seguida en la forma más estricta posible, incluyendo la legislación laboral.

#### **Criterio 5.2 Conocimiento y cumplimiento de legislación internacional aplicable para el uso de la biodiversidad y el comercio de sus productos y servicios derivados** Esto incluye la Convención sobre Diversidad Biológica, la Convención sobre el Comercio

Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre, las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo, y las reglas de la Organización Mundial del Comercio y de la Comunidad Andina, entre otras.

#### **PRINCIPIO 6: Respeto de los derechos de los actores involucrados en el Biocomercio**

La generación de capital social es uno de los pilares del desarrollo sostenible, por esta razón el respeto de los derechos de los actores que de una u otra manera interactúan con la organización y la generación de desarrollo local son fundamentales en la gestión de una organización de Biocomercio.

##### **Criterio 6.1 Respeto a los derechos humanos, generacionales y de género**

Los derechos humanos son fundamentales para el trabajo de todos aquellos involucrados en la comercialización sostenible de productos de la biodiversidad, por esta razón deberían ser debidamente reconocidos y respetados.

##### **Criterio 6.2 Respeto a los derechos de propiedad intelectual**

Los derechos de propiedad intelectual, así como el aporte del conocimiento tradicional para el desarrollo y comercialización de los productos protegidos por tales derechos, deberían ser reconocidos y respetados. Si el conocimiento tradicional es relevante para el desarrollo y comercialización de los productos, las organizaciones deberían reconocer tal contribución a través de la propiedad conjunta de los derechos de propiedad intelectual y/o la distribución de las regalías derivadas de esta actividad. La discusión adecuada de la política de propiedad intelectual de los diferentes actores es por lo tanto de suma importancia.

##### **Criterio 6.3 Respeto a los derechos de comunidades locales y pueblos indígenas (territorio, cultura, conocimiento, prácticas)**

Las comunidades locales y los pueblos indígenas son, en la mayoría de los casos, actores esenciales en la comercialización de productos de la biodiversidad. Para asegurar un comercio sostenible, se deberían respetar los derechos de estos grupos, así como tener en cuenta los impactos del sistema productivo sobre sus comunidades.

##### **Criterio 6.4 Mantenimiento y rescate de conocimientos y prácticas tradicionales**

El conocimiento tradicional relacionado a la conservación y el uso sostenible de los recursos biológicos es un componente importante de muchas actividades de Biocomercio. Además, aun cuando no haya una contribución directa del conocimiento tradicional a la cadena de valor, las organizaciones de Biocomercio deberían encuadrar sus actividades de manera que no se llegue socavar las prácticas tradicionales, sino que contribuyan a su apreciación de conservación.

##### **Criterio 6.5 Seguridad laboral y adecuadas condiciones de trabajo**

Más allá de las normas laborales estandarizadas, las organizaciones de Biocomercio deberían cumplir con prácticas que garanticen la seguridad laboral y que ofrezcan

condiciones de trabajo adecuadas para sus empleados.

**PRINCIPIO 7: Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos**

Tener claridad sobre sus derechos es fundamental para el manejo responsable de una organización. Solamente así podrá la organización realizar las inversiones a largo plazo necesarias e implementar las medidas de manejo vinculadas a asegurar la sostenibilidad. Al mismo tiempo esta claridad permite establecer las responsabilidades de cada actor en el manejo de las especies.

**Criterio 7.1 Tenencia de la tierra de acuerdo con la normativa correspondiente**

La organización demuestra el derecho al uso de la tierra y de los recursos, teniendo también en cuenta el principio 6. La organización no debería amenazar los derechos existentes de las comunidades locales. En casos donde hay conflictos por el uso de la tierra, por ejemplo en el caso en que los derechos tradicionales estén en contradicción con los derechos legales, la organización debería tener mecanismos para resolver estos conflictos de manera satisfactoria para todas las partes.

**Criterio 7.2 El acceso a los recursos biológicos y genéticos para su uso sostenible con consentimiento informado previo y con base a condiciones mutuamente acordadas**

El Convenio de Diversidad Biológica requiere que el acceso y distribución de beneficios relacionados a los recursos genéticos ocurra con consentimiento informado previo. En estos casos, se debería obtener el consentimiento de todas las autoridades nacionales relevantes en el país proveedor.

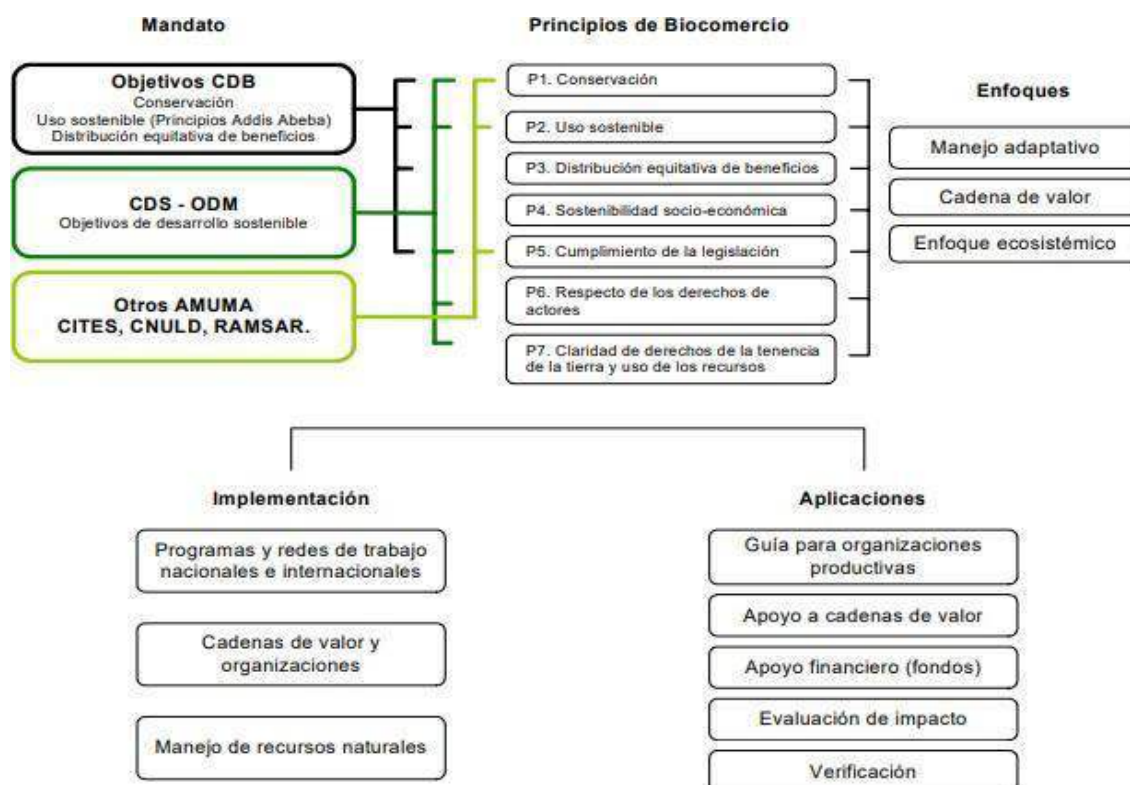
Estos casos son usualmente regulados por las legislaciones nacionales, según los requisitos del Convenio de Diversidad Biológica.

**Criterio 7.3 El acceso al conocimiento tradicional se realiza con consentimiento informado previo**

En caso de que el conocimiento tradicional sea utilizado, la organización debería acogerse a los procedimientos establecidos en las regulaciones de manera que se reconozcan los derechos de los actores poseedores de este conocimiento, incluyendo sus derechos al consentimiento informado previo de todos los tomadores de decisiones relevantes, como comunidades locales e indígenas. El conocimiento tradicional se puede considerar como un recurso que puede ser aprovechado, y como tal debería ser valorado y retribuido apropiadamente. La Gráfica N° 01, muestra los principios, mandatos y enfoques del Biocomercio.

**Figura 1.**

*Principios y Enfoques del Biocomercio:*



*Nota:* La figura 01 muestra los principios de biocomercio, sus enfoques, implementación y aplicaciones. Extraído de: Biotrade, UNCTAD, Principios y Criterios del Biocomercio, ONU, 2007

Así mismo, existen enfoques de desarrollo que se encuentran implícitamente en los principios y criterios del biocomercio:

**Enfoque de manejo adaptativo (gestión adaptable):** El manejo adaptativo es un enfoque que contribuye a la implementación de prácticas sostenibles, la identificación de impactos sobre especies y ecosistemas y el mejoramiento continuo de las prácticas productivas y de manejo llevadas a cabo por las organizaciones de Biocomercio. Por ejemplo, el Programa de Facilitación de Biocomercio está apoyando la elaboración de planes de manejo para la implementación de este enfoque por organizaciones, proveedores y autoridades.

**Enfoque de cadena de valor:** En el contexto de la Iniciativa BioTrade y el Programa de Facilitación de Biocomercio, el fortalecimiento de cadenas de valor es utilizado como un mecanismo para facilitar la articulación entre actores de una cadena productiva; la implementación de buenas prácticas relacionadas con el uso sostenible y la conservación de la biodiversidad y la distribución equitativa de beneficios ambientales, sociales y económicos entre los participantes de la cadena.

**Enfoque ecosistémico:** La implementación de este enfoque requiere una visión integrada de aspectos sociales y ecológicos, así como las interacciones y procesos que los sistemas productivos involucran. En la práctica, la planeación de los procesos productivos relacionados con las organizaciones de Biocomercio debería ser desarrollada siguiendo el enfoque ecosistémico con el objetivo de cumplir con las responsabilidades sociales y ambientales de acuerdo con el impacto generado sobre las especies, los hábitats, los ecosistemas y las comunidades locales.

**Enfoque de Medio de Vida Sostenible:** La UNCTAD<sup>3</sup> (2020) ha incorporado un cuarto enfoque de Medios de Vida Sostenible, que contribuye a sostener los medios de vida, principalmente de las población pobres y vulnerables.

Es un enfoque complementario y necesario en modelos de negocio de biocomercio. El DFID<sup>4</sup> define un medio como las capacidades, activos (tanto recursos materiales como sociales) y actividades necesarias para vivir. Un medio de vida es sostenible cuando puede afrontar y recuperarse de rupturas y choques bruscos y mantener sus capacidades y activos tanto en el presente como en el futuro sin socavar las bases de sus recursos naturales. Estas capacidades y activos se dividen en cinco tipos de capitales:

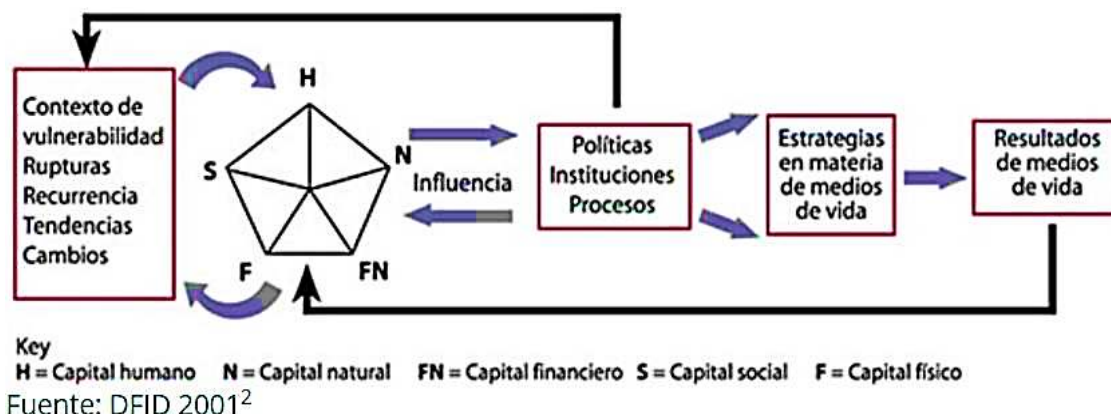
- a. **El Capital Humano:** Caracterizados entre otros por los niveles de salud, alimentación, educación y los conocimientos.
- b. **El Capital Social:** Son redes y conexiones entre individuos con intereses compartidos, formas de participación social, y relaciones de confianzas y reciprocidad.
- c. **El Capital Natural:** Son los recursos naturales útiles en materia de medio de vida.
- d. **El capital Físico:** Son las infraestructuras y equipamientos que responden a las necesidades básicas y productivas de la población.
- e. **El Capital Financiero:** El capital financiero hace referencia a los recursos financieros que las poblaciones utilizan para lograr sus objetivos en materia de medios de vida.

Así, los medios de vida se ven afectados por los efectos externos que permite aumentar su resiliencia y disminuye por consiguiente su vulnerabilidad, la misma que se esquematiza en la Figura N° 02.

---

<sup>3</sup> <https://unctad.org/topic/trade-and-environment/bitrade/principles-and-criteria>

<sup>4</sup> Departamento de Desarrollo Internacional.

**Figura 2:***Medios de vida – Capacidades y activos*

*Nota.* La figura N° 02 muestra cómo los medios de vida se ven afectados por los efectos externos que permite aumentar su resiliencia y disminuye por consiguiente su vulnerabilidad. Elaborador por: DFID 2001.

## 2.2. Enfoques de Desarrollo complementarios y necesarios en la implementación del Plan de Acción de Biocomercio Regional

### Enfoque Territorial

El desarrollo territorial rural es definido como un proceso de transformación productiva e institucional en un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza rural<sup>5</sup>. De acuerdo con Schejtman y Berdegué (2004), la transformación productiva tiene el propósito de articular, competitiva y sustentablemente, la economía del territorio a mercados dinámicos. El desarrollo institucional tiene los propósitos de estimular y facilitar la interacción y la concertación de los actores locales entre sí y entre ellos y los agentes externos relevantes, y de incrementar las oportunidades para que la población pobre participe del proceso y sus beneficios.

Schejtman y Berdegué (2016) consideran que la integración de los conceptos de espacio rural como territorio, de heterogeneidad social de los agentes, de multisectorialidad en el empleo, de articulación intersectorial, de incorporación de los vínculos urbano-rurales y de relevamiento de lo institucional, permite intentar una síntesis que recoja los aportes de distintas experiencias, propuestas y teorías denominadas desarrollo territorial rural (DTR).

Se encuentra cinco elementos comunes que constituyen el corazón de la propuesta del enfoque territorial de desarrollo rural:

<sup>5</sup> Fernández L. J, Fernández, M.I y Soloaga I, Enfoque territorial y análisis dinámico de la ruralidad: Alcances y límites para el desarrollo de políticas de desarrollo rural innovadores en América Latina y el Caribe, CEPAL, 2019.

La definición del territorio como un espacio socialmente construido, más que como un espacio geográfico. El reconocimiento de la diversidad sectorial de la economía rural, más allá de las actividades agrícolas.

La valorización del papel de los espacios urbanos y de las relaciones rurales-urbanas, con sus interdependencias y articulaciones.

Las estrategias y programas de desarrollo de cada territorio deben pensarse, construirse y conducirse desde abajo, desde el territorio, aunque en diálogo e interacción con las dinámicas supraterritoriales de todo tipo.

La estrategia y el programa de desarrollo de cada territorio incluye la construcción de un actor territorial colectivo.

### **Enfoque intercultural**

La interculturalidad desde un paradigma ético-político parte del reconocimiento de las diferencias culturales como uno de los pilares de la construcción de una sociedad democrática, fundamentada en el establecimiento de relaciones de equidad e igualdad de oportunidades y derechos<sup>6</sup>.

El Enfoque Intercultural implica que el Estado valore e incorpore las diferentes visiones culturales, concepciones de bienestar y desarrollo de los diversos grupos étnico-culturales para la generación de servicios con pertinencia cultural, la promoción de una ciudadanía intercultural basada en el diálogo y la atención diferenciada a los pueblos indígenas y la población afroperuana

### **Enfoque de Género**

El enfoque de género considera las diferentes oportunidades que tienen los hombres y las mujeres, las interrelaciones existentes entre ellos y los distintos papeles que socialmente se les asignan. Todas estas cuestiones influyen en el logro de las metas, las políticas y los planes de los organismos nacionales e internacionales y por lo tanto, repercuten en el proceso de desarrollo de la sociedad. Género se relaciona con todos los aspectos de la vida económica y social, cotidiana y privada de los individuos y determina características y funciones dependiendo del sexo o de la percepción que la sociedad tiene de él<sup>7</sup>.

