

Università della Svizzera Italiana, Lugano  
Facoltà di Scienze economiche

-

Università Cattolica di Milano  
Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali

## IL BIOCOMMERCIO NEL PERU': UN'ALTERNATIVA PER LO SVILUPPO

Tesi di Master

Autore: Veronica Maria Gavidia Rodriguez

Relatore: Prof. Alvaro Cencini

Correlatore: Prof. Mauro Baranzini

Febbraio 2015

Grazie ai miei genitori e a tutti gli altri che, nei modi più diversi, mi hanno aiutato e sostenuto  
in questi mesi.

## INDICE

<b>INTRODUZIONE.....</b>	<b>2</b>
<b>CAPITOLO I: IL BIOCOMMERCIO.....</b>	<b>6</b>
<b>1. Definizione e Criteri.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Principi e origini.....</b>	<b>7</b>
<b>3. Approcci metodologici.....</b>	<b>9</b>
<b>CAPITOLO II: IL BIOCOMMERCIO IN PERU'.....</b>	<b>15</b>
<b>1. Importanza del Biocommercio in Perù.....</b>	<b>16</b>
<b>2. Iniziative e progetti.....</b>	<b>19</b>
<b>3. Perù': Paese di opportunità.....</b>	<b>21</b>
<b>4. Settori e statistiche di Biocommercio.....</b>	<b>23</b>
<b>5. Tendenze attuali.....</b>	<b>30</b>
<b>6. Normativa nazionale.....</b>	<b>33</b>
<b>7. Limitazioni.....</b>	<b>37</b>
<b>CAPITOLO III: FINANZIAMENTO.....</b>	<b>46</b>
<b>1. Finanziamento agrario nel Perù.....</b>	<b>46</b>
<b>2. Domanda di finanziamenti.....</b>	<b>47</b>
<b>3. Verso un'offerta finanziaria specializzata nel Biocommercio.....</b>	<b>53</b>
<b>3.1. Disponibilità di Fondi nel Sistema Finanziario.....</b>	<b>60</b>
<b>3.2. Attuale offerta finanziaria per il settore della piccola e micro impresa.....</b>	<b>63</b>
<b>3.3. Fondo per lo sviluppo del Biocommercio nel Perù.....</b>	<b>66</b>
<b>CONCLUSIONI.....</b>	<b>68</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>77</b>

## INTRODUZIONE

L'intento di questo lavoro è approfondire la tematica del Biocommercio in Perù, il suo funzionamento e le sue limitazioni con particolare attenzione alle alternative di finanziamento disponibili nel paese andino.

L'interesse nasce dalla particolarità di un modo innovativo di commerciare che considera non unicamente la sostenibilità economica ma anche quella sociale e ambientale; come alternativa all'esportazione massiva che minaccia la grande varietà di risorse biologiche e non risolve, a mio parere, il più grande problema delle società latinoamericane che porta ad altri problemi sociali di difficile eradicazione: lo sfruttamento dei livelli più bassi della catena produttiva e in conseguenza la forte disuguaglianza socio-economica. Considero che il principale fattore che dovrebbe incentivare lo sviluppo del commercio della biodiversità non è la crescita economica come conseguenza dell'aumento delle esportazioni in modo indiscriminato ma la possibilità di ridurre la povertà e promuovere una distribuzione più equa delle risorse.

Il Perù è considerato uno dei paesi con maggiore diversità biologica del mondo e paradossalmente questa si trova nelle regioni più povere. La grande biodiversità è dovuta alla presenza di undici eco-regioni che permettono lo sviluppo di un'ampia varietà di flora e fauna. La situazione in cui si trova il Perù fornisce una grande opportunità per l'esportazione dei prodotti della biodiversità ai mercati esteri in cerca di prodotti sofisticati. La domanda che si pone è: in quale modo è possibile usufruire di un'opportunità di mercato e allo stesso tempo conservare la biodiversità e promuovere l'inclusione sociale? La iniziativa *Biotrade*- che nei prossimi paragrafi chiamerò Biocommercio, è stata creata nella VI Riunione delle Parti (1996) della Convenzione sulla Diversità Biologica<sup>1</sup>- CDB, con l'obiettivo di incentivare nei paesi *megadiversi*,<sup>2</sup> il commercio e l'investimento dei beni e servizi derivati dalla biodiversità sotto i tre pilastri della sostenibilità: economico, sociale

---

1 La Convenzione sulla Diversità Biologica è stata scritta nel 1992 e ha carattere di mandato per i paesi che hanno firmato (tra i quali si trova il Perù).

2 I paesi megadiversi sono un gruppo di paesi che detengono la maggioranza delle specie viventi e sono pertanto considerati come i più ricchi di biodiversità del pianeta. Il *Centro di monitoraggio per la Conservazione della Natura* (UNEP-WCMC), un'agenzia delle Nazioni Unite, ha individuato 17 paesi megadiversi e la maggior parte si trovano nelle aree tropicali. Uno di questi è il Perù.

e ambientale. Con questo fine, sono stati sviluppati dei programmi nazionali di promozione del Biocommercio con l'obiettivo di offrire il supporto tecnico e il contesto istituzionale necessario per promuovere il Biocommercio nei paesi considerati. Con questo proposito, nel Perù nel 2003 è stato creato il Programma Nazionale di Promozione del Biocommercio - PNPB.

La ratificazione della Convenzione della Diversità Biologica ha permesso che i paesi *megadiversi* si compromettano a stabilire strategie nazionali per promuovere l'uso sostenibile della diversità biologica, incoraggiando la giusta e l'equa distribuzione dei benefici generati dal suo commercio. L'elemento differenziatore di questa iniziativa è l'enfasi sulla conservazione delle risorse della biodiversità nativa giacché in molti casi si trovano in situazioni vulnerabili a causa della forte domanda nei mercati internazionali, generando lo spiazzamento delle specie. Il Biocommercio si definisce così come l'insieme di attività di produzione, raccolta, trasformazione e commercializzazione di beni e servizi derivati dalla biodiversità nativa, sotto i criteri della sostenibilità ambientale, sociale ed economica.<sup>3</sup>

In questo modo, il sistema di Biocommercio cerca di creare una nuova cultura imprenditoriale e finanziaria che trovi nella conservazione della biodiversità e nella produzione equa e sostenibile delle opportunità di investimento.

L'obiettivo del presente lavoro è analizzare un modello di produzione che rappresenta una opzione di sviluppo e di crescita economica che rispetta l'ambiente, le persone e che usufruisce di una caratteristica unica e privilegiata del Perù: il possedere una ampia diversità biologica che possa essere esportata verso nicchie di mercato con una retribuzione molto alta.

Per quanto riguarda il primo capitolo si farà un'analisi generale della definizione e le caratteristiche del modello; così come il suo origine e i Principi e i Criteri proposti dall'UNCTAD nella sua creazione; e gli approcci metodologici che si devono seguire per la sua realizzazione.

Posteriormente, nel secondo capitolo, si approfondirà sull'importanza di questo modello per la situazione in cui si trova il Perù, analizzando lo studio di Alan Fairlie Reinoso (2010), si

---

3 UNCTAD (2004).

dimostrerà che i vantaggi sono significativi in quanto, da un lato, si tratta di un mercato dinamico e in crescita che rappresenta un'opportunità per gli investimenti e, dall'altro, per gli effetti che questo modello ha sulla diminuzione della povertà. Nello stesso modo, si farà un elenco delle iniziative e i progetti di natura internazionale e nazionale, nati per sostenere e promuovere la produzione e il commercio della biodiversità nativa rispettando gli obblighi della sostenibilità. Inoltre si farà un'analisi generale delle caratteristiche del paese andino che motivano la utilizzazione del modello del Biocommercio; così come i settori del commercio della biodiversità (prodotti di uso industriale, alimenti, piante medicinali e cosmetici). Si cercherà di analizzare l'ottica di cambiamento a livello globale per quanto riguarda le tendenze di consumo e produzione, a partire dallo studio realizzato dall'Università Antonio Ruiz de Montoya (2013). Successivamente si illustrerà, in base a uno studio del Ministero del Ambiente del Perù (2013), la normativa nazionale peruviana che, anche se non ha un regime giuridico specifico di regolazione per quanto riguarda il Biocommercio, ha un insieme di norme compatibili con il modello. L'ultimo paragrafo di questo capitolo riguarderà lo studio realizzato da Alan Fairlie Reinoso (2010) sui limiti di carattere esterno e interno. La particolarità del suo studio ricade nel capire l'importanza degli ostacoli interni.

Il terzo e ultimo capitolo riguarda il finanziamento nel settore del Biocommercio. Si esporrà la sintesi della presentazione realizzata dal Ministero di Agricoltura del Perù (2014) e della consulenza richiesta dal progetto *PeruBiodiverso* (2010). Si inizierà con le caratteristiche del settore agrario e il suo finanziamento; per poi spiegare le caratteristiche dei diversi attori che si trovano nella catena produttiva e che richiedono dei finanziamenti necessari per le loro attività. Per quanto riguarda l'offerta dei finanziamenti, dal momento in cui il concetto di Biocommercio non è utilizzato dagli attori coinvolti, non risulta fattibile che ci sia un'offerta finanziaria per soddisfare una domanda che non si riconosce. Per questo motivo si analizzeranno i principali prodotti finanziari offerti nella attualità in Perù per il settore della microimpresa, in particolare modo quella rurale. Si illustreranno le istituzioni di microfinanza nel Perù così come le limitazioni per quanto riguarda il finanziamento e l'assistenza tecnica del Biocommercio. Finalmente si parlerà della possibilità della creazione di un Fondo per lo sviluppo di Biocommercio come alternativa

per coprire le mancanze degli intermediari finanziari, attuando come un'istituzione complementare nel agire degli stessi.

Le conclusioni della ricerca rivelano un fenomeno in piena evoluzione, che sfortunatamente non trova risposte sufficienti né da parte degli attori coinvolti né delle istituzioni pubbliche. Nonostante ci sia una forte attività di promozione e iniziative nazionali e internazionali per il sostegno del nuovo modello, ci sono delle forti mancanze interne che bisogna coprire. Per quanto riguarda l'attività finanziaria bisogna continuare con l'introduzione del nuovo concetto nel normale agire delle istituzioni, cambiando non solo l'ottica imprenditoriale ma anche quella finanziaria, sottolineando i grandi potenziali del Biocommercio per tutti i membri della società. Ciò che non farò è dare delle conclusioni finali, ma limitarmi ad esprimere delle considerazioni e ad analizzare le ricerche realizzate in precedenza che ritengo possano essere utili per un'ulteriore approfondimento di questo fenomeno sia per i membri della società civile che per i *policy maker*. Si tratta di uno strumento riconosciuto e valido a livello internazionale, con il quale si può promuovere in modo simultaneo la sostenibilità economica, sociale e ambientale, in opposizione ad altre attività commerciali convenzionali basate soltanto sullo sfruttamento indiscriminato delle risorse naturali rinnovabili e non rinnovabili causando forti danni ambientali e accentuando le disuguaglianze socio-economiche. In questa prospettiva i piccoli imprenditori sono i protagonisti del fenomeno e, in quanto tali, devono essere presi in considerazione sul modo in cui le politiche si dovrebbero indirizzare e non soltanto essere visti come contribuenti, in modo marginale, al PIL peruviano. Propongo così una prospettiva che non consideri la biodiversità, la finanza rurale e i piccoli agricoltori soltanto come risorse da sfruttare, ma come elementi fondamentali per generare, attraverso un'attività basata sulla gestione sostenibile degli ecosistemi e specie provenienti dalla biodiversità nativa, benefici economici e una distribuzione equa per tutti gli attori coinvolti nella catena di valore del prodotto.

