



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Análisis del biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas
hacia Estados Unidos en el periodo 2016 - 2020

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales**

AUTORES:

Fermin Romero, Jeeferon Frasier (ORCID:0000-0002-5846-1876)

Rios Mendoza, Rudy (ORCID:0000-0001-57915023)

ASESORA:

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (ORCID:0000-0003-2123-8416)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Esta investigación va dedicada a todas aquellas personas que nos apoyaron incondicionalmente en la parte económica y moral.

Agradecimiento

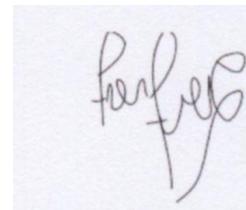
Nuestros agradecimientos van dedicados a nuestras familias, docentes y colegas, quienes han hecho de este proceso una experiencia inolvidable y de quienes llevaré buenos recuerdos y aprendizaje para siempre.

Presentación

Señores miembros del jurado, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presentamos ante ustedes el informe de investigación titulado “Análisis del biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 - 2020”, cuyo objetivo principal fue. Analizar el biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020. El cual sometemos a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el grado académico de Licenciados en Negocios Internacionales. La investigación consta de seis capítulos. En el primer capítulo se explica la problemática del tema de estudio. Adicional a ello se formula las justificaciones, problema, objetivo; en el segundo capítulo se detallan los antecedentes, teorías relacionadas y los enfoques conceptuales; en el tercer capítulo se especifica el tipo y diseño de investigación, las categorías, subcategorías, escenario de estudios, participantes, técnica e instrumento de recolección de datos, los procedimientos, métodos de análisis de datos y aspectos relacionados a la ética. En el cuarto capítulo, se detallan los resultados obtenidos del análisis de la información recolectada y luego de ello se formula la discusión. En el quinto capítulo se encuentran las conclusiones de la investigación, y finalmente en el sexto capítulo se detallan las recomendaciones para futuras investigaciones.



Fermin Romero, Jeeferson
DNI:70805140



Rios Mendoza, Rudy
DNI:74887716

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
índice de contenidos.....	v
índice de tablas.....	vi
Resumen.....	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	9
III. METODOLOGÍA.....	49
3.1 Tipo y diseño de investigación	50
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística	46
3.3 Escenario de estudio	47
3.4 Participantes	47
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	48
3.6 Procedimientos	48
3.7 Rigor científico	49
3.8 Método de análisis de información	50
3.9 Aspectos éticos	50
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	51
V. CONCLUSIONES	60
VI. RECOMENDACIONES.....	63
REFERENCIAS.....	65
ANEXOS	74

Índice de tablas

Tabla 1. Exportaciones a Estados Unidos	31
Tabla 2. Categorías Subcategorías	46
Tabla 3. Resumen de los criterios de Búsqueda.....	49
Tabla 4. Resultados presentados de acuerdo al primer objetivo	54
Tabla 5. Resultados presentados de acuerdo al segundo objetivo	56
Tabla 6. Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa I.....	58
Tabla 7. Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa II.....	58

Índice de anexos

Anexo 1. Matriz de categorización apriorística	74
Anexo 2. Guía de entrevista	76
Anexo 3. Validaciones	77
Anexo 4. Países Mega diversos en el Mundo	82
Anexo 5. Principales Mercados de destino de productos del Biocomercio	82
Anexo 6. Principales Mercados de destino de productos del Biocomercio	83
Anexo 7. Exportaciones Agropecuarias - 2020	83
Anexo 8. Marco conceptual del BioComercio: mandatos, Principios y enfoques de la Unctad de 2020	84
Anexo 9. Enfoques que guían el cumplimiento de los principios	84
Anexo 10. Instituciones que conforman CNPB	85
Anexo 11. Sectores y Líneas de productos del biocomercio en el Perú	85
Anexo 12. Productos prioritarios para el Biocomercio	86
Anexo 13. Ejes Temáticos del Biocomercio para el 2025	86
Anexo 14. Etapas de Evaluación	87
Anexo 15. La Organización Mundial de Comercio (OMC)	88
Anexo 16. Normatividad Nacional	89
Anexo 17. Convenios Internacionales	90
Anexo 18. Pilares del Biocomercio	90
Anexo 19. Actores de la Cadena de Valor del Biocomercio	91
Anexo 20. Empresas Exportadoras	91
Anexo 21. Distribución de Productos del Biocomercio	92
Anexo 22. Productos afectables de Biocomercio del Perú	93
Anexo 23. Detalles de exportación de Amazon Health	93
Anexo 24. Detalles de Exportación de Algarrobos Orgánicos del Perú	94
Anexo 25. Detalles de Exportación de Peruvian Nature	94
Anexo 26. Detalles de Exportación de Villa Andina	95
Anexo 27. Detalles de Exportación de Wiracocha del Peru S.A.C.	95
Anexo 28. Detalles de Exportación de Candela Perú	96
Anexo 29. Trazabilidad en la cadena para el biocomercio	97
Anexo 30. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Sacha Inchi)	98
Anexo 31. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Sacha Inchi)	98
Anexo 32. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Sacha Inchi)	98
Anexo 33. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Sacha Inchi)	99
Anexo 34. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Sacha Inchi)	99
Anexo 35. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Quinua Tricolor)	99
Anexo 36. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Quinua Tricolor)	100
Anexo 37. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Quinua Tricolor)	100
Anexo 38. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Quinua Tricolor)	100
Anexo 39. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Quinua Tricolor)	101
Anexo 40. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Quinua Blanca)	101

Anexo 41. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Quinua Blanca)	101
Anexo 42. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Quinua Blanca)	102
Anexo 43. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Quinua Blanca)	102
Anexo 44. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Quinua Blanca)	102
Anexo 45. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Mango)	103
Anexo 46. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Mango)	103
Anexo 47. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Mango)	103
Anexo 48. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Mango)	104
Anexo 49. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Mango)	104
Anexo 50. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Maca).....	104
Anexo 51. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Maca).....	105
Anexo 52. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Maca).....	105
Anexo 53. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Maca).....	105
Anexo 54. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Maca).....	105
Anexo 55. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Lúcuma).....	106
Anexo 56. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Lúcuma).....	106
Anexo 57. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Lúcuma).....	106
Anexo 58. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Lúcuma).....	107
Anexo 59. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Lúcuma).....	107
Anexo 60. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Harina sachá Inchi)	107
Anexo 61. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Harina sachá Inchi)	107
Anexo 62. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Harina sachá Inchi)	108
.....	
Anexo 63. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Harina sachá Inchi)	108
.....	
Anexo 64. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Harina sachá Inchi)	108
Anexo 65. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Algarrobo)	109
Anexo 66. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Algarrobo)	109
Anexo 67. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Algarrobo)	109
Anexo 68. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Algarrobo)	110
Anexo 69. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Algarrobo)	110
Anexo 70. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Aguaymanto)	110
Anexo 71. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Aguaymanto)	110
Anexo 72. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Aguaymanto)	111
Anexo 73. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Aguaymanto)	111
Anexo 74. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Aguaymanto)	111
Anexo 75 Entrevistas	112

Resumen

La investigación fue elaborada con el objetivo de analizar el Biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020, discutiendo las potencialidades y problemas tras su desarrollo hacia el futuro. El estudio fue de tipo aplicado de enfoque cualitativo, de diseño fenomenológico, utilizando como técnica principal la entrevista dirigidas a cuatro expertos en temas de certificación de biocomercio en el país. Por lo tanto, para analizar los objetivos específicos (OE) uno y dos se utilizaron la técnica de la entrevista y para el OE3 se utilizó el análisis documental con soporte cuantitativo. Concluyendo que el biocomercio es una oportunidad creciente año con año, gracias en gran parte al valor que se le da a estos productos naturales en los mercados extranjeros que permite la negociación libre y competitiva. Ahora también es necesario contar con los certificados adecuados por productos y países destino para competir en el mercado internacional con la ayuda de asociaciones como lo son Adex y Promperu que brindan a los exportadores y productores locales posibilidades de exposición a nivel mundial de insumos por categorías y temporadas.

Palabras Clave: Exportaciones, biocomercio, productos agrícolas

Abstract

The research was prepared with the objective of analyzing Biotrade in Peruvian agricultural exporting companies to the United States in the period 2016-2020, discussing the potentialities and problems after its development in the future. The study was of an applied type of qualitative approach, of phenomenological design, using as the main technique the interview directed to four experts in biotrade certification issues in the country. Therefore, to analyze the specific objectives (SO) one and two were used in the interview technique and for the SO3 the documentary analysis with quantitative support was used. Concluding Biotrade is a growing opportunity every year, thanks in large part to the value given to these natural products in foreign markets that allow free and competitive negotiation. Now it is also necessary to have the appropriate certificates for products and countries to compete in the international market with the help of associations such as Adex and Promperu that provide exporters and local producers with opportunities for worldwide exposure of inputs by categories and seasons.

Keywords: Exports, biotrade, agricultural products.

I. INTRODUCCIÓN

El biocomercio se conceptualiza como un grupo de acciones de cosecha, producción, transformación y comercialización de bienes procedentes de la biodiversidad nativa, estando basados en un punto de vista de sostenibilidad ambiental, social y económica (Promperu, 2015, p.5).

Las amenazas al ecosistema hicieron necesario adoptar estrategias para la preservación del medio ambiente. El desarrollo sostenible buscó la concientización de la sociedad para poder generar ingresos sin destruir el medio y lograr el desarrollo en conjunto de la población involucrada. Es así que se encontró con políticas que buscan la protección y preservación del medio ambiente (Yeager y Zarling, 2020, p.9).

Las investigaciones más ecuánimes sobre el término de Biocomercio indicaron que tienen un impacto positivo en los países que lo han practicado, debido al desarrollo de la sostenibilidad social, ambiental y económica, por ello la conservación de la biodiversidad nativa es fundamental para su óptimo aprovechamiento como herramienta de un desarrollo sostenible. Para el empresario ecuatoriano Guillermo Jarrín (2019), de Tippytea Blends se refiere que la comercialización moderna se combina con el pago justo a los cultivadores y la protección de la biodiversidad autóctona (p.4).

Se puede ver que el término biocomercio en sentido estadístico es mínimo a comparación del comercio tradicional, pero está en vías de crecimiento no tan solo en zonas rurales, sino también en ciudades a través de la concientización del cuidado del medio ambiente por parte de las personas que observaron en los centros urbanos, como el individuo puede dañar el planeta con el consumo masivo. Es así que en los últimos años los países han reflexionado sobre la posibilidad de dar mayor valor agregado a sus

exportaciones, desarrollando cadenas productivas las cuales implemente capital humano y conocimiento, de tal manera ayude a reducir la pobreza con un desarrollo sostenible.

Es así que se observó dos importantes tendencias; la primera es que se encontraron asociaciones de productores los cuales teniendo reconocimiento en el cumplimiento de sus parámetros ya sean mínimos de un desarrollo sostenible, estos son muy similares a los principios propuestos por el Biocomercio, además de ello también las empresas procesadoras y además exportadoras están logrando enviar sus productos a mercados internacionales ya que existe un crecimiento de comercio de bienes provenientes de la biodiversidad en mercados extranjeros (Ostapenko, Herasymenko, Nitsenko, Koliadenko, Balezentis, y Streimikiene, 2020, p.3).

Todos los gobiernos alrededor del mundo han pasado una serie crisis, más aún países catalogados como pobres o en vías de desarrollo ya que se vieron obligados a entrar en una gran recesión económica, como consecuencia de ello muchas empresas han quebrado al no poder soportar las grandes pérdidas que esta situación los conllevo. Es por ello que se revaloró los beneficios que brinda la utilización de la biodiversidad en todos los países Mega diversos del mundo como forma sostenible de desarrollo. (Ver Anexo 4)

En Latinoamérica se ubican cinco países megadiversos (Perú, Colombia, Ecuador, Venezuela, Brasil) los cuales son los principales exportadores de productos derivados del biocomercio en el mundo. En Latinoamérica, Perú es el país líder en exportación de este recurso, siendo los principales mercados destino Estados Unidos y China. (Ver Anexo 5)

En los últimos años la economía de Perú y EE. UU. crecieron a tasas de entre los 3.2% y 2.4%, con una inflación inferior al 3% anual. Es así, que el comercio entre ambos países creció un 50%, con un ingreso de US\$ 11402 millones en 2008 y alcanzando cifras de US\$ 17 mil millones tan solo en 2018, siendo el primer impulsor el TLC firmado entre Estados Unidos y Perú en 2006 (Ministerio de Comercio Exterior, 2018, p.1) (Ver Anexo 6).

EE.UU. es el primer socio del Perú en lo referente al biocomercio. Es así que en el año 2020 exporto bienes por US\$ 7750 millones, siendo el país de destino principal Estados Unidos con un 36% (Sunat, 2021) (Ver Anexo 7).

El Perú exporta gran cantidad de productos a EE. UU. pero aún existen grandes limitaciones que impiden un óptimo desarrollo del biocomercio en las exportaciones, la dejadez de los gobiernos en impulsar este tipo de economías por medio de pequeños productores se ha convertido en un problema cada vez más grande y al mismo tiempo olvidado, lo que no permite un incremento estable de esta nueva economía sustentable para un país en vías desarrollo (Martínez y Villanueva, 2020, p.2).

De igual forma La Unión por el Biocomercio Ético y la búsqueda de un abastecimiento ético, busca examinar los diversos productos originarios de la biodiversidad de forma responsable con las personas y el medio ambiente (Stamboulakis y Sanderson, 2020, p.11). Ambos factores son importantes en la construcción de un aprovechamiento equilibrado dentro de una nación, lo que salvaguarda a empresas privadas y públicas a corto y largo plazo.

En medio de un cuadro desfavorable socialmente como lo es la pandemia del Covid-19, se vieron obligados a pensar en una salida economía más sostenible, inclusiva

y resistente en el tiempo. En esta perspectiva, los econegocios fueron observados como una valiosa oportunidad, ya que estos productos provienen del manejo sustentable de la biodiversidad existente en muchos países (Minam, 2020, p.2).

El valor agregado en productos de la biodiversidad tiene un gran requerimiento en el mercado internacional, generando un importante ingreso económico en países, que pueden ver en este tipo de negocios una oportunidad sustentable y con futuro, pero si no se aprovechan adecuadamente y el país no impulsa esta oportunidad de una forma adecuada pueden verse usurpados por países competencia que brindan productos similares ya que el biocomercio está generando en el mundo un mercado cada vez más grande, diverso y estable.

La eficacia de la certificación agrícola en los países en desarrollo, fomenta la ayuda a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de diversos países debido al cambio constante de las preferencias de los consumidores, lo que permite generar más puestos de trabajo e ingresos logrando proteger la biodiversidad (Oya, Schaefer y Skalidou, 2018, p.10). Es así que, la noción de una economía verde inclusiva en el marco del desarrollo sostenible y la eliminación de la pobreza, requiere un enfoque que incluya a la economía informal (Smit y Musango, 2015, p.5).

Luego de conocer la realidad problemática de los últimos años, se planteó como problema principal, ¿Cuál es el análisis del biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020?

De la misma manera para los problemas específicos fueron:

- **PE1** ¿Cuál es el análisis de la sostenibilidad ambiental del biocomercio de las empresas exportadoras agrícola peruana hacia Estados Unidos?

- **PE2** ¿Cuál es el proceso para la obtención de las certificaciones peruanas hacia Estados Unidos?
- **PE3** ¿Cómo es la evolución de las exportaciones de productos agrícolas relacionados al biocomercio hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020?

La investigación fue conformada por cuatro principales justificaciones, entre ellas tenemos:

Según **justificación teórica**, esta investigación se realizó conforme a las bases teóricas donde se obtuvieron antecedentes que ayudaron a entender la estrecha relación entre el Biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia los Estados Unidos, aportando al vacío de conocimiento que aún existe en el tema, basándose en conocimientos teóricos de cada categoría, siendo así un aporte para futuros trabajos relacionados a la presente investigación. Castro (2003) refirió que la investigación debe de tener un aporte al conocimiento, sobre un tema teórico importante para la sociedad (p.6). Del mismo modo, Bernal (2006) indicó que el tema expuesto debe impulsar el pensamiento crítico y por ende la discusión de ella (p.13).

Según **justificación metodológica**, la investigación fue realizada con fundamentos metodológicos; para que los métodos, técnicas, procedimientos e instrumentos empleados y pre- establecidos por los teóricos refuercen la confiabilidad y la veracidad en este trabajo de investigación. Hernández, Fernández y Baptista (2014) refirieron que esto ayuda a la creación de nuevos instrumentos para analizar datos aportando una categoría o relación entre ellas, ya que se recomienda mejorar este proceso (p.11).

Según **justificación social**, esta investigación se centró en la relación y análisis del biocomercio y la exportación de las mismas a Estados Unidos para saber su efecto y lo favorecedor que es conocer y aprovechar estos recursos para con los productores agrícolas del Perú. Jiménez, Cárdenas y Soler-Tovar (2017) refirieron que este tipo de comercio ha dado apertura comercial de bienes relacionados a la biodiversidad, convirtiéndose en fuente de ingresos y progreso en países con alta diversidad biológica.

Justificación práctica, esta investigación busco servir a los pequeños agricultores agrícolas del país que buscan oportunidades fuera, así mismo se detalló información importante de los últimos años en cuanto al desarrollo del mismo marcando tendencias sostenibles en el tiempo para un avance constante. Tapia P. (2017) explico que el biocomercio se estableció como una oportunidad de desarrollo empresarial y social el cual favorece la preservación del medio ambiente, asimismo se presenta como una estrategia fundamental para preservarlo.

Los resultados de esta investigación podrán ser tomados en cuenta para posteriores estudios, los cuales deseen complementar información o actualizar datos importantes. Finalmente, las conclusiones y recomendaciones, buscan ser referentes para que puedan ser tomadas por empresas agrícolas, de tal manera que mejore su rendimiento.

El objetivo principal de la investigación fue: Analizar el biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020. Los objetivos específicos fueron:

- **OE1** Analizar la sostenibilidad ambiental del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos.

- **OE2** Analizar el proceso para la obtención de las certificaciones de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos.
- **OE3** Revisar la evolución de las exportaciones de productos agrícolas relacionados al biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Para la elaboración del estudio de investigación se citó a autores nacionales e internacionales, estos trabajos son similares los cuales ayudaron a profundizar el tema, comprobando el resultado.

Wynberg, Laird, Niekerk y Kozanayi (2015) en su artículo examinaron los esfuerzos por formalizar el biocomercio, incluidas las borrosas líneas reguladoras que existen cada vez más entre el biocomercio y la bioprospección. Con un diseño de investigación cualitativo, mediante entrevistas con personas involucradas en la regulación. El resultado nos da a conocer la necesidad de buscar soluciones que estén mejor informadas y sean más respetuosas de los conocimientos y las necesidades locales respecto a los reglamentos impuestos por el Estado sobre el biocomercio, lo que lograría mayor equidad para la población más vulnerable.

Oya, Schaefer y Skalidou (2018) en su artículo examinaron los efectos positivos en los precios y los ingresos por la venta de productos son mayores para los agricultores certificados. Con un diseño cualitativo, basadas en investigación basada en debates de la ODS10 y datos estadísticos. Como resultado tenemos que es necesario realizar más investigaciones empíricas sobre cómo la movilidad social, humana y digital está vinculada a la desigualdad, tanto dentro de los países como entre ellos, más allá de las métricas económicas y como estos son favorables y eficaces para su población agropecuaria.

Blare y Donovan (2018) en su artículo examinaron las intervenciones para construir la cadena, el entorno en el que opera la cadena, las implicaciones del desarrollo de la cadena en los medios de vida y las perspectivas para el desarrollo futuro de la cadena. Con un diseño cualitativo, utilizando entrevistas. Tenemos como resultado que

los estudios sugieren que la aparición de la cadena del camu-camu ha conducido a un aumento de los ingresos agrícolas. Sin embargo, los resultados también demuestran un potencial no realizado para lograr un mayor impacto a escala, comprobando el poco aprovechamiento de los recursos agrícolas.

Darnhofer, D'Amico y Fouilleux (2019) en su artículo examinaron la influencia de varios factores en el desarrollo del sector orgánico, incluyendo políticas públicas, discursos y canales de comercialización. Con un diseño cuantitativo, por medio de encuestas y datos normativos. Como resultado tenemos que una comunicación eficaz por parte de los gobiernos y los productores influye en un desarrollo más acelerado del biocomercio, como pasa en los países de la UE que tienen un desarrollo diferenciado cada país, dependiendo únicamente la relación de cada gobierno referente a sus productores.

Friso, Mendivea, Soffiato, Bombardelli, Heskethc, Heinrichd, Menghinie y Politi (2020) en su artículo examinaron los beneficios del biocomercio y la sostenibilidad para la flora y fauna. Con diseño cuantitativo, para lo cual se investigó datos normativos y conceptuales. Como resultado tenemos que es muy beneficioso el biocomercio debido a beneficios como el potencial para mitigar el comercio insostenible de fauna y flora silvestres y proporcionar financiación para programas de conservación al servicio del medio ambiente como también de sus pobladores.

Minako (2019) en su artículo examino el resultado de un trabajo a largo plazo entre empresas y gobiernos nacionales. Con diseño cualitativo, con uso de entrevistas a Cynthia Valdés, directora del área de Desarrollo Social y Económico del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en México, y Joel Narváez, experto del

PNUD en temas de cadenas de valor. Dio como resultado que se requiere de un trabajo organizado y de largo plazo entre empresas, gobiernos nacionales y locales, así como la sociedad para poder llevar un desarrollo sustentable, siendo así el principal problema de estas empresas su aislamiento; y la forma de romperlo para incorporándolas a las cadenas de valor de Estado.

Bifani y Agardy (2017) en su artículo examinaron la aplicación del Biocomercio Azul puede impulsar sectores económicos y cadenas de valor sostenibles los cuales dependen de recursos marinos y costeros. Con diseño cualitativo, como muestra se tomó la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad), el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), la Convención de las Naciones Unidas sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES) y el Instituto Internacional del Océano (IOI). El resultado nos da a conocer las sinergias entre la adopción de los principios de Biocomercio Azul y la aplicación efectiva de las disposiciones de la CITES para las especies marinas, siendo estas beneficiosas para sostenibilidad del biocomercio.

Herrera, Mendoza, Meza y Hernández (2019) en su artículo con un diseño cualitativo, investigaron datos normativos sobre comercio verde. Tenemos como resultado que se debe implantar políticas públicas ambientales las cuales, combinadas con un comercio verde, pueden resultar un cambio económico en las regiones mediante del ecoturismo como sistema sustentable además de ser generador de empleo y capital.

Wysokińska (2020) el objetivo del trabajo es presentar una revisión de la normativa transnacional (global y europea) en el ámbito de la protección medioambiental y la economía circular, el desarrollo sostenible significa, sobre todo, proteger el medio

ambiente natural y reducir la dependencia excesiva del agotamiento de los recursos naturales, incluidas las materias primas primarias, en el sector económico. Esto implica la necesidad de implementar un nuevo modelo de desarrollo eficiente en el uso de los recursos, basado en los principios de la economía circular (CE), se minimiza el uso de recursos naturales, y cuando un producto llega al final de su vida útil, se reutiliza para crear un nuevo valor adicional. Esto puede traer importantes beneficios económicos, contribuyendo a nuevos métodos de producción y nuevos productos innovadores, crecimiento y creación de empleo.