Los científicos sociales y los especialistas del desarrollo utilizan dos términos distintos para referirse a las diferencias biológicas y a aquellas construidas socialmente, éstos son sexo y

---

<sup>6</sup> Ministerio de Cultura: POLÍTICA NACIONAL PARA LA TRANSVERSALIZACIÓN DEL ENFOQUE INTERCULTURAL, 2017

<sup>7</sup> FAO, El enfoque de género. <https://www.fao.org/3/X2919S/x2919s04.htm>

*género*, respectivamente. Aun cuando ambos se relacionan con las diferencias entre mujeres y hombres, las nociones de género y sexo tienen connotaciones distintas.

El sexo se refiere a las características biológicas que entre otras, son comunes a todas las sociedades y culturas. El género, en cambio, se relaciona con los rasgos que han ido moldeando a lo largo de la historia de las relaciones sociales. Las divergencias biológicas son el origen de las que se producen en materia de género, pero los modos en que se determina el papel que desempeñan mujeres y hombres van más allá de las particularidades físicas y biológicas que distinguen a cada sexo. Las diferencias en materia de género se construyen socialmente y se inculcan sobre la base de la percepción que tienen las distintas sociedades acerca de la diversidad física, los presupuestos de gustos, preferencias y capacidades entre mujeres y hombres. Es decir, mientras las disimilitudes en materia de sexo son inmutables, las de género varían según las culturas y cambian a través del tiempo para responder a las transformaciones de la sociedad.

Las relaciones de género derivan de los modos en que las culturas asignan las funciones y responsabilidades distintas a la mujer y al hombre. Ello a la vez determina diversas formas de acceder a los recursos materiales como tierra y crédito, o no materiales como el poder político. Sus implicaciones en la vida cotidiana son múltiples y se manifiestan, por ejemplo, en la división del trabajo doméstico y extradoméstico, en las responsabilidades familiares, en el campo de la educación, en las oportunidades de promoción profesional, en las instancias ejecutivas, etc.

### **2.3. Avances en la implementación del Biocomercio en el Perú y en la región San Martín**

El Perú fue uno de los países de la región andina que participó como socio nacional, a través del Programa Nacional de Promoción de Biocomercio del Perú (PNPB), creado en el año 2000 por el Consejo Nacional del Ambiente (CONAM). El CONAM, máxima autoridad del sector ambiental en ese entonces y PROMPEX, la agencia nacional de promoción de exportaciones, convocaron a diversas instituciones públicas y privadas para conformar el Grupo Técnico, reconocido formalmente el año 20013 y denominado Comité Biocomercio Perú. Con el objetivo de contar con una definición debidamente contextualizada y adecuada a la realidad de nuestro país, la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica estableció que el Biocomercio es: “Toda actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la diversidad biológica, promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del Convenio sobre Diversidad Biológica; apoyando al desarrollo de la actividad económica en el ámbito local, mediante alianzas estratégicas y la generación de valor agregado de productos de la diversidad biológica competitivos para el mercado nacional e internacional, con



criterios de equidad social y rentabilidad económica.” El Comité Biocomercio Perú tuvo como finalidad diseñar e implementar el Programa Nacional de Promoción de Biocomercio(PNPB). Desde sus inicios, el PNPB buscó fomentar el uso de la diversidad biológica como una alternativa de progreso para el Perú y un incentivo para la conservación de sus recursos biológicos (PNPB, 2012).

Posteriormente en el año 2010, a fin de consolidar lo hecho por el Comité Biocomercio Perú, se creó la Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio (CNPB), órgano multisectorial de dirección del PNPB, definiendo su principal función como el establecimiento de políticas, estrategias y líneas de acción para el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio, así como también ser el ente articulador entre las instituciones involucradas. En otras palabras, se convirtió en el espacio de coordinación interinstitucional que brinda soporte político y dirección técnica al PNPB. El PNPB establece las líneas estratégicas que deben ser consideradas y trabajadas por los proyectos y/o instituciones que promueven el Biocomercio. Y es que luego de su creación, la Comisión determinó que la implementación del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio se daría a través de los proyectos que se diseñan con el apoyo de las diferentes agencias de cooperación internacional.

**Figura 3:**

*Biocomercio en el Perú: Línea de tiempo.*

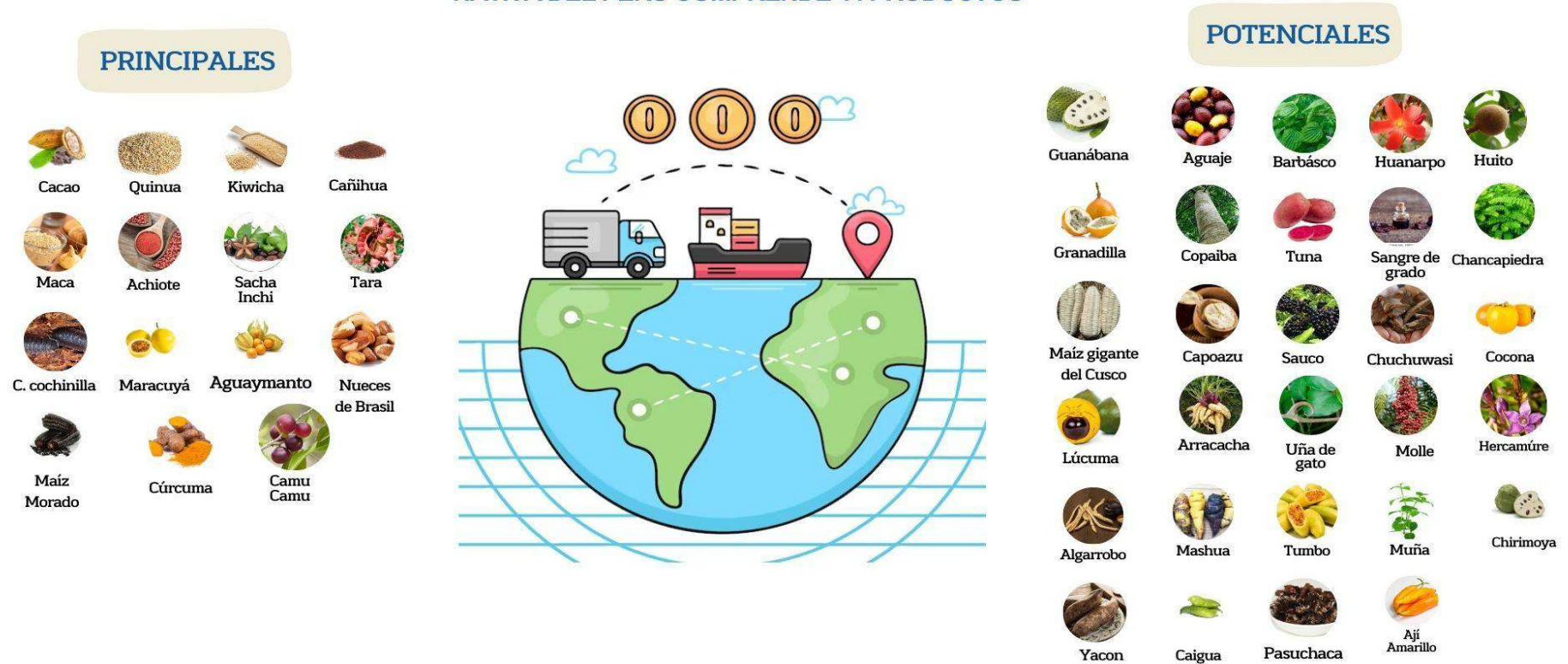


*Nota:* La Figura 3 muestra cómo ha ido evolucionando el Biocomercio a través del tiempo, los programas, iniciativas e instituciones que han ido contribuyendo a este desarrollo. Extraído de la presentación: MINCETUR (2023) Biocomercio Oportunidades y tendencias para los productos de la biodiversidad nativa: Presentación realizada en la ciudad de Tarapoto. Actualmente, el Perú cuenta con gran potencial de productos de la biodiversidad para la exportación, como se muestra en la Figura 4

**Figura 4:**

*Potencial Exportador de Productos de la Biodiversidad del Perú*

**CANASTA EXPORTADORA Y POTENCIAL EXPORTADOR DE PRODUCTOS DE LA BIODIVERSIDAD NATIVA DEL PERU COMPRENDE 44 PRODUCTOS**



*Nota:* Elaboración propia con información extraída de la presentación: MINCETUR (2023). Biocomercio Oportunidades y tendencias para los productos de la biodiversidad nativa: Presentación realizada en la ciudad de Tarapoto.

En cuanto al valor de las exportaciones con productos del biocomercio, en el periodo 2018-2022, se muestra la evolución en la Figura 5.

### Figura 5

*Evolución de las exportaciones con productos del biocomercio, en el periodo 2018-2022*

Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio - CNPB



## Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa de Perú Periodo 2018-2022



Fuente: PROMPERÚ /Elaboración: MINCETUR  
Datos: valores aproximados

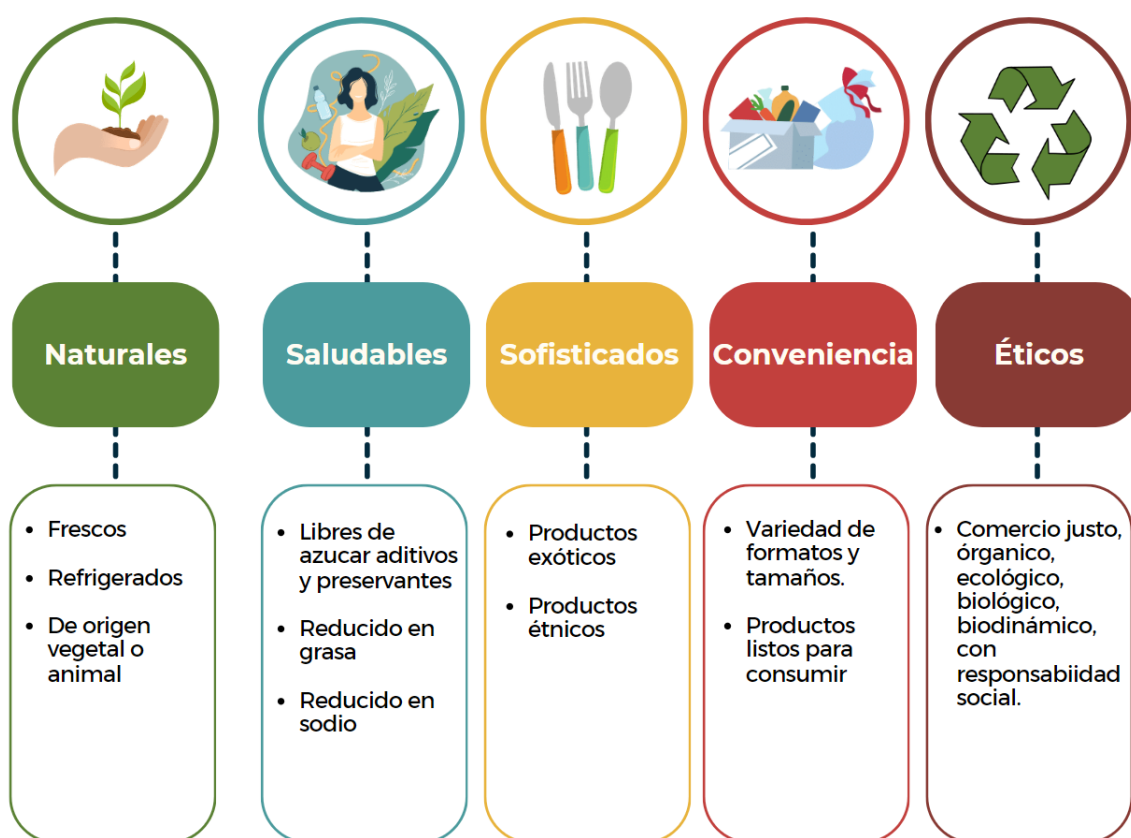
**Nota:** Extraído de la presentación: MINCETUR (2023). Biocomercio Oportunidades y tendencias para los productos de la biodiversidad nativa: Presentación realizada en la ciudad de Tarapoto.

En lo que respecta a las tendencias globales de los productos del biocomercio, se presenta en la Figura 6, las preferencias de los consumidores por estos productos, resaltando los atributos diferenciadores con que cuenta: Los Naturales, Saludables, Sofisticados, Conveniencia y Éticos.

**Figura 6**

*Tendencias globales de consumo de alimentos*

## TENDENCIAS GLOBALES DEL CONSUMO DE ALIMENTOS



*Nota:* Elaboración propia con información extraída de la presentación: MINCETUR (2023). Biocomercio Oportunidades y tendencias para los productos de la biodiversidad nativa: Presentación realizada en la ciudad de Tarapoto.

En la región San Martín, el comercio de productos de la biodiversidad - en ese e entonces no se conocía con el nombre de “Biocomercio”, aparece en los años 1991 con la promoción del cultivo de pijuayo para palmito como una estrategia de producto alternativo al cultivo de coca, junto con el cacao y la palma aceitera, la misma que fue promovido por Naciones Unidas – UNOP junto con el Proyecto Huallaga, sumándose posteriormente el Ministerio de Agricultura, con apoyo del programa PRODATU. Paralelo a la instalación del cultivo, organizaron a los productores en una Asociación de productores de Palmito las mismas que

fueron articulados a una empresa española para el acceso al mercado del producto. La Cooperación Española (AECID), junto con el GORESAM, hicieron posible la implementación de la planta de transformación de Palmito; creándose la Empresa Alianza S.A., colapsando la empresa y para luego retomar con el nombre de APROPAL, actualmente convertida en Cooperativa, articulada a mercados internacionales.

El sachá inchi, es otro de los productos del Biocomercio, que tuvo muchas limitantes en el eslabón de comercialización, especialmente para la exportación de aceite como alimento, debido a barreras sanitarias por considerarse un alimento nuevo, ingresando a mercados internacionales con el registro de Novel Food. Actualmente, la región a diversificado productos a partir de granos de sachá inchi, comercializando aceite, harina proteica, snacks entre otros; sin embargo, la cadena de valor de sachá inchi en el eslabón de producción aún cuenta con dificultades de validación del ecotipo élite para la producción agrícola. Actualmente, funciona la mesa Pro Sachá inchi con actores privados comprendidos en los eslabones de transformación y comercialización.

Posterior al desarrollo de estas dos principales cadenas de valor del Biocomercio, van apareciendo nuevos productos, identificándose 24 productos, como plantas medicinales, frutales nativos, productos de artesanías (a partir de semillas y otros insumos de la biodiversidad), ingredientes naturales entre otros, como se muestra en la Figura 7:

**Figura 7**

*Dinámica del Biocomercio en la región San Martín, productos identificados por nodos territoriales.*



*Nota. Elaboración propia con los resultados del Diagnóstico del Ecosistema del Biocomercio.*

**Figura 8**

*Cadenas de valor priorizadas por la Comisión Regional para la Promoción del Biocomercio*



*Nota:* En la figura 8 se puede observar el nivel de prioridad de las cadenas de valor identificadas en el Biocomercio, se priorizaron tres cadenas de valor: Vainilla, artesanía y uña de gato, seguido de macambo y orquídeas como prioridad intermedia y cinco productos del biocomercio en consolidación. Extraído del Diagnóstico y Caracterización del Ecosistema del Biocomercio en la región San Martín.



### **III. SITUACIÓN ACTUAL DEL BIOCOMERCIO EN LA REGIÓN SAN MARTÍN**

#### **3.1. Institucionalidad**

##### **3.1.1. Creación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio y Reconocimiento**

La Comisión Regional de Promoción del Biocomercio - CRPBC de San Martín, creada con Ordenanza Regional N° 08-2022-GRSM/CR de fecha 02 de Junio de 2022, encargando a la Gerencia de Desarrollo Económico para dictaminar las directrices a las unidades orgánicas implicadas para la implementación de la presente ordenanza; la misma, que viene liderando procesos de construcción colectiva con los actores del ecosistema del Biocomercio desde su reconocimiento de la Junta Directiva; iniciando con el involucramiento de sus miembros directivos y asambleístas en el proceso participativo de la elaboración del Plan de Acción del Biocomercio de la región San Martín, a fin de empoderar a líderes, gestores públicos y privados por la promoción el biocomercio en la región.