## CAPITOLO I: IL BIOCOMMERCIO

L'impatto dell'attività umana sull'ambiente naturale è cresciuto in modo esponenziale. Sembra ormai evidente che l'uso e l'inquinamento irreversibile delle risorse naturali non è possibile nel lungo periodo. Ciononostante, prendersi cura dell'ambiente naturale non può comportare la diminuzione delle attività economiche poiché grazie a queste si riesce ad ottenere le risorse necessarie per sopravvivere. Seguendo questa linea, anche la crescita economica è un requisito indispensabile per lo sviluppo umano, crescita che, in tanti paesi del sud del mondo, è ripartita in modo non equo tra i diversi settori della società. Per questi motivi, la crescita economica non solo deve sorvegliare l'utilizzo delle risorse naturali ma anche la redistribuzione della ricchezza all'interno di uno stesso paese.<sup>4</sup>

### 1. Definizione e Criteri

All'interno di questo scenario mondiale di preoccupazione per la povertà e per l'ambiente naturale, sorge un nuovo concetto che propone degli standard e dei principi nel rispetto della sostenibilità economica, ambientale e sociale. Il Biocommercio o Commercio Sostenibile della Biodiversità è un modello di commercio che tiene conto dei tre pilastri fondamentali della sostenibilità (i quali chiamerò “i Criteri”): il profitto economico, la conservazione della biodiversità e l'inclusione sociale.<sup>5</sup>

La definizione proposta nella Conferenza delle Nazioni Unite per il Commercio e lo Sviluppo (UNCTAD 1996), sostiene che “il termine Biocommercio si riferisce alle attività di raccolta, produzione, trasformazione e commercializzazione di beni e servizi derivati dalla biodiversità nativa che coinvolgono le pratiche di conservazione e uso sostenibile, e sono generati con i Criteri di sostenibilità ambientale, sociale ed economica”.<sup>6</sup> La sostenibilità ambientale fa riferimento alla utilizzazione della diversità biologica in modo amichevole con l'ambiente, permettendo la conservazione della biodiversità e l'efficacia del ecosistema. La sostenibilità economica riguarda il fatto che questi prodotti hanno una

---

4 CAF, GEF, PNUMA (2005), *Biocomercio en la subregión andina: oportunidades para el desarrollo*. Lima: CAF, p.8.

5 Sanchez Abad (2007), *Estrategia Nacional de Biocomercio*, Lima: CONAM, p. 4.

6 Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, p.15.



grande potenzialità di essere commercializzati ed esportati per cui contribuirebbero in modo notevole alla crescita economica. Infine, la sostenibilità sociale riguarda il collegamento tra la catena produttiva e le comunità native, per cui l'attività produttiva è in grado di generare un importante impatto sociale (sviluppo comunitario e contadino).

Il Biocommercio è, infatti, un sistema in cui gli agenti economici che usufruiscono delle risorse naturali lo fanno con un approccio sostenibile della biodiversità. Distribuiscono equamente i benefici derivati dall'uso della biodiversità; appoggiano la sostenibilità socio-economica (gestione, produzione e mercati); rispettano la legislazione nazionale e internazionale, gli accordi internazionali, i diritti degli attori coinvolti, l'uso e l'accesso alle risorse naturali e ai conoscimenti tradizionali.<sup>7</sup>

## **2. Principi e origini**

In un contesto in cui la preoccupazione per i problemi ambientali, per la crescita demografica e per la povertà in molte regioni del mondo è alta, nel 1987 la Commissione Mondiale sull'Ambiente e lo Sviluppo delle Nazioni Unite, chiede ai paesi firmatari di abbracciare un modello di crescita economica basata non solo nel uso responsabile delle risorse naturali, ma anche sul benessere delle persone. In questo modo, si sviluppa il concetto di Sviluppo Sostenibile, definito come *la soddisfazione delle necessità delle generazioni presenti senza compromettere le necessità delle generazioni future* (UN 1987). Successivamente, nel 1992, durante la Riunione sulla Terra tenutasi a Rio di Janeiro, fu approvata la Convenzione sulla Diversità Biologica (CDB), i cui obiettivi sono la preservazione della diversità biologica, l'uso sostenibile delle sue componenti, e la distribuzione equa e corretta dei benefici. L'articolo 10 di questo documento segnala che ogni controparte “fomenterà la cooperazione tra il governo e il settore privato e l'elaborazione di metodi per l'utilizzo sostenibile delle risorse biologiche”.<sup>8</sup> E' così come nel 1996 l'UNCTAD nella VI Riunione delle Parti, attraverso la sua iniziativa *Biotrade*, si propone di incoraggiare nei paesi in via di sviluppo il commercio e l'investimento nei prodotti e nei servizi derivati dalla biodiversità, promuovendo in questo modo lo sviluppo

---

<sup>7</sup> UNCTAD (2010), *Biotrade Potential For Growth and sustainability*, Ginevra: UNCTAD, p.6.

<sup>8</sup> Il Perù, con la legge n°26181, ratificò la Convenzione il 12 Maggio del 1993.

sostenibile.<sup>9</sup>

L'UNCTAD ha adottato sette principi per l'implementazione del Biocommercio (i quali chiamerò “i Principi”). Questi permettono d'orientare le iniziative e di garantire il rispetto agli obiettivi sociali, ambientali ed economici stabiliti dall'*Iniziativa Biotrade* (i Criteri).<sup>10</sup>

- Principio 1 Conservazione della biodiversità: incentivare le organizzazioni a contribuire al mantenimento e a rendersi garante del rispetto della diversità biologica in tutte le sue forme (specie, ecosistemi, ecc). L'obiettivo è di cercare di raggiungere il primo obiettivo della Convenzione Mondiale sulla Diversità Biologica.
- Principio 2 Uso sostenibile della biodiversità: incoraggiare i sistemi di produzione a cercare la sostenibilità della risorsa sfruttata. Questo principio fa riferimento al secondo obiettivo della Convenzione sulla Diversità Biologica.
- Principio 3 Distribuzione giusta ed equa dei benefici derivati dal uso della biodiversità: favorire l'accesso e la distribuzione dei benefici delle risorse della biodiversità attraverso un consenso previo tra gli agenti economici coinvolti. L'obiettivo primo è quello di raggiungere un'equa distribuzione dei benefici del processo produttivo tra i produttori, intermediari e commercianti delle catene di valore. I termini di questo consenso sono accordati tra gli agenti economici coinvolti. Questo principio supporta il terzo obiettivo della Convenzione sulla diversità Biologica.
- Principio 4 Sostenibilità socio-economica (di gestione, produttiva, finanziaria e di mercato): far sì che la competitività nell'ambito del commercio dia come risultato che i prodotti generati in modo sostenibile riescano a posizionarsi nei mercati specifici e a mantenersi. La speranza è che possano generare i benefici aspettati.
- Principio 5 Rispetto della legislazione nazionale e internazionale: legittimare le organizzazioni e l'accesso dei loro prodotti ai mercati.
- Principio 6 Rispetto dei diritti degli attori coinvolti nel Biocommercio: favorire la nascita di capitale sociale. Quest'obbiettivo è uno dei pilastri dello sviluppo sostenibile.
- Principio 7 Chiarezza sulla proprietà della terra, l'uso e l'accesso alle risorse naturali e alle conoscenze: stabilire una equa distribuzione dei diritti è fondamentale per una gestione

---

9 Università Antonio Ruiz De Montoya (2013), *Biocomercio: Modelo de Negocio Sostenible*. Lima: Universidad Antonio Ruiz de Montoya, mimeo, p.26.

10 [www.biotrade.org](http://www.biotrade.org)

responsabile dell'organizzazione. In questo modo diventa possibile l'investimento a lungo periodo e l'implementazione delle misure riguardanti la sostenibilità ambientale. Allo stesso tempo, la chiarezza dell'informazione permette di stabilire le responsabilità di ogni attore riguardo l'uso responsabile o meno delle risorse.<sup>11</sup>

É importante segnalare che questi principi sono il risultato degli obiettivi di diversi accordi multilaterali sulla conservazione, commercio e sviluppo sostenibile, tali come la Convenzione sulla Diversità Biologica (1992), la Convenzione sul Commercio Internazionale di Specie Minacciate della Flora e della Fauna (1975), la Convenzione contro la Deforestazione (1994), la Conferenza di Ramsar sulle Zone Umide (1975). Inoltre, i sette Principi concordano con gli obiettivi della Commissione dello Sviluppo Sostenibile e con gli Obiettivi del Millennio.<sup>12</sup>

Il termine di Biocommercio non vuole creare costi ulteriori nelle attività produttive. Secondo il Biocommercio, infatti, la mentalità imprenditoriale deve essere capace di generare imprese efficienti, profittevoli, dinamiche e competitive, però con responsabilità sociale e ambientale, in modo che il processo produttivo abbia un impatto positivo nella società e che le risorse usate siano disponibili per le future generazioni.

Molti paesi con abbondanti risorse naturali hanno sofferto il cosiddetto “paradosso della abbondanza”: paesi con molte risorse naturali hanno una minore crescita economica, sociale e ambientale rispetto a coloro che ne hanno di meno. Questa situazione sarebbe dovuta al fatto che i paesi con alta biodiversità non percepiscono il valore totale delle sue risorse naturali e inoltre non hanno cura del modo in cui utilizzano le proprie risorse.<sup>13</sup>

### **3. Approcci metodologici**

L'applicazione dei Principi e i Criteri del Biocommercio è soggetta all'applicazione di tre approcci: l'approccio della catena di valore, l'approccio della gestione adattativa e