Abdalla Y Mzee (2018) investigaron los problemas socioeconómicos humanos afectan el cambio ambiental a nivel local, nacional, regional y mundial. Los impulsores del cambio ambiental varían en naturaleza y alcance, pero generalmente pueden clasificarse en económicos y sociales, ciencia y tecnología, demografía y conflictos y gobernanza. Aunque cada impulsor se discute individualmente, los diferentes impulsores muestran relaciones y, a veces, actúan en sinergia para maximizar los impactos negativos y producir cambios positivos.

Scobie (2019) examino la globalización del comercio, una de las expresiones más formidables del Antropoceno, ha aumentado drásticamente la escala de los ciclos de producción y consumo y su impacto en el medio ambiente. Los regímenes económicos y ambientales mundiales, exportadores de productos básicos y luego proveedores de turismo tropical. Sus pequeñas economías están expuestas a las conmociones y fluctuaciones del comercio mundial y el sistema financiero mundial y los impactos ambientales relacionados.

Friso, Heinrich y Politi (2020) examinaron la Amazonía peruana que alberga más de 1000 especies de plantas con potencial comercial y las ventas nacionales de productos naturales derivados de plantas medicinales y aromáticas han superado los \$ 400 millones anuales. Las actividades de investigación y desarrollo que se realicen sobre la composición genética y bioquímica de la flora peruana deben cumplir con las normativas nacionales e internacionales.

Teorías relacionadas:

El biocomercio es definido por los especialistas de la *United Nations Conference on Trade and Development* (Unctad) (2017) como la utilización de recursos biológicos para el comercio, como materias vegetales para su utilización como insumos de alimentación, productos industriales o cosméticos (p.17).

Los especialistas del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) (2016) refirieron que el biocomercio está dirigida al comercio sostenible, la cual busca unir tres bases; la rentabilidad, subsistencia de la biodiversidad y aspectos sociales (p.17).

Como teorías relacionadas, Lusweti *et al.* (2020) definieron el biocomercio como el comercio legal, domiciliado en los productos forestales no madereros productos forestales no madereros (PFNM) en los sectores forestal, agrícola y de la fauna y la flora silvestres (p.10). Los productos pueden proceder de bosques naturales y áreas protegidas (in situ) o mediante cultivo (in domo). Las plantas medicinales tienden a dominar el biocomercio. De hecho, el uso de plantas y sus derivados como medicina y alimento para sanar y curar enfermedades, o para mejorar la salud y el bienestar está ampliamente reconocido, incluso por la Organización Mundial de la Salud-OMS (OMS, 1978, p.4).

Principios del Biocomercio:

Los especialistas de la Unctad (2020) indicaron que los P&C son actualizados periódicamente ya que reflejan la marcos legales y políticos en el tiempo, esto a través de los socios de Biocomercio en más de 65 países. Es así que los P&C 2020 son aplicables en la biodiversidad aviar, marina, terrestres, acuática, bienes y servicios basados en la biodiversidad (p.20) (Ver Anexo 8)

Para el cumplimiento de estos principios se identificaron tres enfoques:

De acuerdo a estos principios se espera que las empresas o iniciativas comerciales de Biocomercio, incrementen la competitividad y bienestar de todos los elementos de la cadena, ya que cada factor contribuye a integrar valor a los productos o servicios ofertados. Asimismo, se tiene que enfocarse en el impacto que tienen sobre el entorno en los cuales se realiza por los miembros que la continúen y el medio ambiente que los rodea, para que no sean vulnerados. Es necesario también comprender que los principios expuestos anteriormente deben implementarse paulatinamente, ya que así permite que las empresas se adapten al escenario comercial que siempre está en constante evolución. (Ver Anexo 9)

Categoría 1: Biocomercio en el Perú

Los especialistas de Promperú (2015) refieren que en 2004 el Perú aprobó el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio (PNPB) el cual busca impulsar el uso de la biodiversidad como alternativa para el progreso del país y más aún incentivar la conservación de los recursos (p.5)

Asimismo, en el 2001 el Consejo Nacional de Ambiente (CONAM) y Promperú reunieron a múltiples instituciones ente ellas públicas y privadas para la conformación de un grupo técnico llamado Comité Biocomercio Perú (CBP) el cual implementaría a la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PNPB, 2014, p.4).

Es así que, en el 2010, se buscó fortalecer el CPB estableciendo la Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio (CNPB) la cual tenía como objetivo establecer políticas, estrategias y lineamientos para el programa nacional de biocomercio (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2014, p.6). (Ver anexo 10)

- Distribución de productos del biocomercio:

El Perú siendo un país megadiverso cuenta con el potencial necesario para el aprovechamiento de recursos derivados del biocomercio como modelo de negocio sustentable. Es así, que las zonas geográficas de bosques amazónicos como Rupa Rupa y Omagua, más las zonas de Yunga, Suni y Quechua de la Sierra y Chala de la costa peruana son las áreas primordiales de los nichos ecológicos adecuados para las especies de la biodiversidad. (Llellish, 2015, p.6)

Dentro de la zona geográfica del Perú se ha identificado diez núcleos para el desarrollo del biocomercio; Áncash, Eje Andino del Cusco, Lima e Ica, Costa y Andes del Norte, Selva Norte de Ucayali, Arequipa, Meseta del Callao, Amazonas, San Martín Norte, Puerta Interoceánica del Sur.

Según lo observado en el mapa del Perú las zonas más ricas en recursos biodiversos se encuentran localizadas en lugares donde la pobreza llega a niveles críticos, es así que resulta esta una oportunidad de desarrollo poblacional sustentable en

el tiempo, ya que estarían incorporadas en la cadena de valores constituidas por redes de producción, procesamiento y comercialización de productos propios de sus regiones.

(Ver Anexo 11)

- Avancé del biocomercio en el tiempo:

1992: Se realizó el convenio de diversidad biológica en Rio de Janeiro.

2001: Estrategia Nacional de la Diversidad Biológica del Perú (D.5 N°102-2001-PCM).

2004: Programa Nacional de Biocomercio en el Perú (DCD N° 021-2004-CONAM/CD).

2005: Grupo Técnico Nacional “Comisión para la promoción del Biocomercio”.

2009: Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio (DS N°009-2010-MINCETUR).

2013: Identificación de elementos para la estrategia – 2013 MINAN-MINCETUR.

2014: Propuesta de ENB 2014, elaborada por PROMPERU – proyecto Biocomercio Andino.

2015: Propuesta de Plan de Acción de la estrategia Nacional de Biocomercio MINCETUR.

2016: Formalización, difusión e implementación de Estrategias Nacional de Biocomercio y Plan de Acción 2025 (CNPB).

- Productos priorizados para el Biocomercio:

Ante el progresivo crecimiento de la demanda de productos derivados del biocomercio, las empresas peruanas buscaron ingresar a este nuevo sector, es así que el Perú identificó los conjuntos de sectores más propicios para impulsar esta práctica ya que cuentan con mayor potencial en mercados internacionales.

Sectores y líneas de productos del biocomercio en el Perú son: Agricultura orgánica, pesca sostenible, acuicultura sostenible, forestal, fitoquímico, productos alimenticios, zocría, flores, follajes, ecoturismo. (Ver Anexo 12)

Entre los productos priorizados se encuentran; Aguaymanto, huito, kiwicha, sangre de grado, sauco, algarrobo, hercampuri, etc. (Ver Anexo 13)

Estrategia Nacional de Biocomercio para el 2025:

El Perú conformo un grupo de estrategias para el desarrollo del biocomercio, abarcando ámbitos importantes para el correcto desarrollo en el futuro de ella, a continuación, una breve descripción de cada objetivo propuesto: (Ver Anexo 14)

- Políticas y Marco Normativo:

Objetivo: El Biocomercio como eje principal en la agenda política y tema transversal en la política pública del país.

Líneas de acción: Fortalecer el marco normativo y regulatorio para que sea más eficiente, fortalecer los marcos normativos y regulatorios, incluirlo en las estrategias regionales como en sus presupuestos.

- Institucionalidad relacionada al biocomercio:

Objetivo 1: Fortalecer el programa nacional y la comisión nacional de la promoción del biocomercio.

Líneas de acción 1: Implementación y desarrollo de instrumentos de gestión, igualmente promover la articulación, cooperación y coordinación entre las instituciones vinculadas al biocomercio.

Objetivo 2: Impulsar el financiamiento para el biocomercio.

Líneas de acción: Apalancar recursos y desarrollar las capacidades en el biocomercio en instituciones financieras.

- Desarrollo de Oferta:

Objetivo 1: Impulsar el potencial de la oferta de productos derivados de la biodiversidad.

Líneas de acción 1: Identificar cadenas de valores para los productos en aspectos de zonas de producción, proveedores y productos.

Objetivo 2: Tener iniciativas de biocomercio en ámbitos técnicas, ambientales, gestión y organizacional.

Líneas de acción: Implementar capacidades técnicas y ambientales en cadenas de valores. Generar capacidades de gestión en los aspectos financieros, contables, administrativos entre otros. Fortalecer iniciativas empresariales, promoviendo la asociatividad.

Objetivo 3: Impulsar el cumplimiento de las normas de sanidad, sostenibilidad y calidad.

Líneas de acción: Fomentar el cumplimiento de normas y la implementación de estándares sociales y ambientales.

- Investigación, desarrollo e innovación:

Objetivo 1: Fomentar la investigación innovadora, aplicada en el desarrollo del biocomercio.

Líneas de acción 1: Implementar la agenda de la investigación, promoción de espacios de vinculación e intercambio, generar conocimiento científico, desarrollo de productos en base en I+D+i para el biocomercio.

Objetivo 2: Fomentar la sistematización y difusión de información científica para el biocomercio.

Líneas de acción: Sistematizar y difundir la información científica de I+D+i de Biocomercio.

- Desarrollo de mercados:

Objetivo 1: Promover y conocer el mercado internacional.

Líneas de acción 1: Desarrollo de actividades de prospección comercial para los nuevos mercados, promover el acceso de los productos y servicios de biocomercio.

Objetivo 2: Promover el mercado nacional de bienes del biocomercio.

Líneas de acción: Identificar oportunidades del mercado, promover la comercialización e implementar actividades de promoción y posicionamiento comercial.

- Gestión del conocimiento:

Objetivo 1: Impulsar la gestión de conocimiento a través del intercambio, sistematización y difusión de los diferentes temas del biocomercio.

Líneas de acción 1: Desarrollo de mecanismos de sistematización y difusión de información del biocomercio para los actores.

- Monitoreo y Evaluación:

Objetivo 1: Implementar un sistema integrado del monitoreo del biocomercio.

Líneas de acción 1: Monitoreo y evaluación de estrategias, plan de acción e iniciativas acerca del nivel de cumplimiento de principios y criterios.

- Principales Proyectos de desarrollo (Perú Biodiverso 1 y Perú Biodiverso 2)
- Plataforma internacional de negocios (PERUNATURA).
- Herramienta de verificación del Biocomercio en el Perú:

Los diversos proyectos de Perú diverso y biocomercio Andino (UNEP-GEF-CAF) crearon una herramienta de evaluación para verificar el cumplimiento de los principios y criterios del biocomercio en las múltiples organizaciones. El factor principal que impuso esta idea para elaborar esta herramienta fue el identificar una línea base sobre la situación de la empresa y así priorizar las que necesiten apoyo, desarrollando planes de mejora. (Ver Anexo 15)

- La Organización Mundial de Comercio (OMC) denominó a los productos ambientales como productos ambientalmente preferibles, para este propósito se determinó diversas medidas de regulación internacional. Entre ellas normas sanitarias y fitosanitarias, normas de productos y reglamentos, requisitos de empaquetado, etiquetas, eco etiquetado, trazabilidad de productos, terrorismo, narcotráfico y contrabando, certificaciones. (Ver Anexo 16)

Normativas para fomentar el biocomercio en países andinos:

En más de 20 países en vías de desarrollo ubicado en Asia, África y Latinoamérica se ha implementado el término y mecanismo de Biocomercio, estos apoyados por la UNCTAD. (Fairlie, 2020, p.6). Considerando que los países andinos cuentan con gran potencial para convertirse en Biocomercios, es importante tenerlos en cuenta ya que

cuentan con los recursos naturales para ser competitivos en la diferenciación ambiental en lo que respecta a sus productos agrícolas.

El Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) como también otros organismos internacionales están en constante apoyo al biocomercio ya que consideran que en estos tiempos es un instrumento importante para alcanzar una economía verde inclusiva, ya que ellas aprovechan las nuevas tendencias del mercado que pone valor a la biodiversidad y por ende a su capital humano.

Todas las estrategias de desarrollo de la economía verde y la transición de los modelos de desarrollo económico convencionales a la economía verde se han hecho necesarias debido al impacto negativo de los modelos de desarrollo económico convencionales en el medio ambiente local y global (Humphries, Benzie, Lawson y Morrison, 2021, p.7).

En el tiempo se han concretado una serie de alianzas estratégicas entre estos organismos internacionales (CAN, UNCTAD, CAF, CIAT), asimismo los programas nacionales de biocomercio de Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador e instituciones nacionales, con el objetivo de analizar las oportunidades en la Amazonia.

Entre 2011 y 2014 se organizó el Proyecto Biocomercio Andino participando Colombia, Perú y Ecuador, cuya finalidad principal fue “Contribuir a la conservación y uso sostenibles de la biodiversidad de la región andina mediante la provisión de un sustento alternativo con base en oportunidades de biocomercio (...)” (Biocomercio Andino, 2017, p.16)

Como resultado se evidencio que en las zonas y productos que formaban parte de este proyecto, resultaron positivos en el ámbito de biodiversidad, inclusión, retracción de la pobreza en los pueblos que intervinieron, es así que mejoraron su competitividad, implementando alternativas innovadoras.

Desde 2007, la Unión para el Biocomercio Ético (UEBT) impulsa el "abastecimiento con respeto" de productos procedentes de la biodiversidad a través de su Norma de Biocomercio Ético. La UEBT indica las prácticas para el abastecimiento, la investigación y el desarrollo de ingredientes naturales los cuales fomentan el crecimiento empresarial sostenible, el desarrollo local y la conservación de la biodiversidad. (Oliva, 2015, p.4)

Es necesario el incorporar reformas a nivel económico y social para impulsar a países en su cambio a un desarrollo sostenible, siendo importante emprender una reestructuración de base productiva lo cual buscara reducir las brechas sociales aun existentes, congelar el deterioro ambiental y mejorar la competitividad de las naciones. (Ludlow, 2018, p.7)

De igual importancia la Unión por el Biocomercio Ético y la incansable búsqueda de un abastecimiento ético, investigaron los diversos productos agrícolas provenientes de la biodiversidad de forma responsable con las personas y el medio ambiente. Por otra parte, Blue BioTrade busco el aprovechar el comercio marino con el objetivo de apoyar la sostenibilidad ecológica y la igualdad económica, debido a esto se está impulsando valorar los recursos para mejorar la eficiencia económica y la sostenibilidad. (Bifani, Agardy, Vivas, Jaramillo, Gómez y Vignati, 2019, p.4).

En efecto los “indicadores geográficos y de protección del medio ambiente”. Son una de las razones de su precio superior, en el caso de los productos agrícolas, es que los bienes producidos tradicionalmente suelen estar libres de contaminantes, como herbicidas y pesticidas (Blakeney, 2017, p.8). En otras palabras, la conservación de la biodiversidad es necesaria y rentable, es así plantea entonces la problemática que son pocas las empresas que vienen empleando el biocomercio, en el cual se debe incrementar la competitividad y bienestar de todos los actores involucrados en el proceso. (Sasaki y Castro, 2018, p.5).

Considerando todo lo anterior en una perspectiva integral de las diferentes políticas de promoción del desarrollo sostenible, el Parlamento Andino implemento una serie de marcos normativos como:

- Impulsar Políticas de Ordenamiento Territorial Sostenible.
- Impulsar las cadenas productivas y de valor.
- La gestión de riesgo de desastres.
- Marco normativo de Salvaguarda de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales asociados.
- Turismo comunitario.
- Para fomentar las políticas públicas de ciencia, tecnología e innovación en la Región Andina.

Todos estos marcos normativos fueron elaborados con la intención de promover las capacidades de los países de la Región Andina, preocupándose de su competitividad, diversidad de productos, mejoramiento del bienestar social, el aprovechamiento sostenible de sus recursos naturales.

Implementar las estrategias para el desarrollo sostenible se dan a largo plazo, por ello los países que se encuentran en el proceso o ya cuentan con un plan de acción, tienen como resultado: más puestos laborales, cuidado del medio ambiente y gran aporte en el PBI del país. (Noticias Financieras Retrieved, 2019, p.3).

Teniendo como hipótesis sobre la no implementación del biocomercio en las exportaciones de los países, se debe a factores como la debilidad de instituciones miembro, inadecuado financiamiento en innovación y tecnología, la escasez de políticas a largo plazo para implementar las estrategias de una economía verde (Humphries, Benzie, Lawson y Morrison, 2021, p.4).

Derechos de los agentes vinculados al biocomercio

Los países miembros del Parlamento Andino, garantizan el ejercicio de los siguientes derechos:

- Libre acceso a herramientas, políticas y planes que intervengan con el fin de impulsar, fortalecer e impulsar el desarrollo de Biocomercio.
- Tienen derecho a la aprobación y financiamiento de los programas y proyectos de investigación, desarrollo e innovación. Los cuales busquen implementar las buenas prácticas agrícolas y ambientales de los productores y comerciantes que no cumplan con el cuidado de los recursos naturales.
- Creación de beneficios económicos igualitarios entre los actores de la cadena de valor, reconociendo el rol importante de las comunidades indígenas y locales.
- Tienen derecho a participar en la creación de políticas sectoriales y de apoyo empresarial en los países miembros.
- Deberes de los agentes económicos del biocomercio

Los países miembros del Parlamento Andino, garantizan el ejercicio de los siguientes derechos:

- Tienen el deber de contribuir en la conservación de la biodiversidad.
- Planificar las actividades de sus sistemas productivos garantizando el uso adecuado de los recursos naturales. Para ello se desarrollará análisis del impacto, medidas para prevenir pérdidas naturales e informar sobre los aspectos del negocio.
- Constante evaluación del impacto ambiental, así determinar los componentes sociales y ambientales posiblemente afectados.
- Garantizar las buenas prácticas de producción y su impacto.
- Implementar políticas ambientales.
- Examinar los impactos de las actividades dadas por el negocio.
- Uso apropiado del suelo para evitar daños irreparables.
- Implementar mecanismos para el mantenimiento de la calidad de agua, suelo y aire del lugar.
- Implementar políticas empresariales a partir de impacto ambiental y social.
- Plan de aprovechamiento de los recursos naturales.
- Impulsar la inclusión más amplia de asociaciones de productores, cooperativas y otros en investigación y desarrollo.
- Fortalecer lasos con los actores de la cadena de valores del biocomercio.

El manejo de la biodiversidad requiere que los actores vinculen lazos entrañables para aprovechar las oportunidades comerciales cumpliendo con regulaciones que faciliten su sostenibilidad de la biodiversidad. (Contreras, Solis y Tostes, 2018, p.6).

Normativa Nacional para el Biocomercio:

Dentro de la normativa nacional para el biocomercio, se incluyeron una serie de normativas importantes que cubrieron temas sobre la ley orgánica, la conservación, crecimiento de la inversión a la protección de la biodiversidad (Ver Anexo 17).

Normativa del biocomercio de Estados Unidos:

Refiriéndonos a la normativa impuesta a nivel internacional se encontró con una normativa poco clara para este tipo de productos, siendo así que cada país regula independiente el mercado del biocomercio a sus propios requerimientos individuales. A continuación, se describirá las normas impuestas por EE.UU.

- Estados Unidos: En octubre del 2002 se ordena la supervisión de toda fruta y verdura declarada como orgánica requiriendo un certificado aprobado en base a las Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos (NOS). Por ello para todos los países que deseen exportar productos orgánicos a EE. UU deben tener uno de estos certificados:

- En este caso los gobiernos extranjeros pueden solicitar el certificado que determina que cumplen los requisitos de las normas orgánicas y nacionales en la USDA, esto por medio de los organismos de certificación extranjera.

- Acreditación de la USDA.

- Los organismos de certificación extranjera pueden obtener el reconocimiento que respeta y cumple los requisitos equivalentes de la NOS esto en virtud de una negociación entre ambos países.

En conclusión, es necesario contar con un certificado aprobado de Estados Unidos para poder exportar productos orgánicos.

Las certificaciones orgánicas se han convertido en garantía para asegurar un buen estado y salubridad de los productos agrícola para su posterior consumo, esto debido a que permite constatar si el producto ha seguido fielmente las normas de producción orgánica.

En un estudio sobre la producción comunitaria, se evidencio que los productores agrícolas certificados tienen mayores ingresos de los que no cuentan con certificación. Ya que estos agricultores tienen mayor posibilidad de negociar internacionalmente y así expandir las fronteras comerciales de su empresa o comunidad de productores, es necesario determinar urgentemente las formas específicas de los desafíos y oportunidades globales modernas para el beneficio del país y aumentará el potencial de exportación.

Convenios Internacionales para el Biocomercio:

A lo largo del tiempo se han establecido varios convenios que apoyan y motivan el comercio de productos provenientes del biocomercio, estos fueron elaborados para determinar los protocolos multilaterales a favor del medio ambiente y la población que la rodean, convirtiéndola en una economía sustentable en el tiempo.(Ver Anexo 18)

Pilares del Biocomercio:

- Sostenibilidad Ambiental

Murillo (2018) refiere que implica respeto al medio ambiente en el que vivimos, así como la lucha contra la contaminación por actividades mineras y actividades madereras (p.5).

- Sostenibilidad Social

Murillo (2018) refiere que el biocomercio también incluye la preservación de culturas entre comunidades nativas, protegiéndolas de enfermedades o la extinción de ellas junto a sus lenguas nativas (p.5).

- Sostenibilidad Económica

Murillo (2018) refiere que el biocomercio busca promover el desarrollo económico mediante el comercio, lo cual busca principalmente promover las economías locales generando más empleos (p.5). (Ver Anexo 19)

Enfoque del Biocomercio:

Según los expertos de la comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2015) refiere que el biocomercio tiene tres principales enfoques:

Enfoque de cadena de valor

Este enfoque busca reafirmar y asegurar que los beneficios recibidos sean divididos entre todos actores, esto de acuerdo al valor que otorguen cada uno al producto. Es por ello la importancia de una buena comunicación y toda de decisiones en conjunto, la cadena de valor se conforma por los siguientes actores: (Ver Anexo 20)

- Productores rurales, este es el primer eslabón de la cadena ya que son los encargados de recolectar y producir, en general ellos generan asociaciones para negociar a mejores precios.

- Acopiadores, ellos se encargan de comprar el producto a los agricultores y enviarlos a la ciudad para su posterior procesamiento.

- Procesadores, son las empresas encargadas de realizar los procesos industriales de la materia prima.
- Comercializadores, estas son las empresas que realizan la exportación del producto final, suelen ser del sector industrial.

Enfoque de gestión adaptativa

Este enfoque se basa en las diferentes actividades de experimentación, seguimiento y acción con el objetivo de hallar impactos negativos en el medio ambiente o especie y de ese modo poder corregir prácticas de producción.