##### **3.1.2. Implementación de instrumentos en torno al biocomercio en la región**

En la región San Martín, en el año 1991, en la provincia de Tocache, en el marco de buscar estrategias de erradicación a la hoja de coca y con apoyo de la Naciones Unidas, se ha promovido el cultivo de pijuayo; extendiéndose en el año 1997 a la provincia de Lamas con el MIDAGRI - Unidad Operativa de Proyectos Especiales (UOPE) con el apoyo de la Cooperación Española, instalándose inicialmente 1000 hectáreas de palmito en el eje carretero Pongo de Caynarachi - Yurimaguas, ampliándose esta superficie posteriormente en los valles del Caynarachi y Shanusi. Desde el año 2004<sup>8</sup>, la DRASAM, ha venido trabajando el enfoque de cadenas productivas, como un instrumento articulador de mercados, incluyendo al pijuayo para palmito - aún el término de biocomercio en la región no era conocido, promocionando 07 cadenas productivas en ese entonces. Así mismo, a partir del año 2006, el Ministerio de Agricultura - INIA, con fondos del Banco Mundial, aperturaron convocatorias de fondos de I+D+i, muchas organizaciones e instituciones en la región aprovecharon el fondo para investigar el sachá inchi. En el año 2007<sup>9</sup>, en el marco del Programa Perú Biodiverso, se organizan cadenas de valor, incorporando al Sachá inchi, identificándose como un producto del biocomercio; podríamos afirmar que el término de biocomercio aparece en estos años en la región San Martín. Actualmente, se ha ampliado con nuevos productos (24 identificadas con el presente diagnóstico); en ese sentido, son

---

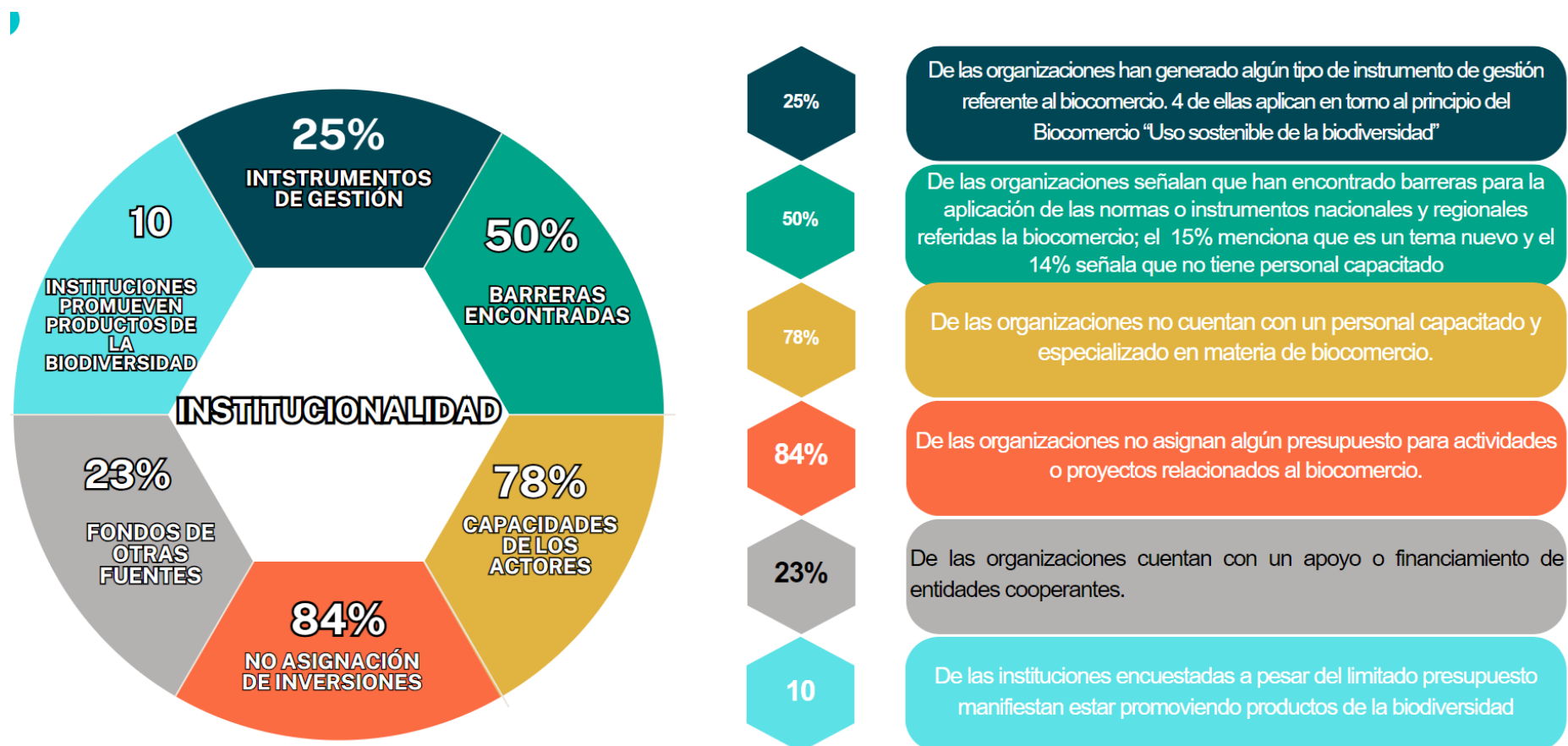
<sup>8</sup> Gobierno Regional de San Martín-DRASAM, Diagnóstico Regional de la Problemática del Sector Agrario de la Región San Martín, 2006.

<sup>9</sup> PROMPERU, GIZ, Perú Biodiverso, La Cadena de Valor de Sachá Inchi en la región San Martín - Análisis y lineamientos estratégicos para su desarrollo, Julio 2013.

muy pocas las instituciones encuestadas, que generaron instrumentos de gestión en torno al biocomercio, alineados a tres principios del biocomercio (Conservación de la biodiversidad, uso sostenible de la biodiversidad y distribución justa y equitativa de los beneficios); sin embargo, aplican instrumentos generados alineados a cuatro de vienen implementando instrumentos vinculados a cuatro de los principios de biocomercio (los tres anteriores sumados al cuarto principio “sostenibilidad socioeconómica”). En este proceso de aplicación de los instrumentos, las principales barreras encontradas fueron: a) Desconocimiento por parte del personal sobre normativas e instrumentos, b) Las normas e instrumentos no se ajustan a la realidad de la región San Martín, poco involucramiento de las instituciones en actividades del biocomercio, desconocimiento del concepto de biocomercio, limitante de presupuesto, no hay diagnóstico real sobre la cadena de biocomercio entre otros. Por otro lado, en cuanto a las capacidades de los actores para abordar temáticas de biocomercio, solo un 21.9% de actores cuentan con personal especializado, pero recibieron algunas capacitaciones desde el MINAM, MINCETUR y GORESAM. En lo que respecta a la asignación de las inversiones, solo el 16% de los actores asigna algún presupuesto para actividades del biocomercio; entre ellos los que cuentan con financiamiento son el Programa nacional de Conservación de Bosques para la Mitigación del Cambio climático - PNCBMCC, GORESAM-Gerencia de Inclusión y Generación de Oportunidades, Programa de Compensación para la Competitividad-Emprendimiento de la mujer rural, Sierra y Selva Exportadora y dos municipalidades provinciales: Moyobamba y Rioja. A pesar de contar con escasos presupuestos de inversión, las instituciones, alcanzan baja capacidad de gestión para alcanzar fondos de otras fuentes, lo que manifiesta a su vez, una limitada capacidad de articulación con actores externos para alcanzar oportunidades. Estas pocas instituciones que alcanzaron a engancharse con financiamiento, nombraron a sus cooperantes: Conservación Internacional, Rain Forest Alliance, CNC-MEF(PAGE), ECOAN, IAF, BID y BM; sin embargo, esta lista se verá ampliada, a los resultados de las encuestas a instituciones cooperantes identificadas. Estas instituciones encuestadas, en su mayoría manifiestan que la mayor responsabilidad de normar y promover el biocomercio es el GORESAM, seguido del ARA y Ministerios (MINAM, MINCETUR); otro grupo desconocía de las instituciones normativas, indicando a entidades privadas las normativas en torno al biocomercio. Así mismo, reflejar el compromiso de 09 de las instituciones encuestadas (GOESAM, PNCBMCC, AGRO RURAL, Estación Experimental El Porvenir, Municipalidad Provincial de Moyobamba, Rioja, Lamas y Tocache) y AMPA, a pesar del limitado presupuesto manifiestan estar promoviendo productos de la biodiversidad, como son artesanías, orquídeas, plantas medicinales, vainilla, miel y derivados.

Figura 12

Principales hallazgos del Diagnóstico y Caracterización del Ecosistema del Biocomercio sobre Institucionalidad.



Nota: Elaboración propia con resultados del Diagnóstico y Caracterización de los Actores del Biocomercio en San Martín (2023).

**Figura 9**

*Evolución de los productos de biocomercio y los instrumentos de gestión en torno al biocomercio.*



*Nota: Elaboración propia*

### **3.1.3. La cooperación internacional como aliado del Biocomercio**

En este ítem, analizaremos la participación de la cooperación internacional en la dinámica del biocomercio; se encuestaron a 08 instituciones cooperantes identificadas que operan en la región San Martín: GIZ, IICA, Solidaridad, Conservación Internacional, RainForest Alliance, Cooperación Suiza-HELVETAS, Earth Innovation Institute y Terra Nuova; sumados a otras instituciones cooperantes identificados en el bloque anterior: CNC-MEF(PAGE), ECOAN, IAF, BID y BM. Estas instituciones cooperantes, trabajan con Gobiernos Provinciales que son los principales aliados, GORESAM y con Organizaciones nacionales de segundo piso que involucra a organizaciones de productores beneficiarias (APPCACAO y Junta Nacional del Café). Las líneas de intervención en que se dinamizan los fondos de la cooperación podemos mencionar en forma resumida: Fortalecimiento de la Gobernanza, aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, proyectos de cacao, Programa de paisaje sostenible - Alto Mayo, comercialización de sangre de grado - CCNN Yurilamas, Generación de valor agregado en la cadena de sachá inchi, Implementación de estrategia regional de desarrollo rural bajo en emisiones. y promoción del biocomercio - economía circular "Circulando en la amazonía". Estas instituciones consideran periodos de intervención de proyectos y programas desde 3 hasta 7 años, debido a un trabajo de planificación que muchas veces inicia desde la investigación de material vegetativo para la propagación hasta el desarrollo de productos con valor agregado y su comercialización. En lo que respecta a los montos de inversión desde S/. 100,000.00 hasta S/. 4,000,000.00. Entre los beneficiarios de los programas y proyectos financiados por la cooperación, varía según la naturaleza, encontrando a MYPES, comunidades nativas, población vulnerable de la amazonía, productores organizados, empresas privadas, Institutos de investigación, Municipalidades y emprendedores. El mecanismo de operación de estas entidades cooperantes son diversas, algunos aplican carta de compromiso, contratos por administración, fondos concursables y convenios marco. Estas instituciones cooperantes, consideran que el GORESAM y al MINAM, con mayor responsabilidad para regular y fomentar el biocomercio, sin dejar de lado la participación de la Gerencia de Desarrollo Económico, DIRCETUR, ARA, INACAL, PRODUCE y otros. Uno de los comentarios de estas instituciones, resalta que no debe existir limitada participación en la promoción de bionegocios vinculadas a la conservación de los bosques; así mismo resaltaron que cualquier intervención en tema de biocomercio, debe seguir una ruta, iniciando la identificación de productos y productores; abordar la formalización para la inversión que incluya el cumplimiento de las normas técnicas y sanitarias en los procesos productivos y de mercadeo de los productos del biocomercio.

### **3.1.4. Recursos financieros y la dinámica en las actividades del biocomercio**

Este ítem, aborda el tema de los servicios o productos financieros por parte de las instituciones financieras. Se ha encuestado a 08 instituciones financieras, que comprende a Bancos, cajas, financieras y cooperativas de ahorro y crédito. El 75% afirma no conocer y no haber recibido capacitación alguna en tema de biocomercio, sólo dos de ellas vienen trabajando productos financieros con el biocomercio; en esa lógica estas instituciones financieras tampoco cuentan con producto financiero alguno en torno al biocomercio; sin embargo, todos consideran de desarrollar un mercado potencial para productos financieros en torno al biocomercio. A su vez, las instituciones que ya atendieron solicitudes con productos financieros para el biocomercio, argumentan que las organizaciones solicitantes de algún producto financiero no cuentan con documentos saneados y muchos se encuentran desorganizados. A fin de mejorar esas limitantes, consideran desarrollar capacidades desde los dos frentes: por un lado capacitar a las organizaciones solicitantes en finanzas, a fin de comprender el mecanismo de financiación; y por otro lado, capacitar a las instituciones financieras en qué consiste y la importancia del biocomercio.

## **3.2. Investigación, desarrollo e innovación**

### **3.2.1. Capacidad operativa de los actores en I+D+i y avances en productos y servicios de la biodiversidad.**

En este eje temático, se analiza los resultados de 11 instituciones de investigación público y privado que realizan investigaciones en San Martín y hacen uso de sus laboratorios propios. La mayoría de los participantes pertenecen al sector privado (universidades, instituto de investigación, ONGs). Todas estas instituciones afirman haber realizado I+D+I en productos y servicios de la biodiversidad, como: servicios de ecoturismo, cacao, vainilla, jengibre, achiote, especies forestales, orquídeas, vainilla, abejas meliponas y plantas medicinales. La mayoría de estas investigaciones, se encuentran en nivel de investigación aplicada (37%), en nivel de desarrollo de producto (36%) y como investigación básica (27%). Información científica realizada en productos y servicios de biocomercio que se encuentra dispersado que limita el interés de inversores para el desarrollo e innovación de nuevos productos y cadenas de valor. Uno de los mecanismos de difundir la información científica, son repositorios institucionales, otra forma es en los congresos científicos y página web de la institución. El objetivo de desarrollar I+D+I de las instituciones de investigación, resaltamos los principales: generación de valor agregado, mejorar la calidad del producto, mejorar el rendimiento productivo, investigar componentes activos (metabolitos secundarios). Otra de las informaciones relevantes de actores en temas de I+D+i, es que el mayor número de actores, realizaron investigaciones en el eslabón de producción / extracción de la cadena,

seguido del eslabón de acopio y transformación y sólo una institución realizó en el eslabón de comercialización; pudiendo considerarse como una de las razones de comercializar solo materia prima, ante las escasas investigaciones en comercialización. Hay que mencionar, que la UNSM-Facultad de Ingeniería Agroindustrial, acaban de implementar laboratorio de alta tecnología para el análisis de componentes activos. Es importante también mencionar, las motivaciones de estas instituciones para el desarrollo de la investigación, mencionando como principal al “desarrollo de productos con alto valor diferenciado”, seguido de “posicionamiento internacional de productos nativos” “tendencias de mercado” y “políticas de gobierno para reducir la deforestación”. La mayoría de estos actores, se financia con recursos propios para el desarrollo de investigación en torno al biocomercio, otro porcentaje aprovecha fondos concursables para el financiamiento y fondos de la cooperación internacional, lo que nos demuestra, el limitado aprovechamiento de fondos de la cooperación internacional para la investigación en I+D+i, considerado como un pilar de la competitividad de productos y servicios para el biocomercio. Así mismo, el 64% de los encuestados planea incluir presupuestos en los planes futuros, reconociendo la limitación del financiamiento estatal para la investigación y la necesidad de gestionar fondos externos para los planes futuros. ¿Qué productos o servicios del biocomercio estarán siendo considerados en los planes futuros de estas instituciones?, cacao, vainilla, guanábana, maracuyá, orquídeas, ranas venenosas, mariposas, sachá inchi, plantas medicinales y algunas especies forestales.