---

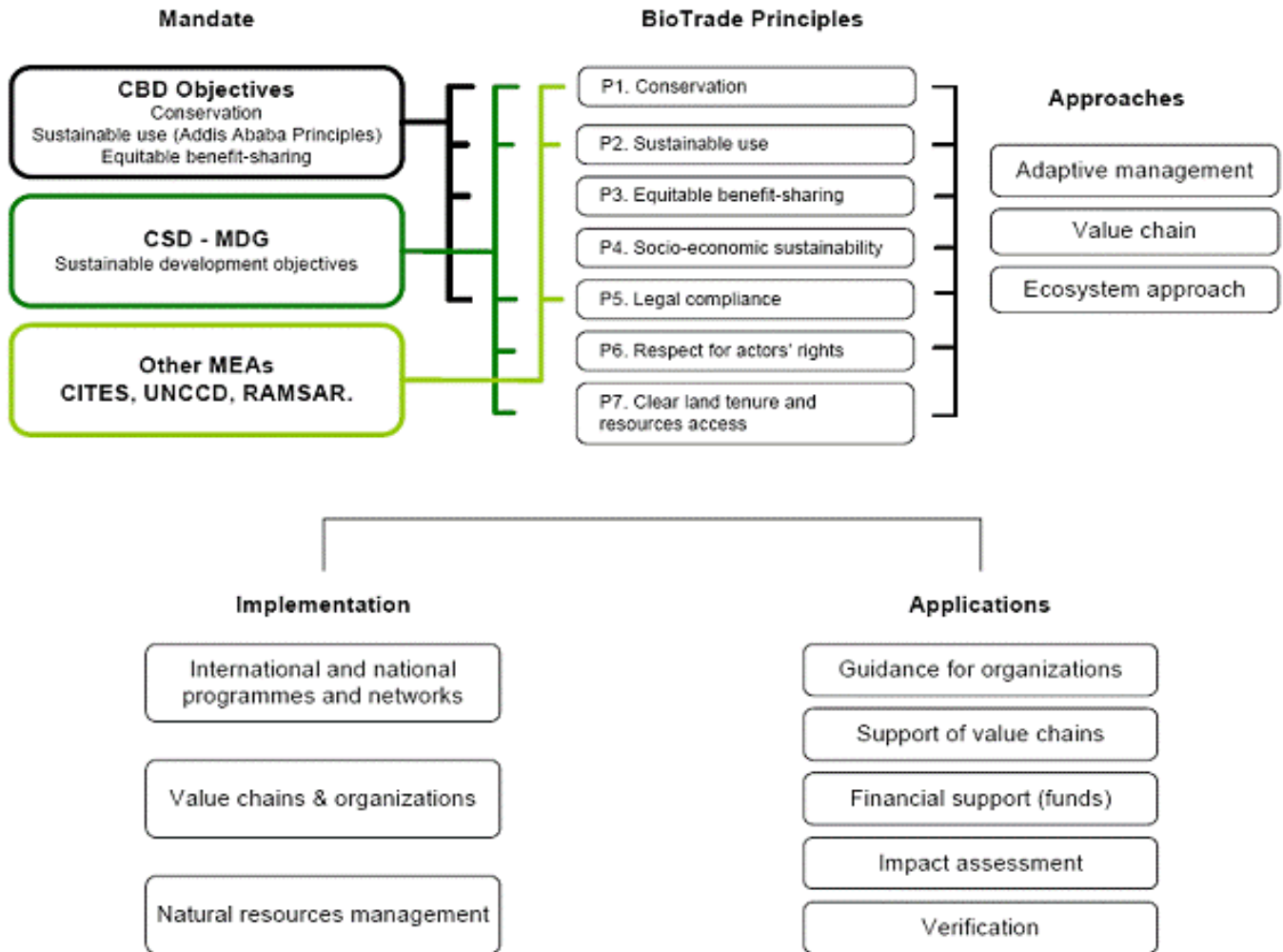
11 UNCTAD (2007), *Iniciativa BioTrade Principios y Criterios de Biocomercio*. New York e Ginevra: UNCTAD, pp.6-14.

12 Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, p.19.

13 Stiglitz (2008) “Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress”, New York: Columbia University.

l'approccio eco-sistemico.

**Grafico 1: Principi e approcci metodologici del Biocommercio**



Fonte: UNCTAD.

Una catena di valore è una sequenza dei processi produttivi (funzioni) dalla produzione e raccolta alla sua commercializzazione e consumo finale. Si basa su un accordo istituzionale che collega e coordina l'attività di produttori, intermediari, processatori, commercianti e distributori di un determinato prodotto. É inoltre un sistema di conoscenze che combina

informazione, tecnologia e abilità per coordinare produzione e commercializzazione.<sup>14</sup> Le catene di valori s'integrano verticalmente tra le aziende e le organizzazioni che hanno diversi ruoli nel processo produttivo.<sup>15 16</sup>

L'approccio della catena di valore è inseparabile nell'analisi del Biocommercio dovuto al fatto che tra i Principi e Criteri del Biocommercio e gli approcci metodologici esiste un'interdipendenza e una forte correlazione. In un'analisi delle catene di valore si devono considerare i seguenti fattori che nascono dai Principi e dai Criteri del Biocommercio: la distribuzione giusta ed equa nella catena di valore, la distribuzione di potere nella catena, l'efficacia nella catena e la conoscenza e il rispetto delle norme fiscali e lavorative.<sup>17</sup>

Nella agricoltura, la catena di valore è composta dai produttori rurali, le associazioni di produttori, i raccoglitori, gli intermediari, i distributori, le imprese attive nel settore primario e le imprese esportatrici o processori secondari. I produttori rurali costituiscono il primo elemento della catena, attraverso le attività agricole e di raccolta. Gli agricoltori individuali riescono soltanto a produrre piccole quantità, mentre le associazioni permettono di lavorare in forma coordinata, dando la possibilità di negoziazione a favore di prezzi migliori per i produttori. Queste associazioni permettono inoltre di canalizzare l'assistenza tecnica e di condividere le competenze<sup>18</sup> e le nuove forme di produzione. L'associazionismo implica un alto livello di compromesso tra i membri, l'adempimento degli accordi e un atteggiamento responsabile da parte di tutti i membri. I raccoglitori all'ingrosso sono un altro elemento della catena: sono coloro che comprano agli agricoltori e inviano i prodotti alle città intermedie dove i prodotti vengono trattati. Generalmente lavorano nell'informalità e sono i responsabili del mancato guadagno dei produttori in quanto cercano di comprare i prodotti al prezzo più basso possibile per poi venderli a un prezzo maggiore in modo da guadagnare di più. Questa situazione si potrebbe evitare se esistesse

---

14 GTZ (2009), *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor*, Lima: GTZ, p.19.

15 Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, p.101.

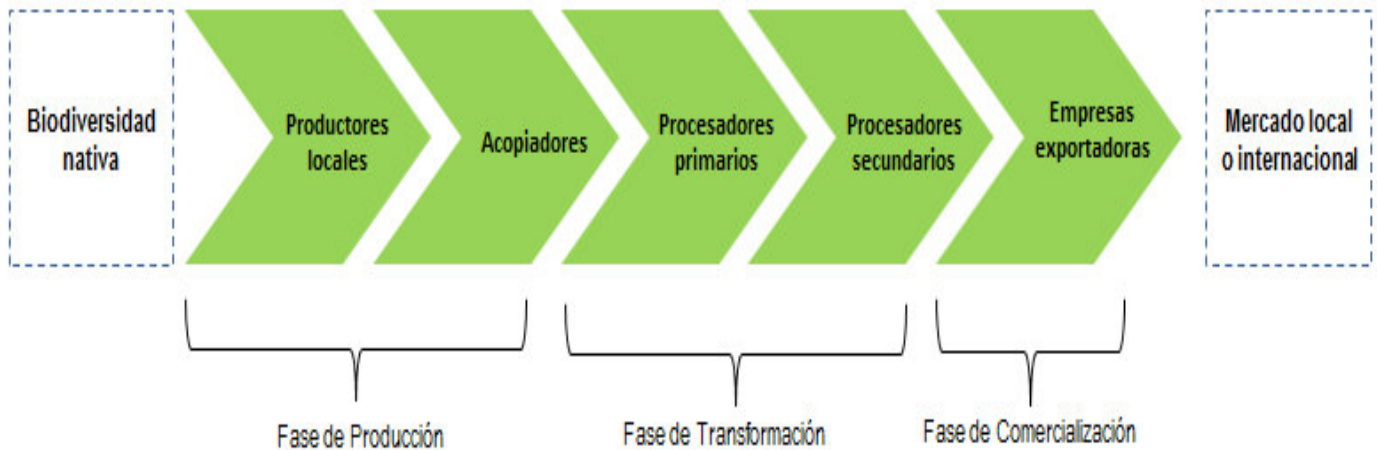
16 Le catene produttive e le catene di valore sono concetti molto simili ma con importanti differenze: Il termine "catene di valore" è più adeguato per quanto riguarda la pluralità degli attori coinvolti, le loro relazioni, le loro necessità di miglioramento e i compromessi contrattuali tra di loro.

17 GTZ (2009), *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor*, Lima: GTZ, p.20.

18 Si identificano le conoscenze e le abilità operative necessarie per svolgere una determinata attività lavorativa.

una maggiore cooperazione tra i produttori. Se così fosse essi potrebbero raccogliere loro stessi i propri prodotti evitando di rivolgersi a un intermediario. In questo modo potrebbero vendere i propri prodotti a migliori condizioni e prezzi. Verso la fine della catena si trovano le imprese del settore primario, che operano nella formalità e il loro compito è quello di processare, utilizzando delle tecnologie molto avanzate, la materia prima. Infine, le imprese esportatrici o secondarie sono quelle che si occupano di commercializzare il prodotto.

**Grafico 2: Struttura della catena di valore del Biocommercio**



Fonte: Università Antonio Ruiz de Montoya.

L'approccio di gestione adattativa<sup>19</sup> si basa sull'esperimento, inseguimento, aggiustamento e azione. Si devono quindi identificare gli impatti sulle specie e ecosistemi, e incentivare il miglioramento continuo dell'attività produttiva delle organizzazioni private.<sup>20</sup> La gestione adattativa consente, in questo modo, di agire sui problemi a partire dal monitoraggio continuo. Nel caso delle risorse biologiche, la gestione adattativa riguarda il monitoraggio e

<sup>19</sup> UN (2004), *Principios y directrices de Addis Abeba para la utilización sostenible de la diversidad biológica*. Montreal: Segreteria del Covenio sulla Diversità Biologica.

<sup>20</sup> UNCTAD (2007), *Iniciativa BioTrade Principios y Criterios de Biocomercio*. New York e Ginevra: UNCTAD, p.2.

la valutazione delle conseguenze (ambientali, sociali ed economiche)<sup>21</sup> del uso delle risorse biologiche sulle popolazioni e gli ecosistemi. Nel caso del Biocommercio, questo approccio è fondamentale in quanto è uno strumento che contribuisce allo sviluppo e al miglioramento delle iniziative imprenditoriali.<sup>22</sup>

L'approccio eco-sistemico riguarda la visione integrata tra aspetti ecologici e sociali considerando l'interazione tra gli elementi che sono coinvolti nel processo produttivo. La pianificazione dei processi produttivi relazionati con il Biocommercio devono svilupparsi in linea con l'approccio eco-sistemico e con l'obiettivo di soddisfare le responsabilità sociali e ambientali. L'approccio si applica nei diversi processi dalla pianificazione, la selezione delle tecnologie e l'organizzazione degli attori. Le decisioni e azioni devono tenere conto dei possibili impatti generati sulle specie, gli habitat, gli ecosistemi e le comunità locali<sup>23</sup>. L'approccio eco-sistemico per le iniziative di Biocommercio è importante giacché l'applicazione dei Criteri e i Principi da parte delle iniziative imprenditoriali ha bisogno di una visione integrata di tutte le componenti del processo produttivo (abiotiche e biotiche) e del loro interagire.<sup>24</sup>

---

21 [Http://www.biodiv.org/programmes/corss-cutting/ecosystem/description.asp](http://www.biodiv.org/programmes/corss-cutting/ecosystem/description.asp) .