Enfoque Ecosistémico

Este enfoque está en los diferentes procesos de la cadena ya que su finalidad principal es supervisar que las decisiones que tomen los actores no perjudiquen el ecosistema.

Trazabilidad en cadena exportadora:

Arispe (2018) la trazabilidad debe permitir a cualquier individuo que conozca al detalle los procesos de una empresa, para formar la trayectoria de un producto hasta la exportación. Según ISO22005, indica que es la capacidad de seguir el recorrido de un producto o bien, a través de toda la cadena de suministros (p.6).

Importancia del sistema de trazabilidad

Este sistema no solo tiene como objetivo verificar o demostrar el cumplimiento de las normas de producción, sino debe ser vista como una herramienta de eficiencia operativa y marketing, la cual mejorara costos, la imagen y la credibilidad comercial. Esta herramienta es importante en modo de la operatividad más eficaz, ya que permite mejorar

y agilizar procesos asociados al envío y recepción, mejorando el control de stock, control de lote de producción, almacenamiento, etc. (Ver Anexo 21)

Empresas exportadoras agrícolas con destino a Estados Unidos

Filho y Dholakia (2015) refieren que una empresa exportadora es aquella que se dedica a vender productos y/o servicios a clientes en el exterior, en este caso productos provenientes del biocomercio, ya sea recolectando de pequeños productores regionales, comunidades agrícolas organizadas o propias (p.7).

Según portal del Ministerio de comercio exterior y turismo (Reporte de Comercio Bilateral Anual, 2020, p.4), refiere las principales exportaciones provenientes del sector Agropecuario a Estados Unidos fueron:

Tabla 1

Exportaciones a Estados Unidos.

Perú: Exportaciones de Bienes Estados Unidos (Millones US\$)							
Part. % 2020	Bienes	Anual					Var.% 20/19
		2016	2017	2018	2019	2020	
43%	Agropecuario (T y NT)	1767	1900	2061	2473	2688	9%
25%	Fruta	704	875	1076	1397	1584	13%
9%	*Arándano	129	166	283	467	546	17%
8%	*Uva	248	273	303	388	482	24%
3%	*Palta	77	186	196	244	177	-28%
2%	*Mandarina	48	70	86	87	137	58%
2%	*Mango	86	79	98	98	125	28%
0%	*Banano orgánico	46	44	46	31	27	-12%
5%	Espárrago	304	292	260	286	300	5%
3%	Café sin tostar	217	183	182	173	174	1%
1%	Alcachofa	86	85	90	885	93	10%
1%	Cacao y derivados	42	50	48	64	71	12%
1%	Pimiento	50	59	62	64	71	11%
1%	Cebolla	48	53	51	60	66	10%
1%	Quinua	35	46	45	50	45	-10%
1%	Jengibre	12	20	20	18	42	131%
1%	Páprika	40	36	37	37	41	10%
1%	Azúcar	29	36	3	40	35	-14%

Fuente: Sunat

Es así, que en Perú en el año 2020 tuvo 2400 empresas exportadoras con destino a EE. UU. de las cuales 964 fueron agroexportadoras, 616 empresas textiles, 147 mineras y 135 pesqueras. (Ver Anexo 22)

Principales productos exportables del biocomercio en el Perú:

El Perú promueve productos como el achiote, aguaymanto, algarrobo, barbasco, lúcuma, maca, molle, etc. (Ver Anexo 23)

Las principales empresas exportadoras de biocomercio del Perú a EE.UU. fueron:

- Amazon Health Products ([www. Amazonhp.com](http://www.amazonhp.com))

Producto Estrella: Sacha Inchi y derivador. Trabajan con 241 productores de la región San Martín. (Ver Anexo 24)

- Algarrobos Orgánicos del Perú (<http://algarrobosorganicos.pe>):

Producto estrella: Algarrobo, lúcuma entre otros.

Trabajan con 150 productores de las regiones de Piura y Cusco. (Ver Anexo 25)

- Peruvian Nature (www.peruviannature.com)

Producto estrella: Maca

Trabajan con 80 productores principalmente en la región Junín. (Ver Anexo 26)

- Villa Andina (www.villaandina.com)

Producto estrella: Aguaymanto deshidratado.

Trabajan con 412 productores de la región Cajamarca. (Ver Anexo 27)

- Wiraccocha del Perú S.A.C. (<https://wiraccocha.com.pe>)

Comercializadora de Quinoa y Kiwicha Orgánica.

Situada en Ayacucho.

Cuenta con 1440 pequeños productores. (Ver Anexo 28)

- Candela Perú (www.candelaperu.net)

Productos estrella: Aguaymanto deshidratado, Sacha Inchi, Aceite de castaña.

Certificación: Sistema FLO para la exportación del producto de la Asociación de Castañeros “Recolectores Orgánicos de Nuez Amazónica del Perú” (RONAP). (Ver Anexo 29)

Empresas exportadoras de las principales partidas arancelarias de productos procedentes del biocomercio en el Perú según su valor FOB 2016 – 2020 (EE.UU.)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Sacha Inchi)

Se observó que la empresa Natural Perú S.A.C en el 2016 ocupó el primer lugar de las empresas exportadoras de sachá inchi llegando a un valor FOB un total de 390,570 dólares, seguido por la empresa MG Natura Perú S.A.C con un valor FOB exportado de 299,926 dólares, Inversiones 2A S.A.C exportando un total de 92,666 dólares en valor FOB, teniendo en cuarto lugar a Villa Andina S.A.C con un total de 73,587 dólares y por último a Ecoandino S.A.C exportando 44,177 total del valor FOB. (Ver Anexo 30)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Sacha Inchi)

Se observó que la empresa Natural Perú S.A.C en el 2016 ocupó el primer lugar de las empresas exportadoras de sachá inchi llegando a un valor FOB un total de 390,570 dólares, seguido por la empresa MG Natura Perú S.A.C con un valor FOB exportado de

299,926 dólares, Inversiones 2A S.A.C exportando un total de 92,666 dólares en valor FOB, teniendo en cuarto lugar a Villa Andina S.A.C con un total de 73,587 dólares y por último a Ecoandino S.A.C exportando 44,177 total del valor FOB. (Ver Anexo 31)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Sacha Inchi)

Se observó que por tercer año consecutivo la empresa Natural Perú S.A.C se encuentra en el primer lugar, pero a comparación del año 2017, este año 2018 ha decrecido teniendo un total exportado de 438,410 dólares en segundo lugar se encuentra la empresa Las Kentias S.A.C teniendo un total exportado de 226,796, tercer lugar se encuentra Algarrobos orgánicos del Perú S.A.C por segundo año consecutivo pero a comparación del año pasado ha crecido en sus exportaciones con un total de 190,342, cuarto lugar Peruvian Nature S&S S.A.C teniendo un valor exportado de 153,490 dólares en valor FOB y por ultimo Villa Andina que a comparación del año 2017, este año decreció en sus exportaciones sumando un total de 108,556 dólares.(Ver Anexo 32)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Sacha Inchi)

Se tuvo por cuarto año consecutivo a Natural Perú S.A.C ha comparación de los años anteriores ha venido observando un incremento en sus exportaciones con un total del FOB de 775,997 dólares, Las Kentias S.A.C teniendo una baja en sus exportaciones a comparación del año 2018, este año exporto 138,286 dólares, Villa Andina S.A.C BIC sus exportaciones han venido en aumento comparando el año pasado, este año tiene un valor FOB exportado de 137,357 dólares, Citrosweet Mills S.A.C exportando en este año un total de 136,228 dólares y teniendo en último lugar Algarrobos Orgánicos del Perú

S.A.C teniendo una baja en sus exportaciones a comparación de años anteriores con un total de 105,110 dólares.(Ver Anexo 33)

- Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Sacha Inchi)

Se tuvo como resultado a la empresa Peruvian Nature S&S S.A.C, ha comparación de año 2018 teniendo un incremento y llegando estar en este año en primer lugar con un valor FOB exportado de 196,197 dólares, Natural Perú S.A.C llegando a tener una baja en sus exportaciones a comparación de los años pasados, con 143,080 posicionándose en segundo lugar, Inversiones 2A S.A.C ha comparación del año 2016, este año tiene una pequeña baja en sus envíos con un valor de 92,617, Villa Andina S.A.C BIC decreció en sus exportaciones a comparación de años pasados exportando 85,449 y por último se tuvo ha Citrosweet Mills S.A.C decreció en sus exportaciones con un total de 68,114 valor FOB. (Ver Anexo 34)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Quinoa Tricolor)

Se pudo observar que en las exportaciones de quinua tricolor se tiene en primer lugar Vínculos Agrícolas S.A.C total exportado 7,901,200 dólares, Colorex S.A.C en segundo lugar con un valor FOB de 3,976,949 dólares, Exportadora Orgánica B&C S.A.C ocupando el tercer lugar con un valor FOB de 2,897,293 dólares, Agroindustrial S.A.C valor FOB exportado de 2,230,836 y por último Interamsa Agroindustrial S.A.C de 1,701,744 dólares. (Ver Anexo 35)

- Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Quinoa Tricolor)

En dicho cuadro se observo ha Olam Andina Perú S.A.C exportando en valor FOB un total de 6,751,693, Vínculos Agrícolas S.A.C que ha decrecido notablemente a

comparación del año pasado, teniendo una exportación de 3,803,157 dólares, Colorex S.A.C comparación del año pasado tiene una baja en sus envíos con un valor de 3,798,032 dólares, Villa Andina S.A.C BIC exporto 3,239,625 y por último esta Avenda Trading Company S.A.C llego a exportar 2,890,830 dólares. (Ver Anexo 36)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Quinoa Tricolor)

Se observó la baja de exportaciones que tiene Olam Andina Perú S.A.C comparando años anteriores, llegando a 5,539,713 valor FOB, Colorex S.A.C teniendo un incremento a comparación de años anteriores con un total de 5,148,735 FOB, Globenatural International S.A exporto 3,514,434 dólares, Vínculos Agrícolas S.A.C de las cuales ha decrecido en sus envíos total de 2,667,156 y por último tenemos Wiracocha del Perú S.A.C con un total exportado de 2,275,327 Valor FOB. (Ver Anexo 37)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Quinoa Tricolor)

Se pudo apreciar en dicho cuadro que la empresa Olam Andia Perú S.A.C ha logrado un notable incremento en sus exportaciones comprando años anteriores llegando así a un total de 12,11.515 dólares, Colorex S.A.C teniendo una alza en sus exportaciones de 5,456,590 también se encuentra Vínculos Agrícolas S.A.C llegando a tener un incremento comparando años anteriores, 4,053,092 así mismo se encuentra en cuarto lugar Inca Health Organic S.A.C con valor exportado 2,747,791 dólares y por último se encontró ha Avenda Trading Company S.A.C exportado 2,284,807 valor FOB. (Ver Anexo 38)

- Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Quinoa Tricolor)

En el 2020 estas 5 empresas tuvieron una baja en sus exportaciones empezando con Colorex S.A.C 1,082,502 así mismo Olam Andina Perú S.A.C 1,008,758 dólares, Avenda Trading Company S.A.C al igual que todas decreció en sus envíos teniendo 751,639 dólares, apareciendo por primera vez en este top de empresas exportadoras de biocomercio Interloom S.A.C ocupando el cuarto lugar teniendo 581,217 dólares y por último se encuentra Vínculos Agrícolas S.A.C teniendo uno de sus peores años si comparamos los anteriores, 569,588 dólares. (Ver Anexo 39)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Quinoa Blanca)

Exportaciones de quinoa blanca se tuvo en primer lugar Inverso ISG S.A.C logrando exportar en valor FOB de 9,826,570 dólares, Chía Orgánica S.A.C teniendo un valor FOB 3,016,457 dólares, ocupando el tercer lugar Exportadora Agrícola Orgánica S.A.C un total de 2,052,992 dólares así mismo se encuentra Olam Andina Perú S.A.C con 788,690 valor FOB y por último se encuentra la empresa Viru S.A llegando exportar 355,842 dólares. (Ver Anexo 40)

- Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Quinoa Blanca)

En el 2016 Olam Andina S.A.C. se encontraba en cuarto lugar pero en el 2017 se observó en el primer lugar con 1,136,488 dólares, esta empresa Viru S.A en el 2016 se encontraba en el quinto lugar pero en el 2017 se encuentra en el segundo lugar pero lo exportado es menor que el año pasado, 273,828 dólares también se encuentra Wiraccocha del Perú S.A.C valor exportado 96,198 dólares, Importadora y exportadora Doda Isabel E.I.R.L total valor FOB 31,702 dólares y por último se tuvo a Miranda Langa S.A.C 27,014 total exportado. (Ver Anexo 41)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Quinoa Blanca)

Así mismo Globenatural International S.A. llegando exportar 442,366 dólares, Viru S.A. tuvo un incremento a comparación del año anterior de 361,039 dólares en valor FOB, se encuentro en esta lista con un incremento en sus envíos Miranda Langa S.A.C de 37,931 dólares, Wiraccocha del Perú S.A.C. decreció notablemente en sus envíos teniendo 37,165 dólares y por ultimo encontró a la Importadora y exportadora Doda Isabel E.I.R.L.bajando sus exportación a comparación del año 2017 teniendo 20,776 exportado en valor FOB. (Ver Anexo 42)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Quinoa Blanca)

Se pudo apreciar que Viru S.A. tuvo una gran notoriedad en sus exportaciones con un valor FOB total de 901,986 dólares, Andes alimentos & bebidas S.A.C. apareciendo por primera vez en el top de empresas con 57,845 dólares, Importadora y exportadora Doda Isabel E.I.R.L. llegando a tener un notable incremento 38,837 valor FOB así mismo se encuentra Miranda Langa S.A.C de las cuales ha decrecido notablemente teniendo un total de exportación 15,415 dólares y por ultimo Zowi Perú S.A.C. un total de exportaciones en valor FOB 12,013 dólares. (Ver Anexo 43)

- Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Quinoa Blanca)

Se observó que Viru S.A. ha tenido una baja a comparación del año 2019 teniendo 83,515 dólares, Andes alimentos & bebidas S.A.C. comparando el año 2019 ha bajado en sus envíos en este año cuenta con 56,266 total exportado en valor FOB también se encuentra Miranda Langa S.A.C siendo este año uno de más bajos en sus exportaciones con 7,880, , Importadora y exportadora Doda Isabel E.I.R.L. siendo otra que ha decrecido

en sus envíos 4,195 dólares y por último se tuvo a Fusión Foods S.A.C con un total exportado de 3,715 dólares. (Ver Anexo 44)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Mango)

En dicho cuadro se observó a las cinco empresas que exportan mango deshidratado orgánico, teniendo así Agroindustrias Golden Fresh S.A.C. llegando en sus exportaciones un total de 6,935,264 dólares, Sunshine Export S.A.C. teniendo un valor FOB de 4,968,296 dólares, tercer lugar se encuentra CC Tropicales S.A.C. llegando en sus exportaciones nivel FOB de 4,836,034 dólares, cuarto lugar Camposol S.A. valor exportado de 3,837,016 dólares y por último se encuentra la empresa Asica Farms S.A.C. total exportado de 2,886,618 dólares. (Ver Anexo 45)

- Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Mango)

Agroindustrias Golden Fresh S.A.C. llegó a tener un incremento en sus envíos con un total de 8,666,772 dólares a comparación del año 2016, Sunshine Export S.A.C. ha tenido una baja en sus exportaciones con un total de valor FOB exportado de 4,397,304 dólares tercer lugar se encuentra Camposol S.A.C. ha tenido un incremento en sus exportaciones 4,343,451 dólares, cuarto lugar se encontró a Frutas de Piura S.A.C. con 2,756,096 dólares y por último CC Tropicales S.A.C. con 2,161,411 dólares. (Ver Anexo 46)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Mango)

Se pudo observar que por tercer año consecutivo la empresa Agroindustrias Golden Fresh S.A.C. se encuentra en primer lugar pero en el 2018 ha decrecido en sus exportaciones siendo así un valor exportado de 7,162,262 dólares, de igual forma

Sunshine Export S.A.C. creció en sus envíos con un total de 6,688,199 dólares, así mismo CC Tropicales S.A.C teniendo una notable alza en su exportaciones con 4,074,626 dólares, en cuarto lugar está Frutas de Piura S.A.C. logrando 3,368,365 dólares y por ultimo Jumar Perú S.A.C. con un total de 2,911,381 dólares. (Ver Anexo 47)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Mango)

Se pudo apreciar que Sunshine Export S.A.C. logro incrementar notablemente sus exportaciones con un valor FOB de 7,782,527 dólares, teniendo un declive en sus envíos Agroindustrias Golden Fresh S.A.C. con un valor FOB de 6,223,496 dólares en tercer lugar se encuentra CC Tropicales S.A.C. llegando a elevar sus exportaciones con un total de 5,922,415 dólares, cuarto lugar el año 2018 Camposol S.A. no apareció en esta lista, pero en el 2019 aparece con total exportado de 3,817,863 dólares y por último se encuentra Asica Farms S.A.C. con 3,374,647 dólares. (Ver Anexo 48)

- Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Mango)

Las exportaciones de mango en el 2020 de Sunshine Export S.A.C se puede apreciar que ha tenido un notable incremento en sus exportaciones siendo así total exportado de 10,711,187 dólares en segundo lugar esta Agroindustrias Golden Fresh S.A.C. llegando a tener un declive en años anteriores siendo así su valor exportado en este año de 5,754,294 dólares, en tercer lugar está la empresa CC Tropicales S.A.C. llegando a tener una baja en sus envíos exportando así 4,208,051 valor FOB en dólares, así mismo Mangos y hortalizas del Perú S.A.C. total de lo exportado 2,883,160 dólares y por ultimo esta Camposol S.A. de las cuales se puede apreciar un declive en sus envíos, siendo así el total exportado valor FOB 2,745,644 dólares. (Ver Anexo 49)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Maca)

Se observó a Villa Andina S.A.C. BIC con 967,056 dólares, Inversiones 2A S.A.C. con un total exportado 730,871 dólares, Koech S.A.C. exportando con un total del valor FOB 710,174 dólares, Peruvian Nature S&S S.A.C. llegando en sus exportaciones en FOB de 539,483 dólares y por último tenemos Natural Perú S.A.C. total exportado 516,200 dólares. (Ver Anexo 50)

- Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Maca)

Se pudo apreciar que Peruvian Nature S&S S.A.C. ha tenido un notable incremento en sus exportaciones a comparación del año pasado, llegando en a un total de 888,635 dólares, Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. teniendo una exportación en este año de 794,420 dólares valor FOB, así mismo esta Inversiones 2A S.A.C. llegando en sus envíos a un total de 693,964 dólares, Villa Andina S.A.C. BIC llegando a tener un declive en sus envíos si comparamos el año anterior, 550,316 dólares y por último se encuentra Koech S.A.C. llego a tener una baja en sus envíos con un total de 541,556 dólares. (Ver Anexo 51)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Maca)

Se observó que tanto Peruvian Nature S&S S.A.C. con 648,121 dólares, Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con 590,148 dólares, Villa Andina S.A.C. BIC con 525,210 estas tres empresas tuvieron un declive, así mismo la empresa Natural Perú S.A.C. en el 2016 tuvo un incremento en sus exportaciones, pero en el año 2018 tuvo un

declive exportando 400,851 dólares y por último se encuentra Inversiones 2A S.A.C. con 467,834 dólares. (Ver Anexo 52)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Maca)

Se observó a Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con 1,155,676 dólares así mismo Peruvian Nature S&S S.A.C. con un total exportado en valor FOB de 691,060 dólares subiendo sus exportaciones, si comparamos el año 2018. Por otro lado, tenemos Natural Perú S.A.C. con 296,490 dólares, Villa Andina S.A.C. BIC con 246,233 dólares, estas dos empresas han llegado a tener un declive en sus envíos en el 2019. (Ver Anexo 53)

- Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Maca)

Se observó que Inversiones 2A S.A.C con 388,463 dólares, Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con 212,700 dólares, Peruvian Nature S&S S.A.C. con 190,258 dólares, Vila Andina S.A.C. BIC teniendo un total de 117,803 dólares y por último se encuentra Natural Perú S.A.C. con 101, 990 ambas empresas han tuvieron una sorprendente baja en sus envíos a comparación de años anteriores. (Ver Anexo 54)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Lúcuma)

Se pudo apreciar las principales empresas que exportan lúcuma orgánica en polvo teniendo así a Ecoandinos S.A.C. con un total exportado de 85,410 dólares, Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con un total de 79,050 dólares, Madre Selva Organics S.A.C. con un valor FOB de 69,003 dólares en cuarto lugar se encuentra Villa Andina S.A.C. BIC con 34,402 dólares y por último Nutry Body S.A.C. teniendo así un valor FOB de 26,354 dólares. (Ver Anexo 55)

- Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Lúcuma)

Se pudo apreciar que las cuatro primeras empresas han tenido un notable incremento en sus diversas exportaciones teniendo así Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. un total de 257,414 dólares, Madre Selva Organics S.A.C. total exportado 76,048 dólares, Villa Andina S.A.C. BIC total exportado de 66,821 dólares, Nutry Body S.A.C. total de exportación 56,250 dólares por otro lado hace su ingreso a esta lista la empresa Peruvian Nature S&S S.A.C. total, exportado en valor FOB 44,522 dólares. (Ver Anexo 56)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Lúcuma)

Se pudo observar que tanto Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con 229,480 dólares, bajo en sus exportaciones, por otro lado, la empresa Villa Andina S.A.C. BIC con 137,193 dólares y Nutry Body S.A.C. con 66,250 dólares estas dos tuvieron un notable incremento en sus exportaciones, por otro lado, aparece por primera vez las empresas Agroindustrias Osho S.A.C. con 40,365 dólares y Complemento y Suplementos Orgánicos del Perú S.R.L. con 37,759 dólares. (Ver Anexo 57)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Lúcuma)

Teniendo a la empresa Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. un total de 159,538 dólares siendo así otro año consecutivo que esta empresa sigue bajando en sus exportaciones, por otro lado se encontró Peruvian Nature S&S S.A.C. CON 71,569 dólares y Nutry Body S.A.C. con 68,000 dólares siendo estas dos empresas que tuvieron mejoras en sus exportaciones, también aparecen por primera vez exportando este producto las empresas Cerro Verde Organics S.A.C. exportando en valor FOB 63,580

dólares y la Importadora y exportadora Doda Isabel E.I.R.L teniendo un total exportado de 8,496 valor FOB en dólares. (Ver Anexo 58)

- Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Lúcuma)

Cerro Verde Organics S.A.C. teniendo una notable demanda en sus exportaciones sumando así un total de 166,599 dólares en valor FOB, así mismo Nutry Body S.A.C. con 40,200 dólares, Algarrobos Orgánicos de Perú S.A.C. con 21,100 dólares y Villa Andina S.A.C. BIC con un total de 11,080 dólares siendo estas dos empresas que han tenido una notable baja en sus envíos comparando años anteriores por otro lado en este año 2020 aparece la empresa Kumara Food E.I.R.L exportando en valor FOB un total de 28,242 dólares. (Ver Anexo 59)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Harina sachá Inchi)

Se observó dos empresas que realizan sus exportaciones una de ellas es Amazon Health Products S.A.C. con un valor FOB exportado de 482,255 dólares, también esta Shanantina S.A.C. con un valor de 27,500 dólares. (Ver Anexo 60)

- Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Harina sachá Inchi)

Se pudo apreciar en dicho cuadro que a comparación del año pasado Amazon Health Products S.A.C. ha decrecido en sus envíos de harina de sachá inchi exportando un total de 457,467 dólares por otro lado Shanantina S.A.C. teniendo un incremento en sus envíos de harina de sachá inchi siendo así el valor FOB exportado de 45,885 dólares. (Ver Anexo 61)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Harina sachá Inchi)

En este cuadro se observó que más empresas empezaron a exportar este producto, pero la empresa Amazon Health Products S.A.C. sigue teniendo una notable baja en sus envíos de harina de sachá inchi con un valor exportable de 234,452 dólares, por otro lado Shanantina S.A.C. está logrando año tras año un aumento en sus envíos teniendo un valor FOB de 93,600 dólares por otro lado se suman estas tres empresas como lo es Agroindustrias Osho S.A.C con 12,350 dólares, Veli Corp. Perú S.A.C. exportando un valor FOB de 4,685 dólares y por se tuvo a Koech S.A.C. exportando 3,283 dólares. (Ver Anexo 62)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Harina sachá Inchi)

Se observó que tanto Amazon Health Products S.A.C. con 193,041 dólares y Shanantina S.A.C. con 19,688 dólares, Agroindustrias Osho S.A.C. con 6,956 dólares y Koech S.A.C. con 2,711 dólares ambos han tenido una baja sumamente importante en sus envíos de harina sachá inchi, Kumara Food E.I.R.L con 9,536 dólares. (Ver Anexo 63)

Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Harina sachá Inchi)

Se observó que estas dos empresas Amazon Health Products S.A.C. con 277,321 dólares y Kumara Food E.I.R.L con 13,909 dólares aumentaron sus envíos de harina de sachá inchi logrando un incremento en su valor FOB por otro lado Shanantina S.A.C. decreció en sus exportaciones obteniendo en este año un total exportado de 17,819 dólares. (Ver Anexo 64)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Algarrobo)

Se pudo apreciar que diversas empresas se dedican a la exportación de algarrobo en polvo siendo así MG Natura Perú S.A.C. total exportado en FOB de 36,531 dólares, Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con 35,450 dólares, Villa Andina S.A.C. BIC con 29,535 dólares, Complementos y Suplementos Orgánicos del Perú S.R.L. con 20,667 dólares y por último tenemos Peruvian Nature S&S S.A.C. con un total exportado en valor FOB de 13,869 dólares. (Ver Anexo 65)

- Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Algarrobo)

Se observó que la empresa Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con 52,944 dólares sus exportaciones se incrementaron si comparamos con el año pasado, MG Natura Perú S.A.C. con 23,208 y Villa Andina S.A.C. BIC total de exportación 11,842 dólares siendo estas dos empresas que han bajado en sus exportaciones si comparamos el año anterior por otro lado ingresan dos empresas como lo es Natur Top S.R.L con 2,760 dólares y Ecoandinos S.A.C. exportando en valor FOB de 2,660 dólares. (Ver Anexo 66)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Algarrobo)

Se observó que la empresa Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con 45,180 dólares viene cayendo en sus exportaciones que el año 2017, Peruvian Nature S&S S.A.C. con un total de 11,438 dólares, Natur Top S.R.L con 8,340 dólares aumentando sus envíos si comparamos el año anterior, Nutry Body S.A.C. con un total de lo exportado de 2,127 dólares y por último Ecoandino S.A.C. que bien teniendo un declive en sus exportaciones teniendo así un valor FOB de 1,132 dólares. (Ver Anexo 67)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Algarrobo)

Se observó a Villa Andina S.A.C. BIC con un total exportado de 12,415 dólares, Natur Top S.R.L. con 10,560 dólares, Peruvian Nature S&S S.A.C. con 7,580 dólares, Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con 3,500 dólares de las cuales tuvieron una notable baja en sus exportaciones, y por último se tuvo a Miranda Langa Agro Export S.A.C. con un total exportado de 2,460 dólares. (Ver Anexo 68)

- Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Algarrobo)

Se observó que la única empresa que realizó exportaciones de algarrobo fue Peruvian Nature S&S S.A.C. teniendo un total de exportado en valor FOB de 2,321 dólares. (Anexo 66)

- Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Aguaymanto)

En dicha tabla se observó diversas empresas que se dedican a la exportación de aguaymanto deshidratado tenemos a Villa Andina S.A.C. BIC con 569,268 dólares, Agro Andino S.R.L. con 195,833 dólares, Cultivos del Valle S.A.C. con 36,000 dólares, Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con un total de exportado 25,125 dólares, Nutry Body S.A.C. con un total de 10,976 dólares. (Ver Anexo 69)

- Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Aguaymanto)

Se observó que Villa Andina S.A.C BIC con 490,630 dólares, Agro Andino S.R. L con 126,818 dólares, ambas empresas decrecieron en sus envíos de aguaymanto a comparación del año pasado, Vitallanos Perú S.A.C. tiene un valor FOB de exportación de 210,396 dólares, Peruvian Nature S&S S.A.C. tiene un total de exportado 98,338 dólares. (Ver Anexo 70)

- Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Aguaymanto)

Se observó que Villa Andina S.A.C. BIC con 569,422 dólares, Agro Andinos S.R.L. 239,797 dólares ambas empresas incrementaron sus exportaciones en cambio Vitallanos Perú S.A.C. 111,650 dólares bajo en sus envíos de exportaciones, en este año aparecen dos nuevas empresas como lo es Prac Agrobusiness Trading S.A.C. con 60,960 dólares y Veli Corp Perú S.A.C. con 54,247 dólares. (Ver Anexo 71)

- Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Aguaymanto)

Estas empresas como lo es Villa Andina S.A.C. BIC con 184,143 dólares, Agro Andino S.R.L. con 170,480 dólares, Peruvian Nature S&S S.A.C. con 61,760 dólares, Vitallanos Perú S.A.C. con un valor FOB exportado de 36,480 dólares todas estas empresas han tenido una fuerte baja en sus exportaciones y por último tenemos a Ecoandino S.A.C con 8,696 dólares. (Ver Anexo 72)

- Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Aguaymanto)

Se observó que Agro Andino S.R.L con 71,792 dólares de las cuales sigue bajando sus exportaciones y por último tenemos a Algarrobos Orgánicos del Perú S.A.C. con un total de exportación FOB de 31,250 dólares. (Ver Anexo 73)

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de tipo aplicada ya que se utilizó información de libros, artículos, tesis para la recolección de datos, además de páginas especializadas en el tema. Es así, que este tipo de investigación busca generar conocimiento con aplicación directa a los problemas sociales, basándose en hallazgos de investigación básica, enlazando la teoría y el producto (Lozada, 2014, p.8).

Asimismo, esta investigación fue de enfoque cualitativo, lo cual se definió como un estudio utilizado a modo general como secuencia de enfoques de investigación. Es así, que se optó por un concepto de indagación a investigación (Flick, 2015, p.7).

El diseño de la investigación es fenomenológico, los estudios fenomenológicos estuvieron dirigidos a estudiar la experiencia vivida respecto a una enfermedad o circunstancia por el propio protagonista de la experiencia (Palacios y Corral, 2010, p.4). También tuvo como diseño no experimental, ya que no se manipula las categorías estudiadas. Es así, que la investigación es observa los fenómenos tal cual se presentan en su contexto para posteriormente ser estudiados. En un diseño no experimental no se elabora ninguna situación solo se observa la ya pre existente (Cortes, 2004, p.5).

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística

Tabla 2

Categorías y Subcategorías

Categoría	Subcategoría	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3
	Certificación de Productos	Certificación Orgánica	Rain Forest	Nacional /internacional
	(Guo, Bai y Gong, 2019, p.5)	(Seufert, Ramankutty y Mayerhofer, 2017, p.10)	(Alliance, 2018, p.1)	(Vidal, 2016, p.27)
	Sostenibilidad	Sostenibilidad Ambiental	Sostenibilidad Social	Sostenibilidad Económica
Biocomercio (Ruiz, Vivas, Oliva, y Rossow, 2017, p.3)	(Borger y Costa, 2020, p.10)	(Jaca,Sandoval, Psomas y Ormazabal, 2018, p.7)	(Gálvez,Tirado y Martínez ,2020, p.6)	(Ignjatijević, Tankosić, y Cvijanović, 2020, p.10)
	Evolución de las exportaciones	Partidas arancelarias	Productos	Valor FOB
	(Acikdilli, Mintu, Kara y Spillan, 2020, p.4)	(Malca, 2020, p.22)	(Barrientos, 2017, p.14)	(Saca, 2020, p.10)

3.3 Escenario de estudio

En cuanto al escenario se realizaron de manera virtual, por vía Zoom a los diferentes participantes de la investigación. Así mismo se utilizaron métodos de comunicación como lo son correo electrónico, llamadas telefónicas entre otros.

3.4 Participantes

Se entrevistaron 3 empresas dedicadas a la exportación de productos agrícolas:

- El primer entrevistado se desempeña como accionista de la empresa exportadora de productos agrícolas. Esta empresa se dedica a la exportación palta (Hass y Fuerte) teniendo como destino Chile, Argentina y Rusia. Limón (Sutil/Key) destino de exportación Estados Unidos. Mango variedad Kent exporta Chile, Europa, Estados Unidos y corea. <http://falaratrading.com/>
- El segundo entrevistado se desempeña en el área comercial y logística. Exporta palta Hass teniendo como destinos Chile, Uruguay y China. Mango Kent destinos Estados Unidos, Corea, Canadá, Europa. Mandarina W Murcott tiene como destino China. <https://www.skofruits.com>
- El tercer entrevistado se desempeña como accionista en la empresa que está dedicada a la auditoria y certificación de estándares nacionales e internacionales de calidad.
- El cuarto entrevistado se desempeña en el área comercial de la empresa exportadora de mango, mandarina, arándano y palta.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la elaboración de la investigación se utilizaron dos técnicas:

- Para el OE1 y OE2 la técnica utilizada fue la entrevista para el recojo de datos importantes.

La entrevista es una indagación que se realiza a una o un grupo de personas, con el objetivo de obtener su testimonio sobre un hecho experimentado con anterioridad, una opinión o un comentario (Baena, 2017, p.6).

- Para el OE3 se utilizó la técnica del análisis documentario con un diseño cuantitativo.

La cual es aquella que se elabora mediante consultas de documentos (libros, revistas, tesis, etc) (Guerrero y Montoya, 2015, p.7).

Instrumento: Cuestionario y análisis documentario.

- Para la recolección de datos se empleó un cuestionario el cual contuvo 20 preguntas abiertas dirigidas a los participantes del estudio.

3.6 Procedimientos

Para la elaboración de esta investigación se siguieron los siguientes pasos:

- Se acordó la entrevista mediante Zoom los participantes designados.
- Se elaboró un cuestionario de 20 preguntas relacionadas al marco teórico.
- Se realizó la entrevista en diversas fechas para cada participante por un tema de protocolos y agenda de los participantes.
- Análisis y redacción de la investigación.

Tabla 3*Resumen de los criterios de búsqueda*

Tipo de documento	Documento referido a	Cantidad	Palabra de búsqueda	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Google académico	Definición de Categoría	4	Biocomercio, biodiversidad Desarrollo Sostenible, biocomercio, exportaciones. Crecimiento económico,	Sostenibilidad, Tippytea Blends Sostenibilidad, Biocomercio, ético, econegocios. Economía, exportación	Tea.
Artículo Científico Google académico	Argumentación	7	Procedimiento, investigación	Confiable, veracidad. biocomercio, bioprospección, agropecuario. Unctad Valor Fob, aranceles, producto, certificaciones, ambiental, social, económica.	Cruz de Plata.
Google académico	Argumentación Justificación, tipo de investigación.	3	Biocomercio, Sostenibilidad, economía.		
Google académico	Antecedentes	9	Biocomercio, Sostenibilidad, certificación, evolución de las exportaciones.		
Artículo Científico	Matriz	10			
Artículo Científico		12			

3.7 Rigor científico

Según Arias y Giraldo (2010) menciono que todo criterio sirve para la evaluación tanto para trabajos cualitativos como cuantitativos, los criterios de rigor consisten en que éstos deben ser coherentes con las asunciones (p. 512).

Para la investigación el instrumento utilizado de medición fue validado por el juicio de expertos los cuales fueron asesores universitarios. La carta de presentación conto con la carta de presentación, matriz de operacionalización de categorías y la entrevista utilizada para la recolección de datos.

3.8 Método de análisis de información

En esta investigación se basó en el método de análisis interpretativo ya que se utilizaron información de varios autores, artículos científicos, informes, datos web y libros. La ciencia interpretativa naturista busca enfocarse en varios estudios, entrevistas, casos, análisis y observación (Correa, 2002, p.7).

3.9 Aspectos éticos

Plagio de Información: Esta investigación se elaboró respetando los derechos de autor tomadas para la redacción del mismo.

Código de ética de confidencialidad: en cuanto a la información plasmada en esta investigación se respetó la información brindada por los participantes y se guardó bajo estricto grado de confidencialidad información no apta para la difusión.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se redactó los resultados los cuales buscaron responder los objetivos propuestos en la investigación, en los cuales se compararon los estudios obtenidos en los antecedentes, teoría y metodología. Para lo consiguiente se entrevistaron a cuatro representantes de importantes empresas exportadoras para analizar el biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020. Todos los entrevistados son expertos en temas de (a) logística, (b) certificaciones, (c) comercio exterior.

Asimismo, los entrevistados tuvieron el cargo de accionista, certificador, gerente comercial y logística, los cuales lograron certificar sus empresas posicionándolas como empresas exportadoras de productos agrícolas de calidad del Perú para el mundo, en especial al mercado Estadounidense.

De acuerdo al objetivo general establecido en la investigación fue analizar el biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020: se tuvo como resultado que el 85% consideraron la importancia de cumplir con la sostenibilidad adecuada del medio ambiente ya que ello les permite obtener la calidad competitiva que tiene sus productos en la actualidad, aprovechando las oportunidades que le da estar en una tierra rica en productos agrícolas. El otro 15% afirma que si bien es importante la certificación adecuada de los productos existe poca información e impulso interno para con los pequeños productores.

Los resultados fueron presentados conforme al orden de los objetivos del trabajo de investigación, los entrevistados fueron S1 referido a la empresa exportadora de productos agrícolas, S2 a la empresa certificadora, S3 a la empresa exportadora de productos frescos y por ultimo S4 a la empresa exportadora de productos agrícolas.

- Respecto al resultado que respondió el objetivo específico uno, los hallazgos encontrados en la tabla cuatro, analizaron la sostenibilidad ambiental del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020.

Tabla 4

Resultados presentados de acuerdo al primer objetivo específico.

OE1	S1	S2	S3	S4
<p>Analizar la sostenibilidad ambiental del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos.</p>	Lleva 12 años pendientes del desarrollo integral	Es una certificadora internacional	Dedicada a la exportación de productos agrícolas	Exportación de productos agrícolas, satisfacer las necesidades de los consumidores
	La calidad del producto y el bienestar de los productores es importante en su lucha por el desarrollo social	Viene brindando distintas certificaciones con la finalidad de fomentar desarrollo sostenible	Uno de nuestros objetivos como empresa realizar nuestras exportaciones socio ecológicamente responsable de productos agrícolas	Brindar a nuestros clientes frutas y verduras de alta calidad, abastecimiento procedente de la biodiversidad de forma respetuosa con el medio ambiente local y personas
	Priorizan el trabajo en conjunto con productores y cooperativas	La empresa brinda el soporte a los productores para la facilidad de la obtención del certificado	El biocomercio es una pieza fundamental, somos uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo, trabajamos con asociaciones que están certificadas	Nosotros como empresa trabajamos en conjunto con nuestros productores, certificaciones, asesorías en el cuidado de su cultivo
	El cuidado del medio ambiente es crucial por ello le dan gran importancia a la trazabilidad del producto	Se capacita en los lugares más alejados del país	No solo se busca la sostenibilidad económica, social y ambiental. Como la conservación de los ecosistemas y la lucha contra el cambio climático.	La gran mayoría de la exportaciones provienen de la biodiversidad así como también la responsabilidad social y ambiental, influye mucho en la compra de nuestros consumidores
	Las certificaciones que brindan el comercio justo es importante	Es clave instruir a los productores para lograr la formalidad	Aspectos del comercio se han formalizado cada vez más a través de una serie de leyes nacionales e internacionales, así como de sistemas de certificación y etiquetado social y ecológico	Nuestros campos están criticados (GLOBAL GAP, GRASP), trabajamos con acopia pero siempre y cuando verificando que los productos provenientes cuentan con alguna certificación
	Se aseguran de cumplir con la normativa de pesticidas naturales para la exportación	Viene trabajando en la reinversión del productor y exportador respetando la naturaleza	Nuestros productores aportan sostenibilidad ambiental, ellos no pueden quemar, arrojar basura mucho menos utilizar productos contaminantes para sus cultivos. Nosotros exportamos lo que son productos orgánicos, asimismo que cuentan con alguna certificación, cliente nos solicita que están certificados y su costo es más elevado	Asociaciones y productores, están involucrados en el cuidado del ambiente estas certificaciones tienen sus requisitos de los cuales ellos tienen que cumplir
	Cuentan con certificación orgánica el cual protege el medio ambiente y productor	Se busca la unión de los productores para poder hacer frente a la competencia internacional		Buscamos la unión y cooperación de los pobladores y ambos beneficiarnos y proteger su comunidad

Según la tabla cuatro, se realizó la siguiente pregunta: ¿Cuál es el aporte que realiza su empresa con respecto a la sostenibilidad ambiental?, los entrevistados refirieron que el cuidado ambiental en el desarrollo de sus actividades es sumamente importante ya que estos también son requeridos en las certificaciones que necesitan para la exportación de estos bienes, indicando que un 45% S1, S2 y S4 mencionaron (a) trabajo en conjunto con productores y cooperativas, un 35% S2, S3 y S4 mencionaron (b) certificaciones y un 20% S1 y S2 concluyo (c) capacitaciones constantes.

- Respecto al resultado que respondió el objetivo específico dos, los hallazgos encontrados en la tabla cuatro, identificaron unas de las principales problemáticas de la sostenibilidad ambiental del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020.

Tabla 5

Resultados presentados de acuerdo al primer objetivo específico.

OE2	S1	S2	S3	S4
	Considera que gran cantidad de productores no se encuentran debidamente informados	Se puede considerar el proceso en 8 procesos	Considero que los tiempos han cambiado los productores buscan la forma de certificar sus campos	Vivimos en un país rico en biodiversidad, pero algunas creencias de los agricultores, algunos no están bien informados La responsabilidad es de todos, las certificaciones no son tan costosas, pero si cuentas con hectáreas pequeñas el costo se incrementa, brindamos facilidades para que puedan certificar
	Las entidades como Promperu y certificadoras vienen facilitando el proceso de certificación	La solicitud del certificado	Nosotros como empresa estamos al pendiente de las asociaciones con las que trabajamos ayudamos en el proceso de certificación	Tenemos certificaciones (orgánico, global gap, grasp y smeta)
Analizar el proceso para la obtención de las certificaciones de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos.	El proceso se basa en la inspección de trazabilidad	Revisión de documentación	Como empresa también pasamos proceso de certificación (orgánica, global gap y grasp)	Certificar como empresa: enviar un formato de aplicación (control unión), anexar documentación de todo lo exportado, enviar hacer análisis de suelo y agua, certificadora visita los campos. Para las demás certificaciones es lo mismo
	Depende mucho el conocimiento sobre el tratamiento de químicos y pesticidas	Coordinación de auditoría	Nuestro proceso para certificar como empresa: enviar un formato de aplicación (control unión), anexar documentación de todo lo exportado, enviar hacer análisis de suelo y agua, certificar visita los campos. Ocasiones donde el costo es elevado para certificar	
	El costo viene siendo un obstáculo para la obtención de certificación. Certificamos anualmente como empresa (orgánico, global gap, jas), todo empieza fija de aplicación que se tiene que emitir ente certificador, realizar análisis de agua y suelo de nuestros campos, contar con toda la documentación que se realiza para exportar por cada contenedor enviado, auditor realiza la inspección en los campos si hubiera alguna observación tiene que levantarse, certificador toma la decisión, realiza el pago y nos emiten el certificado	Auditoría en los campos y/o instalaciones. Revisión de informe de auditoría. Emisión del certificado. Seguimiento anual. Renovación anual de las certificaciones	Productores el procedimiento es distinto: análisis de suelo y agua, en su parcela no tiene que haber residuos contaminantes ni presencia de haber iniciado fogata, áreas señalizadas , tener un inventario de todo lo aplicado a su producto, esperan las observaciones que tiene que ser levantadas, este procedimiento lo realizan anualmente	Productores el procediendo es distinto: análisis de suelo y agua, en su parcela no tiene que haber residuos contaminantes ni presencia de haber iniciado fogata, áreas señalizadas, tener un inventario de todo lo aplicado a su producto. Certifican como asociación o independientemente.

Según la tabla cinco, se realizó la siguiente pregunta: ¿Cuál es el proceso para la obtención de las certificaciones?, los entrevistados refirieron que para la obtención de las certificaciones necesarias para la exportación es fundamental contar con la inversión inicial y el tiempo requerido por estos organismos, es así que indicaron que un 45% S1, S2 y S4 mencionaron (a) preparación de los suelos adecuado, un 30% S2, S3 y S4 mencionaron (b) inversión monetaria y un 15% E1 concluyo (c) existe aún mucha desinformación para el proceso.

- Respecto al resultado que respondió el objetivo específico tres, los hallazgos encontrados a través de data documentaria, indicaron la evolución de las exportaciones de productos agrícolas relacionados al biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020.

Figura 1.

Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa.



Fuente: Promperú

En el año 2009 fueron registradas 8,230 empresas exportadoras a comparación de las 35,200 empresas importadoras, lo reflejo en el país una economía nacional amplia y dinámica lo cual llevo a hacer importante para la reactivación económica, sin embargo, en los periodos de enero a octubre de 2020 solo fueron registradas 6,811 empresas exportadoras lo que implicó 17% menos que el año anterior, asimismo solo se registraron 34,115 empresas importadoras en resumen el 3% menos al 2019.

Tabla 6.

Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa I.

PRODUCTO	2016	2017	2018	2019	2020
Quinoa	128813323	132519021	132600133	144542137	132089647
Cochinilla	116317239	105676870	101597760	82686598	78033587
Tara	42328864	45378533	51193219	44669869	49660831
Maracuyá	54569514	47326960	44556130	49388152	42533359
Nueces del Brasil	41333305	48056916	66986753	34772734	29973383
Maca	18921061	14542387	13371006	15006895	19435088
Achiote	15769867	25072224	20158387	14781596	14134250
Sacha Inchi	4168944	9318549	17519215	4498077	6804642
Camu Camu	3009299	2925573	2780090	2764012	4680020
Otros	27136309	24426764	26292341	26291423	25272830
TOTAL	455248423	459921214	480475597	423623826	409182235

Fuente: Promperu

Tabla 7.

Evolución de las exportaciones de la biodiversidad nativa II.

