



Programa de
Investigación en Manejo
Integral del Bosque y
Servicios Ambientales

Guía Práctica N° 8

Biocomercio

Amigo Productor, como sabes nuestra actividad con el camu-camu ya es un negocio con mercado nacional e internacional. Por eso, necesitamos como productores y eslabones básicos de esta cadena de valor, estar enterados e involucrados al respecto de este nuevo negocio, en toda su extensión.

En este fascículo, ponemos a tu disposición los conocimientos necesarios para participar, con conocimiento de causa, en el biocomercio del camu-camu.

¿QUE ES BIOCOMERCIO?

Los conceptos de biocomercio, de bionegocio, de productos y mercados verdes, emergen en el mundo ante la necesidad de conservar los recursos naturales pero mejorando la calidad de vida de los pobladores que producen estos bienes y servicios

El término BIOCOMERCIO, deriva de los vocablos que lo componen:

bio = vida, (plantas, animales, microorganismos, agua, germoplasma, etc) y
comercio = compra y venta de productos y servicios.

En la legislación peruana, existe el término biocomercio expresado de la siguiente manera: “ **es la actividad que a través del uso sostenible de los recursos nativos de la biodiversidad, promueve la inversión y el comercio en línea con los objetivos del convenio de diversidad biológica, apoyando el 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**” (reglamento de la ley sobre conservación y aprovechamiento sostenible de la diversidad biológica. decreto supremo N° 068-2001-PCM. Título IX. Capítulo 1 artículo 87)

El término BIOCOMERCIO, podemos resumirlo de esta forma:

“Producción de bienes y servicios en forma armónica con la naturaleza, empleando en lo posible métodos orgánicos, sin contaminar, ni depredar para su comercialización a los países desarrollados a un precio justo y equitativo, generando de esta manera una mejora en la calidad de vida de los que intervienen en el proceso”

Se calcula que el 24 % de la importación de productos naturales por los países europeos fue suministrado por países en desarrollo.

El Perú es uno de los países más importantes en la exportación de productos naturales.

PRINCIPIOS Y CRITERIOS DEL BIOCOMERCIO

Las empresas públicas y privadas que desean invertir en el aprovechamiento de los recursos naturales de los países que tienen gran diversidad biológica (como nuestro País), deben basar sus acciones en principios de sostenibilidad para generar beneficios económicos, sociales y ambientales, estos son:

- Conservar la biodiversidad (producir, recolectar o procesar sin causar daño a las plantas o animales en general y sin contaminar las aguas y el suelo).
- Uso sostenible de la biodiversidad (utilizar los recursos naturales cuidando que estos no se agoten, reponiendo, restaurando para nuestros hijos y nietos).
- Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de la diversidad biológica (que los beneficios del negocio sean repartidos con justicia para todos, los que producen, los que recolectan y los que venden en los grandes mercados).
- Viable económicamente, en el sentido administrativo, financiero y de mercado (que los proyectos de bionegocios presenten estados positivos , de ganancias y no de perdidas).
- Cumplir la legislación nacional e internacional.
- Tener responsabilidad ambiental (cuidar el ambiente en la recolección y producción de bienes y servicios).
- Tener responsabilidad social: respetar los derechos de los trabajadores y de acceso a la tierra y a los recursos naturales.

¿EN QUÉ SE DIFERENCIA EL BIOCOMERCIO DEL COMERCIO TRADICIONAL ?

En general el comercio tradicional tiene como objetivo principal el generar utilidades para las empresas, en el caso del biocomercio estas empresas deben elaborar y programar sus actividades con los siguientes lineamientos:

- Actividades enmarcadas en el convenio de la diversidad biológica (CDB)
- Promover el desarrollo de los pobladores locales en los aspectos económicos, sociales y ambientales, considerando que estos seres humanos dependen de los recursos naturales del entorno en que viven
- Respetar la legislación nacional y extranjera en cuanto al uso de especies vegetales y animales amenazadas o en vías de extinción y respetar los acuerdos sobre uso de germoplasma nativo
- Promover la participación de las comunidades nativas, mediante consultas directas y participativas

EL MERCADO DE PRODUCTOS DERIVADOS DE INSUMOS NATURALES.

La tendencia del comercio internacional, en el caso de los bionegocios, está orientada al consumo de productos que utilizan insumos naturales con gran valor nutracéutico, cosmecéutico y farmacéutico. Ahora explicamos cada uno de estos conceptos:

¿QUÉ ES UN PRODUCTO NUTRACEUTICO?

Es aquel producto que tiene insumos naturales (esencias de plantas, de animales o de microorganismos) con efectos anti oxidantes (para reducir los efectos del envejecimiento) anti inflamatorios (para contribuir a curar heridas superficiales de la piel, inflamaciones de la piel, etc.) antivirales o antimicóticos (para combatir inflamaciones de la piel causadas por virus u hongos) se utilizan estos productos nutracéutico en aplicaciones a la piel (tópicas)

¿QUÉ ES UN PRODUCTO COSMECEUTICO?

Es un producto que tiene insumos naturales (esencias de plantas, de animales, de microorganismos) que tienen efectos farmacéutico pero que en este caso se utilizan para la protección de la piel (para el sol, etc.) para la belleza o estética de la persona (cremas antiarrugantes, etc.) existe una gran demanda de insumos con estas propiedades.

¿QUÉ ES UN PRODUCTO FARMACEUTICO?

Es aquel producto que tiene insumos naturales con propiedades de prevención o de sanación de ciertas enfermedades del hombre interviene en procedimientos para prevenir o curar en la actualidad existen numerosas tiendas relacionadas con la venta de productos alimenticios, vitaminas, minerales, etc. que son utilizadas por el hombre.