22 Sanchez Abad (2007) ,*Strategia Nazionale di Biocommercio*, Lima: CONAM, p.10.

23 UNCTAD (2007), *Iniciativa BioTrade Principios y Criterios de Biocomercio*. New York e Ginevra: UNCTAD, p.3.

24 Sanchez Abad (2007), *Strategia Nazionale di Biocommercio*, Lima: CONAM, p.11.

**Tabella 1: Differenze tra il Biocommercio, la buona prassi corporativa, la certificazione ambientale e i timbri ecologici**

	<b>Biocommercio</b>	<b>Buona prassi corporativa</b>	<b>Certificazione ambientale</b>	<b>Timbri ecologici</b>
Attività	Accesso, sfruttamento, commercio di componenti della biodiversità	Attività che riguardano un'impresa	Accesso, sfruttamento, commercio di componenti della biodiversità	Tutte le attività
Ambito	Tutta la catena produttiva nelle sue diverse fasi	Certe funzioni o attività delle aziende o diverse istituzioni	Procedimenti di raccolta, coltivo, produzione o caccia.	Categorie predeterminate di prodotti o la totalità del processo di produzione del bene.
Condizioni	Soddisfazione dei Principi e Criteri del Biocommercio (UNCTAD)	Soddisfazione dei principi di responsabilità, trasparenza, integrità, ecc. con gli stakeholders e gli azionisti.	Soddisfazione di standard ISO, Forest Stewardship Council, ecc.	Soddisfazione del consumatore sulla qualità ambientale di un prodotto in confronto a un altro della stessa categoria.
Attori	Produttori, raccoglitori, commercianti, distributori, esportatori.	Società pubbliche e private.	Società pubbliche e private.	Società pubbliche e private
Vantaggi o incentivi	Commercio dei prodotti nativi che si relazionano con la conservazione della biodiversità. Distribuzione giusta ed equa dei benefici. Miglioramento dell'immagine istituzionale.	Miglioramento dell'azienda in termini di efficienza, impiego, benessere sociale, infrastruttura, bei e servizi.	Miglioramento dell'immagine e il vantaggio competitivo. Riduzione della spesa dell'energia elettrica, acqua e materie prime.	Attrazione dell'investimento e delle fonti di finanziamento. Raggiungere processi più efficienti, minore uso di materiali ed energia, riduzione dei residui.

Fonte: Rapporto presentato dal Ministero dell'Ambiente del Peru' 2013.



## CAPITOLO II: IL BIOCOMMERCIO IN PERU'

Nel contesto dell'iniziativa per la promozione del Biocommercio *Biotrade* dell'UNCTAD, il Perù ha sviluppato il *Programma Nazionale di Promozione del Biocommercio in Perù* (PNPB). Questo programma è stato approvato ufficialmente dal *Comitè Nazionale dell'Ambiente* (CONAM) nel 2004 e creato con l'appoggio dell'*Agenzia Nazionale di Promozione delle Esportazioni* (PROMPEX); i quali hanno riunito diverse istituzioni pubbliche e private che hanno inseguito formato il gruppo tecnico denominato *Consiglio Biocommercio Perù* (2005). Dopo di essere ufficialmente riconosciuto<sup>25</sup> il *Comitè* crea nel 2010 la *Commissione Nazionale di Promozione del Commercio* (CNPB), organo multi settoriale del PNPB. I principali obiettivi di questa commissione sono la promozione di politiche, di strategie e di linee d'azione per il *Programma Nazionale della Promozione del Biocommercio* (PNPB), ma anche rappresentare uno spazio per la coordinazione intersettoriale, fornendo in questo modo supporto politico e tecnico.<sup>26</sup>

Il PNPB stabilisce le linee strategiche che devono essere considerate per i progetti o le istituzioni che promuovono il Biocommercio in Perù.<sup>27</sup> Il Programma ha come obiettivo quello di far sì che “nel 2021 il Perù sia un paese che, in base al suo capitale naturale, culturale e sociale, otterrà per la sua popolazione i maggiori benefici, promuovendo e conservando in modo sostenibile la sua diversità biologica, generando un'offerta competitiva di beni e servizi, con sistemi produttivi redditizi e relazioni sociali ed economiche eque”. La sua missione è “promuovere le azioni tra le organizzazioni nazionali e internazionali, così come tra le istituzioni pubbliche e private, in modo da incentivare la capacità locale di generare beni e servizi con valore aggregato proveniente dalla diversità biologica”.<sup>28</sup>

Nel tentativo di definire il termine Biocommercio dovutamente contestualizzato e adeguato

---

25 Mediante la risoluzione presidenziale N°71-2001-CONAM-PCD.

26 Ingar (2013), “Programa Nacional de Promocion del Biocomercio”, Lima: PROMPERU, presentazione.

27 Nel 2012, la PNPB ha aggiornato le sue linee strategiche che dovevano essere considerate per i progetti e le istituzioni dedicate alla promozione del Biocommercio, questi sono : politiche e strategie per la promozione delle catene di valore; assistenza tecnica e cooperazione; promozione delle inversioni e accesso alle risorse finanziarie; promozione commerciale e acceso ai mercati; ricerca, sviluppo e innovazione; e politiche, strategie e gestione dell'organizzazione.

28 Ingar (2013), “Programa Nacional de Promocion del Biocomercio”, Lima: PROMPERU, presentazione.

alla realtà peruviana, il CONAM stabilisce che il Biocommercio è “tutte le attività che attraverso l'uso sostenibile delle risorse native della diversità biologica, promuovono l'inversione e il commercio in linea con gli obiettivi della Convenzione sulla Diversità Biologica; appoggiando, in questo modo, lo sviluppo dell'attività economica nell'ambito locale, mediante alleanze strategiche e la generazione de valore aggregato dei prodotti della diversità biologica, in modo che diventino competitivi per il mercato nazionale e internazionale, con i Criteri di equità sociale e redditività economica”<sup>29</sup>

### **1. Importanza del Biocommercio in Perù**

Alan Fairlie Reinoso nel suo libro *Biocomercio en el Perú: Experiencias y propuestas*, sostiene che la necessità di utilizzare la biodiversità come una soluzione alla povertà si può convertire in una scelta politica dei paesi in via di sviluppo. Secondo l'autore esistono due motivi per cui il commercio dei prodotti e servizi della biodiversità sono importanti:

Il primo è che il Biocommercio rappresenta un mercato dinamico e in crescita. Sembra evidente che qualsiasi iniziativa economica che voglia far beneficiare i più poveri e avere cura dell'ambiente naturale, deve essere redditizia, altrimenti sarebbe inefficiente e soprattutto non sostenibile. La produzione di beni e servizi della biodiversità è redditizia. Nelle ultime decadi, infatti, la domanda è aumentata insieme alla volontà da parte dei consumatori a pagare questo tipo di prodotti. Tutta questa crescente domanda internazionale ha un effetto sull'esportazione dei paesi in via di sviluppo con maggiori dotazioni di specie della biodiversità come per esempio l'America Latina, l'Africa e l'Asia. In Perù l'esportazione di questo tipo di prodotti sono passate da 37,7 milioni di dollari nel 2001 a 87,1 milioni di dollari nel 2007 con una crescita del 131% e infine a 125 milioni di dollari nel 2011.<sup>30</sup>

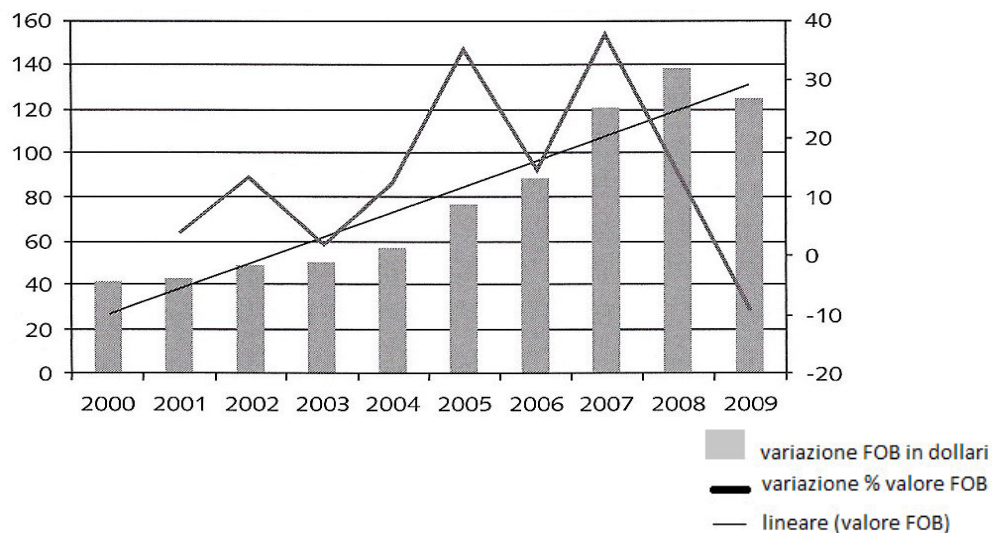
---

29 CONAM (2001), *Perù: Estrategia nacional sobre diversidad biológica*, Lima: CONAM, p.101.

30 Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*, Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, p.6.

### Grafico 3: Esportazioni del campione selezionato dei prodotti della biodiversità del Perù 2000-2009

milioni



Fonte: Fairlie Reinoso 2010.

L'aumento delle esportazioni di nuovi prodotti della biodiversità è conseguenza del cambiamento etico chiamato “la nuova etica del consumo”, che si traduce nel aumento della domanda di prodotti con caratteristiche naturali, organiche o solidarie, principalmente nei paesi del nord del mondo. Ciononostante, la decisione di consumo presenta un problema di informazione in quanto la maggior parte dei prodotti non hanno l'informazione necessaria sul suo origine e qualità<sup>31</sup>.

Il secondo motivo che dimostra l'importanza del Biocommercio è il suo impatto sulla diminuzione della povertà e la decentralizzazione. Esiste il paradosso per cui le aree più ricche di biodiversità si trovano in zone di povertà estrema. In Perù ad esempio, i prodotti più importanti della biodiversità si trovano nelle regioni con indici di povertà più alti come Ucayali, Pasco, Junin, Apurimac e Ayacuho.

<sup>31</sup> Cortina, A. (2002), *Por una ética del consumo*. Madrid: Tauru.