PRODUCTO	2016	2017	2018	2019	2020
Quinoa	2.44	2.4	2.464	2.776	2.477
Cochinilla	90.233	76.829	72.555	58.126	47.185
Tara	1.761	1.694	1.784	1.711	1.674
Maracuyá	3.522	2.691	2.237	2.474	2.347
Nueces del Brasil	7.479	14.396	11.23	7.185	5.191
Maca	6.775	4.76	4.406	5.105	6.074
Achiote	13.894	19.582	14.447	9.013	11.075
Sacha Inchi	14.639	11.975	14.168	11.504	13.356

Fuente: Promperú

Es así que el comercio exterior, se vieron afectados por la crisis de COVID 19, con una gran caída de 12,6% y 12,3% en el año 2020 en exportaciones e importaciones, respectivamente. A medida que esta situación se estabilice el FMI prevé un repunte en el año 2021 con un +7,2% para las exportaciones y 7 ´para las importaciones.

Los resultados del estudio para el análisis del biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020 como objetivo principal, fueron semejantes a los resultados de los estudios de Scobie (2019); Wynberg, Laird, Niekerk y Kozanayi (2015); Oya, Schaefer y Skalidou (2018) y Minako (2019) quienes identificaron la importancia de los certificados y cuidado ambiental para exportar productos de calidad internacional respectivamente.

Del mismo modo para el objetivo específico sobre la sostenibilidad ambiental del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020, fueron semejantes a los resultados de Blare y Donovan (2018); Darnhofer, D'Amico y Fouilleux (2019); Friso, Mendivea, Soffiato, Bombardelli, Heskethc, Heinrichd, Menghinie y Politi (2020); Bifani y Agardy (2017) quienes expresaron la importancia del cuidado del medio ambiente y su sostenibilidad en el tiempo para brindar productos de calidad competitiva.

Del mismo modo para el objetivo específico sobre las principales problemáticas de la sostenibilidad ambiental del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020, fueron semejantes a los resultados de Lusweti *et al.* (2020); Abdalla y Mzee (2018); Friso, Heinrich y Politi (2020) quienes indicaron lo importante que es contar con las certificaciones adecuadas para el producto exportable y los beneficios que esto les conlleva.

V. CONCLUSIONES

Dicha investigación se concluyó que el biocomercio es muy importante para el desarrollo sostenible en el país, pero para comprender esta conclusión se desglosó el resultado de cada objetivo propuesto para este análisis:

Primera: Tras analizar el biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020 se concluyó que es sumamente importante cumplir con la sostenibilidad del medio ambiente ya que ello les permite obtener una calidad competitiva en el mercado internacional, asimismo es necesario mayor información e impulsó en este tema.

Segunda: En cuanto la sostenibilidad ambiental en el biocomercio es muy importante ya que de ello depende la calidad del producto enviado al mercado internacional, y que esta pueda tener las certificaciones necesarias para darle valor agregado a los productos, ya que en muchos países europeos y americanos requieren certificaciones como global gap o grasg entre otras las cuales velan por el equilibrio entre vendedores y proveedores además del cuidado del medio ambiente en medio de la producción del insumo por vender.

Tercero: Existe una gran variedad de certificaciones que pueden obtener los productores, pero les falta la asesoría correcta que les permita saber qué hacer para obtenerlas y que les brindaría grandes beneficios económicos a largo plazo tenerlas, en este sentido se observó que cada estado y empresa en el país destinó puede variar con los requerimientos que necesita para comprar el producto, es por ello la necesidad que se tienen los productores para informarse de los requisitos ya que muchos no solo dependen de grandes inversiones sino también de años de preparación de la tierra para obtener productos de calidad y competitividad internacional.

VI. RECOMENDACIONES

1. El Perú es un país con riquezas muy grandes listas para ser exportadas a nivel internacional, pero la limitante de miles de productores nuevos y antiguos es la falta de información y asesoría de los mismos, ya que si supieran cómo obtener las certificaciones necesarias para su producto podrían competir a nivel internacional con mayor ventaja. Es por ello que se recomienda instalar centros de asesoría esporádicos en los principales poblados del país para instruir y motivar a los productores a obtener estos certificados tan necesarios para la exportación del producto.
2. Así también es necesario ayuda financiera para poder cubrir los gastos que genera el cambio que necesitan hacer para obtener los certificados. Es así que el gobierno necesita preocuparse por este ámbito económico sustentable a largo plazo, brindando apoyo contante y abalando el desarrollo de estas comunidades.
3. Por último es importante contar con mayor exposición de ferias de biocomercio dentro del país, además de reforzar una cultura de valoración a lo natural y la calidad de estos productos ya que no son consumidos en el mercado interno pues la población no ve la necesidad de invertir en productos de los cuales no sabe o tiene conocimiento de sus grandes beneficios a comparación de los comunes que se encuentran en los mercados con un precio más económico, es por ello que se debe reforzar esta cultura como lo está en países extranjeros los cuales requieren de estos bienes en grandes cantidades y son aquí desaprovechados.

REFERENCIAS

- Acikdilli, G., Mintu-Wimsatt, A., Kara, A., & Spillan, J. E. (2020). Export market orientation, marketing capabilities and export performance of SMEs in an emerging market: A resource-based approach. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1-16. DOI: [//www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10696679.2020.1809461](http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10696679.2020.1809461)
- Arias y Giraldo (2010). El rigor científico en la investigación cualitativa. DOI: <https://www.redalyc.org/pdf/1052/105222406020.pdf>
- Arispe, S. (2018). Implementación del sistema de trazabilidad para alimentos organicos. DOI: https://issuu.com/promperu/docs/trazabilidad_organicos_guia/8?ff
- Barrientos P. (2018). La agricultura peruana y su capacidad de competir en el mercado internacional. Recuperado de: <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1274&context=eq>
- Bifani, Agardy, Vivas, Jaramillo, Gómez, y Vignati. (2019). *Blue BioTrade: Harnessing Marine Trade to Support Ecological Sustainability and Economic Equity*. DOI: <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1415>.
- Borger y Costa (2020). Corporate Social Responsibility and Sustainability in Corporate Strategy: Brazilian Cases Studies. In *Corporate Social Responsibility*. IntechOpen. DOI: <https://www.intechopen.com/online-first/corporate-social-responsibility-and-sustainability-in-corporate-strategy-brazilian-cases-studies>
- Blare, y Donovan. (2018). *Building value chains for indigenous fruits: Lessons from camu-camu in peru. Renewable Agriculture and Food Systems*. DOI: <http://dx.doi.org/10.1017/S1742170516000181>.

- Cortes (2004). Generalidades sobre la Metodología de la investigación. Recuperado de:
https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Castro, F. (2003). El Proyecto de investigación. DOI:
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36985064/GUIA_METODOLOGICA.pdf?1426452260=&response-content
- Correa, M. (2002). Ciudadanía y formación del profesorado: una propuesta de actuación didáctica. DOI:
<file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-CiudadaniaYFormacionDelProfesoradoUnaPropuestaDeAc-1449182.pdf>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2015). *Biocomercio: Modelo de Negocio Sostenible*. DOI:
<http://repositorio.promperu.gob.pe/repositorio/123456789/3149>
- Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio. (2015). *Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025*. DOI:
<http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/per159948anx.pdf>
- Darnhofer, D'Amico, Fouilleux (2019). *A relational perspective on the dynamics of the organic sector in Austria, Italy, and France: Journal of Rural Studies*. DOI:
https://www.researchgate.net/publication/329679496_A_relational_perspective_on_the_dynamics_of_the_organic_sector_in_Austria_Italy_and_France
- Flick, U. (2015). El diseño de investigación cualitativa. España: Ediciones Morata, S.L. DOI:
<https://dpp2017blog.files.wordpress.com/2017/08/disec3b1o-de-lainvestigac3b3n-cualitativa.pdf>

Friso, Mendive, Soffiato, Bombardelli, Hesketh, Heinrich & Politi (2020). Implementation of Nagoya Protocol on access and benefit-sharing in Peru: Implications for researchers. DOI:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378874120305341>

Herrera, Mendoza, Arias, y Hernández. (2019). *Sustainable development and biocommerce implementation as social marketing strategies*. Desarrollo sostenible e implementación del biocomercio como estrategia de marketing social. International Vision - Journal of International Business and Borders; Vol. 1 No. 1 (2019); 36-41; Visión Internacional (Cúcuta). DOI: <https://doi.org/10.22463/27111121.2367>.

Hernandez Murillo, J. O. (2018). *Estrategia de Biocomercio para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, servicios ecosistemicos y Biodiversidad del DRMI Laguna de Sonso* (Bachelor's thesis, Universidad Autónoma de Occidente). DOI:

<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10983/T08554.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Huamani, C. (2017) *Metodología de la investigación*. Recuperado de: https://www.academia.edu/40075208/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Grupo_Editorial_Patria

Guerrero, Montoya, Hueso (2015). *Estudios basados en diseños documentales*. DOI: http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/dise_documental.html

- Guo, Bai & Gong (2019). Government regulations and voluntary certifications in food safety in China: A review. *Trends in Food Science & Technology*, 90, 160-165. DOI: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0924224418306861>
- Jarrin (2019) Ecuador,switzerland : Fair trade tea venture brings flavours of ecuador to the world. *MENA Report*. DOI: <https://search.proquest.com/trade-journals/ecuador-switzerland-fair-trade-tea-venture>
- Juma y Miraji (2018). Environmental Challenges Associated with the Development of Socio-Economic Activities in East African Countries Comparative Study with China. *Journal of Environmental Protection*. DOI: <https://www.scirp.org/journal/paperinformation.aspx?paperid=87449>
- Malca O. (2015). Perfiles de Productos con potencial agroexportador. DOI: <https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/436/AE56.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez y Villanueva (2020). La asociatividad de pequeños productores como forma de valorizar la biodiversidad a través del biocomercio. El caso de la Asociación de Productores Agropecuarios Ecológicos de Cruz de Plata Tuti – AGROECOTUTI. DOI: <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/175199>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Biocomercio: Modelo de Negocio Sostenible*. DOI: <http://biocomercioandino.org/wpcontent/uploads/2015/04/Aplic-BC-libro-biocomercio.pdf>

Minam (2020). *Eco and bio-businesses contribute to sustainable economic recovery in Peru*. MENA Report. DOI: <https://search.proquest.com/trade-journals/peru-minam-eco-bio-businesses-contribute/docview/2427924924/se-2?accountid=37408>.

Mincetur (2020). *Estrategias del Biocomercio*. DOI: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/estrategia-biocomercio-mincetur.pdf>

Lozada J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria*. DOI: <http://cienciamerica.uti.edu.ec/openjournal/index.php/uti/article/view/30>

Lusweti, A., Khayota, B., Mwaura, A., Masiga, A., Kyalo, S., Otieno, J. & Gravendeel, B. (2015). *From The Wild To Markets And Farmlands: Plant Species In Biotrade*. DOI: <https://www.kefri.co.ke/assets/publications/articles/From%20the%20wild%20to%20markets%20and%20farmlands%20Plant%20species%20in%20Biotrade.pdf>

Ostapenko, Herasymenko, Nitsenko, Koliadenko, Balezentis, y Streimikiene (2020). *Analysis of production and sales of organic products in ukrainian agricultural enterprises*. *Sustainability*, 12(8), 3416. DOI: <http://dx.doi.org/10.3390/su12083416>.

Oya, Schaefer, y Skalidou. (2018). *The effectiveness of agricultural certification in developing countries: A systematic review*. *World Development*. DOI: <https://ideas.repec.org/a/eee/wdevel/v112y2018icp282-312.html>.

Palacios y Corral (2010). *Fundamentos y desarrollo de un protocolo de investigación fenomenológica en enfermería*. DOI: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1130239909000091>

- Promperu (2015). *Las Empresas de Biocomercio en el Perú*. DOI: https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/1033/Kit_capacitacion_biocomercio_3_lectura_1_2_2013_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ruiz, Vivas, Oliva & Rossow (2017). Biotrade and access and benefit sharing: from concept to practice. A handbook for policymakers and regulators. DOI: https://repositorio.spda.org.pe/bitstream/20.500.12823/229/1/Biotrade_access_2017.pdf
- Saca F. (2020). Determinantes del valor FOB de las ventas internacionales no tradicionales peruanas 2006–2019. DOI: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/11003>
- Sahim y Mngereza (2018). Environmental Challenges Associated with the Development of Socio-Economic Activities in East African Countries Comparative Study with China. DOI: https://www.scirp.org/html/8-6703682_87449.htm
- Scobie M. (2019). The global trade–environment nexus and Caribbean environmental governance. In *Global Environmental Governance and Small States*. Edward Elgar Publishing. DOI: <https://www.elgaronline.com/view/9781786437266/chapter08.xhtml>
- Smit, y Musango. (2015). *Exploring the connections between green economy and informal economy in south africa*. *South African Journal of Science*. DOI: <https://search.proquest.com/scholarly-journals/exploring-connections-between-green-economy/docview/1747594425/se-2?accountid=37408>.

Stamboulakis y Sanderson (2020). *Certifying Biodiversity: The Union for Ethical BioTrade and the Search for Ethical Sourcing*. *Journal of Environmental Law*, 32(3), 503-528.

DOI: <https://research.monash.edu/en/publications/certifying-biodiversity-the-union-for-ethical-biotrade-and-the-se>

Sodhi y Kansra (2020). Earth Consciousness and Evolving Frameworks (Special Cover: World Environment Day and International Biodiversity Day, 2020). *Earth Consciousness & Evolving Frameworks*. DOI: <https://philarchive.org/rec/KANECA-3>

UNCTAD (2020). *BioTrade Principles and Criteria for terrestrial, marine and other aquatic*. DOI: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2020d2_en.pdf

Vidal M. (2015). *Manual del Biocomercio*. DOI: <https://www.minam.gob.pe/diversidadbiologica/wp-content/uploads/sites/21/2013/10/Manual-Biocomercio.pdf>

Yeager y Zarling (2020). *Mediating ethical considerations in the conservation and sustainable biocommerce of the jewels of the rainforest*. *Journal for Nature Conservation*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125803>.

Wynberg, Laird, Van y Kozanayi. (2015). *Formalization of the natural product trade in southern Africa: unintended consequences and policy blurring in biotrade and bioprospecting*. *Society & Natural Resources*. DOI: https://www.researchgate.net/publication/276068936_Formalization_of_the_Natural_Product_Trade_in_Southern_Africa_Unintended_Consequences_and_Policy_Blurring_in_Biotrade_and_Bioprospecting

Wysokińska Z. (2020). A Review of Transnational Regulations in Environmental Protection and the Circular Economy. DOI: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=920758>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de categorización apriorística

Ámbito temático	Problema general	Objetivo general	Categoría	Subcategoría	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3
			Biocomercio	Certificación de Productos	Certificación Orgánica	Rain Forest	Nacional /internacional
¿Cuál es el análisis del biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020?	Analizar el biocomercio en las empresas exportadoras agrícolas peruanas hacia Estados Unidos en el periodo 2016 – 2020	Los productos de la naturaleza son el soporte de industrias tan diversas como, la agricultura, de biodiversidad (Ruiz, Vivas, Oliva, y Rossow, 2017, p.3)		La regulación es una intervención en el mercado por parte del gobierno a través de medios administrativos (Guo, Bai y Gong, 2019, p.5).	Orgánico como una agricultura "libre de productos químicos", en gran medida carente de principios medioambientales más amplios (Seufert, Ramankutty y Mayerhofer, 2017, p.10).	Una nueva visión de la certificación y la sostenibilidad agrícola, diseñada para maximizar el impacto social, medioambiental y económico positivo (Alliance, 2018, p.1).	Se brinda asistencia técnica, impulsando certificaciones. Para potenciar la investigación y el desarrollo de productos con valor agregado (Vidal, 2016, p.27).

Problemas específicos	Objetivos específicos	Sostenibilidad	Sostenibilidad Ambiental	Sostenibilidad Social	Sostenibilidad Económica
<p>PE1: ¿Cuál es el análisis de la sostenibilidad del biocomercio de las empresas exportadoras agrícola?</p> <p>PE2: ¿Cuál es el análisis de las certificaciones del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas?</p> <p>PE3 ¿Cómo son la evolución de las exportaciones de productos agrícolas relacionados al biocomercio?</p>	<p>OE1 : Analizar la sostenibilidad ambiental del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas</p> <p>OE2: Analizar las certificaciones del biocomercio de las empresas exportadoras agrícolas.</p> <p>OE3: Revisar la evolución de las exportaciones de productos agrícolas relacionados al biocomercio.</p>	<p>Los gerentes son cada vez más conscientes del impacto de las empresas en la sociedad, brindar condiciones de trabajo dignas, productos de calidad, preservar el medio ambiente, ser rentables y competitivos (Borger y Costa, 2020, p.10).</p> <p>Evolución de las exportaciones</p> <p>La orientación al mercado de exportación como las capacidades de comercialización tienen efectos positivos directos sobre el desempeño de las exportaciones (Acikdilli, Mintu, Kara y Spillan, 2020, p.4).</p>	<p>La creciente complejidad de las cuestiones medioambientales y su conexión con la forma de consumo de la sociedad hacen imprescindible comprender el grado de concienciación de los consumidores en relación con los aspectos sostenibles (Jaca, Sandoval, Psomas y Ormazabal, 2018, p.7).</p> <p>Partidas arancelarias</p> <p>Clasificación numérica internacional que identifica las mercancías, gracias de esta identificación, se ha esta puedes aplicar los aranceles que les corresponden de acuerdo al país (Malca, 2020, p.22).</p>	<p>Engloba factores como educación, pobreza, equidad social. Sin embargo, estudios plantean que la investigación que se enfrenta a la sostenibilidad social tiende a olvidar que esto no puede analizarse de forma aislada sin considerar la sostenibilidad ambiental y económica (Gálvez, Tirado y Martínez, 2020, p. 6).</p> <p>Productos</p> <p>Estos son bienes naturales o industrializados aptos para su comercialización nacional o internacional (Barrientos, 2017, p.14).</p>	<p>Contribuiría a detener la pérdida de biodiversidad y mejorar los ecosistemas y ayudaría a mejorar la posición económica de los agricultores, los productos locales se han asociado a un componente social de producción sostenible y desarrollo económico comunitario (Ignjatijević, Tankosić, y Cvijanović, 2020, p.10).</p> <p>Valor FOB</p> <p>Relacionado con la incoterm Fob, está relacionado con el valor de la mercancía puesta a bordo, el cual cuenta con tres conceptos: costo de la mercancía en el país de origen, transporte de los bienes y derechos de exportación (Saca, 2020, p.10).</p>

ENTREVISTA DEL BIOCOMERCIO

Datos Generales

Sector al que pertenece:

Región al que pertenece:

Sexo:

Edad:

Grado de instrucción:

Productos:

1. ¿Para usted cuáles serían las tres principales certificaciones para un desarrollo sostenible?, por favor, comentarnos su nivel de importancia.
 - a. Rainforest ()
 - b. Orgánico ()
 - c. Global gap ()
 - d. Grasp ()
 - e. Otros: _____
2. ¿Usted cree que el Perú es un país competitivo en exportaciones de biocomercio?
3. ¿Considera usted que el biocomercio como estrategia de desarrollo para el Perú se viene incrementando en los últimos años?
4. ¿El biocomercio cuánto ha beneficiado a los productores?
5. ¿Cuál es el aporte que realiza su empresa con respecto a la sostenibilidad ambiental?
6. ¿Cree usted que el Biocomercio como modelo de negocio tiene relación con:
 - a. Desarrollo sostenible
 - b. Crecimiento socio económico
 - c. Crecimiento inclusivo
7. ¿Por qué cree usted que el concepto biocomercio no es muy conocido en el Perú?
8. ¿Cuáles, considera usted, son las principales limitaciones para la implementación del Biocomercio en el Perú?
9. ¿Cómo cree usted que contribuye el Biocomercio al desarrollo del país?
10. ¿Cuál cree usted que ha sido el avance de las iniciativas del gobierno sobre Biocomercio en el Perú?
11. ¿Usted cree que la demanda de productos que pertenecen al Biocomercio está creciendo a nivel internacional? ¿Si es así, a qué se debe?
12. ¿Cuál es el proceso para la obtención de las certificaciones?
13. ¿Cuáles son las principales barreras de crecimiento del sector?
14. ¿Conoce usted cuáles son los requerimientos esenciales de los principales países compradores?
15. ¿Todos los productos peruanos que pertenecen al Biocomercio, están destinados para el mercado internacional? ¿Si no es así, cuáles son?
16. ¿Cuáles son los niveles de la demanda por productos de Biocomercio en el mercado nacional?
17. ¿Cómo el biocomercio ayuda al desarrollo de la comunidad?

18. ¿Cómo contribuye el sector privado en el incentivo o desarrollo del Biocomercio en el Perú?

19. ¿Usted, como productor y exportador/exportador/certificador trabaja en conjunto con otras entidades o ministerios?

20. ¿Cómo cree usted que será el entorno del Biocomercio en el Perú en los próximos cinco años?

Anexo 3. Validaciones

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE
MEDICIÓN I.**

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Jose Alberto Chombo Jaco
- I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Investigadora - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento de ficha de entrevista
- I.5. Autores del instrumento: Fermin Romero Jeeferson y Rios Mendoza Rudy

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E
INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....

**IV. PROMEDIO DE
VALORACIÓN:**

Lima, ____ de _____ del 2021



Firma de experto informante

DNI: 09652149

Teléfono:



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN I.

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Navarro Soto Fabiola Cruz
- I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales I.3. Cargo e Institución donde labora: Investigadora - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento de ficha de entrevista
- I.5. Autores del instrumento: Fermin Romero Jeeferon y Rios Mendoza Rudy

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

Lima , 14 de octubre del 2021




Firma de experto informante

DNI: 21010733

Teléfono: 998595925



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN I.

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Leonardo Castilla Jibaja
- I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento de ficha de entrevista
- I.5. Autores del instrumento: Fermin Romero Jeeferson y Rios Mendoza Rudy

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61- 80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						
					80	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lima , 03 de noviembre del 2021



.....

Mg: Leonardo Castilla Jibaja

DNI: 61385862

Teléfono: 991985657

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN I.

DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Doris Rosario Yaya Castañeda
- I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Investigadora - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Instrumento de ficha de entrevista
- I.5. Autores del instrumento: Fermin Romero Jeeferson y Rios Mendoza Rudy

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de medición?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Lima , 29 de Octubre del 2021



.....
 Firma de experto informante

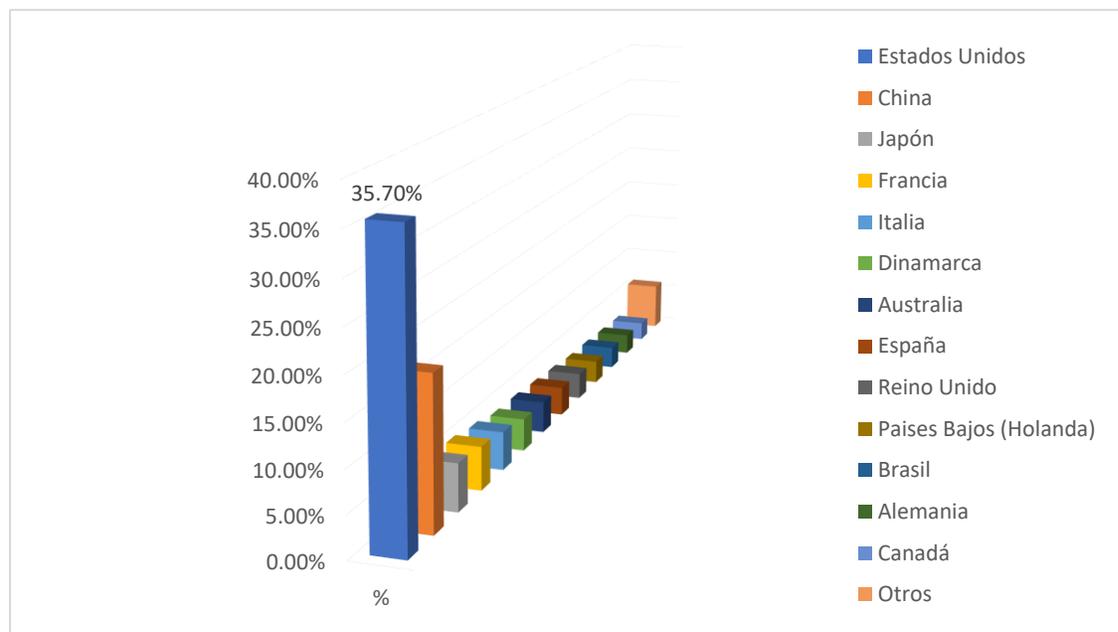
DNI: 42501813

Teléfono: 942158731

Anexo 4. Países Mega diversos en el Mundo

N°	PAÍS	CONTINENTE	%
1	Kenia		
2	Madagascar		
3	República Democrática del Congo	África	20%
4	Sudáfrica		
5	China		
6	India	Asia	20%
7	Filipinas		
8	Malasia		
9	Costa Rica	Centroamérica	10%
10	México		
11	Estados Unidos	Norteamérica	5%
12	Papúa Nueva Guinea		
13	Australia	Oceanía	15%
14	Indonesia		
15	Bolivia		
16	Brasil		
17	Colombia	Sudamérica	30%
18	Ecuador		
19	Perú		
20	Venezuela		

Anexo 5. Principales Mercados de destino de productos del Biocomercio



Anexo 6. Principales Mercados de destino de productos del Biocomercio

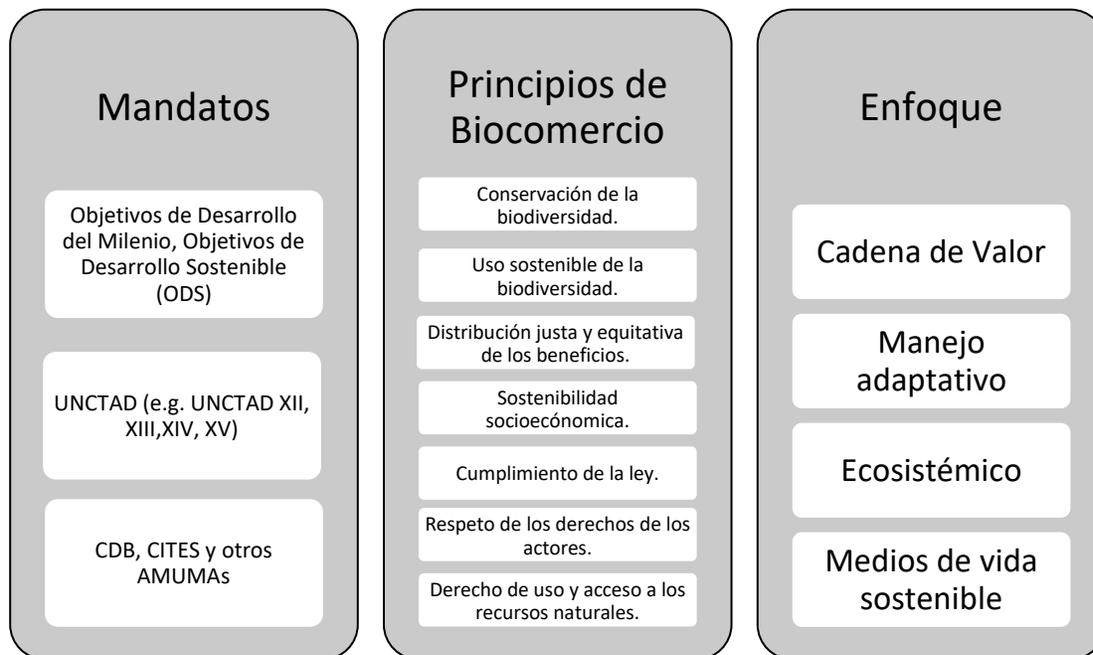
Países	%
Estados Unidos	35.7%
China	18.1%
Japón	5.7%
Francia	5.2%
Italia	4.6%
Dinamarca	3.9%
Australia	3.8%
España	3.5%
Reino Unido	3.2%
Países Bajos (Holanda)	2.8%
Brasil	2.7%
Alemania	2.5%
Canadá	2.3%
Otros	5.9%

Anexo 7. Exportaciones Agropecuarias - 2020



Fuente: SUNAT / Elaboración: MINCETUR-VMCE-DGIECE

Anexo 8. Marco conceptual del BioComercio: mandatos, Principios y enfoques de la Unctad de 2020



Fuente: Adaptado de UNCTAD, 2007.

Anexo 9. Enfoques que guían el cumplimiento de los principios



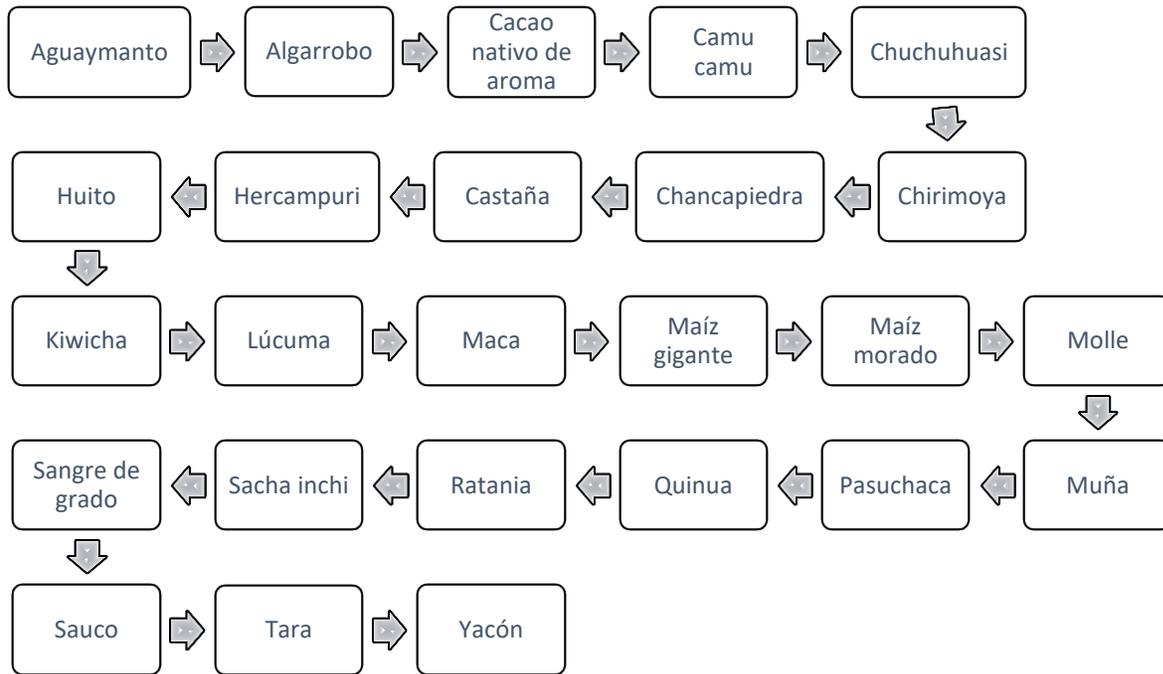
Anexo 10. Instituciones que conforman CNPB



Anexo 11. Sectores y Líneas de productos del biocomercio en el Perú



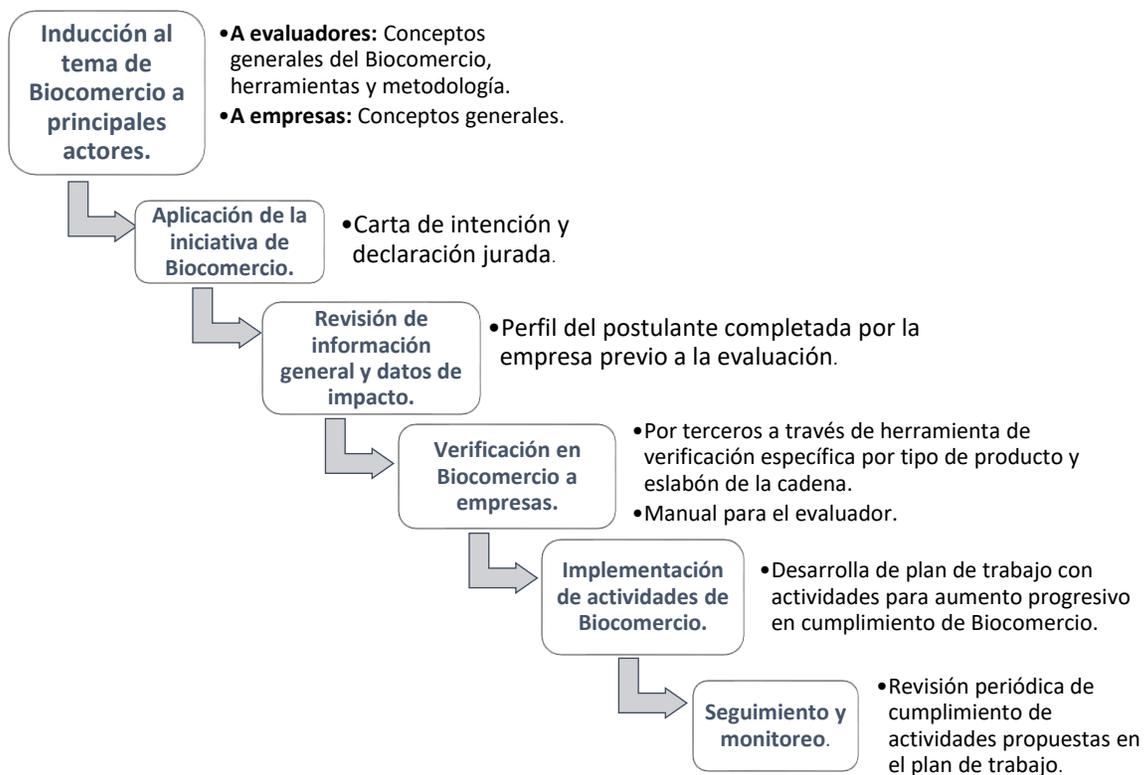
Anexo 12. Producto prioritarios para el Biocomercio



Anexo 13. Ejes Temáticos del Biocomercio para el 2025



Anexo 14. Etapas de Evaluación



Anexo 15. La Organización Mundial de Comercio (OMC)

MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS

Normas para proteger los alimentos de contaminantes.

NORMAS DE PRODUCTOS Y REGLAMENTOS:

Se debe brindar toda la información sobre la composición de los productos.

REQUISITOS DE EMPAQUETADO

Norman el uso de materiales apropiados para el empaquetado.

ETIQUETAS

Proveen información sobre la salud, medio ambiente, uso entre otros.

ECOETIQUETADO

La etiqueta ambiental suele certificar el cumplimiento de normas ambientales establecidas por entidades públicas o privadas para mejorar la imagen del producto, acrecentando el consumo de productos naturales.

TRAZABILIDAD DE PRODUCTOS

Asegurar la calidad y confianza.

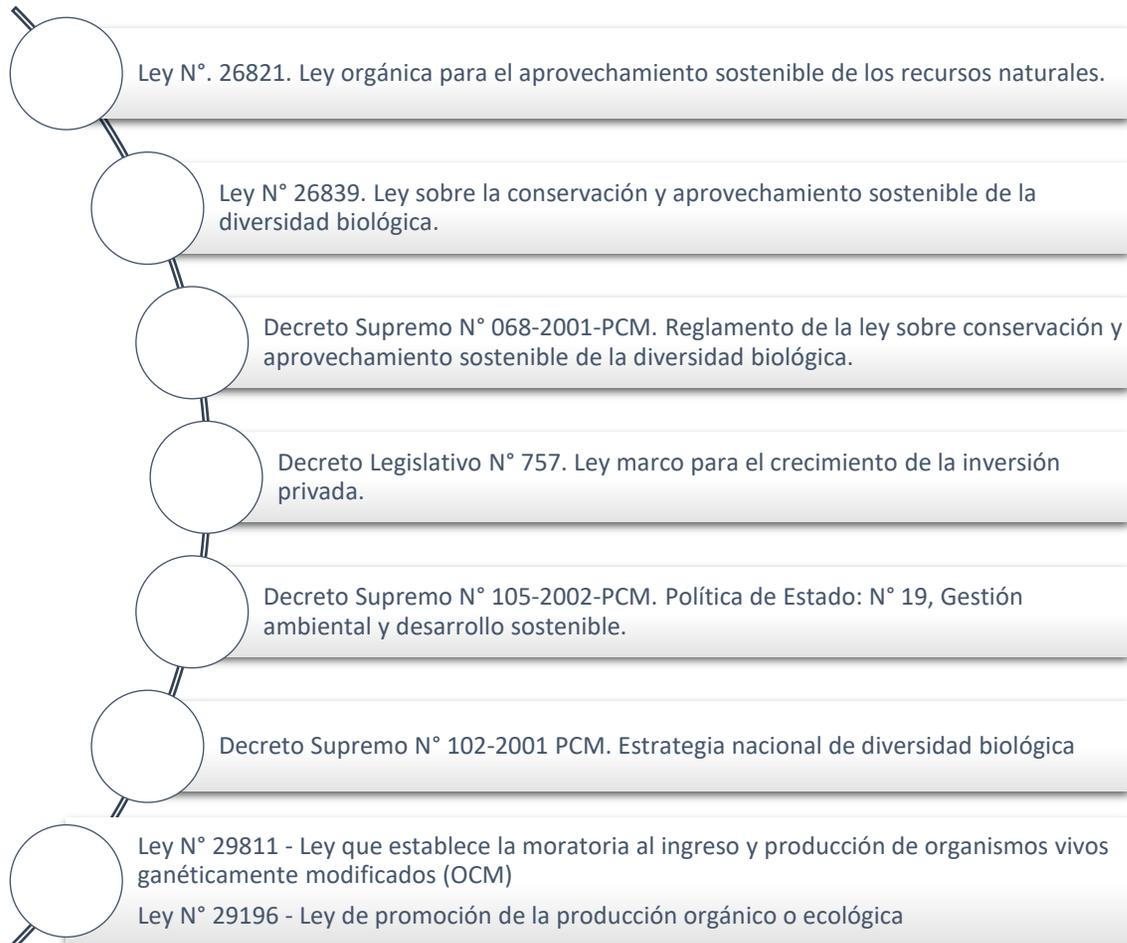
TERRORISMO, NARCOTRÁFICO Y CONTRABANDO

Estados Unidos creó la certificación BASC (Business Alliance for Secure Commerce) como requisito a ser cumplido por las empresas que exportan a mercados

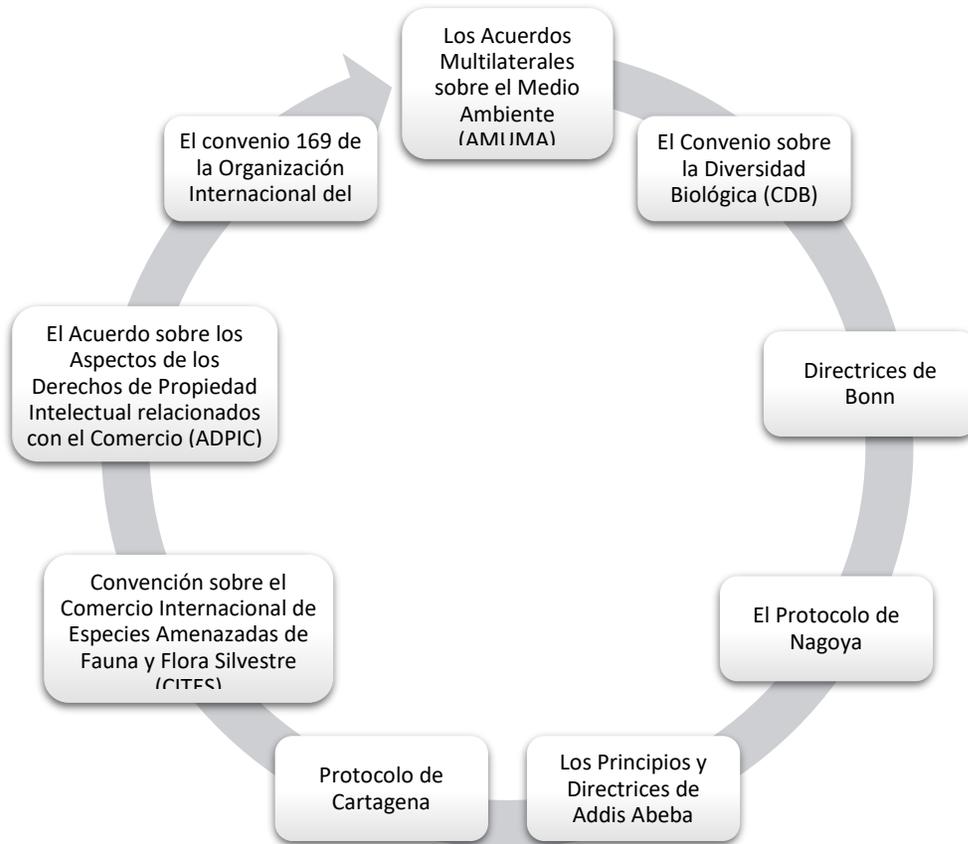
CERTIFICACIONES

Elemento diferenciador y para otros actores como el Estado t la sociedad civil es una estrategia para el logro de objetivos ambientales.

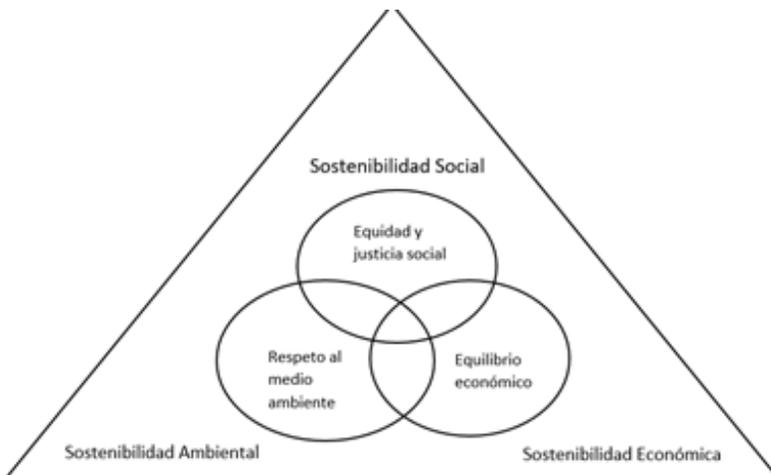
Anexo 16. Normatividad Nacional



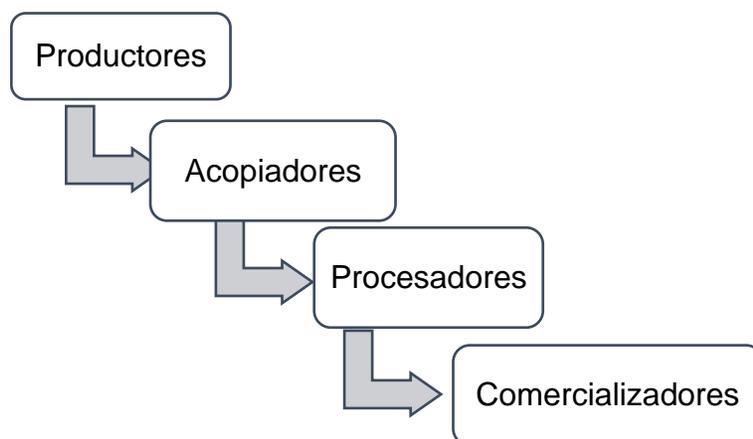
Anexo 17. Convenios Internacionales



Anexo 18. Pilares del Biocomercio



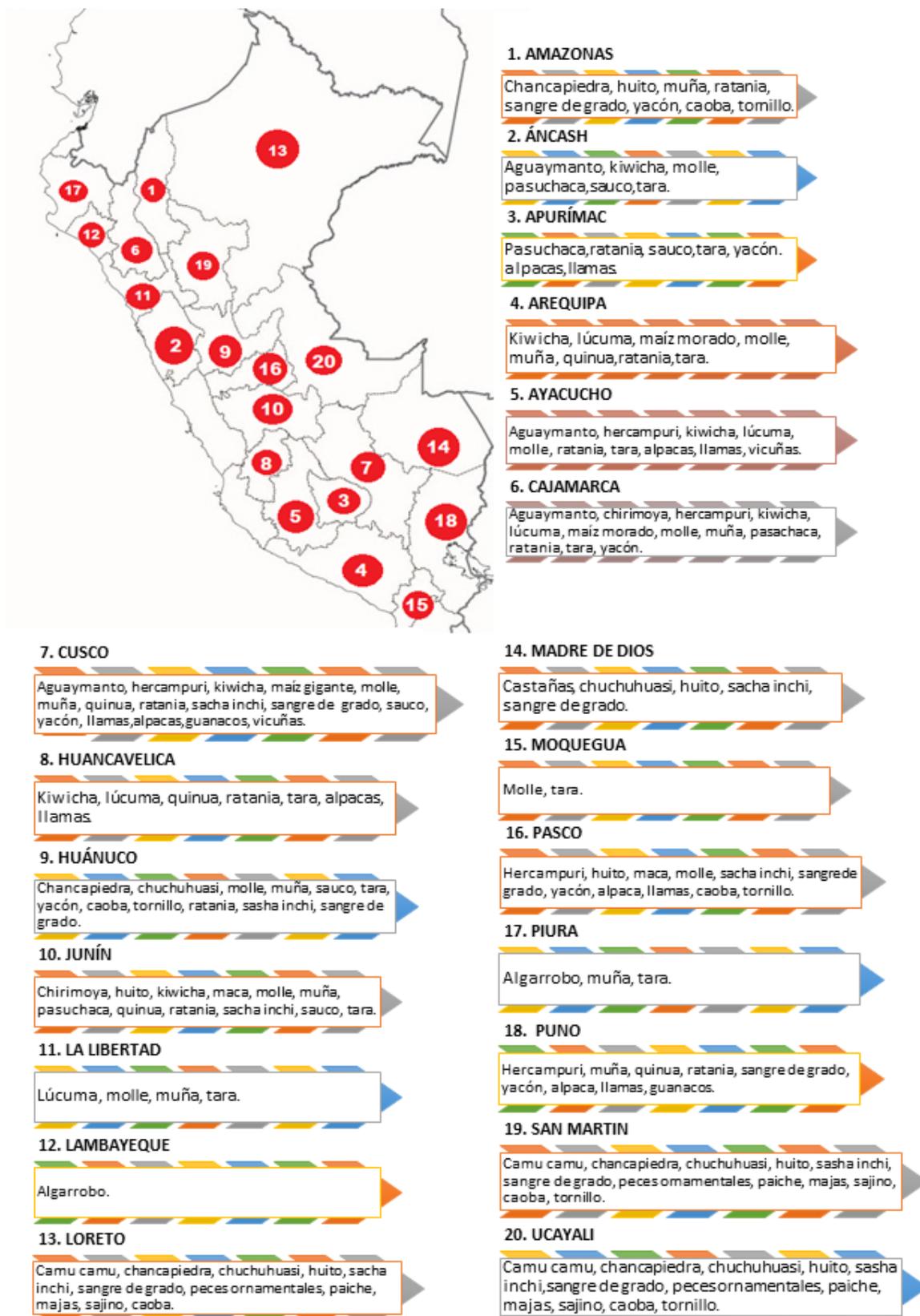
Anexo 19. Actores de la Cadena de Valor del Biocomercio