BARRERAS COMERCIALES AL BIOCOMERCIO.

En este intercambio de relaciones comerciales existen una serie de barreras dispuestas por instituciones de países que compran los productos naturales.

Estas son barreras técnicas que dificultan el ingreso de algunos productos naturales a los países de Europa y a los Estados Unidos de Norteamérica, dos de los grandes mercados, una de estas barreras se encuentra en el **NOVEL FOOD** (Alimento nuevo) de Europa y el otro es el **GRAS** (Generalmente reconocido como seguro) en EEUU de Norteamérica

Es necesario conocer estas barreras para poder hacer una buena negociación con productos competitivos y que se adecuen a estas trabas técnicas para poder acceder a estos grandes mercados.

QUE HACER ANTE LA PRESENCIA DE LAS BARRERAS

Estas barreras técnicas de los países desarrollados en realidad no es una desventaja sino una gran oportunidad para que los productores elaboren o mejoren sus bienes y servicios y por lo tanto obtengan grandes facilidades para el acceso a los mercados internacionales.

En este sentido debemos trabajar bastante en lo que respecta a brindar una buena información de productos de la biodiversidad; capacitación y asesoramiento adecuados y oportunos en normas y estándares exigidos, derechos de propiedad intelectual, reglamentos de embalaje, disposiciones de salubridad y sanitarias de esta manera se organizara una buena empresa de productores que no vaya en contra de las barreras técnicas mencionadas.

En Perú en lo que se refiere a normas técnicas para productos de biocomercio, se han elaborado cuatro normas específicas para el camu camu tres de ellas ya cuentan con la aprobación de INDECOPI y la cuarta se encuentra en la fase de consulta. Estas son:

1. **NORMA TECNICA PERUANA (NTP) 011.030: 2007 – PARA FRUTA FRESCA-**

Establece las definiciones, clasificación y requisitos que debe cumplir el fruto del camu camu en estado fresco destinado para el consumo humano o industrial.

2. **NORMA TECNICA PERUANA (NTP) 011.031: 2007 – PARA PULPA-**

Establece las definiciones y los requisitos para la pulpa del camu camu arbustivo fresca o conservada exclusivamente por medios físicos.

3. **NORMA TECNICA PERUANA (NTP) 011.032: 2009 – PRACTICAS AGRICOLAS-**

Establece los lineamientos para la aplicación de las buenas prácticas agrícolas en el cultivo del camu camu arbustivo con la finalidad de asegurar la calidad e inocuidad de los frutos del camu camu destinados al consumo humano directo o de uso industrial.

4. **EN CONSULTA - PRACTICAS PARA EL PULPEADO -**

Buenas prácticas de manufactura para la producción de la pulpa de camu camu arbustivo.

CERTIFICACIONES.

En las ultimas dos décadas, la demanda por los llamados productos verdes ha experimentado un crecimiento sustancial, especialmente en los mercados de Estados Unidos de Norteamérica, en los Países de la Unión Europea y en el Asia.

Estos productos se definen como los que se generan con métodos o prácticas en armonía con la naturaleza algunos de estos productos se producen con prácticas favorables para la salud humana y con beneficios sociales para los productores (comercio justo)

Estos productos son diferenciados en los mercados nacional e internacional por un certificado emitido por un organismo técnico certificador independiente que cuente a su vez con la acreditación del sistema nacional y de varios sistemas internacionalmente reconocidos.

En el sector de productos naturales contamos con dos importantes sistemas de acreditación:

1. EL COMERCIO JUSTO (**FAIRTRADE**)
2. ALIANZA PARA LA PROTECCIÓN DEL BOSQUE HÚMEDO (**RAINFOREST ALLIANCE**)

COMERCIO JUSTO (FAIRTRADE)

Es el que busca establecer el desarrollo sostenible, brinda mejores condiciones en el comercio a los productores y consumidores asegura los derechos sociales de productores y trabajadores marginados.

Busca apoyar a los productores y a los consumidores, difunden la realidad del comercio tradicional y elaboran propuestas para mejorar las reglas del comercio tradicional

Los principios del comercio justo son:

- Crear oportunidades para los productores de los sectores más pobres y marginados.
- Transparencia y compromiso.
- Desarrollo de capacidades.
- Pago de precio justo por el producto o servicio.
- Igualdad de género (varones y mujeres con la misma oportunidad y beneficios sociales)
- Condiciones de trabajo dignos.
- Respeto al ambiente.
- Justicia social y económica.
- Desarrollo sostenible.

ALIANZA PARA LA PROTECCIÓN DEL BOSQUE HÚMEDO (RAINFOREST ALLIANCE)

Rainforest Alliance y la red de agricultura sostenible (SAN) han creado un programa de certificación para la agricultura conjuntamente con ocho grupos del SAN, Rainforest Alliance consulta con organizaciones sociales y ambientales, industria, gobierno y otros actores para desarrollar directrices para la agricultura tropical.

Estos estándares generados por estas organizaciones cubren los aspectos de la producción, protegen el ambiente, los derechos y el bienestar de los trabajadores, así como el interés de las comunidades locales.

Para los consumidores la certificación ofrece una elección, una oportunidad para votar por sus comparas los productos provenientes de chacras, haciendas o fincas certificadas bajo los estándares de la SAN lucen el sello de certificación de rainforest alliance.

Amigo Productor, con estas orientaciones esperamos mejorar tu entendimiento y participación mas directa en el comercio del camu-camu lo cual te orientara hacia una mayor sostenibilidad y bienestar para tu familia

Autor : Ricardo Farroñay Peramas

Para mayor información, te esperamos en el IIAP Av. Abelardo Quiñónez -km 2.5- Tel. 265515

pacc@iiap.org.pe