**Tabella 2: Regioni peruviane con i maggiori indici di povertà e risorse della biodiversità**

<b>Regione</b>	<b>% di Povertà</b>	<b>Principali prodotti della biodiversità</b>
Huancavelica	85,7	<i>Kiwicha, lucuma, quinua, ratania, tara, alpaca, llama</i>
Apurimac	69,5	<i>Pasuchaca, ratania, sauco, tara, yacon, alpaca, llama</i>
Ayacucho	68,3	<i>Aguaymanto, hercampuri, kiwicha, lucuma, molle, ratania, tara, alpaca, llama, vicuña</i>
Puno	67,2	<i>Hercampuri, muña, quinua, ratania, sangre de drago, yacon, alpaca, llama, guanaco</i>
Huanuco	64,9C	<i>Chancapiedra, chuchuhuasi, molle, muña, ratania, sanchainchi, sangre de grado, sauco, tara, yacon, caoba, tornillo</i>
Cajamarca	64,5	<i>Aguaymanto, chirimolla, hercampuri, kiwicha, lucuma, maiz morado, moye, muña, pasuchaca, ratania, tara, yacon</i>
Pasco	63,4	<i>Hercampuri, huito, maca, moye, sachainchi, sangre de grado, yacon, llama, alpaca, caoba, tornillo</i>
Cusco	57,4	<i>Aguaymanto, hercampuri, kiwicha, maiz gigante del cuzco, molle, muña, quinua, ratania, sachainchi, sangre de grado, sauco, yacon, llama, alpaca, guanaco, vicuña</i>
Amazonas	55	<i>Chanchapiedra, huito, muña, ratania, sangre de grado, yacon, caoba, tornillo</i>
Loreto	54,6	<i>Camu camu, chancapiedra, chuchuwasi, huito, sachainchi, sangre de grado, pesci ornamentali, paiche, majas, sajino, caoba, tornillo</i>
Piura	45	<i>Algarrobo, muña, tara</i>
Ucayali	45	<i>Camu camu, chancapiedra, chuchuwasi, huito, sachainchi, sangre de grado, pesci ornamentali, maiche, maja, sajino, caoba, tornillo</i>
San Martin	44,5	<i>Camu camu, chancapiedra, chuchuwasi, huito, sachainchi, sangre de grado, yacon, pesci ornamentali, paiche, maja, sajino, caoba, tornillo</i>
Junin	43	<i>Chirimolla, huito, kiwicha, maca, molle, muña, pasuchaca, quinua, ratania, sachainchi, sauco, tara</i>
Ancash	42,3	<i>Aguaymanto, kiwicha, molle, pasuchaca, sauco, tara</i>
Lambayeque	40,6	<i>Algarrobo, tara</i>

La Libertad	37,3	<i>Lucuma, molle, muña, tara</i>
Moquegua	25,8	<i>Molle, tara</i>
Arequipa	23,8	<i>Kiwicha, lucuma, maiz morada, molle, muña, quinua, ratania, tara</i>
Tacna	20,4	<i>Molle, tara</i>
Lima	19,4	<i>Chirimoya, lucuma, maiz morado, molle, muña, sauco, tara</i>
Tumbes	18,1	<i>camarones</i>
Madre de Dios	15,6	<i>Castañas, chuchuwasi, huito, sachainchi, sangre de grado</i>
Ica	15,1	<i>Molle, tara</i>

Fonte: Fairlie Reinoso 2010.

Nello stesso modo, i principali servizi della biodiversità si trovano nelle regioni più povere del paese. Il turismo sostenibile, ad esempio, porta dei grandi benefici per le popolazioni che partecipano nell'attività. Così come l'agricoltura, la ganaderia, la raccolta, e tutti le tappe della catena del Biocommercio, richiedono una forte componente di mano d'opera locale.

## 2. Iniziative e progetti

Dal 2003 sono stati disegnati e implementati numerosi progetti e iniziative nazionali e internazionali con il fine di promuovere e d'appoggiare le imprese del Perù basate sulla biodiversità nativa.<sup>32</sup>

Il primo progetto sviluppato nel contesto del *Programma Nazionale per la Promozione del Biocommercio* (PNPB) è stato il progetto *Biotrade Facilitation Programme BTFP* (2003-2007), promosso dall'UNCTAD e dall'*International Trade Center*, con l'appoggio finanziario del governo svizzero. Questo progetto ha avuto come obiettivo primo il potenziamento delle catene di valore. In ogni paese sono state selezionate le catene di valore dei prodotti più importanti. In Perù quelle selezionate sono state di due tipi: quelle che si occupano di ingredienti e di prodotti naturali per l'industria alimentare, cosmetica e

<sup>32</sup> Classificazione data dalla Università Antonio Ruiz de Montoya (2013) in *Biocomercio, Modelo de Negocio Sostenible*, Lima.

farmaceutica, e quelle che si basano sulla pesca tropicale ornamentale e di consumo.<sup>33</sup>

Il secondo progetto è stato il *Gruppo di Lavoro per il Miglioramento delle Capacità in materia di Commercio, Ambiente naturale e Sviluppo* (CBTF), creato dal *Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente naturale* e la *Conferenza delle Nazioni Unite sul Commercio e lo Sviluppo* (UNCTAD). Questo progetto ha come obiettivo, da una parte, la creazione di una struttura normativa e politica, dall'altra, lo sviluppo di esempi pratici e reali in Perù, in Nepal e in Namibia. L'obiettivo è quello di incrementare le conoscenze tecniche nelle discussioni e nelle negoziazioni commerciali che hanno luogo nelle organizzazioni multilaterali. Nel 2009 il Ministero del Commercio e del Turismo del Perù ha firmato un trattato specifico per promuovere il finanziamento per l'esecuzione delle attività programmate dall'iniziativa. Tra le attività programmate si differenziano tre elementi: l'inclusione dei Criteri del Biocommercio nelle politiche nazionali sul commercio, la promozione e le presentazioni sul Biocommercio, e infine la diffusione delle conoscenze di queste tematiche.

Il progetto *Perù biodiverso* (2007-2013) è un'iniziativa appoggiata dalla Segreteria di Stato della Svizzera (SECO) e dalla Cooperazione Tedesca (GIZ). Il progetto ha come obiettivo quello di promuovere la consolidazione delle imprese basate sul commercio di prodotti nativi selezionati.<sup>34</sup> Si focalizza sul potenziamento delle capacità a tutti i livelli della catena, dalla produzione primaria alla commercializzazione. Il progetto inoltre, ha lavorato una struttura normativa e politica a livello nazionale e regionale, cercando di coinvolgere i governi regionali.

Uno dei progetti più importanti è stato il progetto *Biocommercio Andino* (2011-2014), creato simultaneamente in Colombia ed Ecuador. In Perù, il progetto è realizzato da PROMPERU,<sup>35</sup> con il finanziamento del *Global Environmental Facility* (GEF), attraverso il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente naturale (PNUMA) e la Banca per lo Sviluppo dell'America Latina (CAF). Il progetto ha selezionato delle iniziative di

---

33 Ingar (2007), "*Settori e prodotti prioritari nel Biocommercio*", Lima: Promperu, presentazione.

34 Prendendo in considerazione criteri come quelli della domanda e dell'offerta, nella prima fase (2007-2010) si sono selezionate sei catene di valore: il camu camu, la maca, la tara, il sacha inchi, il yacon e l'ecoturismo; mentre nella seconda fase (2010-2013) le catene scelte sono state quelle del cacao nativo, l'algarrobo, il sacha inchi, la tara e le piante medicinali.

35 Organizzazione che promuove il commercio all'estero delle imprese peruviane.

Biocommercio operanti in ambiti diversi in tutti e tre i paesi. Le iniziative che ha appoggiato, attraverso la formazione delle capacità imprenditoriali e la facilitazione nel accesso al credito, sono riuscite ad inserirsi più facilmente nei mercati.

L'ultima iniziativa da descrivere è quella dell'*Unione di Promozione del Biocommercio* (2013-2014) che tenendo conto dei limiti dei progetti passati, cerca di incorporare l'approccio del Biocommercio come politica corporativa, eliminando le barriere amministrative e burocratiche che limitano l'attività imprenditoriale basata sul commercio della biodiversità. Si cerca quindi di incorporare i Criteri del Biocommercio come politica corporativa, di potenziare l'unione corporativa per l'eliminazione delle barriere amministrative e di diversificare i servizi del Biocommercio. L'obiettivo è di aumentare del 50% (di 25 imprese) il numero di imprese che lavorano nel campo settore del Biocommercio in Perù.

Riguardo alla verifica dei Principi e i Criteri del Biocommercio, ogni progetto disegna un proprio standard di verifica. Di conseguenza, finora non esiste un modello unico a livello nazionale. Ciononostante, il progetto *Unione di Promozione del Biocommercio* (2013), sta cercando di inserire un processo di standardizzazione nel marco di verifica.

### **3. Perù: Paese di opportunità**

Grazie alle sue condizioni geografiche, il Perù si caratterizza per avere un'enorme diversità biologica. Il paese, infatti, possiede una varietà molto ampia di ecosistemi. Il Perù conta con 25,000 specie registrate di flora che rappresentano il 10% del totale mondiale, diventando il quinto paese nel mondo con il maggiore numero di specie, e uno dei dodici paesi con maggiore diversità biologica.<sup>36</sup>

Antonio Brack (2004), biologo ed ex ministro dell'Ambiente, ha raccolto alcuni dati importanti sulla biodiversità del Perù.<sup>37</sup>

Queste le sue annotazioni sulla biodiversità in Perù:

- Ospita 84 delle 117 zone di vita del pianeta.

---

<sup>36</sup> MINAM (2010), *Diversidad biológica peruana facilita el conocimiento del sector Biocomercio a un ritmo de 10% anual*, Lima: MINAM.

<sup>37</sup> Brack Egg (2004), *Ecología del Peru*, Lima: Bruño-PNUD.

- Occupa il quinto posto al mondo in specie di mammiferi con 515 specie.
- Occupa l'ottavo posto in specie di piante con fiori con 25,000 specie.
- Conta 14 famiglie linguistiche e almeno 44 etnie distinte, delle quali 42 si trovano nell'Amazzonia.
- È il secondo paese con maggiore copertura forestale in America Latina e il nono al mondo con circa 72 milioni di ettari di copertura forestale e circa 7,1 milioni di ettari deforestati.
- Presenta 63 aree naturali nazionali protette che coprono il 14 per cento della superficie del paese.
- È il primo paese in varietà di patate, di peperoncini, di mais (33 specie), di grani andini, di tubercoli e di radici andine.

Molti dei paesi con abbondanti risorse naturali soffrono quello il cosiddetto “paradosso dell'abbondanza”, per cui paesi con maggiori risorse naturali hanno una capacità economica, ambientale e sociale minore a quelli che possiedono meno risorse. Questa situazione sarebbe dovuta al fatto che paesi con alta biodiversità non percepiscono il valore totale delle proprie risorse naturali e inoltre non si prendono cura del modo in cui utilizzarle.<sup>38</sup>

Analizzando il caso peruviano, le zone più ricche in risorse naturali si trovano nelle aree di povertà estrema, in questo modo, il Biocommercio sorge come una possibilità per la riduzione della povertà attraverso lo sfruttamento sostenibile della biodiversità.

Secondo Juan Carlos Mathew, ex Direttore di *Promperu*,<sup>39</sup> per ogni impresa che esporta prodotti organici secondo i Criteri del Biocommercio, esistono 7,4 imprese che partecipano nella catena e di conseguenza, nei benefici prodotti.<sup>40</sup> Il Biocommercio rappresenta una vera opportunità non solo per migliorare dal punto di vista macroeconomico, ma anche, e principalmente, per migliorare le condizioni di vita dei più poveri. Senza privarli dei loro costumi atavici e conoscenze tradizionali che tante volte sono state abbandonate dalle

---

38 Stiglitz (2008) *Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*, New York: Columbia University.

39 Organizzazione che promuove il commercio internazionale delle imprese peruviane: [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe).

40 Intervista realizzata a Juan Carlos Mathews nella Università del Pacifico il 11/03/2013.



popolazioni più povere a causa della loro migrazione nelle città in cerca dell'uscita dalla povertà.