Anexo 20. Empresas Exportadoras

Perú-Estados Unidos: Empresas Exportadoras e Importadoras (Millones US\$)											
Part. % 2020	Exportación	Participación		Anual					Var. % 20/19	N° Empresas Exportadoras	
100%	Total	Producto	% ¹	2016	2017	2018	2019	2020	7%		
3%	Camposol	Fruta	100%	85	112	154	151	177	18%	Agro	964
3%	Minsur	Estaño	94%	216	279	273	226	168	-25%	Textil	616
2%	Minera Miski Mayo	Fosfatos	100%	108	104	145	121	144	20%	Minero	147
2%	Minera Yanacocha	Oro	100%	225	168	138	0	141	159944%	Pesquero	135
2%	Cerro Verde	Molibdeno	80%	205	253	282	298	137	-54%	Combustible	22
2%	Summa Gold	Oro	100%	25	12	14	91	136	50%	Tamaño Empresarial 2019	
2%	Southern Copper	Cobre	53%	69	104	179	103	127	24%	Grande	916
2%	Danper Trujillo	Espárrago	31%	62	69	82	93	106	14%	Pequeña	809
2%	Pluspetrol	Nafta	100%	160	180	228	140	103	-26%	Micro	700
2%	Nexa Resources	Zinc	100%	120	160	131	163	97	-41%	Mediana	164
1%	Minera Laytaruma	Oro	100%	-	-	-	-	94	-	Otros	48
1%	Agrícola Virú	Fruta	32%	58	61	83	97	92	-5%		
1%	Tecnofil	Barros de cobre	41%	69	89	106	96	90	-6%		
1%	Hortifrut - Perú	Arándano	100%	-	-	37	67	84	26%		
1%	Petroperu	Crudo de petróleo	83%	65	122	152	78	84	8%		
1%	Agrícola Cerro Prieto	Fruta	90%	12	22	44	81	75	-7%		
1%	Shahuindo	Oro	100%	-	-	42	141	66	-54%		
1%	Minera Ares	Oro	100%	198	261	289	38	58	55%		
1%	Agroindustrial Beta	Fruta	63%	39	32	32	61	55	-10%		
1%	Opp Film	Plástico	100%	21	24	35	47	54	15%		
N° Empresas Exportadoras				2 707	2 698	2 673	2 637	2 495	-5%		

Anexo 21. Distribución de Productos del Biocomercio



Anexo 22. Productos afectables de Biocomercio del Perú

PRODUCTO	Nombre científico	PRODUCTO	Nombre científico
1 Achiote	<i>Bixa orellana</i>	19 Kañihua	<i>Chenopodium pallidicaule</i>
2 Aguaymanto	<i>Physalis peruviana</i>	20 Lúcumá	<i>Pouteria obovata</i>
3 Algarrobo	<i>Prosopis pallida</i>	21 Maca	<i>Lepidium meyenii</i> Walp
4 Barbasco	<i>Lochocarpus nicou</i>	22 Maíz gigante	<i>Zea mays</i>
5 Caigua	<i>Cyclanthera pedata</i>	23 Maíz morado	<i>Zea mays</i> L.
6 Camu Camu	<i>Myrciaria dubia</i>	24 Molle	<i>Schinus molle</i>
7 Chancapiedra	<i>Phyllanthus niruri</i>	25 Muña	<i>Minthostachys mollis</i>
8 Castaña	<i>Bertholletia excelsa</i>	26 Pasuchaca	<i>Geranium dielsianum</i> Knuth
9 Chirimoya	<i>Annona cherimolia</i>	27 Quinua	<i>Chenopodium quinoa</i>
10 Chuchuhuasi	<i>Maytenus macrocarpa</i>	28 Ratania	<i>Krameria lappacea</i>
11 Cochinilla	<i>Dactylopius coccus</i>	29 Sacha Inchi	<i>Plukenetia volubilis</i>
12 Cocona	<i>Solanum sessiliflorum</i>	30 Sangre de Grado	<i>Croton dracaenoides</i>
13 Copaiba	<i>Copaifera paupera</i>	31 Sauco	<i>Sambucus peruviana</i>
14 Granadilla	<i>Passiflora ligularis</i>	32 Tara	<i>Caesalpinia spinosa</i>
15 Guanábana	<i>Annona muricata</i>	33 Tumbo	<i>Passiflora mollissima</i> H.B.K
16 Hercampure	<i>Gentianella alborosea</i>	34 Tuna	<i>Opuntia ficus-indica</i>
17 Huito	<i>Genipa americana</i>	35 Uña de Gato	<i>Uncaria tomentosa</i>
18 Kiwicha	<i>Amaranthus caudatus</i>	36 Yacón	<i>Smallanthus sonchifolius</i>

Anexo 23. Detalles de exportación de Amazon Health



Anexo 24. Detalles de Exportación de Algarrobos Orgánicos del Perú



Anexo 25. Detalles de Exportación de Peruvian Nature



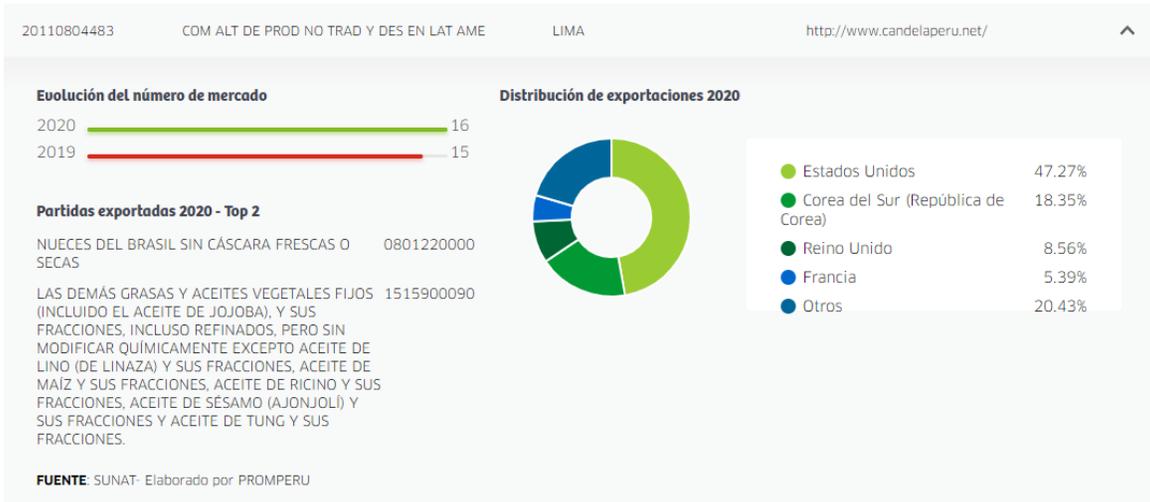
Anexo 26. Detalles de Exportación de Villa Andina



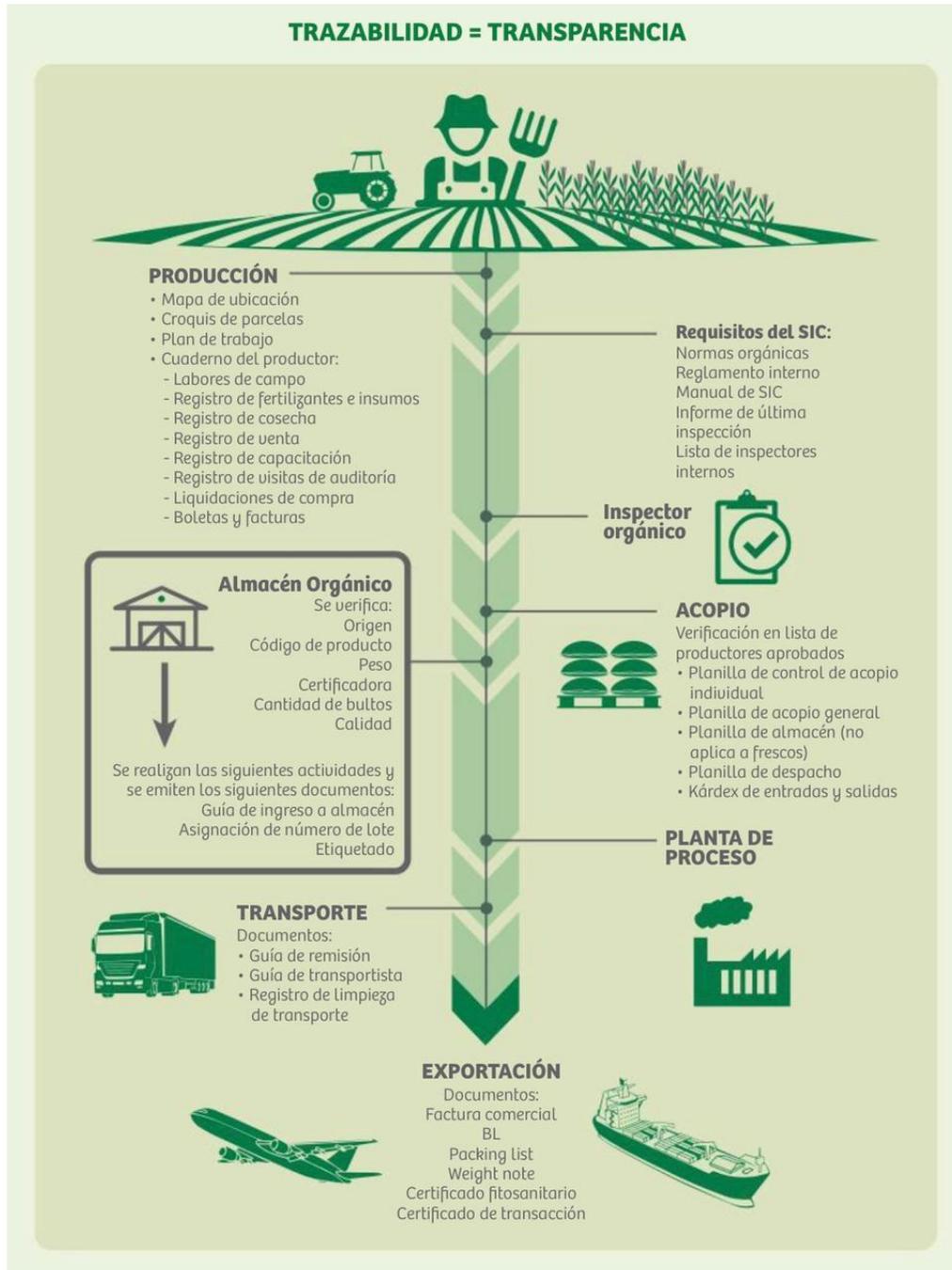
Anexo 27. Detalles de Exportación de Wiraccocha del Peru S.A.C.



Anexo 28. Detalles de Exportación de Candela Perú



Anexo 29. Trazabilidad en la cadena para el biocomercio



Anexo 30. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Sacha Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	390570	390570
MG NATURA PERU S.A.C.	299926	299926
INVERSIONES 2A S.A.C.	92666	92666
VILLA ANDINA SAC BIC	73587	73587
ECOANDINO S.A.C.	44177	44177
Total general	900926	900926

Anexo 31. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Sacha Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	733750	733750
MG NATURA PERU S.A.C.	161341	161341
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	145824	145824
VILLA ANDINA SAC BIC	122714	122714
AMAZON HEALTH PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	92296	92296
Total general	1255925	1255925

Anexo 32. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Sacha Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	438410	438410
LAS KENTIAS S.A.C.	226796	226796
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	190342	190342
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	153490	153490
VILLA ANDINA SAC BIC	108556	108556
Total general	1117594	1117594

Anexo 33. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Sacha Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	775997	775997
LAS KENTIAS S.A.C.	138286	138286
VILLA ANDINA SAC BIC	137357	137357
CITROSWEET MILLS S.A.C.	136228	136228
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	105110	105110
Total general	1292978	1292978

Anexo 34. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Sacha Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	196197	196197
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	143080	143080
INVERSIONES 2A S.A.C.	92617	92617
VILLA ANDINA SAC BIC	85449	85449
CITROSWEET MILLS S.A.C.	68114	68114
Total general	585457	585457

Anexo 35. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Quinua Tricolor)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
VINCULOS AGRICOLAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA -		
VINCULOS AGRICOLAS S.A.C.	7901200	7901200
COLOREXA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	3976949	3976949
ALISUR S.A.C.	2897293	2897293
EXPORTADORA ORGANICA B & C S.A.C.	2230836	2230836
INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C.	1701744	1701744
Total general	18708022	18708022

Anexo 36. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Quinua Tricolor)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
OLAM ANDINA PERU S.A.C.	6751693	6751693
VINCULOS AGRICOLAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - VINCULOS AGRICOLAS S.A.C.	3803157	3803157
COLOREXA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	3798032	3798032
VILLA ANDINA SAC BIC	3239625	3239625
AVENDA±O TRADING COMPANY SAC	2890830	2890830
Total general	20483337	20483337

Anexo 37. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Quinua Tricolor)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
OLAM ANDINA PERU S.A.C.	5539713	5539713
COLOREXA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5148735	5148735
GLOBENATURAL INTERNACIONAL S.A.	3514434	3514434
VINCULOS AGRICOLAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - VINCULOS AGRICOLAS S.A.C.	2667156	2667156
"SOLUCIONES AVANZADAS EN AGRONEGOCIOS - WIRACCOCHA DEL PERU" S.A.C.	2275327	2275327
Total general	19145365	19145365

Anexo 38. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Quinua Tricolor)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
OLAM ANDINA PERU S.A.C.	12112515	12112515
COLOREXA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	5456590	5456590
VINCULOS AGRICOLAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - VINCULOS AGRICOLAS S.A.C.	4053092	4053092
INCA HEALTH ORGANIC S.A.C.	2747791	2747791
AVENDA±O TRADING COMPANY SAC	2284807	2284807
Total general	26654795	26654795

Anexo 39. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Quinua Tricolor)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
COLOREXA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1082502	1082502
OLAM ANDINA PERU S.A.C.	1008758	1008758
AVENDA±O TRADING COMPANY SAC	751639	751639
INTERLOOM S.A.C.	581217	581217
VINCULOS AGRICOLAS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - VINCULOS AGRICOLAS S.A.C.	569588	569588
Total general	3993704	3993704

Anexo 40. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Quinua Blanca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
INVERZO ISG SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - INVERZO ISG S.A.C.	9826570	9826570
CHIA ORGANICA S.A.C.	3016457	3016457
EXPORTADORA AGRICOLA ORGANICA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA EN LIQUIDACION	2052992	2052992
OLAM ANDINA PERU S.A.C.	788690	788690
VIRU S.A.	355842	355842
Total general	16040551	16040551

Anexo 41. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Quinua Blanca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
OLAM ANDINA PERU S.A.C.	1136488	1136488
VIRU S.A.	273828	273828
"SOLUCIONES AVANZADAS EN AGRONEGOCIOS - WIRACCOCHA DEL PERU" S.A.C.	96198	96198
IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L	31702	31702
MIRANDA - LANGA AGRO EXPORT S.A.C - MIRANDA - LANGA S.A.C	27014	27014
Total general	1565230	1565230

Anexo 42. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Quinua Blanca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
GLOBENATURAL INTERNACIONAL S.A.	442366	442366
VIRU S.A.	361039	361039
MIRANDA - LANGA AGRO EXPORT S.A.C - MIRANDA - LANGA S.A.C	37931	37931
"SOLUCIONES AVANZADAS EN AGRONEGOCIOS - WIRACCOCHA DEL PERU" S.A.C.	37165	37165
IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L	20776	20776
Total general	899277	899277

Anexo 43. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Quinua Blanca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
VIRU S.A.	901986	901986
ANDES ALIMENTOS & BEBIDAS S.A.C.	57845	57845
IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L	38837	38837
MIRANDA - LANGA AGRO EXPORT S.A.C - MIRANDA - LANGA S.A.C	15415	15415
ZOWI PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	12013	12013
Total general	1026096	1026096

Anexo 44. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Quinua Blanca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
VIRU S.A.	83515	83515
ANDES ALIMENTOS & BEBIDAS S.A.C.	56266	56266
MIRANDA - LANGA AGRO EXPORT S.A.C - MIRANDA - LANGA S.A.C	7880	7880
IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L	4195	4195
FUSION FOODS S.A.C.	3715	3715
Total general	155571	155571

Anexo 45. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Mango)

Suma de FOB_DOLPOL	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
Etiquetas de fila		
AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH S.A.C.	6935264	6935264
SUNSHINE EXPORT S.A.C	4968296	4968296
CC TROPICALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA-CC TROPICALES SAC	4836034	4836034
CAMPOSOL S.A.	3837016	3837016
ASICA FARMS S.A.C.	2886618	2886618
Total general	23463228	23463228

Anexo 46. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Mango)

Suma de FOB_DOLPOL	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
Etiquetas de fila		
AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH S.A.C.	8666772	8666772
SUNSHINE EXPORT S.A.C	4397304	4397304
CAMPOSOL S.A.	4343451	4343451
FRUTAS DE PIURA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA - FRUTAS DE PIURA S.A.C.	2756096	2756096
CC TROPICALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA- CC TROPICALES S.A.C.	2161411	2161411
Total general	22325034	22325034

Anexo 47. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Mango)

Suma de FOB_DOLPOL	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
Etiquetas de fila		
AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH S.A.C.	7162262	7162262
SUNSHINE EXPORT S.A.C	6688199	6688199
CC TROPICALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA- CC TROPICALES S.A.C.	4074626	4074626
FRUTAS DE PIURA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA - FRUTAS DE PIURA S.A.C.	3368365	3368365
JUMAR PERU S.A.C.	2911381	2911381
Total general	24204833	24204833

Anexo 48. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Mango)

Suma de FOB_DOLPOL	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
Etiquetas de fila		
SUNSHINE EXPORT S.A.C	7782527	7782527
AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH S.A.C.	6223496	6223496
CC TROPICALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA- CC TROPICALES S.A.C.	5922415	5922415
CAMPOSOL S.A.	3817863	3817863
ASICA FARMS S.A.C.	3374647	3374647
Total general	27120948	27120948

Anexo 49. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Mango)

Suma de FOB_DOLPOL	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
Etiquetas de fila		
SUNSHINE EXPORT S.A.C	10711187	10711187
AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - AGROINDUSTRIAS GOLDEN FRESH S.A.C.	5754294	5754294
CC TROPICALES SOCIEDAD ANONIMA CERRADA- CC TROPICALES S.A.C.	4208051	4208051
MANGOS Y HORTALIZAS DEL PERU S.A.C.	2883160	2883160
CAMPOSOL S.A.	2745644	2745644
Total general	26302336	26302336

Anexo 50. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Maca)

Suma de FOB_DOLPOL	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
Etiquetas de fila		
VILLA ANDINA SAC BIC	967056	967056
INVERSIONES 2A S.A.C.	730871	730871
KOECH S.A.C.	710174	710174
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	539483	539483
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	516200	516200
Total general	3463784	3463784

Anexo 51. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Maca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	888635	888635
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	794420	794420
INVERSIONES 2A S.A.C.	693964	693964
VILLA ANDINA SAC BIC	550316	550316
KOECH S.A.C.	541556	541556
Total general	3468891	3468891

Anexo 52. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Maca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	648121	648121
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU S.A.C	590148	590148
VILLA ANDINA SAC BIC	525210	525210
INVERSIONES 2A S.A.C.	467834	467834
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	400851	400851
Total general	2632164	2632164

Anexo 53. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Maca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1155676	1155676
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	691060	691060
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	296490	296490
VILLA ANDINA SAC BIC	246233	246233
CPX PERU S.A.C.	213165	213165
Total general	2602624	2602624

Anexo 54. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Maca)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
INVERSIONES 2A S.A.C.	388463	388463
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	212700	212700
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	190258	190258
VILLA ANDINA SAC BIC	117803	117803
NATURAL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	101990	101990
Total general	1011214	1011214

Anexo 55. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Lúcuma)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
ECOANDINO S.A.C.	85410	85410
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	79050	79050
MADRE SELVA ORGANICS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MADRE SELVA ORGANICS S.A.C.	69003	69003
VILLA ANDINA SAC BIC	34402	34402
NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	26354	26354
Total general	294219	294219

Anexo 56. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Lúcuma)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU S.A.C.	257414	257414
MADRE SELVA ORGANICS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - MADRE SELVA ORGANICS S.A.C.	76048	76048
VILLA ANDINA SAC BIC	66821	66821
NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	56250	56250
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	44522	44522
Total general	501055	501055

Anexo 57. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Lúcuma)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	229480	229480
VILLA ANDINA SAC BIC	137193	137193
NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	66250	66250
AGROINDUSTRIAS OSHO S.A.C.	40365	40365
COMPLEMENTOS Y SUPLEMENTOS ORGANICOS DEL PERU S.R.L.	37759	37759
Total general	511047	511047

Anexo 58. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Lúcuma)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	159538	159538
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	71569	71569
NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	68000	68000
CERRO VERDE ORGANICS S.A.C.	63580	63580
IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L	8496	8496
Total general	371183	371183

Anexo 59. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Lúcuma)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
CERRO VERDE ORGANICS S.A.C.	166599	166599
NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	40200	40200
KUMARA FOOD E.I.R.L.	28242	28242
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	21100	21100
VILLA ANDINA SAC BIC	11080	11080
Total general	267221	267221

Anexo 60. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Harina sachá Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
AMAZON HEALTH PRODUCTS S.A.C	482255	482255
SHANANTINA S.A.C.	27500	27500
Total general	509755	509755

Anexo 61. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Harina sachá Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
AMAZON HEALTH PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	457467	457467
SHANANTINA S.A.C.	45885	45885
Total general	503352	503352

Anexo 62. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Harina sachá Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
AMAZON HEALTH PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA		
CERRADA	234452	234452
SHANANTINA S.A.C.	93600	93600
AGROINDUSTRIAS OSHO S.A.C.	12350	12350
VELI CORP PERU S.A.C.	4685	4685
KOECH S.A.C.	3283	3283
Total general	348370	348370

Anexo 63. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Harina sachá Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
AMAZON HEALTH PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA		
CERRADA	193041	193041
SHANANTINA S.A.C.	19688	19688
KUMARA FOOD E.I.R.L.	9536	9536
AGROINDUSTRIAS OSHO S.A.C.	6956	6956
KOECH S.A.C.	2711	2711
Total general	231932	231932

Anexo 64. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Harina sachá Inchi)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
AMAZON HEALTH PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA		
CERRADA	277321	277321
KUMARA FOOD E.I.R.L.	13909	13909
SHANANTINA S.A.C.	17819	17819
Total general	309049	309049