### **3.2.2. Espacios de vinculación y de intercambio de información con los actores del ecosistema del biocomercio y la generación de conocimiento**

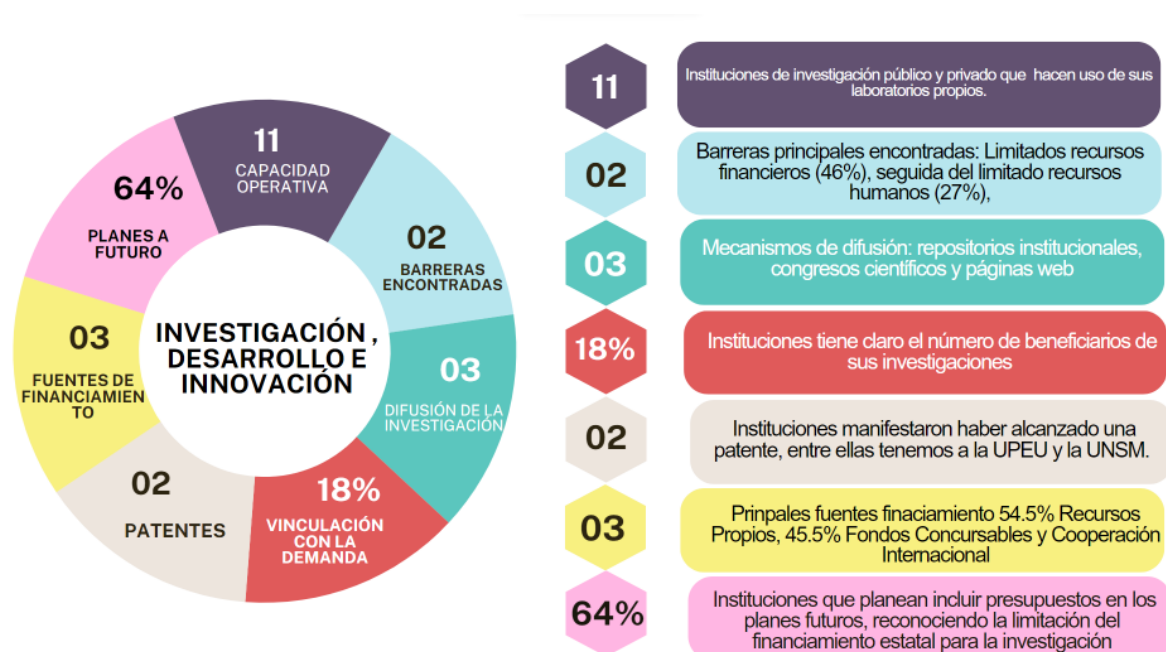
Las instituciones de investigación, casi todos manifiestan su vinculación en espacios técnicos, compartiendo el intercambio de información en las mesas técnicas de trabajo; otra de las formas de intercambiar la información en los congresos científicos, seguido de los seminarios y simposio. El objetivo de participar en estos espacios de vinculación e intercambio de información resalta en la mayoría de ellos de hacer visible a la institución investigadora y a la vez difundir la investigación, otro de los objetivos es la búsqueda de financiamiento y el fortalecimiento de capacidades. Así mismo, se debe resaltar que el 55% de estos actores, han generado de 1-5 documentos científicos en torno a productos y servicios del biocomercio, las temáticas desarrolladas están en materias de: Propagación in vitro, uso y manejo de especies forestales nativas, turismo tradicional, plantas medicinales y su efecto en la salud pública, nutrición genética, conservación de suelos y cambio climático. Las revistas más relevantes por las instituciones investigadores son Scopus, Scielo, Redalyc, Researchgate, Revista Peruana de Biología, Revista Ecológica Animal, Springer, Elsevier y Nature. Es necesario conocer, cuántas de estas instituciones de investigación alcanzaron

patentes de Investigación, sólo dos de las 11 instituciones manifestaron haber alcanzado una patente, entre ellas tenemos a la UPEU y la UNSM.

Otra de las consultas realizadas, es lo relacionado al desarrollo de productos e innovación, 55% de las instituciones no realizaron desarrollo e innovación en productos del biocomercio; así mismo, era necesario conocer la cantidad de beneficiarios para las investigaciones, desarrollo e innovación de productos y servicios del biocomercio, no identificando cuántos o quiénes son sus beneficiarios; sólo dos instituciones alcanzaron identificar al número de beneficiarios, afirmando que no existe un relacionamiento entre los actores oferentes (los que solicitan o requieren el servicio de I+D+I) y las instituciones de investigación, afirmación que se refuerza con otra pregunta en la encuesta en lo referente a la articulación del sector privado con las instituciones de investigación. Y por último, es necesario conocer las barreras o limitantes de las instituciones de investigación, el 46% manifiesta que la principal limitante son los recursos financieros, seguida del limitado recursos humanos (27%), y otros consideran la limitada infraestructura e implementación de los laboratorios junto con el bajo interés de las autoridades. Frente a ello, la mayoría propone generar convenios con otras instituciones, fortalecer las capacidades de los recursos humanos y generar proyectos para la búsqueda de financiamiento.

**Figura 11**

*Principales hallazgos del Diagnóstico y Caracterización del Ecosistema del Biocomercio sobre Investigación, Desarrollo e Innovación.*



*Nota:* Elaboración propia con resultados del Diagnóstico y Caracterización de los Actores del Biocomercio en San Martín (2023).



### **3.3. Gestión del Conocimiento**

#### **3.3.1. Mecanismos de sistematización de la información de los actores del ecosistema del biocomercio**

En este ítem analizaremos la difusión del conocimiento en los actores del ecosistema del biocomercio y en la sociedad. Participaron en las encuestas 44 actores, multisectorial, multinivel y multiactor, iniciando la encuesta sobre el conocimiento del concepto de biocomercio, encontrando que el 84% de los encuestados afirman que conocen sobre el concepto, sin embargo sólo 27% de los actores definen correctamente el concepto biocomercio, un 23% no lo conoce, y el 50% tiene un conocimiento general, pero no preciso; asimismo, también indican conocer la estrategia nacional de Biocomercio y su plan de acción 2025; sin embargo, 24 de los 44 encuestados no conocen y se han abstenido a responder sobre qué herramienta consideran más efectiva para la promoción del biocomercio. En lo que respecta a los sistemas de recopilación de información, sólo el 21% de los encuestados poseen plataformas o sistemas que recopilan la información y organizan la información en torno al biocomercio; de estas instituciones sólo el GORESAM, actualizó información en torno al biocomercio de manera reciente.

#### **3.3.2. Mecanismos de difusión de la información para los actores del ecosistema del biocomercio**

Con respecto a los mecanismos de difusión de la información recopilada por las instituciones, 52% de los actores, afirman que la información es de carácter público, 35% de acceso interno y 15% como reportes a otras instituciones. Así mismo, el 33% de los actores, manifiestan que realizan transferencia de conocimiento en torno al biocomercio. Los actores manifestaron modalidades de transferencia de información y conocimiento a través de: Programas de Pre Incubación con enfoque de bionegocios y biocomercio, economía verde y economía circular; estudios de caso aplicado al biocomercio; desarrollo de capacidades a productores y asistencia técnica para el manejo silvicultural. En cuanto a las modalidades futuras a implementar, manifiestan la implementación de diplomados en Economía de los Recursos Naturales; Maestría en Agricultura Sustentable, Agronegocios y capacitación en plataforma comercial Artesanías del Perú. Como se mencionó, son pocos los actores que realizan difusión y transferencia de conocimiento en torno al biocomercio y las principales limitantes que mencionan son: a) Limitados recursos financieros, b) Recursos humanos no especializados, c) bajo interés de las autoridades y d) no existe interés por estos programas. Sin embargo, el 65% de estas instituciones está realizando alguna acción para superar la barrera, mencionando las principales: a) generación de convenios con otras instituciones, b) generación de proyectos para la búsqueda de financiamiento y c) Fortalecimiento de

capacidades a sus recursos humanos. En cuanto al fortalecimiento de capacidades internas, solo un 27% ha implementado proyectos de desarrollo de capacidades en temáticas de biocomercio; el ICT, manifiesta haber implementado 6 proyectos y el GORESAM 1 proyecto.

En cuanto a la publicación de material de difusión, 32 de los 44 encuestados, no realizaron ninguna publicación o material de difusión de información acerca del biocomercio en los últimos cinco años; y las instituciones que alcanzaron a realizar alguna publicación, en redes sociales, repositorio institucional y revistas indexadas. En lo referente a las estrategias que usan estas instituciones para difundir material de información, el 41% afirma que no usa ninguna estrategia, el 19% aprovecha las redes sociales para la difusión, el 15% lo realiza en webinars, el 12% en revistas indexadas y el 13% lo realiza en eventos presenciales (conferencias, seminarios, talleres, congresos, etc), además, el 50% de estos actores, afirman que los materiales difundidos son entendibles para la audiencia. Las certificaciones, signos distintivos o elemento diferenciador son importantes en las instituciones como signo de desarrollar buenas prácticas o procesos; en ese sentido, una institución alcanzó membresía de Global GAAP y otra de las instituciones registró el logo de la empresa. Del reporte de INDECOPI sobre marcas colectivas, muchas asociaciones de productores alcanzaron a registrar (06 organizaciones ofertantes encuestadas cuentan con marca colectiva).

## Figura 12

*Principales hallazgos del Diagnóstico y Caracterización del Ecosistema del Biocomercio sobre Gestión del conocimiento.*



*Nota:* Elaboración propia con resultados del Diagnóstico y Caracterización de los Actores del Biocomercio en San Martín (2023).

## **IV. PROCESO PARTICIPATIVO**

### **4.1. Proceso de elaboración**

El proceso de formulación del Plan de Acción, inició en el Mes de octubre 2023 sobre el esquema metodológico:

#### **4.1.1. Etapa de Diagnóstico**

- a. Elaboración de instrumentos de recojo de información
- b. Proceso de recojo de información
- c. Sistematización de la información de encuestas
- d. Elaboración del Diagnóstico del ecosistema
- e. Taller de Priorización de cadenas de valor de biocomercio

#### **4.1.2. Etapa de Construcción del Plan de Acción**

- a. Socialización de los resultados finales del diagnóstico y cuellos de botella de las cadenas priorizadas.
- b. Taller Construcción del Plan de Acción Sistematización de la información
- c. Elaboración del Documento Plan de Acción del Biocomercio 2023

#### **4.1.3. Enfoque y Directrices:**

- a. Diagnóstico situacional de la oferta y demanda, A pesar de que el diagnóstico de la oferta y demanda no era el enfoque principal de la presente consultoría, resultó esencial para comprender la dinámica actual del biocomercio. Iniciamos identificando los desafíos tanto en la oferta como en la demanda, trazando líneas de base y explorando las limitaciones de las fuerzas económicas regionales.
- b. Determinar y priorizar cadenas productivas, la determinación y priorización de cadenas productivas se basaron en la evaluación del nivel de desarrollo de cada una y en el análisis del mercado actual para identificar aquellas con mayor potencial.
- c. Aprovechar ventajas comparativas, se exploraron las ventajas comparativas, enfocándonos en la eficiencia de la región San Martín en la producción de bienes o servicios de ciertas cadenas vinculadas al biocomercio, integrando aspectos territoriales, de economía circular, género e interculturalidad.
- d. Desarrollar ventajas competitivas y expandir cadenas, esto sería como consecuencia de las acciones que se ejecutarán, tales como la inversión en infraestructura, promoción de la investigación, desarrollo e innovación, mejora del acceso a financiamiento y capacitación; implementación de un marco normativo que permita todo ello.

#### **4.1.4. Proceso de Revisión y aprobación de la versión final**

El Informe del Plan de Acción 2024 -2028, se ha compartido con los miembros de la CRPB para su revisión e instituciones revisoras como el MINAM y MEF-Consejo

Nacional de Competitividad y su posterior validación en reunión de trabajo de los miembros directivos y asambleístas.

La Figura 13, muestra los enfoques y procesos considerados en su formulación:

### Figura 13

*Resumen de procesos para la construcción del Plan de Acción del Biocomercio y los enfoques*

## Enfoque

Plan de acción regional funcional que apunte a resultados visibles en un corto, mediano y largo plazo. Considerando los enfoques transversales:

- Ecosistémico
- Manejo adaptativo
- Cadenas de valor.

#### DESARROLLAR VENTAJAS COMPETITIVAS Y EXPANDIR CADENAS

Esto sería como consecuencia de las acciones que se ejecutarían, tales como la inversión en infraestructura, promoción de la investigación, desarrollo e innovación, mejora del acceso a financiamiento y capacitación; implementación de un marco normativo que permita todo ello.

#### APROVECHAR VENTAJAS COMPARATIVAS

La región San Martín tomaría ventaja al ser más eficiente en la producción o servicios de la determinada cadena productiva ligada al biocomercio, incluyendo el enfoque territorial, de economía circular, género e interculturalidad.

#### DETERMINAR Y PRIORIZAR CADENAS PRODUCTIVAS

Averiguar el nivel de desarrollo de las cadenas productivas y con el análisis del mercado actual priorizar las cadenas con mayor potencial

#### DIANÓSTICO SITUACIONAL DE LA OFERTA Y DEMANDA

Identificación de los cuellos de botella tanto por el lado de la oferta y de la demanda, trazando líneas de base; así mismo averiguar las limitantes de ambas fuerzas económicas regionales



*Nota:* Elaboración propia

## 4.2. Estructura de la estrategia Regional del Biocomercio y Plan de Acción 2028

El Plan de Acción del Biocomercio, tiene como un primer punto de partida, la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción 2025, tomando los objetivos estratégicos y las líneas de acción para cada eje temático. El segundo punto de partida es el resultado de la situación actual reportada en el diagnóstico del ecosistema para la identificación de actividades que ayuden a la solución de esos cuellos de botella por cada línea de acción y eje temático; las actividades y metas anuales fueron definidas en forma consensada en el taller participativo realizado el día 24/11/2023, sobre la cual los actores del ecosistema definieron en forma participativa las actividades, generando grupos de trabajo para las consultas respectivas hasta la concreción de los mismos.

Por otro lado, se ha revisado los principales instrumentos de gestión aplicados en la región e identificar objetivos vinculantes o líneas de acción en temas de biocomercio, las cuales se presentan a continuación:

#### 4.2.1. Plan de Desarrollo Regional Concertado 2023

El Plan de Desarrollo Regional Concertado, es un instrumento de gestión para el desarrollo de la región, genera la ruta estratégica hacia dónde vamos y qué debemos hacer para concretar las diversas propuestas que existen en torno al desarrollo de la región San Martín.

#### 4.2.2. Objetivos o líneas de acción del Plan de Desarrollo Regional Concertado - PDRC al 2030 vinculados con temas de Biocomercio o el Plan de Acción de Biocomercio

El plan de Desarrollo Regional Concertado se vincula con dos de los 8 objetivos estratégicos territoriales, que se encuentran alineados con temas de biocomercio.

**Tabla 1**

*Objetivos o líneas de acción del Plan de Desarrollo Regional Concertado*

<b>Objetivos Estratégicos Territoriales</b>	<b>Acciones estratégicas territoriales</b>	<b>Responsables</b>
Incrementar la competitividad con inversión diversificada pública y/o privada en la región.	Mejorar la competitividad del turismo sostenible en los destinos turísticos de la región. Ampliar la oferta exportable de bienes en la región.	GN (MINCETUR) GR (DIRCETUR)
Mejorar la sostenibilidad ambiental, promoviendo la adecuada gestión de los recursos naturales y el ordenamiento territorial con enfoque de cuenca	Promover la gestión territorial sostenible en la región. Promover la protección sostenible de los recursos naturales en la región. Promover el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales en la región	GR (DIRCETUR) GN (PROMPERU) CERX

*Nota:* Elaboración propia con información extraída del Plan de Desarrollo Regional Concertado al 2030.

#### 4.2.3. Plan Regional de Competitividad y Productividad de San Martín al 2030

Es un instrumento elaborado participativamente entre actores públicos y privados, mediante el cual se establecen lineamientos generales para mejorar la competitividad y productividad en la región al año 2030 y posicionar a la región en el tercio superior del país; define las actividades y proyectos específicos para la transformación regional.