#### 4. Settori e statistiche di Biocommercio

I prodotti della biodiversità sono stati divisi da Alan Feirlie Reinoso (2010) in due gruppi: le piante native e la fauna nativa. Il primo gruppo rappresenta senza dubbio il principale gruppo dei prodotti esportati, rappresentando più del 90% delle esportazioni della biodiversità negli ultimi anni.<sup>41</sup>

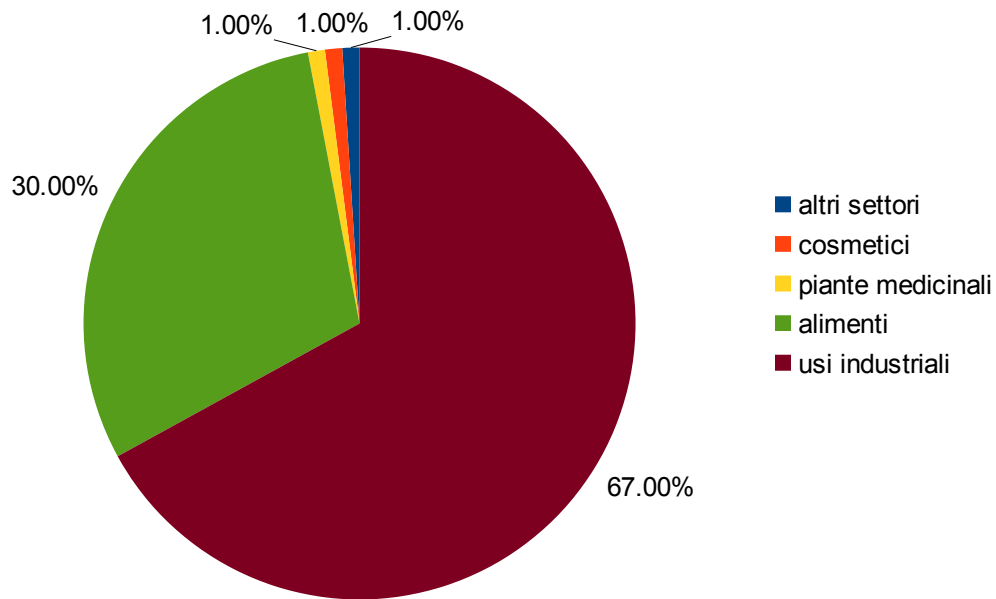
**Tabella 3: Classificazione del mercato dei prodotti naturali**

<b>Tipi</b>	<b>Prodotti Naturali</b>
Prodotti di uso industriale (coloranti naturali, ecc)	<i>Tara, cocciniglia, achiote.</i>
Alimenti	<i>Castagne, quinua, maca, maiz, gigante, kiwicha, maiz morado, camu camu, lúcuma, guanábana, yacón, granadilla, tuna, algarrobo, chirimoya, aguaymanto, caigua, huito, cocona, aguaje, tumbo, saúco.</i>
Piante medicinali	<i>Uña de gato, sangre de grado, molle, chancapiedra, ratania, hercampure, leche de ojé, chuchuhuasi, copaiba, pasuchaca, muña.</i>
Cosmetici	<i>Sacha inchi.</i>

Fonte: Biocommercio Peru – Promperu.

41 Fairlie Reinoso (2010), *Biocommercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*, Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, pp.31-95.

**Grafico 4: Esportazione di piante native (2009)**



Fonte: Elaborazione propria con dati di Prompexstat e Alan Fairlie Reinoso 2010.

Come si può osservare nel grafico, i prodotti di uso commerciale (coloranti naturali, gomme e altri) rappresentano il 67% del totale delle esportazioni; gli alimenti di consumo diretto e gli altri alimenti rappresentano il 30%; i prodotti di uso medicinale il 1%; i prodotti di uso cosmetico rappresentano il 1% ; e le altre piante per usi diversi (*barbasco* e *tawa*) soltanto il 1%.

Il settore dei coloranti naturali, gomme e altri prodotti di uso commerciale rappresentano il principale settore di esportazione di prodotti della biodiversità. La *tara*, la cocciniglia e l'*achiote* sono i tre prodotti compresi nella classificazione e occupano i primi posti nelle esportazioni. La domanda è aumentata notevolmente come conseguenza delle ricerche condotte sui coloranti sintetici utilizzati nell'industria che risultano essere cancerogeni. Inoltre, registrano dei tassi di crescita molto alti. I principali prodotti che si producono in questo sotto-settore sono la *tara* in polvere, la gomma di *tara*, il carminio di cocciniglia e il colorante del *achiote*. I processi di lavorazione danno valore aggregato al prodotto,

aumentando il suo prezzo di mercato. I mercati, a loro volta, sono molto diversificati con esportazioni in Europa, America e Asia.

Riguardo all'offerta, esiste un gruppo di medie e grandi imprese localizzate a Lima in cui si concentra una parte importante della produzione.

**Tabella 4: Principali caratteristiche del settore dei coloranti naturali, delle gomme e altri**

Prodotto	Tasso di crescita	Valore aggiunto	Sviluppo del mercato	Sviluppo delle industrie
<i>tara</i>	21,80%	Alto (polvere di <i>tara</i> , gomma di <i>tara</i> )	diversificato*	concentrato*
cocciniglia	5,40%	Alto (colorante di cocciniglia, carminio)	diversificato*	concentrato*
<i>achiote</i>	18,60%	Medio (colorante di <i>achiote</i> e semine di <i>achiote</i> )	concentrato*	concentrato*

Fonte: Alan Fairlie Reinoso 2010.

\*Concentrato: se 3 o più imprese o paesi di destinazione rappresentano più del 50% del valore FOB totale. \*

Diversificato: se non è così.

La catena di valore è formata da diversi attori: i contadini che si dedicano alla produzione, i soggetti che si dedicano alla raccolta del prodotto e le imprese che processano e commercializzano il prodotto verso l'estero. Purtroppo, la maggior parte di queste ultime non conosce la possibilità di applicare il sistema di Biocommercio alle catene di valore dalle quali si forniscono. La causa di quest'assenza, secondo le imprese, è data dal fatto che non hanno una relazione diretta con i produttori ma soltanto con i raccoglitori. Questo ha causato la mancanza di capacità di negoziazione con i produttori, l'instabilità nei prezzi e la depredazione delle risorse, danneggiando le comunità native e l'ambiente. Per questo motivo, la distribuzione equa dei benefici, la conservazione delle risorse naturali, il rispetto della legalità nazionale e internazionale è molto basso.

La principale difficoltà per applicare il Biocommercio in questo settore riguarda i tipi di beni che si producono. Esso, infatti, riguarda industrie dedicate alla elaborazione di prodotti

intermedi, i consumatori finali non hanno l'informazione necessaria per esercitare pressione sul sistema produttivo. E' molto più facile applicare il sistema di Biocommercio ai prodotti che sono consumati direttamente dagli individui che possono scegliere che prodotti consumare in base alle caratteristiche qualitative dei beni.<sup>42</sup>

Il secondo gruppo in cui Alan Fairlie Reinoso divide i prodotti della biodiversità, come evidenziato nei paragrafi precedenti, sono gli alimenti di consumo diretto. Rappresentando il secondo settore in importanza (38%), i principali prodotti di questo settore sono le noci di Brasile, la polvere di *maca*, la polpa di *lúcuma* e l'estratto di *guanábana*. Tutti i prodotti di questo settore registrano tassi di crescita superiori al 10%. A differenza di altri settori, il settore degli alimenti si caratterizza per avere un livello medio-basso di trasformazione delle risorse, dal momento che la maggiore parte delle materie prime sono esportate in forma naturale senza ulteriori trasformazione.

Un'altra differenza rispetto ad altri settori è che i mercati di destinazione sono concentrati in pochi paesi. Di conseguenza, questi prodotti sono fortemente vulnerabili poiché soggetti alle variazioni della domanda in questi mercati. Ad esempio, una delle destinazioni più importanti sono gli Stati Uniti con il 76% delle castagne, il 45% della *quinua*, il 33% della *maca*, ecc. Riguardo al livello di sviluppo delle industrie, c'è un'alta concentrazione del numero di imprese che partecipano alla catena di valore. Nel caso dei prodotti che sono commercializzati senza essere processati, sono le stesse imprese raccoglitrici che li esportano direttamente.

In questo settore troviamo alcuni casi di associazioni di produttori che sono riusciti ad associarsi alle imprese esportatrici/trasformatrici, in condizioni che si approssimano a quelle del Biocommercio. Infatti, alcune delle imprese sono vincolate al progetto Perù *Biodiverso*. Uno studio del Progetto *PeruBiodiverso* ha analizzato un gruppo di imprese attive in questo settore con il fine di vedere in che misura i Principi del Biocommercio fossero messi in pratica. Il rapporto segnala che il 56%- 90% delle imprese rispettano il Principio 1 (conservazione della biodiversità) e il Principio 2 (uso sostenibile della

---

42 Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*, Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, pp.44-46.

biodiversità) del sistema del Biocommercio.<sup>43</sup> Per quanto riguarda il rispetto degli altri Principi, come quello di giustizia ed equità delle retribuzione dei benefici e il rispetto della legislazione nazionale e internazionale, i risultati non sono soddisfacenti. Secondo il rapporto, lo sviluppo verso il rispetto dei Principi del Biocommercio è difficile poiché gli esportatori/trasformatori della materia prima generalmente non hanno dei contratti a lungo termine con i loro clienti stranieri, in modo che si possa garantire la sostenibilità della catena e la distribuzione dei benefici.<sup>44</sup>

**Tabella 5: Principali caratteristiche del settore degli alimenti**

<b>Prodotto</b>	<b>Tasso di crescita</b>	<b>Valore aggiunto</b>	<b>Sviluppo del mercato</b>	<b>Sviluppo delle industrie</b>
Castagne	12,60%	Basso (castagne pelate)	Concentrato	Concentrato
Mais Gigante	10,70%	Basso (grano naturale intero)	Concentrato	Diversificato
<i>Quinoa</i>	48,10%	Basso (grano naturale intero)	Concentrato	Concentrato
<i>Maca</i>	10,20%	Medio (Maca in polvere, pastiglie e naturale)	Concentrato	Diversificato
<i>Kiwicha</i>	43,40%	Basso (grano naturale intero)	Concentrato	Concentrato
<i>Camu camu</i>	20,90%	Alto (polpa di camu camu e polvere)	Concentrato	Concentrato
Mais <i>Morado</i>	23,80%	Medio (estratto e grano intero naturale)	Concentrato	Diversificato
<i>Lúcuma</i>	76,20%	Alto (polpa congelata e polvere di lúcuma)	Concentrato	Concentrato
<i>Yacon</i>	113,40%	Alto (sciroppo e polvere di yacon)	Concentrato	Concentrato

Fonte: Alan Fairlie Reinoso 2010.

43 PerúBiodiverso. (2008), *Plan de Implementacion en las empresas relacionadas al Proyecto PerúBiodiverso*, Lima: Progetto PerúBiodiverso.

44 Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*, Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, pp.74-78.

Il terzo settore, quello delle piante native medicinali, rappresenta il 2% delle esportazioni della biodiversità; a causa della sua prossimità con le medicine, esiste una grossa difficoltà nell'ingresso nei mercati internazionali. Il prodotto principale è l'*uña de gato*.