Anexo 65. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Algarrobo)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
MG NATURA PERU S.A.C.	36531	36531
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	35450	35450
VILLA ANDINA SAC BIC	29535	29535
COMPLEMENTOS Y SUPLEMENTOS ORGANICOS DEL PERU S.R.L.	20667	20667
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	13869	13869
Total general	136052	136052

Anexo 66. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Algarrobo)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	52944	52944
MG NATURA PERU S.A.C.	23208	23208
VILLA ANDINA SAC BIC	11842	11842
NATUR TOP S.R.L.	2760	2760
ECOANDINO S.A.C.	2660	2660
Total general	93414	93414

Anexo 67. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Algarrobo)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	45180	45180
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	11438	11438
NATUR TOP S.R.L.	8340	8340
NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	2127	2127
ECOANDINO S.A.C.	1132	1132
Total general	68217	68217

Anexo 68. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Algarrobo)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
VILLA ANDINA SAC BIC	12415	12415
NATUR TOP S.R.L.	10560	10560
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	7580	7580
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	3500	3500
MIRANDA - LANGA AGRO EXPORT S.A.C - MIRANDA - LANGA S.A.C	2460	2460
Total general	36515	36515

Anexo 69. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Algarrobo)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	2321	2321
Total general	2321	2321

Anexo 70. Exportación de las cinco principales empresas 2016 (Aguaymanto)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2016	Total general
VILLA ANDINA SAC BIC	569268	569268
AGRO ANDINO S.R.L.	195833	195833
CULTIVOS DEL VALLE S.A.C.	36000	36000
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	25125	25125
NUTRY BODY SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	10976	10976
Total general	837202	837202

Anexo 71. Exportación de las cinco principales empresas 2017 (Aguaymanto)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2017	Total general
VILLA ANDINA SAC BIC	490630	490630
VITALLANOS PERU S.A.C.	210396	210396
AGRO ANDINO S.R.L.	126818	126818
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	98338	98338
Total general	926182	926182

Anexo 72. Exportación de las cinco principales empresas 2018 (Aguaymanto)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2018	Total general
VILLA ANDINA SAC BIC	569422	569422
AGRO ANDINO S.R.L.	239797	239797
VITALLANOS PERU S.A.C.	111650	111650
PRAC AGRIBUSINESS TRADING S.A.C.	60960	60960
VELI CORP PERU S.A.C.	54247	54247
Total general	1036076	1036076

Anexo 73. Exportación de las cinco principales empresas 2019 (Aguaymanto)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2019	Total general
VILLA ANDINA SAC BIC	184143	184143
AGRO ANDINO S.R.L.	170480	170480
PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	61760	61760
VITALLANOS PERU S.A.C.	36480	36480
ECOANDINO S.A.C.	8696	8696
Total general	461559	461559

Anexo 74. Exportación de las cinco principales empresas 2020 (Aguaymanto)

Suma de FOB_DOLPOL Etiquetas de fila	Etiquetas de columna	
	2020	Total general
AGRO ANDINO S.R.L.	71792	71792
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	31250	31250
Total general	103042	103042

ENTREVISTA DEL BIOCOMERCIO

Datos Generales

Sector al que pertenece:

Región al que pertenece:

Sexo:

Edad:

Grado de instrucción:

Productos:

1. ¿Para usted cuáles serían las tres principales certificaciones para un desarrollo sostenible?, por favor, comentarnos su nivel de importancia.

a. Rainforest ()

b. Orgánico ()

c. Globalgab ()

d. Grasp ()

e. Otros: _____

S1: Las cuales yo considero las tres principales certificaciones para un desarrollo sostenible serían, certificado orgánico, Global gap y el certificado Grasp.

S2: Primer lugar Global gap solo nos brinda importaciones de frescos Segundo lugar orgánico ya que se puede usar como materia prima tercer lugar Rainforest. Por su compra de utz se puso como un monopolio en la importación cuarto grasp. No es una certificación es una carta de conformidad

S3: Todas las certificaciones son importantes cada una de ellas son importantes ya que contribuyen al beneficio de todos los involucrados

S4: certificaciones son importantes debido que hoy en día los consumidores son muy exigentes, esto aporta al desarrollo des biocomercio

2. ¿Usted cree que el Perú es un país competitivo en exportaciones de biocomercio?

S1: Pienso que se está en camino en todo caso, porque talvez no hay la suficiente información tanto del exportador como del productor para poder llegar a un acuerdo en si con lo que tiene o produce para poder ser vendido, pero para eso si hay entidades como Promperu que se certifica a los productores entre otras que velan por un comercio justo.

S2: Claro que si por la competencia en diversas fuentes de frescos.

S3: Nuestro país es sumamente competitivo tiene los mejores productos que se están exportando y el mundo sabe de ello.

S4: Es un país muy competitivo en cuestión al biocomercio sus exportaciones están llegando a diversos destinos.

3. ¿Considera usted que el biocomercio como estrategia de desarrollo para el Perú se viene incrementando en los últimos años?

S1: Las exportaciones viene creciendo inclusive en estos tiempos de pandemia, les comento que uno de los sectores que no se ha visto tan afectado es de las agro exportaciones de alimentos, pero consideró que el biocomercio como estrategia de desarrollo (...) si se vienen incrementando en los últimos años (...).

S2: La principal estrategia viable para el desarrollo del Perú es el tratado de libre comercio.

S3: Si, se viene incrementando con el transcurrir de los años son más los productos del biocomercio y empresas exportadoras.

S4: Biocomercio viene incrementándose en los últimos años llegando ser unos de los países que cuenta con mucha biodiversidad.

4. ¿El biocomercio cuánto ha beneficiado a los productores?

S1: De todas maneras, porque al estar certificado con el global gap, con el certificado orgánico, le dan un valor agregado a sus productos y el precio es sumamente competitivo en el exterior. Por ejemplo hay productos en el caso del mango, hay productos convencionales y orgánicos, en el caso del convencional te puede valer dos y si es orgánico te puedes estar valiendo dos a tres veces más (...) y eso permite al productor que sea mejor remunerado.

S2: Mucho ya que hace 12 años que estoy en esto y en lugares muy alejados se ha notado que los productores se adecuan a las normas y damos capacitaciones a los que no tienen

posibilidades para que tengan su certificación
S3: ellos son uno de los más beneficiados tanto económicamente, puestos de trabajo y ayudar al desarrollo de su comunidad

S4: se ven beneficiados económicamente, sus productos son reconocidos, puestos de trabajo así como en el desarrollo de su comunidad

5. ¿Cuál es el aporte que realiza su empresa con respecto a la sostenibilidad ambiental?

S1: No considero que sea que sea difícil, lo que si es cierto que para tu adquirir estos certificados necesitas inversión para en el caso del productor para poder tener su certificado (...) necesitan de una inversión por área, mayor es tu área es mayor la inversión, pero existen casos en los que él productor llega en un acuerdo con el exportador y apoya de manera monetaria para que pueda ser certificada en el campo del productor (...) y luego pueda ser descontado de alguna forma.

S2: Va depender del cliente, es difícil tener un buen cliente por la competencia mundial que hay en el biocomercio.

S3: El biocomercio es una pieza fundamental, somos uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo, trabajamos con asociaciones que están certificadas, Nuestros productores aportan sostenibilidad ambiental, ellos no pueden quemar, arrojar basura mucho menos utilizar productos contaminantes para sus cultivos

S4: brindar a nuestros clientes frutas y verduras de alta calidad, abastecimiento procedente de la biodiversidad de forma respetuosa con el medio ambiente local y personas, la gran mayoría de la exportaciones provienen de la biodiversidad así como también la responsabilidad social y ambiental, influye mucho en la compra de nuestros consumidores, asociaciones y productores, esta involucrados en el cuidado del ambiente estas certificaciones tienen sus requisitos de los cuales ellos tienen que cumplir

6. ¿Cree usted que el Biocomercio como modelo de negocio tiene relación con:

a. Desarrollo sostenible

b. Crecimiento socio económico

c. Crecimiento inclusivo

S1: Sí, yo considero que con los tres. El desarrollo sostenible para ambas partes como el productor y exportador, crecimiento socioeconómico porque de hecho si llegas a un acuerdo con el productor en nuestro caso, si nosotros crecemos ellos también su poder adquisitivo va a mejorar, y el crecimiento inclusivo también porque (...) tenemos alianzas o asociaciones con los que se les brinda apoyo en cierta medida con las certificaciones para que puedan adquirirlas (...) de esa manera ambos mejoramos.

S2: Los tres van de la mano son muy importantes para cada certificación

S3: tiene relación con los 3 puntos mencionados todo es una inclusión hacia el biocomercio

S4: todos tienen relación si llegáramos a quitar uno de ellos no sería un equilibrio perfecto esos 3 puntos son sumamente importantes para el crecimiento de las exportaciones

7. ¿Por qué cree usted que el concepto biocomercio no es muy conocido en el Perú?

S1: Si talvez no es que se les de tanta ventana o tanta difusión, por ejemplo hay pequeños productores de lácticos, queso, café (...) recuerdo en el 2018 -2019 todavía todo estaba habiendo todo no habían restricciones y en Lima habían bioferias donde asistían productores de distintos alimentos (...) pero no la suficiente difusión en si o propaganda para que las personas puedan asistir (...) pero falta aprovechar más también al cliente de afuera que valora más estos productos y pueden pagar un poco más por un mejor producto,

S2: En el tema agronómico no se conoce mucho por el tema de certificaciones

S3: Quizás para algunos productores no sea muy conocido pero para nosotros que realizamos la exportación tenemos conocimiento de ello

S4: nosotros como empresa sabemos lo que es biocomercio y su importancia, pero quizás para la población esta palabra no sea muy conocida

8. ¿Cuáles, considera usted, son las principales limitaciones para la implementación del Biocomercio en el Perú?

S1: La limitación que considero es la falta de apoyo o de brindar charlas informativas donde se concientice a los productores que obtén por estos certificados ya que van a valer mucho más. Hay entidades que si apoyan asociaciones que apoyan en la certificación y durante la certificación para cómo prepararse.

S2: El SENASA no tiene los controles adecuados para poder regular los grandes mercados de abasto del país

S3: Quizás falta de iniciativas, alguien que los esté guiando en este proceso

S4: falta de conocimiento o compromiso con sus cultivos

9. ¿Cómo cree usted que contribuye el Biocomercio al desarrollo del país?

S1: A mejorar el poder adquisitivo de los productores (...) asiendo los recursos sostenibles y el crecimiento de los productores de tomar su producto y ser más valorados acá y en el extranjero.

S2: El biocomercio ha realizado un negocio en cuanto a las certificadoras que eso ha sido el mejor desarrollo para el país

S3: ayuda a las comunidades seguir creciendo y fomentando las buenas practicas a sus familiares para que sea una cadena de enseñanza, mas exportaciones nuestros productos llegan a diversos mercados donde puede visualizar que productor y lugar de producción es el producto

S4: Seguir creciendo en las exportaciones tanto económica como social, generando más puestos de trabajo para los pobladores, empresas que quizás aún no se suman al biocomercio este es el momento.

10. ¿Cuál cree usted que ha sido el avance de las iniciativas del gobierno sobre Biocomercio en el Perú?

S1: Yo creo que en el caso de estas bioferias las cuales les comentaba, (...) eran constituidas por los mismos agricultores que formaban asociaciones y a través de ello adquirirían los permisos para establecerse y tener sus puestos ya sea por un fin de semana y poder exhibir sus productos (...) pero es necesario para exportar el apoyo de las entidades del estado para acelerar sus certificaciones y brindarles información personalizada.

S2: Senasa sacó la primera norma en el Perú que hasta la fecha no ha tenido ningún cambio a través del tema de la siembra de la cual es donde más ha intervenido

S3: las entidades involucradas tienen diversos proyectos para ayudar a la comunidad y su desarrollo así como la protección de la biodiversidad y e cuidado del medio ambiente.

S4: existe innumerables entidades involucradas para el desarrollo del biocomercio están

comprometidas con la población, varios proyectos para desarrollar pero de las cuales llevan tiempo y dedicación

11. ¿Usted cree que la demanda de productos que pertenecen al Biocomercio está creciendo a nivel internacional? ¿Si es así, a qué se debe?

S1: Si definitivamente por qué el consumidor de afuera ya está concientizado y toma mayor consciencia en lo que es la producción saludable con el consumo de productos saludables.

S2: Obvio ha crecido mucho a nivel de país, se debe a las certificaciones que se pueda obtener.

S3: La demanda por productos agrícolas en el mercado extranjero está cada vez más competitiva, los consumidores se preocupan por lo que están comprando y quien se et sabiendo beneficiado o ayudando alguna comunidad

S4: son los productos que tienen mayor demanda, debido que el consumidor es más exigente con los productos a la hora de comprar

12. ¿Cuál es el proceso para la obtención de las certificaciones?

S1: Si definitivamente como lo comentaba por esa misma razón que el consumidor de afuera puede pagar mucho más si se le confirma que este producto cuánta con tales certificaciones que le aseguren el alimento que va consumir esta pues tratado con recursos naturales sin algún uso de químico (...) siendo de todas maneras sostenible.

S1: Para el sector agrícola es los cisnes negros, en mi opinión el Perú es rico en pasar todo tipo de barreras como huaycos terremotos etc.

S3: nuestro proceso para certificar como empresa: enviar un formato de aplicación (control unión), anexar documentación de todo lo exportado, enviar hacer análisis de suelo y agua, certificador visita los campos. Ocasiones donde el costo es elevado para certificar. productores el procediendo es distinto: análisis de suelo y agua, en su parcela no tiene que haber residuos contaminantes ni presencia de haber iniciado fogata, áreas señalizadas , tener un inventario de todo lo aplicado a su producto, esperan las observaciones que tiene que ser levantadas, este procedimiento lo realizan anualmente.

S4: certificar como empresa: enviar un formato de aplicación (control unión), anexar documentación de todo lo exportado, enviar hacer análisis de suelo y agua, certificador visita los campos. Para las demás certificaciones es lo mismo. productores el procedimiento es distinto: análisis de suelo y agua, en su parcela no tiene que haber residuos contaminantes ni presencia de haber iniciado fogata, áreas señalizadas , tener un inventario de todo lo aplicado a su producto. Certifican como asociación o independientemente

13. ¿Cuáles son las principales barreras de crecimiento del sector?

S1: Como les comentaba no hay suficiente información del productor, casi no existen las entidades que puedan promover (...) ya qué hay requerimientos específico por productos y por destinos para obtener los certificados necesarios.

S2: La principal barrera de crecimiento es la del caso de la cúrcuma que tenemos con Brasil ya que nosotros carecemos de la tecnología

S3: en este caso sería el crecimiento económico tanto local como en el país

S4: crecimiento en las exportaciones así como la economía incrementaría nuevos productos para la comercialización

14. ¿Conoce usted cuáles son los requerimientos esenciales de los principales países compradores?

S1: Mayor mente el envío en nuestro caso (...) nosotros acopiamos una cantidad de fruta y es transportada a la planta procesadora y ahí se empaqueta, por ejemplo, para mercados como Canadá, EE.UU. y Rusia a los cuales enviamos mangos, depende del requerimiento del cliente o país. Para Rusia cuando envías ellos te pasan su etiqueta y cada caja debe estar con esa etiqueta, ellos son bien estrictos como los documentos (...) piden certificado fitosanitario, BL, certificado de origen porque si no te hacen cambiarlo nuevamente. Las cajas para Canadá y EE.UU. son de 4 kilos, a algunos se les envía de manera convencional (...) pero hay clientes que si requieren certificados de global gap por ejemplo. Cada país te requiere distintos certificados que te los puede brindar Senasa y tienen que inspeccionar el campo y evaluar para que te den los certificados.

S2: El nivel de certificación es mantener la vigencia en el sistema agrícola.

S3: cada país es muy específico de lo que está solicitando (certificaciones) se tiene que revisar en Senasa el destino ahí va salir cuales son los requerimientos solicitados

S4: Estados Unidos nuestros clientes a la hora de la negociación somos consultados que las certificaciones cuentan nuestros productos exportar es muy importante y tener en cuenta en el etiquetado del producto.

15. ¿Todos los productos peruanos que pertenecen al Biocomercio, están destinados para el mercado internacional? ¿Si no es así, cuáles son?

S1: El consumo de productos del biocomercio en el mercado interno es mínimo (...) por ejemplo el café que es un producto muy pedido en el mercado internacional, en el mercado nacional no es muy comercializado no se comparan las cantidades. (...) los productos del biocomercio no considero que estén destinados al mercado nacional, porque también depende de la producción que no da para abastecer a ambos.

S2: El tema orgánico es en ambos y siempre dependen de sus certificados para el tema del globalgap.

S3: casi todos los productos podemos decir que aportan al biocomercio todas las empresas nos preocupamos por la responsabilidad y sostenibilidad de cada producto

S4: los productos que cuentan con certificaciones aportan al biocomercio, los mercados extranjeros son cada vez más exigentes con nosotros los exportadores y nosotros exigimos a los productores.

16. ¿Cuáles son los niveles de la demanda por productos de Biocomercio en el mercado nacional?

S1: No hay mucha difusión de eventos de biocomercio hacia el público nacional y por eso la demanda tan mínima que existe. (...) a estas ferias van productores con marcas registradas y con empaques biodegradables por ende el precio más elevado y poca acogida por la desvaloración de estos.

S2: Todo producto se vende con tc local y que es la etapa más llamativa.

S3: mercado nacional digamos que no se llega a consumir un cat1 uno por el precio y dos porque normalmente lo que se queda es cat2

S4: su demanda puede decirse que es baja, aparte alguno de los consumidores ni enterados. que son productos que están certificados, algunas ocasiones no compran suele ser su precio elevado

17. ¿Cómo el biocomercio ayuda al desarrollo de la comunidad?

S1: Si de hecho es su poder adquisitivo, en el crecimiento de estos productores (...) Por ejemplo si tú haces una buena promoción de un producto en corta localidad y gusta aun estando en un precio más elevado, se logra colaborar con el turismo.

S2: Ayuda en forma de gestión y orden a las comunidades en global.

S3: ayuda a los pobladores a tener una mayor productividad así como cuidar el área que los rodea.

S4: generar más puestos de trabajos una comunidad que se preocupa por la sostenibilidad ambiental sus productos sean de buena calidad

18. ¿Cómo contribuye el sector privado en el incentivo o desarrollo del Biocomercio en el Perú?

S1 De nuestra parte como exportadores la idea es hacer más operaciones, como exportadores también buscamos aumentar la rentabilidad, si tu producto es bien valorado va costar más. Si se puede como empresa exportadora apoyar en la certificación y brindar asesoría con ingenieros agrónomos, ya que al enviar tu producto al mercado internacional pasan por pruebas que deben corroborar la calidad prometida

S2: La inclusión que tiene el Perú para buscar más parte Sierra precio y prácticas agrícolas sostenibles sin químicos por la salud.

S3: El biocomercio es una pieza fundamental, somos uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo, trabajamos con asociaciones que están certificadas

S4:brindar a nuestros clientes frutas y verduras de alta calidad, abastecimiento procedente de la biodiversidad de forma respetuosa con el medio ambiente local y personas

19. ¿Usted, como productor y exportador/exportador/certificador trabaja en conjunto con otras entidades o ministerios?

S1: Pertenece a Adex, Promperu. Estos te ayudan a exponer tus productos a compradores internacionales y te ayudan a agendarte a ruedas de negocio de empresas afines (...) estas organizaciones te ayudan a mostrarte y ofertar tu producto estando a la vista del mundo.

S2: El tema orgánico trabajamos con el senasa de Perú y el ministerio de cultura, gracias al globalgap es donde se usa más en estos casos

S3: Trabajos en conjunto con control unión, senasa, sunat, PromPeru, etc... con muchas otras entidades

S4: trabajar con las diversas entidades en Perú que ayudan y controlan las exportaciones como Senasa, PromPeru, etc..

20. ¿Cómo cree usted que será el entorno del Biocomercio en el Perú en los próximos cinco años?

S1: Si considero que el consumidor de afuera es mucho más consiente de preservar su salud, llevar una vida mucho más saludable. (...) actualmente la tendencia a una vida sana está en aumento entonces sí creo que va continuar en ascenso la demanda.

S2: Si es que no hay cisnes negros donde no tengamos ningún tipo de problemas en el campo el Biocomercio sería más sostenible

S3: el Perú cada día avanza y mucho más en cuestión de exportaciones somos un país con mucha diversidad, será un país con muchas más exportaciones del biocomercio

S4: habrá muchas más exportaciones nuevos mercados y el biocomercio será más conocido en el Perú, todos los pobladores tendrán más conciencia con sus cultivos

APÉNDICES:

Apéndice 1: El Glosario de Términos

ADEX	Asociación de Exportadores.
APTAE	Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo.
Blue BioTrade	Biocomercio azul.
CAF	El Banco de Desarrollo de América Latina.
CAN	Comunidad Andina.
CBD	Convenios sobre la Diversidad Biológica.
CBP	Comité Biocomercio Perú.
CCL	Cámara de Comercio de Lima.
CE	Economía circular.
CIAT	Centro Interamericano de Administraciones Tributarias
CITES	Es la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres
CONAM	Consejo Nacional de Ambiente.
CONCYTEC	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
Covid-19	CO significa 'corona', VI es para 'virus', D para 'enfermedad' (disease, en inglés) y 19 es por el año de origen (2019).
CNPB	Comisión Nacional de Promoción de Biocomercio.
CPB	Componente de Biocomercio del Programa para la Conservación de la Biodiversidad, Páramos y otros Ecosistemas Frágiles.
EE. UU.	Estados Unidos según el Diccionario panhispánico.

GEF	Fondo para el Medio Ambiente Mundial.
IIAP	Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana.
IOI	El Instituto Internacional del Océano.
IPPN	Instituto Peruano DE Productos Naturales.
I+D+I	Investigación, Desarrollo e innovación.
ISO	Organización Internacional de Normalización.
ISO 22005:2007(es)	Trazabilidad en la cadena de alimentos para alimentación humana y animal — Principios generales y requisitos básicos para el diseño e implementación del sistema
Tippytea Blends	La marca implementó nuevos sistemas económicos y sostenibles que permiten que en varias comunidades mujeres agricultoras cultiven y comercialicen sus productos.
ODS10	Objetivo de Desarrollo Sostenible 10.
OE	Objetivo específico.
OMC	Organización Mundial de Comercio.
OMS	Organización Mundial de la Salud
PBI	Producto Bruto Interno.
PE	Problema específico.
P&C	Paint & Coatings
PFNM	Los productos forestales no maderables.
PRODUCE	Ministerio de la Producción.
PROMPERÚ	Comisión del Perú para la Exportación y el Turismo.
PNPB	Programa Nacional de Promoción del Biocomercio.

PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
AMUMAs	Los Acuerdos Multilaterales sobre el Medio Ambiente.
MINAM	Ministerio del Ambiente.
MINAGRI	Ministerio de Agricultura y Riego.
Mincetur	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
MRE	Ministerio de Relaciones Exteriores.
NOS	Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos.
UEBT	Unión para el Biocomercio Ético.
UNALM	Universidad Nacional Agraria la Molina.
UNCTAD	La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.
UPCH	Universidad Peruana Cayetano Heredia.
USDA	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.
UNEP	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.