#### 4.2.4. Objetivos o líneas de acción del Plan Regional de Competitividad y Productividad vinculados con temas de Biocomercio o el Plan de Acción de Biocomercio.

**Tabla 2***Objetivos o líneas de acción del Plan Regional de Competitividad y Productividad*

<b>Objetivos Prioritario</b>	<b>Medidas de Política</b>
Objetivo Prioritario 3: Generar el desarrollo de las capacidades para la innovación, adopción y transferencia de mejoras tecnológicas	3.1. Creación de un Centro Regional de Emprendimiento e Innovación de San Martín "Bio Innova San Martín." 3.2. Generar Mecanismos Sostenibles para el desarrollo de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) con enfoque regional. 3.3. Promover el desarrollo de redes de proveedores de recursos genéticos (cultivares y/o razas) y biológicos certificados (semillas, reproductores, pajillas y embriones)
Objetivo Prioritario 4: Impulsar mecanismos de financiamiento local y externo	4.3 Canalización de recursos financieros hacia el tejido productivo y empresarial, fortalecida
Objetivo Prioritario 5: Crear las condiciones para un mercado laboral dinámico y competitivo para la generación de empleo digno.	5.5 Despliegue de Centros de Empleo a nivel local
Objetivo Prioritario 6: Generar condiciones para desarrollar un ambiente de negocios productivo	6.1. Productores insertados en Organizaciones y Modelos Asociativos de Producción Sostenible. 6.2. Cultura y gestión de la calidad adoptada en cadenas productivas priorizadas. 6.3. Plataforma para la promoción de la inversión privada ("Invierte San Martín"). 6.4. Fondo Regional de Promoción de la Inversión Privada (FONPRI San Martín)
Objetivo Prioritario 7: Facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios	7.1. Ruta Productiva Exportadora en San Martín. 7.2. Desarrollo de productos turísticos de naturaleza.
Objetivo Prioritario 9: Promover la sostenibilidad ambiental en la operación de actividades económicas.	9.1 Módulo de Control del Sistema Nacional de Información Forestal y de Fauna Silvestre implementado.

*Nota:* Elaboración propia con información extraída del Plan Regional de Competitividad y Productividad de San Martín al 2030.

#### 4.2.4. Estrategia de Desarrollo e Innovación Regional – EDIR

La Estrategia de Desarrollo e Innovación Regional (EDIR), es un instrumento de gestión de la Agencia Regional de Desarrollo (ARD) para orientar su actuación hacia la puesta en marcha de medidas de innovación en torno a una selección de cadenas de valor que contribuyan con la mejora de la competitividad y desarrollo económico a nivel regional. Su formulación se realiza de manera participativa, buscando el consenso de los actores regionales provenientes del sector público, el sector privado, la academia y la sociedad civil.

La EDIR para la región San Martín, ha priorizado 03 cadenas de valor: Cacao, acuicultura y Ecoturismo; siendo la cadena de Ecoturismo que se encuentra vinculante con el Plan de Acción de Biocomercio, la cual se muestra en la Figura 14.

**Figura 14.**

*Plan de Acción de la cadena de valor de Ecoturismo priorizada en la EDIR*

ID PAC	Acción	Clasificación	Gestor
PACE01	Formalización y fortalecimiento de Comités de Gestión de Destino	Complementaria adicional	GT Ecoturismo
PACE02	Estudio: Defición de público objetivo, mediano plazo	Investigación e Innovación	GT Ecoturismo, ARD
PACE03	Estudio: Definición de rutas prioritarias/circuitos óptimos	Investigación e Innovación	GT Ecoturismo, ARD
PACE04	Formulación de estrategia comercial de turismo en San Martín	Complementaria adicional	GT Ecoturismo, ARD
PACE13	Desarrollo de modelos de gestión para recursos turísticos (comunitarios, públicos, mixtos)	Investigación e Innovación	GT Ecoturismo, ARD
PACE17	Inventario de requerimiento de inversión para servicios e infraestructura en sitios turísticos	Complementaria adicional	GT Ecoturismo, ARD
PACE18	PIP de construcción/repación de servicios básicos e infraestructura complementaria	Planes de negocio	GT Ecoturismo, ARD
PACE22	Proyectos de inversión de construcción y reparación de carreteras y caminos	Planes de negocio	GT Ecoturismo, ARD
PACE24	Plan de respuesta rápida ante emergencias viales	Asistencia técnica	GT Ecoturismo, ARD
PACE 25	Capacitación y certificación de guías turísticos	Asistencia técnica	GT Ecoturismo, ARD

*Nota:* Resumen EDIR Región San Martín, 2023.

#### 4.2.5. Plan Estratégico Regional de Exportación 2025 – PERX

El Plan Exportador PERX, es un instrumento que brinda lineamientos, políticas y estrategias para el desarrollo del sector exportador, elaborado participativamente con el Comité Regional Exportador - CERX en conjunto con el Gobierno Regional de San Martín.

El PERX 2025, en su estructura comprende 03 objetivos estratégicos, 04 pilares con 15 líneas de acción; encontrando vinculación con 02 objetivos estratégicos, 02 pilares y 04 líneas de acción, como se muestra en la tabla 3

**Tabla 3**

*Objetivos Estratégicos vinculantes con el Plan de Acción de Biocomercio*

<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</b>	<b>PILARES</b>	<b>LINEAS DE ACCION</b>
2. Incrementar de manera sostenible y diversificada la exportación de bienes y servicios con valor agregado	Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible	2.1. Fomentar el desarrollo de la exportación de servicios. 2.2. Diversificar la oferta exportable. 2.3. Generar un entorno favorable para las inversiones.
3. Mejorar la competitividad del sector exportador.	Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional	3.4. Mejora del marco regulatorio, la optimización de procesos y la implementación de soluciones tecnológicas.

*Nota:* PERX - Plan Regional Exportador Región San Martín 2025.



## **V. PLAN DE ACCIÓN DEL BIOCOMERCIO REGION SAN MARTIN AL 2028 COMO CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DEL BIOCOMERCIO Y SU PLAN DE ACCIÓN 2025**

El D.S. N° 008-2016-MINCETUR, en su Artículo 2, establece que la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025, es de aplicación nacional, regional y local, en el sector público y privado. Asimismo, alcanza a otros actores que se encuentren vinculados a la promoción del biocomercio. En ese contexto, el presente Plan de Acción del Biocomercio de la Región San Martín al 2028, mantiene los objetivos estratégicos y las líneas de acción sobre las cuales se ha trazado actividades que respondan a los problemas identificados en el Diagnóstico del Ecosistema del Biocomercio en la Región San Martín.

### **5.1. Objetivos Nacionales y Estratégico**

#### **A. Visión**

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

#### **A. Misión**

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

#### **B. Objetivo General**

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

### **5.2. Ejes Temáticos en la Estrategia Nacional de Biocomercio**

#### **5.2.1. Institucionalidad relacionada al Biocomercio**

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

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

El reto para los 10 años es el fortalecimiento del Programa Nacional de Promoción del Biocomercio y la Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio, así como promover el

financiamiento para el Biocomercio a través del Desarrollo de Capacidades entre las instituciones financieras y el apalancamiento de recursos de la cooperación internacional.

**Tabla 4**

*Objetivo estratégico e línea de acción*

<b>Objetivo Estratégico 2.1</b>	<b>Línea de Acción</b>
Fortalecer el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio y la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio	Promover la articulación, coordinación y cooperación entre las instituciones y actores vinculados al Biocomercio a nivel nacional, regional y local. Desarrollo e implementación de instrumentos de gestión del biocomercio

*Nota:* Elaboración propia.

**Tabla 5**

*Objetivo estratégico e línea de acción*

<b>Objetivo Estratégico 2.1</b>	<b>Línea de Acción</b>
Promover el financiamiento para el Biocomercio	Desarrollo de capacidades en el Biocomercio en actores e instituciones financieras. Apalancar recursos para el Biocomercio.

*Nota:* Elaboración propia.

### **5.2.2. Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i)**

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

Al respecto, cabe señalar que el año 2013 se aprobó la agenda de investigación e innovación para el Biocomercio hasta el año 2021, con apoyo del proyecto PeruBiodiverso.

El reto para estos 10 años es promover la investigación aplicada, el desarrollo e innovación para nuevos productos, así como las tecnologías de producción y transformación, articulando

a la oferta científica y la demanda de las empresas de biocomercio, así como la sistematización y difusión de información científica.

**Tabla 6**

*Objetivo estratégico y línea de acción*

Objetivo Estratégico 4.1	Línea de Acción
Promover la investigación aplicada, innovación y desarrollo en bienes y servicios del biocomercio.	Implementación de la agenda de investigación. Promoción de espacios de vinculación e intercambio de información entre el sector privado y la academia incorporando a los poseedores de los conocimientos colectivos según corresponda. Generación de conocimiento científico sobre usos, características, y propiedades de los bienes y servicios de la biodiversidad nativa, incluyendo los asociados a conocimientos colectivos según corresponda, así como desarrollo de tecnologías para su uso sostenible. Desarrollo de productos y proceso de productos de Biocomercio con base de I+D+i.

*Nota:* Elaboración propia.

**Tabla 7**

*Objetivo estratégico e línea de acción*

Objetivo Estratégico 4.1	Línea de Acción
Promover la sistematización y difusión de información científica de bienes y servicios de Biocomercio.	Sistematizar información científica de I+D+i de Biocomercio. Difundir la información científica de I+D+i de Biocomercio. Implementación de la agenda de investigación.

*Nota:* Elaboración propia.

### 5.2.3. Gestión del Conocimiento

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

mayor desarrollo en la promoción del Biocomercio.

En los últimos años, la sensibilización entre los diferentes actores involucrados con el comercio de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa frente al concepto Biocomercio fueron mediante intervenciones multidireccionales y no unificadas, desde diferentes actores del sector privado, estatal (MINCETUR, MINAM, PROMPERÚ, Gobiernos regionales) y entidades de cooperación a través de los proyectos (PBD I, PBD II, PBA, BioCAN).

**Tabla 8**

*Objetivo estratégico e línea de acción*

<b>Objetivo Estratégico 4.1</b>	<b>Línea de Acción</b>
Promover la gestión de conocimiento a través del intercambio, la sistematización y difusión, en los diferentes temas/actores del Biocomercio.	Desarrollar mecanismos de sistematización de información del Biocomercio de los actores vinculados al tema. Desarrollar mecanismos de difusión de información del Biocomercio para los actores vinculados al tema.

*Nota:* Elaboración propia.

### **5.3. Plan de acción del biocomercio 2024 – 2028**

El Plan de Acción del Biocomercio 2024-2028, presenta actividades alineadas a las líneas de acción y a los objetivos estratégicos nacionales del Biocomercio por cada eje temático, estableciendo a los responsables de la ejecución de las actividades y de las líneas de acción.

### 5.3.1. EJE TEMÁTICO 2 INSTITUCIONALIDAD RELACIONADA AL BIOCOMERCIO

**Tabla 9**

*Eje temático 2: Institucionalidad Relacionada al Biocomercio*

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LINEA DE ACCION	INDICADOR	LÍNEA BASE (2023)	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
				2024	2026	2028			
2.1 Fortalecer el Programa Nacional de promoción del Biocomercio y la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio	2.1.1 Promover la articulación, coordinación y cooperación entre las instituciones y actores vinculados al biocomercio a nivel nacional regional y local	Porcentaje de instituciones que participaron activamente en las reuniones convocadas por la Comisión	56%	71%	86%	100%	1	Fortalecimiento institucional de los miembros de la CRPB y representatividad de todos los actores del biocomercio.	GERENCIA DE DESARROLLO ECONÓMICO; AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL
							2	Realizar talleres y cursos de capacitación para los miembros de la comisión.*	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO; AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL; SERFOR
							3	Designación de Comisiones o mesas de trabajo por líneas de acción y responsables por comisiones o mesas.*	
							4	Participación de los miembros de la comisión en encuentros nacionales sobre biocomercio.*	

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LINEA DE ACCION	INDICADOR	LÍNEA BASE (2023)	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
				2024	2026	2028			
		N° de plataformas de información existentes para la transferencia y socialización efectiva entre miembros de la CNB	3	3	4	5	5	Eventos de difusión del avance de planes por la comisión, mediante plataformas digitales.	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO; AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL; SERFOR
							6	Informar los resultados de cada reunión a las instituciones miembros directivos y miembros assembleístas	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO; AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL; SERFOR
							7	Promover encuentros de difusión en provincias de iniciativas de biocomercio. *	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO; AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL; SERFOR
	2.1.2 Desarrollo e implementación de instrumentos de gestión del biocomercio	Número de herramientas o instrumentos desarrollados y/o aprobados para fortalecer el biocomercio	5	6	7	8	8	Socializar herramientas existentes con los actores relacionadas al ecosistema del biocomercio	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO;  AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL; SERFOR;
							9	Levantar una línea base del número de organizaciones/empresas que trabajan en biocomercio existen en la región San Martín para poder identificar sus necesidades en herramientas e instrumentos de gestión a generar.*	IIAP SAN MARTIN

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LINEA DE ACCION	INDICADOR	LÍNEA BASE (2023)	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
				2024	2026	2028			
							10	Generación de instrumentos de producción orgánica para los productos del biocomercio (vainilla, uña de gato, otros).*	
							11	Generación de instrumentos de implementación el protocolo de Nagoya para la exportación de productos del biocomercio. *	
2,2, Promover el financiamiento para el biocomercio	2.2.1. Desarrollo de capacidades en biocomercio en actores e instituciones financieras	N° de organizaciones e instituciones financieras sensibilizadas en biocomercio	2	4	6	8	12	Reuniones de trabajo para Socializar con las instituciones financieras la existencia de negocios involucradas con el biocomercio y sensibilizar en el tema.	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO;  AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL;  SERFOR;  IIAP SAN MARTÍN
	2.2.2. Apalancar recursos para el biocomercio	N° de empresas de Biocomercio que han accedido a un producto o servicio financiero	8	11	14	17	13	Difusión de los programas / fondos concursables o fondos existentes relacionados con el biocomercio.	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO;

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LINEA DE ACCION	INDICADOR	LÍNEA BASE (2023)	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLES
				2024	2026	2028			
							14	Realizar capacitaciones a organizaciones y empresas ofertantes de los requisitos para el acceso a recursos financieros.*	AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL; SERFOR; IIAP SAN MARTÍN
		N° de proyectos articulados para temas de biocomercio	8	9	10	11	15	Implementación de un banco de proyectos relacionados a biocomercio	GERENCIA DE DESARROLLO ECONOMICO; AUTORIDAD REGIONAL AMBIENTAL; UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN; IIAP; CÁMARA DE COMERCIO SAN MARTIN
	16						Generar capacidades en formulación de proyectos para la cooperación a los miembros de la CRPB		
	17						Desarrollar capacidades a los Gobiernos municipales, academia, Federaciones indígenas para el acceso a fondos de la cooperación		

*Nota:* Las oraciones en color rojo y marcadas con un asterisco son propuestas por parte de los consultores para una mejor planificación y gestión para la promoción del Biocomercio. Elaboración propia después de la construcción participativo del plan de acción en los ejes temáticos de institucionalidad, investigación, desarrollo e innovación y gestión del conocimiento. (2023)



### 5.3.2. EJE TEMÁTICO 4 DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN (I+D+I)

Tabla 10

Eje temático 4: Investigación, desarrollo e innovación

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LINEA DE ACCION	INDICADOR	LÍNEA BASE	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
				2024	2026	2028			
4.1 Promover la investigación aplicada, innovación y desarrollo en bienes y servicios del biocomercio.	4.1.1 Implementación de la agenda de investigación e innovación en Biocomercio y monitorear su ejecución	Incremento en la ejecución de la agenda de investigación e innovación	0%	20%	60%	100%	1	Conformación Grupo de Trabajo de investigación en biocomercio	IIAP, INIA, URKU, UNSM, UPEU, UCV, UCSS, CITES, SENASA, SERFOR, SERNANP, OSINFOR
							2	Elaboración del Plan de Trabajo del Grupo Técnico de I+D+i para los productos biocomercio según su nivel de desarrollo (Vainilla, artesanías, uña de gato, macambo, orquídeas y otros)	GORE, Asociaciones productores, empresas y mesas técnicas
							3	Evaluación de la Agenda de Investigación y actualización anual.7	
							4	Vainilla, artesanía, uña gato, macambo, orquídea	