Riguardo alla trasformazione della materia prima, l'*uña de gato* presenta un livello di trasformazione alta perché si esporta in polvere, mentre negli altri prodotti non c'è maggiore trasformazione della materia prima. Inoltre, il mercato è concentrato soprattutto verso gli Stati Uniti. E' un settore dove la catena di valore si sta sviluppando, infatti, tranne l'*uña de gato*, gli altri prodotti si stanno introducendo da poco nei mercati occidentali.<sup>45</sup>

Molte imprese, come nel settore degli alimenti, sono vincolate al Programma Nazionale di Promozione del Biocommercio; ciononostante, presentano difficoltà riguardo la distribuzione equa di benefici e la conservazione della biodiversità.<sup>46</sup>

**Tabella 6: Principali caratteristiche del settore delle piante medicinali**

Prodotto	Tasso di crescita	Valore aggiunto	Sviluppo del mercato	Sviluppo delle industrie
<i>uña de gato</i>	19,80%	Alto (estratto e polvere)	Concentrato	Concentrato
Altri prodotti	9,64%	Basso	Concentrato	Concentrato

Fonte: Alan Fairlie Reinoso 2010.

Infine, Il settore dei cosmetici produce beni intermedi che sono esportati alle industrie cosmetiche europee e agli Stati Uniti. I principali prodotti sono l'olio di *saca inchi*, l'olio di castagne, l'olio di avocado e l'olio di *jojoba*<sup>47</sup>.

45 Ministero della Sanità (2008), *Investigacion y Biocomercio de plantas medicinales y alimenticias en el Peru*, Lima, in: <http://cdam.minam.gob.pe/publielectro/biocomercio/investigacionbiocomercio.pdf> (consultato il 10 di novembre del 2014).

46 Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*, Lima: Pontificia Universidad Catolica del Peru, pp.82-84.

47 Ibid., pp.88-89.

**Tabella 7: Principali caratteristiche del settore cosmetico**

<b>Prodotto</b>	<b>Tasso di crescita</b>	<b>Valore aggiunto</b>	<b>Sviluppo del mercato</b>	<b>Sviluppo delle industrie</b>
<i>Sacha inchi</i>	200,00%	Alto	Concentrato	Concentrato

Fonte: Alan Fairlie Reinoso 2010.

La produzione dei prodotti cosmetici di *Sacha Inchi* è concentrata in una sola impresa. Riguardo al sistema di Biocommercio, esistono associazioni di produttori ma la loro attività è scarsa. Ciononostante, il *Sacha Inchi* è un prodotto che è sostenuto dal PNPB come catena prioritaria.

Per quanto riguarda la fauna nativa, è l'esportazione dei pesci tropicali ornamentali la principale fonte in questo settore, anche se negli ultimi anni si è sviluppata l'esportazione del paiche (pesce) e delle farfalle. Si sa che il mercato si concentra in Asia. Non esistono studi sul grado di rispetto dei Principi del Biocommercio (UNCTAD, 2005).

**Tabella 8: Principali caratteristiche della fauna nativa**

<b>Prodotto</b>	<b>Tasso di crescita</b>	<b>Valore aggiunto</b>	<b>Sviluppo del mercato</b>	<b>Sviluppo delle industrie</b>
Pesci ornamentali	14,00%	Basso (vivi)	Concentrato	Concentrato

Fonte: Alan Fairlie Reinoso 2010.

Alan Fairlie Reinoso nel suo studio, basandosi sulle statistiche presentate, conclude che *le catene di valore sono formate da produttori o associazioni di produttori che si trovano nel medio rurale, i raccoglitori o imprese trasformatrici delle materie prime che si trovano nelle città intermedie e le imprese grandi ed esportatrici localizzate a Lima: il grado di formalità decresce nella misura in cui si allontana dal consumatore finale.*

*Riguardo il sistema del Biocommercio, le statistiche dimostrano che c'è un forte aumento della domanda di prodotti che parzialmente si avvicinano al rispetto dei Principi. Ciononostante, la relazione tra imprese e i produttori sono minime, nelle catene dei prodotti selezionati la presenza di intermediari tra i produttori e trasformatori della*

*materia è alta. Gli impresari disconoscono la fonte dei loro prodotti e non hanno relazione con i produttori, questo impedisce che si possano sviluppare pratiche di sviluppo sostenibile tanto nell'ambito sociale (con le comunità produttrici) come nel ambito ambientale (conservazione delle risorse). La commercializzazione dei prodotti si realizza secondo le norme commerciali convenzionali.<sup>49</sup>*

## **5. Tendenze attuali**

Secondo uno studio realizzato dall'Università Antonio Ruiz de Montoya nel 2013, ci sono due tendenze attuali che favoriscono il consumo e la produzione dei beni del Biocommercio in Perù.

In primo luogo, il mercato mondiale offre grandi possibilità per le imprese di tutte le taglie e di ogni settori. Oggi il mercato deve soddisfare e adeguarsi alla domanda dei consumatori, creando nuove e differenti possibilità per assicurare la sua sopravvivenza. A questo fenomeno la ricercatrice Carlota Perez (2011) ha denominato “l'iper-segmentazione dei mercati”.<sup>50</sup> Lei sostiene che la segmentazione si è resa possibile grazie alle condizioni create dall'informazione e dalla comunicazione. Questo fenomeno dei mercati ha dato ai prodotti provenienti dalla biodiversità nativa e lavorati sotto i Principi del Biocommercio, uno spazio privilegiato, dove esistono consumatori disposti a pagare tanto il valore tangibile quanto il quello intangibile del prodotto.

Ciononostante, per essere in grado di accogliere la domanda internazionale si deve lavorare per un'offerta competitiva nazionale. Juan Carlos Mathews<sup>51</sup> considera che il Perù ha dei vantaggi notevoli sul piano internazionale ma deve migliorare aspetti importanti per consolidare un'offerta che sia in grado di competere nel mondo. Secondo Mathews questi aspetti sono:<sup>52</sup>

- la ricerca e lo sviluppo: i prodotti del Biocommercio devono essere studiati scientificamente per riuscire ad assegnarli gli attributi che gli corrispondono. Difficilmente

49 Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*, Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, pp.95-96.

50 Perez, C. (2011), *Un futuro para America Latina: tecnologia, recursos naturales e inclusion social*, Caracas: Universidad Simon Bolivar.

51 Economista, direttore della Maestria di Negozi Globali dell'Università del Pacifico a Lima, e Ex Direttore Esecutivo di Promperu.

52 Intervista realizzata a Juan Carlos Mathews nella Università del Pacifico il 11/03/2013.



il mercato internazionale comprerà dei prodotti che non abbiano una certificazione scientifica;

- l'associatività: che permette sorpassare le barriere della produzione individuali (come si è visto nel primo capitolo nel caso della catena di valore dell'agricoltura);
- le alleanze tra pari: le alleanze potrebbero aiutare a migliorare la competitività tra imprese;
- lo sviluppo di una etichetta/marca che identifichi i prodotti del Biocommercio peruviano (finora assente);
- le certificazioni: in tutti i settore la qualità è diventata un requisito indispensabile ed il mercato valorizza sempre di più le certificazioni (organica, commercio giusto, responsabilità sociale, sicurezza occupazionale, rispetto alle norme lavorali). Queste certificazioni sono determinanti per le scelte del consumatore;
- l'identificazione dei modelli di consumo, modelli come ad esempio la tendenza ad adottare stili di vita più salutari alterano significativamente lo scenario dei negozi in tutto il mondo.

Secondo Ostalaza (2007), le catene di valore dei prodotti della biodiversità sotto i Principi del Biocommercio devono migliorare molte condizioni per aumentare e mantenere la loro competitività. Tra questi, l'autore ricorda i colli di bottiglia che derivano della produzione in zone ad alto livello di povertà in cui la legislazione è inadeguata ed in alcuni casi addirittura assente. Ostalaza pone l'accento inoltre sulla mancanza di conoscenza sulla situazione attuale della biodiversità e il Biocommercio che esiste nel settore accademico, privato e pubblico.<sup>53</sup>

La seconda tendenza riguarda le preferenze dei consumatori: può essere divisa in sette punti.

Il primo che emerge dallo studio realizzato dall'Università Antonio Ruiz de Montoya, è il cambiamento della preferenza dei consumatori in quanto la domanda mondiale dei prodotti e servizi provenienti dalla biodiversità sono in continuo aumento. Questa tendenza si può osservare nelle cifre delle esportazioni della biodiversità del Perù che sono passate da 37,7

<sup>53</sup> Ostalza, J. (2007), *Consideraciones en el desarrollo de una metodología para la implementacion de los principios y criterios del Biocomercio en el marco del proyecto Perubiodiverso*, Lima: Progetto PeruBiodiverso.

US\$ milioni nel 2001 a 350 US\$ milioni nel 2011 – queste cifre sono quelle del Rapporto delle Esportazioni Peruviane del 2011 realizzato dal Ministero del Commercio Estero e Turismo (MINCETUR) e della Commissione della Promozione del Perù per la Esportazione e il Turismo (PROMPERU).

Il secondo punto è la preferenza nei paesi del nord del mondo di stili di vita salutari. Negli Stati Uniti, ad esempio, esiste un mercato denominato LOHAS (*Lifestyles of Health and Sustainability*) focalizzato nella salute, l'ambiente, la giustizia sociale, lo sviluppo personale e la sostenibilità: questa tendenza è reperibile in tutte le regioni del mondo.

Il terzo riguarda la preferenza di prodotti naturali, l'Euromonitor Internazionale segnala che in questo momento il mercato di questi prodotti rappresenta 717,245 US\$ milioni e si pensa che nel 2017 aumenterà a 977,956 US\$ milioni.

Il quarto punto è la grande richiesta dei prodotti organici: secondo la FAO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'Alimentazione e l'Agricoltura), l'agricoltura organica è un sistema olistico di gestione della produzione che fomenta e migliora la salute degli ecosistemi, la diversità biologica, i cicli biologici e l'attività biologica della terra (FAO 1999). La domanda mondiale dei prodotti organici è cresciuta notevolmente nonostante i prodotti organici abbiano un prezzo di circa 20% superiore ai prodotti non organici.

Il quarto punto riguarda l'aumento della domanda della medicina naturale: l'Organizzazione Mondiale della Salute afferma che circa il 75% della popolazione mondiale utilizza la medicina tradizionale. Si stima che nel mondo ci siano 10,000 specie di piante naturali. La tendenza osservata nel mercato delle piante medicinali e dei prodotti farmaceutici elaborati a base di erbe, è data dalla mancata effettività della medicina moderna in molte malattie croniche, e alle recenti ricerche sulle piante medicinali tradizionali.

Il quinto punto segnalato è la preferenza dei prodotti del *Fairtrade*,<sup>54</sup> questo meccanismo offre ai produttori un trattamento più giusto per quanto riguarda il prezzo pagato ai i prodotti e riguardo alle condizioni commerciali, le quali permettono di migliorare le loro condizioni di vita e contribuiscono alla riduzione della povertà nelle differenti parti del

---

<sup>54</sup> Iniziativa promossa dal Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). Un prodotto può avere la certificazione di Fairtrade quando i produttori e i venditori compiono i seguenti tre criteri: distribuiscono i benefici dell'attività commerciale in modo equo e rispettano gli standard ambientali; i commercianti pagano stipendi degni e offrono benefici fondamentali di sicurezza e salute ai loro lavoratori; e il prezzo che si paga al produttore deve essere giusto.

mondo. I criteri del *Fairtrade* riguardano alcuni Principi del Biocommercio.