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LINEA DE ACCION	INDICADOR	LÍNEA BASE	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
				2024	2026	2028			
	4.1.2 Promoción de espacios de vinculación e intercambio de información entre el sector privado y la academia, incorporando a los poseedores de los conocimientos colectivos cuando corresponda.	Número de encuentros academia-empresa para la identificación de proyectos y actividades colaborativas del I+D+i en biocomercio	0	6	6	9	5	Organización de mesas temáticas de concertación por productos diferenciadas según su nivel de desarrollo para obtener acciones para diferentes necesidades.	IIAP, INIA, GORE y Municipalidades UNIVERSIDADES, CAMARAS DE COMERCIO
							6	Desarrollo de Ferias de biodiversidad para la vinculación academia. empresas.	
							7	Desarrollo de talleres en biocomercio en las instituciones de formación y/o universidades	
	4.1.3 Generación de conocimiento científico sobre usos, características y propiedades de los bienes y servicios de la biodiversidad nativa, incluyendo los asociados a conocimientos colectivos, cuando	Número de proyectos del I+D+i de biodiversidad nativa ejecutados.	10	15	18	20	8	Proyectos: Estudios de Polinización de vainilla,, plagas y enfermedades de vainilla, propagación de vainilla, curado de vainilla	IIAP, INIA, URKU, UNSM, UPEU, UCV, UCSS, CITES, SENASA, SERFOR, SERNANP, OSINFOR
							9	Identificación y taxonomía vainilla	
							10	Propagación y conservación de uña de gato	
							11	Estado de conservación y propagación de especies útiles en	

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LINEA DE ACCION	INDICADOR	LÍNEA BASE	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
				2024	2026	2028			
	corresponda, así como desarrollo de tecnologías para su uso sostenible.							artesanía	
							12	Prospección y caracterización morfológica de macambo	
		Número de publicaciones científicas en biodiversidad nativa de autores peruanos en revistas indexadas.	4	5	6	7	13	Resultados de investigaciones en especies priorizadas	IIAP, INIA, URKU, UNSM, UPEU, UCV, UCSS, CITES, SENASA, SERFOR, SERNANP, OSINFOR
	4.1.4 Desarrollo de productos y procesos de productos de Biocomercio con base en I+D+i.	Número de proyectos de innovación tecnológica de productos y procesos de la biodiversidad Implementados entre el sector privado y la academia	4	4	7	8	14	Desarrollo tecnológico en acabado de artesanías (producto final)	IIAP, INIA, URKU, UNSM, UPEU, UCV, UCSS, CITES, SENASA, SERFOR, SERNANP, OSINFOR
15							Diversificación de productos a base de macambo		
16							Composición química de SPP priorizada		
		Número de registros de patentes otorgadas asociadas al biocomercio.	2	2	3	4	17	Agilizar la solicitud de patentes de desarrollo de procesos	IIAP, INIA, URKU, UNSM, UPEU, UCV, UCSS, CITES, SENASA, SERFOR, SERNANP, OSINFOR. <b>Incluir en la CPRB a INDECOPI</b>
						18	Agilizar la solicitud de patentes de desarrollo de procesos		

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LINEA DE ACCION	INDICADOR	LÍNEA BASE	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
				2024	2026	2028			
4.2 Promover la sistematización y difusión de información científica de bienes y servicios de Biocomercio.	4.2.1 Sistematizar información científica de I+D+i de Biocomercio.	Número de documentos técnicos científicos de biodiversidad nativa elaborados, que son sistematizados en la base de datos de la plataforma web de Biocomercio.	0	10	15	20	19	Sistematizar los documentos técnicos y de investigación existentes.	IIAP, INIA, URKU, UNSM, UPEU, UCV, UCSS, CITES, SENASA, SERFOR, SERNANP, OSINFOR
							20	Elaboración de nuevos documentos técnicos científicos por parte de las instituciones dentro del ecosistema del Biocomercio.	
							21	Financiar a través de fondos concursables la elaboración de documentos técnicos.	
	4.2.2 Difundir la información científica de I+D+i de Biocomercio.	Número de documentos técnicos científicos de biodiversidad nativa difundidos.	4	5	6	8	22	Difusión de documentos técnicos de los resultados de investigaciones en especies priorizadas	IIAP, INIA, URKU, UNSM, UPEU, UCV, UCSS, CITES, SENASA, SERFOR, SERNANP, OSINFOR

*Nota:* Las oraciones en color rojo y marcadas con un asterisco son propuestas por parte de los consultores para una mejor planificación y gestión para la promoción del Biocomercio. Elaboración propia después de la construcción participativo del plan de acción en los ejes temáticos de institucionalidad, investigación, desarrollo e innovación y gestión del conocimiento. (2023)

### 5.3.3. EJE TEMÁTICO 6 DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

**Tabla 11**

*Eje temático 6: Gestión del conocimiento.*

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LÍNEA DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA BASE	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
				2024	2026	2028			
6.1 Promover la gestión de conocimiento a través del intercambio, la sistematización y difusión, en los diferentes temas/actores del Biocomercio.	6.1.1 Desarrollar mecanismos de sistematización de información del Biocomercio de los actores vinculados al tema	Sistema de gestión de conocimiento de la información actualizada y disponible	0	1			1	Diseño y publicación de plataformas de gestión de conocimiento del biocomercio (regional)	GORESAM (ARA - DRASAM)
			0		1		2	Alimentación de información en la plataforma web regional del biocomercio	ARA - DIRCETUR DRASAM
			0			1	3	Monitoreo y actualización de información en la plataforma	
	6.1.2 Desarrollar mecanismos de difusión de información del Biocomercio	Plan de comunicación de biocomercio elaborado y aprobado	No existe un plan de comunicación consensuado de la CNPB	1				4	Elaborar y aprobar un plan de comunicación regional de biocomercio

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LÍNEA DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA BASE	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
				2024	2026	2028			
	para los actores vinculados al tema.	Porcentaje de implementación del plan de comunicación	0		1		5	Monitoreo / seguimiento del plan de comunicación regional	GRDE
		Monitoreo al plan de comunicación	0			1	6	Actualización del plan de comunicación regional	
		Número de instituciones en los que se desarrolla capacidades técnicas de biocomercio	ND	25	40	60	7	Fomentar la formación de profesionales en temas de biocomercio (sector público, privado y academia) centros de investigación	COOPERANTES
			ND	2	6	10	8	Fomentar la firma de convenios con instituciones para fortalecer las capacidades en biocomercio	COOPERANTES

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LÍNEA DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA BASE	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
				2024	2026	2028			
	Promover la gestión del conocimiento	N° de instituciones con oferta educativa relacionada al biocomercio.	0	2	1		9	Promover en la academia la incorporación de carreras vinculadas al biocomercio en función al potencial de la región (biología, bioquímica y farmacia forestal, bioeconomía, otros) y la apertura a post grados o cursos de especialización en temáticas vinculadas a biocomercio	Academia, COOPERANTES
		N° de instituciones que desarrollan capacidades técnicas en biocomercio en sus profesionales	N/D	25	40	60	10	Fomentar la formación de profesionales en temas de biocomercio (sector público, privado, academia y centros de investigación)	COOPERANTES

OBJETIVO ESTRATÉGICO	LÍNEA DE ACCIÓN	INDICADOR	LÍNEA BASE	META			N°	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
				2024	2026	2028			
		o en la región							
		N° de convenios firmados para fortalecer las capacidades	0	2	6	10	11	Promover la firma de convenios con instituciones para fortalecer las capacidades técnicas en biocomercio del personal que labora en sectores claves de promoción del biocomercio	COOPERANTES

*Nota:* Las oraciones en color rojo y marcadas con un asterisco son propuestas por parte de los consultores para una mejor planificación y gestión para la promoción del Biocomercio. Elaboración propia después de la construcción participativo del plan de acción en los ejes temáticos de institucionalidad, investigación, desarrollo e innovación y gestión del conocimiento. (2023) Si, debería ser en porcentaje.



#### 5.4. Plan de Monitoreo y Evaluación:

**Tabla 12.**

*Propuesta del plan de monitoreo y evaluación del plan de acción para el Biocomercio.*

N°	Proceso	Objetivo	Acciones
1	<b>Generar un Sistema Integrado de Monitoreo</b>	Establecer un sistema robusto que permita recopilar, analizar y comunicar información relevante sobre el progreso del Plan de Promoción del Biocomercio.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar KPIs para cada actividad del plan.</li> <li>2. Seleccionar herramientas y tecnologías adecuadas.</li> <li>3. Designar responsabilidades para la gestión del sistema.</li> </ol>
2	<b>Formación de Equipos Técnicos para la ejecución del plan</b>	Definir equipos técnicos que puedan planificar las acciones operativas y técnicas para la implementación del Plan de Acción para la Promoción del Biocomercio 2024-2028	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir equipos técnicos según competencias institucionales y ejes temáticos del Plan: En virtud de la identificada alta rotación de funcionarios en el sector público, se recomienda establecer los equipos técnicos considerando las competencias institucionales y los ejes temáticos delineados en el Plan. En este enfoque, las instituciones actuarán como representantes, asegurando una continuidad en la gestión del monitoreo, al tiempo que se maximiza la coherencia y la eficacia en la implementación de las acciones.</li> <li>2. Asignar responsabilidades de monitoreo a una institución diferente a la que asume la responsabilidad principal de ejecución.</li> <li>3. Programar sesiones de formación para el conocimiento del Biocomercio, sus principios y enfoques, así como de capacidades de monitoreo y de seguimiento</li> <li>4. Proporcionar recursos y manuales para una buen entendimiento del Plan de Acción para la Promoción del Biocomercio 2024-2028</li> <li>5. Establecer mecanismos de retroalimentación y apoyo continuo entre los diferentes equipos técnicos.</li> </ol>

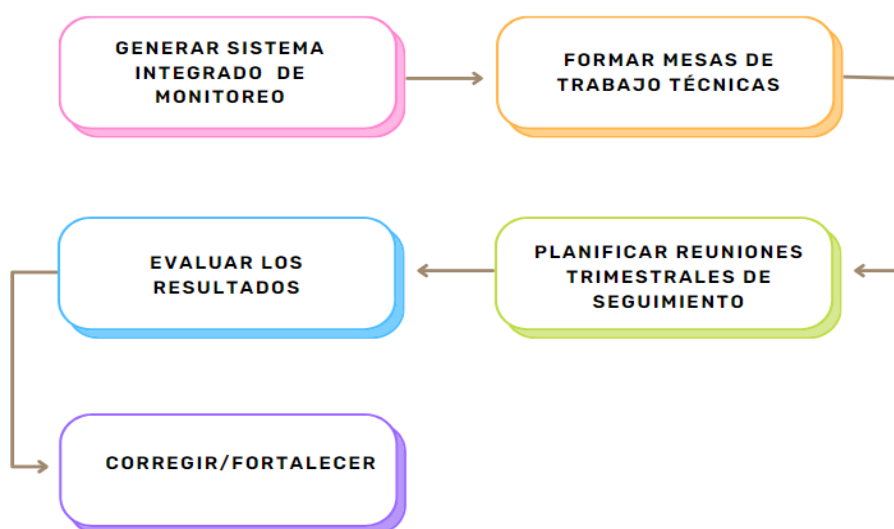
4	<b>Planificar Reuniones de Seguimiento</b>	Facilitar la comunicación y coordinación entre los equipos responsables.	1. Programar reuniones trimestrales para revisar el progreso y ajustar acciones.
			2. Programar reuniones anuales con un enfoque estratégico más amplio, centradas en lecciones aprendidas.
3	<b>Evaluar los Resultados</b>	Realizar evaluaciones periódicas para medir el progreso y la eficacia de las acciones.	1. Establecer cronogramas para las evaluaciones de cada actividad.
			2. Analizar indicadores de rendimiento
			3. Documentar lecciones aprendidas y buenas prácticas.
5	<b>Corregir o Fortalecer las Acciones</b>	Implementar ajustes y mejoras continuas basados en los resultados del monitoreo.	1. Identificar áreas de bajo rendimiento.
			2. Definir estrategias de mejora.
			3. Ajustar el enfoque estratégico según lecciones aprendidas.
			4. Implementar planes de acción correctiva.

Nota. Elaboración propia.

### Figura 15

Resumen del plan inicial de monitoreo y evaluación del Plan de acción de la promoción Biocomercio 2024 - 2028. .

## PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN



Nota. La figura 10 muestra en resumen una propuesta de plan de monitoreo y evaluación esta propuesta se puede aterrizar de manera participativa con los actores del ecosistema del biocomercio.

## VI. CONCLUSIONES

1. Existen actores claves relevantes identificados en el diagnóstico del ecosistema, que no están formando parte como miembros de la CRPB, como la Coordinadora de Defensa de Pueblos Indígenas de la región San Martín - CODEPISAM (comprende a 08 Federaciones Indígenas), Programa Nacional de Conservación de Bosques y Mitigación para el Cambio Climático - PNCBMCC, por el rol que desempeñan, aportarían a los procesos de promoción del Biocomercio.
2. Se destaca la culminación exitosa del Plan de Acción de Biocomercio hasta el año 2028 para la región San Martín, desarrollado con la participación activa y consensuada de los diversos actores del ecosistema del Biocomercio, siguiendo los procesos participativos establecidos por la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio (CRPB). Este enfoque facilitó la generación de debates, consensos, compromisos y la toma de decisiones.
3. Existe alineamiento de objetivos estratégicos y líneas de acción entre los objetivos estratégicos del Plan de Acción de Biocomercio y los instrumentos de gestión para el desarrollo de la región San Martín: Plan de Desarrollo Regional Concertado, Plan Regional de Competitividad y la Estrategia de Desarrollo e Innovación Regional.
4. En relación con el Eje Institucional, los actores participantes planificaron actividades para el fortalecimiento de capacidades en torno al biocomercio, para establecer mecanismos de difusión de las actividades que realiza la CRPB, para la gestión de fondos de apalancamiento para promover iniciativas de biocomercio, identificar fondos concursables en torno al biocomercio y otras actividades concernientes al eje temático, evidenciando un enfoque dirigido a consolidar la institucionalidad en torno al biocomercio.
5. En el Eje de I+D+i, los actores enfocaron las actividades a solucionar cuellos de botella de las tres cadenas de valor priorizadas por la CRPB (vainilla, artesanías y uña de gato) y contemplaron algunas actividades de las cadenas que consideraron importantes (macambo y orquídeas); plantearon actividades de buscar mayor interacción entre la empresa privada y los centros de investigación. Así mismo buscan mayor socialización y difusión de los resultados de investigación.
6. Con respecto a la planificación de actividades en el Eje de Gestión de Conocimiento, se establecieron actividades en torno a plataformas de difusión de los conocimientos en torno al biocomercio, la alimentación y el monitoreo de la información. Asimismo, priorizaron establecer un plan comunicacional que permita mejor organización y estrategia de trabajo en el interno de la CRPB y poder cumplir las actividades de los planes operativos. La identificación de vacíos de formación académica vinculada al desarrollo del potencial de recursos naturales y de la biodiversidad en la región.
7. El Plan de Acción Regional de Biocomercio hasta el 2028 es un instrumento flexible, sujeto a modificaciones según las dinámicas del contexto y las políticas regionales y nacionales. La CRPB asumirá la dirección, guiando la ruta de promoción del biocomercio en la región San Martín

## VII. RECOMENDACIONES

1. Designar a los representantes de las diversas instituciones participantes, tanto en la Comisión Regional para la Promoción del Biocomercio San Martín 2024 al 2028 (en adelante CRPB), como en las mesas de trabajo, que puedan comprometerse a una participación **CONSTANTE**. Esta medida garantizará la continuidad en los diferentes compromisos asignados, evitando reinicios innecesarios. Es imperativo contar con participantes con **GRADO DE TOMA DE DECISIONES EN** sus instituciones, ya que el éxito del plan depende directamente del compromiso de cada actor. Se sugiere que estos representantes posean una **VOLUNTAD ESPECIAL** para contribuir al crecimiento y desarrollo sostenible de la región.
2. Profundizar con los **ACTORES CLAVE** en el detalle de las sub actividades a realizar, incluso mejorando las propuestas del taller. Dada la ausencia de representantes esperados y la falta de participación de instituciones clave en este proceso, como SERFOR, que tiene como función principal promover la gestión sostenible de la flora y fauna silvestre del país, a fin de asegurar la sostenibilidad de los ecosistemas y el comercio legal de los mismos, cuyo aporte habría contribuido a abordar en detalle las actividades propuestas. Esto asegurará una comprensión integral y facilitará la alineación de esfuerzos para el éxito del plan.
3. **FORTALECER LA RELACIÓN** entre la CRPB y todas las instituciones identificadas, independientemente de su nivel actual de participación. A medida que avancen los años y se desarrollen las actividades de la comisión, es probable que estas instituciones adquieran participación. Por lo tanto, es fundamental que desde el inicio tengan conocimiento de las actividades en curso. Esto promoverá una colaboración más efectiva a lo largo del tiempo.
4. **FORTALECER CAPACIDADES EN MATERIA DE BIOCOMERCIO** tanto para de la Comisión Regional para la Promoción del Biocomercio (CRPB) como de los diversos actores involucrados en el ecosistema del biocomercio, con especial énfasis a los ofertantes locales de productos del biocomercio.
5. **SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN Y A LA COMUNIDAD** acerca de la importancia del biocomercio, para promover la revalorización y la demanda de productos de nuestros productores nativos. Se propone implementar campañas de concientización que destaquen los beneficios socioeconómicos y ambientales del biocomercio, subrayando su contribución al desarrollo sostenible y resaltando la calidad y singularidad de los productos locales. Esta iniciativa busca fomentar una mayor apreciación de los productos de biocomercio, generando un cambio positivo en los hábitos de consumo y fortaleciendo así la economía local.
6. **DIMENSIONAR ADECUADAMENTE** los presupuestos de las consultorías en función del alcance esperado. Se recomienda obtener la validación de un consultor especializado en la materia para garantizar la realista y coherente asignación de recursos. Esto permitirá establecer metas alcanzables y alineadas con el presupuesto asignado.
7. En el proceso participativo de construcción del Plan de Acción del Biocomercio, se ha encontrado desinformación, desconocimiento y confusión en normas y procesos en torno al biocomercio, por lo que recomendamos reforzar con recursos humanos especializados a la CRPB como articuladores y soporte a los actores del ecosistema a resolver los principales cuellos de botella que facilite la fluidez de la actividad en la región.

## VIII. REFERENCIAS

1. BioTrade Initiative, UNCTAD Iniciativa Biotrade – Principios y Criterios de Biocomercio, Naciones Unidas, Nueva York y Ginebra 2007.
2. Chambers, R. y G. Conway (1992) Sustainable rural livelihoods: Practical concepts for the 21st century (Medios de vida rurales sostenibles: conceptos prácticos para el siglo XXI). Documento de debate sobre el IDS 296. Brighton: IDSDFID, hojas orientativas sobre los medios de vida sostenible.
3. FAO, Género y Estadísticas Agropecuarias. <https://www.fao.org/3/X2919S/x2919s04.htm>
4. Fernández L. J, Fernández, M.I y Soloaga I, Enfoque territorial y análisis dinámico de la ruralidad: Alcances y límites para el desarrollo de políticas de desarrollo rural innovadores en América Latina y el Caribe, CEPAL, 2019.
5. Gobierno Regional de San Martín - DRASAM, Diagnóstico Regional del Sector Agrario de la Región San Martín, 2006.
6. Ministerio de Cultura, Política Nacional para la Transversalización del Enfoque Intercultural, 2017.
7. PROMPERU, CNBC, Capacitación en Biocomercio – Tarapoto, 13-14/11/2023
8. PROPMPERU, GIZ, Perú Biodiverso. La Cadena de Valor de sacha Inchi en la región San Martín - Análisis y Lineamiento Estratégicos para su Desarrollo, Julio 2023.
9. Estrategia de Desarrollo e Innovación Regional - EDIR Región San Martín, 2023
10. Plan de Desarrollo Regional Concertado al 2030, Región San Martín.
11. Plan Regional de Competitividad al 2030, Región San Martín.
12. Plan Regional Exportador San Martín 2025.
13. <https://unctad.org/topic/trade-and-environment/biotrade/principles-and-criteria>

## IX. PANEL FOTOGRÁFICO

Fotos de eventos que se realizaron el marco de la construcción participativa del Plan de Acción para la Promoción del Biocomercio en la región San Martín:

### 1. Tema: Taller de Construcción Participativa

Lugar: Auditorio de la DRASAM, Tarapoto

Fecha: 23 de noviembre 2024





		2024	2025	2026
1° SISTEMA DE GESTIÓN DE CONOCIMIENTO DE LA INE ACTUALIZADA Y DISPONIBLE.	DESARROLLO Y PUBLICACIÓN DE PLATAFORMA DE GESTIÓN DE CONOCIMIENTO DEL BIOCOMERCIO (REGIONAL)	1		1 COOPESAH (AREA ORIASAM)
	ALIMENTACIÓN EN INFORMACIÓN EN LA PLATAFORMA WEB BIOCOMERCIO		1	1 AREA DIRECTOR DESAM
	FORMACIÓN Y ACTIVACIÓN DE PRODUCTORES EN LA PLATAFORMA			
2° PLAN DE COMUNICACIÓN DE BIOCOMERCIO ELABORADO Y APROBADO	ELABORAR UN PLAN DE COMUNICACIÓN CON ESPECIALIDAD EN BIOCOMERCIO	1		1
3° PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.	MANTENER/RECORRER EL PLAN DE COMUNICACIÓN REGIONAL		1	1 GRUDE
	ACTIVACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN REGIONAL			1
4° NÚMERO DE INSTITUCIONES EN LAS QUE SE DESARROLLA CAPACIDADES TÉCNICAS DE BIOCOMERCIO.	SOMATRE LA FORMACIÓN DE PRODUCTORES EN TEMAS DE BIOCOMERCIO (SOLUCIONES JURÍDICAS Y ECONÓMICAS) PARA SU IMPLEMENTACIÓN	25	40	60
	SOMATRE LA FERIA DE CONSUMIDORES EN INSTITUCIONES PARA FORTALECER LAS CAPACIDADES EN BIOCOMERCIO	2	6	10 COOPERANTES



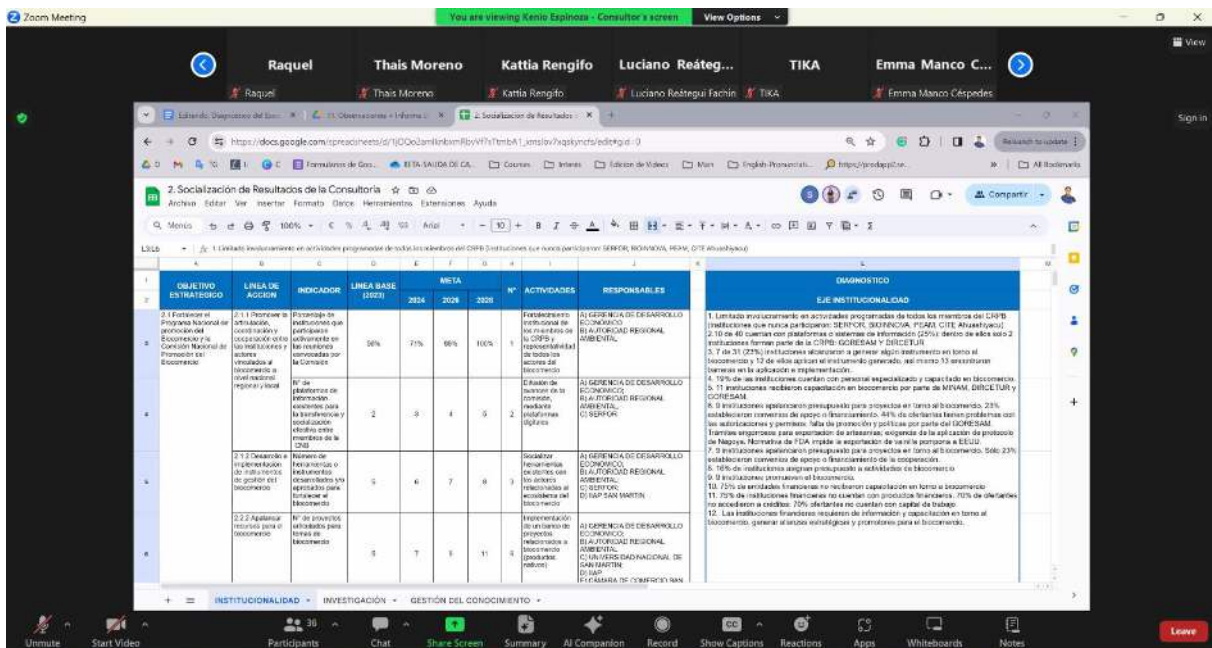




2. Tema: Socialización del Plan de Acción para la Promoción del Biocomercio de la Región San Martín en los tres ejes temáticos de Institucionalidad, Investigación, Desarrollo e Innovación y Gestión del Conocimiento.

Modalidad: Virtual

Fecha: 23 de enero 2023



The image shows a Zoom meeting window with a grid of participants. The participants are arranged in a 5x5 grid. The participant 'Mitsuko Vigo' is highlighted with a yellow border. The chat window on the right shows a conversation about a technical career specialization. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date and time 10:57 a. m. 23/01/2024.

Participant Name	Participant Name	Participant Name	Participant Name	Participant Name
DARWIN DEL A...	Luz Ana Viena V...	GILBERTO TORR...	R	Carmen Verónic...
DARWIN DEL AGUILA	Luz Ana Viena Vásquez	GILBERTO TORRES RENGIFO	Kenio Espinoza - Consultor	Carmen Verónica Daza San...
Rosa Davila	Homero Mendo...	Mitsuko Vigo	DRASAM, DDCA...	cesar fernando sanchez go...
Rosa Davila	Homero Mendoza Pinchi	Mitsuko Vigo	DRASAM, DDCA-JEREMY F...	cesar fernando sanchez go...
Katerin Paola A...	rlucanap	Mar Gárate	Maria Esther	Juan Garcia
Katerin Paola Amasfuen Al...	rlucanap	Mar Gárate	Maria Esther	Juan Garcia
Raquel	Luciano Reátegu...	Emma Manco C...	Ross Mery Tana...	Jaime Garcia
Raquel	Luciano Reátegui Fachin	Emma Manco Céspedes	Ross Mery Tananta Villacorta	Jaime Garcia
Gustavo Alejand...	DOLIBETH RIM...	D	franklin	Magaly Suarez
Gustavo Alejandria	DOLIBETH RIMACHI CHAC...	Dolibeth Rimachi chacon	franklin	Magaly Suarez

**Chat Window: Socialización de Resultados: Eje de I...**

Thais Moreno joined as a guest

Thais Moreno left

Rolando Gómez Reátegui left

Thais Moreno joined as a guest

macbookpro joined as a guest

Rolando Gómez Reátegui joined as a guest

cesar fernando sanchez gonzales joined as a guest

cesar fernando sanchez gonzales 10:54

Hay la carrera tecnico forestal en el instituto nor oriental de la selva

Rolando Gómez Reátegui 10:55

se debería considerar como especialización el biocomercio

Who can see your messages?

To: Meeting Group Chat

Message Socialización de Resultados: Eje de Institucionalidad, Investigación I+D, y Gestión d...

Windows Taskbar: 30°C Mayorm, nublado | Buscar | 10:57 a. m. 23/01/2024

## X. ANEXOS

### 1. CREACIÓN DE LA COMISIÓN REGIONAL PARA LA PROMOCIÓN DEL BIOCOCOMERCIO



#### ORDENANZA REGIONAL N° 08-2022-GRSM/CR

EL CONSEJO REGIONAL DEL GOBIERNO REGIONAL DE SAN MARTIN

POR CUANTO:

El consejo Regional de la Gobierno Regional de San Martín, de conformidad con lo previsto en el Artículo 191° y 192° de la Constitución Política del Perú, modificado por la Ley N° 27680, Ley de la Reforma Constitucional del Capítulo XIV del Título IV, sobre Descentralización; Ley N° 27783, Ley de Bases de la Descentralización; Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, modificada por Ley N° 27902 y Ley N° 28013, Reglamento Interno del Consejo Regional, y demás normas complementarias y;

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 191° de la Constitución Política del Perú, concordante con el artículo 2° de la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, señala que los Gobiernos Regionales son personas jurídicas de derecho público con autonomía política, económica y administrativa, en asuntos de su competencia;

Que, en el literal f del Artículo 9 sobre competencias constitucionales de la Ley N.º 27867 Ley Orgánica de Gobiernos Regionales señala que los Gobierno Regionales tiene competencia para dictar las normas inherentes a la gestión regional.

Que, de conformidad a lo dispuesto el Artículo 45 de la Ley N.º 27867 Ley Orgánica de Gobiernos Regionales señala que "(...) Los Gobiernos Regionales definen, norman, dirigen y gestionan sus políticas regionales y ejercen sus funciones generales y específicas en concordancia con las políticas nacionales y sectoriales. (...)".

Que, el Artículo 1 de la Ley de Bases de Descentralización, regula la estructura y organización del Estado en forma democrática, descentralizada y desconcentrada, correspondiente al Gobierno Nacional, Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales. Asimismo, en su artículo 2 establece la finalidad, objetivos y criterios generales del proceso de descentralización; regula la conformación de las regiones y municipalidades; fija las competencias de los tres niveles de gobierno y determina los bienes y recursos de los gobiernos regionales (...).

Que, el Artículo 1 del Decreto Supremo N.º 009-2010-MINCETUR crea la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, que actuará como soporte político y de dirección técnica del Programa Nacional Biocomercio en el Perú. Asimismo, en su art. 3 señala que la estructura y funcionamiento de los órganos de la Comisión serán establecidos en su Reglamento Interno, el cual debe ser elaborado por la Comisión en un plazo de 30 días útiles contados a partir de su instalación.

Que, en esa lógica, se entiende que sobre la base de la norma antes señalada se implementó la propuesta de conformación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio en el Gobierno Regional San Martín, como un espacio de concertación, articulación, entre las entidades del sector público, privado y academia del nivel nacional e internacional, el cual tiene como finalidad identificar, priorizar, proponer y dar seguimiento a los planes, proyectos, políticas, estrategias, entre otros en la cadena de valor del biocomercio.

Que, mediante Ordenanza Regional N° 008-2016-GRSM/CR se aprobó las 10 cadenas productivas en la región San Martín donde se encuentra la cadena de valor del Biocomercio, como prioridad para ser promovidas en el mediano plazo, las cuales se encuentran concordadas y/o alineadas con el componente IV del Plan de Desarrollo Concertado 2021 – PDRC denominado "Economía diversificada, competitiva y empleo".





## ORDENANZA REGIONAL N° 08-2022-GRSM/CR

Que, con Ordenanza Regional N.° 005-2020-GRSM/CR se ordenó fomentar la industrialización de 16 cadenas de valor en la región San Martín en la que se encuentra el Biocomercio en el marco de las actividades de recolección y/o producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios, a través del fortalecimiento de la micro y pequeña empresa, asociaciones, cooperativas y otros actores similares.



Que, la Autoridad Regional Ambiental mediante Informe Técnico N° 103-2022-GRSMARA-DGFFS/APFFS de fecha 29 de marzo de 2022, concluye favorablemente por la creación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio.

Que, la Gerencia Regional de Desarrollo Económico mediante Informe Técnico N.° 004-2022-GRSM-GRDE/MRGE de fecha 14 de marzo de 2022, sustenta la necesidad señalando que el Gobierno Regional establece la promoción de la Gobernanza y la institucionalidad para el desarrollo económico, a través de sus políticas territoriales y documentos de gestión, sin embargo, no existe una plataforma en la región San Martín que demuestre un grado organizacional, el cual es un punto de quiebre para poder generar concertación, dialogo y propuesta en la cadena de valor de biocomercio, por ello da su conformidad y recomienda crear la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio.



Que, el artículo 10 de los roles de los órganos del Gobierno Regional establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones, tenemos el 10.4 donde se establece que las Direcciones Regionales Sectoriales, son los órganos regionales especializados responsables de formular, proponer, dirigir, supervisar y evaluar las políticas, planes, programas, proyectos y servicios públicos regionales en las materias sectoriales bajo su competencia. En ese contexto, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, y la Dirección Regional de la Producción se pronuncian sustentando la necesidad y dando su conformidad para la creación de la Comisión, mediante los siguientes informes.

Que, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo San Martín mediante Informe Técnico N.° 03-2022-GRSM/DIRCETURSM/DPCE-RLLD de fecha 11 de abril de 2022, emite informe sustentando la necesidad que tiene la región para contar con un espacio desde donde se pueda promover el desarrollo de la cadena del biocomercio, dando su conformidad recomienda la creación del Comisión Regional de Promoción del Biocomercio.



Que, la Dirección Regional de la Producción mediante Informe N° 0010-2022-GRSM/DIREPRO/DIPRODI de fecha 03 de mayo de 2022, sustenta la necesidad de contar con un espacio desde donde se pueda promover el desarrollo de la cadena del biocomercio, opinando favorablemente para la propuesta de creación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio.

Que, mediante Acta de reunión del Grupo Impulsor de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio de fecha 08 de febrero de 2022, se acordó: Crear la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio San Martín (en adelante la Comisión), además se aprobó la propuesta de reglamento de dicha Comisión, asimismo, la Gerencia Regional de Desarrollo Económico se comprometió a gestionar la creación de la Comisión mediante ordenanza regional ante el Consejo Regional.

Que, mediante Memorando N.° 296-2022-GR-SM/GRDE de fecha 01 abril 2022, la Gerencia Regional de Desarrollo Económico solicitó a la Oficina Regional de Asesoría Legal opinión técnica legal para la conformación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio San Martín, mediante ordenanza regional



## **ORDENANZA REGIONAL N° 08-2022-GRSM/CR**

Que, mediante informe legal N° 224-2022-GRSM/ORAL opina favorablemente por que se emita una Ordenanza Regional que "para la creación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio, en la región San Martín, conforme a los argumentos y a las disposiciones legales señaladas en el referido informe. También se recomienda remitir el Informe y anexos, a la Secretaría del Consejo Regional, para seguir con el trámite correspondiente conforme al art. 15 de la Ley N.º 27867 Ley Orgánica de Gobiernos Regionales.

Que, mediante Memorando N° 492-2022-GRSM/GGR, el Gerente General Regional remite al Consejo Regional el Informe Legal de la Oficina Regional de Asesoría Legal del Gobierno Regional San Martín que opina favorablemente por que se emita una Ordenanza Regional para la creación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio, en la región San Martín, conforme a los argumentos y a las disposiciones legales señaladas en el presente informe, en ese sentido, estando este despacho conforme, se remite lo actuado para que a través del Consejo Regional de San Martín se prosiga con el trámite en la forma y plazo de Ley.

Que, el literal a) del artículo 15° de la Ley N°27867 - Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, establece que son atribuciones del Consejo Regional aprobar, modificar o derogar las normas que regulen o reglamenten los asuntos y materias de competencia y funciones del Gobierno Regional; mientras que el literal a) del Artículo 45° de la misma Ley Orgánica establece que la función normativa y reguladora de los Gobiernos Regionales, se ejerce elaborando y aprobando normas de alcance regional;

Que, el literal o) del artículo 21 de la Ley N° 27867, Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales, establece que es atribución del Gobernador Regional promulgar Ordenanzas Regionales o hacer uso de su derecho a observarlas en el plazo de quince (15) días hábiles y ejecutar los acuerdos del Consejo Regional.

Que, el artículo 38º Regionales de la Ley N° 27867, Ley Orgánica de los Gobiernos Regionales establece que las Ordenanzas Regionales norman asuntos de carácter general, la organización y la administración del Gobierno Regional y reglamentan materias de su competencia, en ese marco resulta necesario que el Consejo Regional de acuerdo a sus atribuciones dicte una Ordenanza Regional que "La creación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio, en la región San Martín".

Que, de conformidad con lo establecido con el literal f) del artículo 24° del Reglamento de Consejo Regional "Convocar a las Sesiones Ordinarias y Extraordinarias del Consejo Regional de acuerdo al reglamento", concordante con el literal n) del artículo 14º del referido reglamento relacionado a los Derechos y Obligaciones de los Consejeros Regionales: "...Asistir a las Sesiones del Consejo Regional y de las comisiones a las que pertenecen con derecho a voz y voto a través de videoconferencia utilizando las tecnologías de información y comunicación (TIC) u otro medio idóneo para la realización de la mismas...".

Que, el Consejo Regional del Gobierno Regional de San Martín, en Sesión Ordinaria realizada el día 02 de junio del 2022, desarrollada de manera presencial y utilizando las tecnologías de la información en las instalaciones del Auditorio del proyecto Especial Huallaga Central Bajo Mayo, se aprobó por UNANIMIDAD el siguiente:

### **ORDENANZA REGIONAL:**

**ARTÍCULO PRIMERO:** APROBAR la "creación de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio", que permitirá fortalecer el sector biocomercio en la región San Martín, conforme a los fundamentos de la parte considerativa de la presente ordenanza.



## **ORDENANZA REGIONAL Nº 08-2022-GRSM/CR**

**ARTÍCULO SEGUNDO:** ENCARGAR a la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, para que dictamine las directrices a las unidades orgánicas implicadas, para que estas procedan a la implementación de la presente ordenanza regional dentro del alcance de sus competencias.

**ARTÍCULO TERCERO:** ENCARGAR a la Oficina Regional de Administración del Gobierno Regional de San Martín, realizar los trámites para la publicación de la presente Ordenanza Regional, en el Diario Oficial El Peruano, debiendo publicarse además en el diario encargado de las publicaciones judiciales y en el portal electrónico del Gobierno Regional, previa promulgación del Gobernador Regional del Gobierno Regional de San Martín, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 42º de la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales.

**ARTÍCULO CUARTO:** DISPENSAR la presente Ordenanza Regional del trámite de lectura y aprobación del Acta, para proceder a su implementación correspondiente.

Comuníquese al señor Gobernador Regional para su promulgación.

Moyobamba, 02 de junio del 2022

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN  
CONSEJO REGIONAL



Sra. Aurea Luz Vargas Tusnana  
Consejera Delegada

Dado en la Sede Central del Gobierno Regional San Martín a los ..... **21 JUN. 2022**

POR TANTO:

Mando se publique y se cumpla

GOBIERNO REGIONAL  
SAN MARTÍN



Pedro Bogarin Vargas  
GOBERNADOR REGIONAL



## **ACTA DE REUNIÓN 16/10/2023**

### **SESIÓN DE ASAMBLEA DE LA COMISIÓN REGIONAL DE PROMOCIÓN DEL BIOCOMERCIO**

Siendo las 9:15 am, del día lunes 16 de octubre del 2023 se llevó a cabo la **Reunión de Asamblea de la Comisión Regional de Promoción del Biocomercio**, en el auditorio de la Dirección Regional De Agricultura San Martín, en la ciudad de Tarapoto. La convocatoria fue realizada por la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, mediante **OFICIO MÚLTIPLE N° 101-2023-GRSM/GRDE** a los miembros de la Comisión, que adicionalmente a la Gerencia, son los siguientes:

1. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo-DIRCETUR
2. Dirección Regional de Agricultura San Martín - DRASAM
3. Dirección Regional de la Producción de San Martín- DIREPRO
4. Proyecto Especial Alto Mayo -PEAM
5. Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo -PEHCBM
6. Dirección Regional de Salud San Martín- DIRESA
7. Dirección Regional de Inclusión e Igualdad de Oportunidades- DRleIO
8. Autoridad Regional Ambiental- ARA
9. CITE Acuícola Pesquero Ahuashiyacu
10. Universidad Nacional San Martín/ BIOINNOVA
11. Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana San Martín- IIAP.
12. Cámara de Comercio Producción y Turismo San Martín -CCPTSM T
13. Asociación Regional de Productores Ecológicos e Innovador -ARPEISAM
14. Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre- SERFOR
15. Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú- SENASA

#### **La agenda a tratar fue la siguiente:**

1. Presentación de las actividades realizadas a nivel de consejo directivo y aliados.
2. Presentación de la propuesta de reglamento interno de la comisión y aprobación.
3. Presentación de los avances de la consultoría “Elaboración de plan de Acción Regional de Promoción del Biocomercio Al 2028”
4. Presentación del consultor del servicio “Propuesta de Marco Normativo Sobre Biocomercio” (METODOLOGÍA)

#### **La reunión se desarrolló de la siguiente manera:**

- a) El moderador presentó la agenda de la sesión
- b) Presentación de las personas que asistieron a la Reunión
- c) Palabras de Bienvenida del Gerente Regional de Desarrollo Económico Darwin del Aguila y la presidenta de la Cámara Comercio, producción y Turismo San Martín Tarapoto Ericka Sandy Salazar.
- d) La Especialista de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, presentó las actividades realizadas a los miembros del consejo Directivo y Aliados, y expuso la Propuesta de Reglamento Interno de la Comisión Regional de Promoción de Biocomercio.



- e) Para dar inicio a las votaciones de aprobación del Reglamento Interno, se hizo la verificación de la presencia de al menos un miembro por cada entidad que conforma la comisión, constatando que, de 16 entidades convocadas se tuvo la presencia de 10; los mismos que aprobaron por unanimidad la propuesta, con las votaciones de las siguientes entidades: DIRESA, PEHCBM, PEAM, DIRCERUR, DIREPRO, CCTyPSM, DRASAM, GRDE, IIAP Y ARPEISAM.
- f) El equipo consultor conformado por Luz Viena y Kenio Espinoza, presentaron los avances de la Consultoría “Elaboración de plan de acción regional de promoción del biocomercio al 2028.
- g) Los participantes hicieron comentarios y aportes que serán recogidos por el equipo consultor.
- h) El Sr Antonio Galdós, del Proyecto Circulando la Amazonia – ANPE PERÚ/ Terra Nuova, presentó al consultor Manuel Rojas que desarrollara el servicio de “Propuesta de Marco Normativo Sobre Biocomercio”

**Para finalizar se puntualizó los acuerdos de la reunión:**

1. Se aprobó el Reglamento Interno de la Comisión Regional de Promoción de Biocomercio, por unanimidad, con votación de las 10 instituciones participantes DIRESA, PEHCBM, PEAM, DIRCERUR, DIREPRO, CCTyPSM, DRASAM, GRDE, IIAP Y ARPEISAM, y se adjunta la lista de asistencia a la presente acta para efectos de trámites.
2. La Gerencia Regional de Desarrollo Económico, iniciará el trámite para el reconocimiento de las entidades miembros de la comisión y el Reglamento Interno mediante Resolución Ejecutiva Regional.
3. Para efectos de continuar con las actividades expuestas por el equipo consultor del servicio “Elaboración de Plan de Acción Regional de Promoción del Biocomercio Al 2028”, se acordó convocar a una reunión virtual para el día miércoles 25 de octubre del presente año a horas 9:00 am, con los miembros de la Comisión.
4. Los miembros de la Comisión deberán brindar las facilidades de acceso a la solicitud de información que realicen los equipos consultores de los servicios presentados, a fin de contar con instrumentos enriquecidos por todos los actores involucrados.

Siendo las 11:45 am, se dio por finalizado la reunión.

## ANEXO





# GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO

## REUNIÓN: COMISIÓN REGIONAL DE PROMOCIÓN DE BIOCOMERCIO

LUGAR: Auditorio de la Dirección Regional de Agricultura

FECHA: 16/10/23

HORA:

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	INSTITUCIÓN	CARGO	N° DE TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
1	Leyvin Sanchez Rios	46248695	OBESS B/H	Salud colectiva	915383333	-	
2	GRACIELA BACA S.	01147994	PEHCBM.	Especialista en PN	993293581	gbaca@pehcbm.gob.pe	
3	Hanledh del Aguila Cabas	00860601	DIRESA.	Jefe de Recaudación	948186114	hanledhd@gmail.com	
4	Dante Cachi que Huan	40015112	IJIAN	Investigador	942631847	dachique@gmail.com	
5	Luis A. Villanueva Zuan	19813437	PEAM	Director.	997604714	Lvillanuevazuan@gmail.com	
6	Sandra L. Guevara Ramos	41261013	ARPEISAM	Presidenta	934352408	gustobamaronica.peru@gmail.com	
7	Rosa Davila Sanchez	41445777	DIREIUR	Especialista	950291738	rdavilasandoz@gmail.com	
8	CESAR F. SÁNCHEZ GONZÁLES	70192188	DIRE PRO	ASISTENTE TÉCNICO	942849511	DCUARIO93_NIKG@126mail.com	



# GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

## GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO

N°	NOMBRE Y APELLIDO	DNI	INSTITUCIÓN	CARGO	N° DE TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
9	GIULIANO DÍAZ YALTA	41096029	CAMARA DE COMERCIO	GERENTE GENERAL	999420403	GENENCIA@ CAMMARTDARTO. .ORG	
10	LUZ ANA UENA VASQUEZ	05392109	Consultor	Consultor	930437026	luzviena68@ hotmail.com	
11	Paola Sandoz	01167892	camara de Comercio	Presidente	96567817		
12	Weninger Ramirez Pinedo	0122788	DRASAM	Coordinador	976840223	wraming@gm	
13	Carlos Gaudencio Ushinahua Vela	73014712	ABOGADO PEHCBM	ABOGADO PI2475086	972648352	cu.v.abogado@ gmail.com	
14	Nicolás Paríchi García	00954808	DRASAM	DIRECTOR DDEA	992601835	nicolasp1016 @gmail.com	
15	Janice Flores Meléndez	01047181	ING. CIVIL	Area Inversion DRASAM.	992936195	jfloresm@regionSan Martín.gob. pe	
16	Brenda Stefani Ponzuro Guevara	72363496	Gusto Amazónico SAC	Representante Legal.	950840449	stefani.bspg@ gmail.com	



# GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

## GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO

N°	NOMBRE Y APELLIDO	DNI	INSTITUCIÓN	CARGO	N° DE TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
17	Rony Ismael Ventura Leonardo	75042182	DRASAM		910421997	ventura.leonardori@gmail.com	
18	Muler Rodrigo Garcia Luna	70160666	DRASAM		981351780	muler.garcia.luna@gmail.com	
19	SERGIO ALDAN AREVALO GONZALEZ	46474350	DRASAM	APOYO TECNICO OPYEA	942834440	arserp10@hotmail.com	
20	Carlos Walter Sánchez Espinoza	73039776	DRASAM		944619496	cs14062002@gmail.com	
21	Roger Rengifo Rodriguez	48787186	DRASAM	Planificador	925178273	rengiforogerrorecon229@gmail.com	
22	Anahíre Mendoza Ude	16753409	CONSTRUCCION INTERNACIONAL	Gerente	969652378	amendozae@construction.org	
23	Maria Flores Ramirez	73461460	TERRA NOVA		938969078	malflores@gmail.com	
24	JENEMY FALCON THORND	42168918	DRASAM	ENCARGADO DE PREA	928265349	falcontrigojenemy@gmail.com	



# GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

## GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO

N°	NOMBRE Y APELLIDO	DNI	INSTITUCIÓN	CARGO	N° DE TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	FIRMA
25	Angel Martín Rodríguez del Castillo	41848039	IIAP	Investigador	951796780	amrodriguez@iiap.gob.pe	
26	Domitilo Antonio Caldeís Veliz	10700868	CELA / SUPE	Coordinador	954015609	antoniocaldeis@live.com	
27	Kenio Espinoza Soto	70443894	Consultor	CONSULTOR	931913220	Kenioes Espinoza	
28							
29							
30							
31							
32							