L'ultimo punto studiato, in linea con le precedenti, è la preferenza di prodotti e servizi “amichevoli” con l’ambiente naturale. Il cosiddetto “mercato verde” è definito da Ottman (1992) come “gli incentivi e le necessità della coscienza ambientale dei consumatori per contribuire alla creazione di una società più sostenibile, coinvolgendo lo sviluppo e la commercializzazione dei prodotti e i servizi ambientali”.<sup>55</sup>

## 6. Normativa nazionale

Nel caso peruviano non esiste un regime giuridico specifico di regolazione del Biocommercio. Nonostante, ci siano un insieme di norme sulla conservazione, sull’uso sostenibile della biodiversità, sulla distribuzione dei benefici, sulla protezione delle conoscenze tradizionali, ecc. Queste norme sono tutte compatibili con il sistema del Biocommercio, con i suoi Principi e i suoi Criteri ma non formano un insieme coerente ed unito. Sono cinque le norme che sono state spiegate nel rapporto *Analisi del Regime Giuridico Applicabile al Biocommercio: Possibilità e Limiti* elaborato dal Ministero dell’Ambiente del Perù nel 2013.<sup>56</sup>

In primo luogo, la *Strategia Regionale sulla Diversità Biologica per i Paesi del Tropico Andino* (del 7 di luglio del 2002) è una norma che fa riferimento esplicito al Biocommercio come possibilità principale per promuovere l'uso e lo sfruttamento sostenibile della biodiversità nativa.

In secondo luogo, la *Legge N° 26839 sulla Conservazione e lo Sfruttamento Sostenibile della Diversità Biologica* (pubblicata il 16 di luglio del 1997). Questa legge è il pilastro normativo, insieme al suo regolamento, in materia di biodiversità. L'articolo 3, per esempio, sostiene che la conservazione e l’uso sostenibile della biodiversità implica promuovere lo sviluppo economico del paese in base all'utilizzazione sostenibile delle componenti della diversità biologica, richiedendo la partecipazione del settore privato per questo fine. La stessa segnala la necessità dell’intervento dello Stato per promuovere la conservazione dell’ecosistema e delle specie, in particolare quelle di importanza culturale,

---

<sup>55</sup> Ottman, J. (1992) *Challenges and Opportunities for the New Marketing Age*, New York: McGraw-Hill.

<sup>56</sup> MINAM (2013) *Analisi del Regime Giuridico Applicabile al Biocommercio: Possibilità e Limiti*, Lima: MINAM, pp. 18-32.

economico ed ecologico. Questa legge segnala inoltre la necessità di adottare tecnologie che permettano di migliorare la produttività degli ecosistemi. Riguardo alla ricerca scientifica sulle componenti della biodiversità, è importante porre l'accento sull'importanza della cooperazione tra settore pubblico e privato. Questa legge, rappresenta un fondamento giuridico solido per le attività di Biocommercio nel Perù.

Il terzo punto riguarda il *Regolamento della Legge N°26839*, approvato mediante il Decreto Supremo N°68-2001-PCM (pubblicato il 20 di giugno del 2001). Questo regolamento dichiara che: le attività economiche imprenditoriali realizzate dalle popolazioni indigene nella micro e piccola impresa, le quali sviluppino stili di vita coerenti con la conservazione della diversità biologica e che implicino il suo sfruttamento sostenibile, saranno soggette a un procedimento semplificato per la sua autorizzazione da parte delle autorità competente. Inoltre, il regolamento introduce il concetto di Biocommercio interno, cioè il Biocommercio che non riguarda l'esportazione ma il consumo interno. D'altronde, attraverso del Regolamento è stato creato l'*Istituto Nazionale di Innovazione Agraria (INA)* che, insieme alla *Commissione Nazionale della Diversità Biologica (CONABI)*, hanno disegnato una strategia per lo sviluppo agricolo basato sulla conservazione e sull'uso sostenibile della biodiversità, con particolare attenzione alle necessità della comunità delle Ande e dell'Amazzonia. Questa cooperazione ha dato vita al *Programma Nazionale di Agro-biodiversità*. Inoltre, si dispone sugli incentivi al settore privato con l'obiettivo di promuovere l'uso sostenibile della biodiversità. A questi incentivi si aggiungono la promozione e il potenziamento dei progetti, dei programmi, delle attività e della ricerca scientifica in questo campo.

La *Strategia Nazionale di Diversità Biologica*, approvata attraverso il Decreto Supremo N°102-2001-PCM (pubblicato il 19 di settembre del 2001) è la quarta tappa giuridica su questa tematica. Il suo obiettivo strategico è stato la creazione del *Programma Nazionale di Biocommercio* e l'elaborazione di un *Piano di Azione Strategico* nel 2008. In questo modo, è stato stabilito chiaramente ciò che si deve fare per promuovere il Biocommercio nel paese.

Infine, la *Politica Nazionale dell'Ambiente*, approvata attraverso il *Decreto Supremo N°012-2009-MINAM* (del 23 di maggio del 2009) sottolinea la necessità di promuovere le

pratiche di Biocommercio, promuovendo lo sviluppo di catene produttive sostenibili; e sostenendo le iniziative e i meccanismi che mirano a garantire una distribuzione giusta ed equa dei benefici generati dal Biocommercio.

Nonostante le norme generali siano efficaci per quanto riguarda l'implementazione di misure per promuovere il Biocommercio, è in funzione alle aree o ai settori specifici dove si sono concentrati gli sforzi, in materia giuridica, per fare del Biocommercio un concetto applicabile alla realtà peruviana. Queste aree o settori specifici sono: le piante medicinali, gli alimenti in generale, gli ingredienti naturali e i supplementi nutrizionali. Per quanto riguarda le prime esse sono tutelate dalla *Legge N° 27300 sullo Sfruttamento Sostenibile delle Piante Medicinali* (8 di luglio del 2000) che ha come obiettivo quello di regolare e promuovere lo sfruttamento sostenibile delle piante medicinali, in armonia con l'interesse ambientale, sociale, sanitario ed economico della nazione. Gli alimenti in generale, invece, sono soggetti a una legislazione più ampia che va dalla *Legge sulla Promozione degli Investimenti nel Settore Agrario* del 1991 al *Decreto legislativo N° 1059 sulla Sanità Agraria* del 2008, passando dal *Decreto Legislativo N°682*. Quest'ultimo stabilisce che le misure di libero commercio non escludono la tutela del patrimonio genetico nativo e le specie di flora e fauna. In questo settore si osserva il riconoscimento, da parte del legislatore, che le misure di libero commercio e gli investimenti possono avere esternalità negative per il patrimonio nazionale e i contesti socio-economici e culturali. Inoltre, le norme sulla sanità alimentare segnalano delle tecniche e dei procedimenti per tutta la catena produttiva che coincide con la catena di valore del Biocommercio. Per quanto riguarda gli ingredienti naturali, non esiste ancora una legislazione specifica in materia. Al contrario i supplementi alimentari sono tutelati dalla *Legge N° 27821 sulla Promozione dei Supplementi Nutrizionali per lo Sviluppo Alternativo* del 2002. Questa legge dichiara che è di interesse nazionale la promozione delle attività di produzione, trasformazione, commercializzazione ed esportazione dei prodotti di origine animale, vegetale e minerale di uso tradizionale in nutrizione, salute e prevenzione di malattie.

E' importante segnalare l'analisi del rapporto sulle tre aree particolarmente critiche e fondamentali del Biocommercio: la proprietà intellettuale, le opzioni per proteggere le conoscenze tradizionali delle popolazioni indigeni e delle comunità locali e i meccanismi di

consultazione. Per quanto riguarda la proprietà intellettuale, il Perù possiede un insieme di norme moderno e avanzato in materia di proprietà intellettuale. Il quale risponde alle esigenze dell'*Accordo sui Diritti di Proprietà Intellettuale Relazionati con il Commercio ADPIC*. Tutti gli strumenti che tutelano la proprietà intellettuale, e in questo modo promuovono il Biocommercio, sono amministrati dall'istituto INDECOPI. Le conoscenze tradizionali delle popolazioni indigene sono tutelate dalla *Legge 27811 sulla Protezione delle Conoscenze Collettive delle Popolazioni Indigene Relazionati con la Biodiversità* (20002). Questa legge rappresenta una norma di carattere globale che permette di soddisfare i Principi e Criteri 6 e 7 dell'UNCTAD. Per quanto riguarda l'ultima tematica, bisogna sottolineare che la maggior parte dei progetti di Biocommercio mobilitano le popolazioni indigene e comunità contadine native ovvero un gruppo di persone che all'interno della catena produttiva risulta essere il più debole. La causa di questa loro debolezza è data dalle loro condizioni di lontananza, di asimmetria informativa, dalla mancanza di potere di negoziazione, ecc. Il Biocommercio in questo modo pretende di generare ricchezza attraverso un'attività redditizia ma che allo stesso tempo tuteli i diritti e gli interessi di tutti gli attori coinvolti (il Principio 5 - l'adempimento della legislazione nazionale e internazionale, e il Principio 6 - il Rispetto dei diritti umani degli attori coinvolti). In questo senso, nel Perù la consulta e il consenso delle popolazioni indigene e delle comunità contadine native che sono danneggiate o beneficate dal Biocommercio è fondamentale, ed è sancito dall'*Accordo 169 dell'International Labor Organization ILO sulle Popolazioni Indigene e Tribali nei Paesi Indipendenti*.

I limiti del Perù in materia legislativa sono elencati dal Ministero dell'Ambiente in modo chiaro. In primo luogo, sebbene esista un insieme di politiche pubbliche e norme relative al Biocommercio, non esistono in termini pratici, dei procedimenti specifici applicabili, per esempio alle diverse componenti della catena produttiva, oppure che permettano d'implementare in modo effettivo alcuni dei Principi e Criteri dell'UNCTAD, ad esempio la distribuzione equa e giusta dei benefici. In questo contesto, gli imprenditori possono essere più incentivati ad ottenere una certificazione o un timbro che non coinvolga la totalità della catena produttiva. Inoltre, Il concetto "Biocommercio", come è definito dall'UNCTAD, fa sì che sia estremamente difficile per qualsiasi imprenditore mettere in pratica tutti i Principi

e i Criteri nella loro integrità. Nello stesso modo, il Biocommercio come è stato concepito nel momento della sua creazione, agli inizi degli anni '90, riguardava solo lo sfruttamento sostenibile di prodotti del bosco - *Non-Timber Forest Products*- (come piante medicinali e olio); oggi invece riguarda in particolare modo l'agricoltura: un'attività quindi ben diversa dove i produttori possono scegliere di procurarsi altri certificati (come quello organico) che permettono il loro ingresso nel mercato "verde". Infine, le normative peruviane si sono concentrate sul Biocommercio esterno (esportazioni) mentre non considera nelle sue politiche pratiche il Biocommercio all'interno del paese.

### **7. Limitazioni**

Le condizioni per promuovere un'offerta di beni e servizi basati sulle risorse della biodiversità, esistono. Ciononostante, sono presenti nella catena produttiva delle limitazioni. Queste, come le possibili soluzioni e i suoi benefici sono state studiate da Alan Fairlie Reinoso (2010), attraverso una serie d'interviste ai diversi attori coinvolti nelle catene produttive del settore delle piante naturali in Perù. L'autore ha diviso le limitazioni in: *limitazioni di carattere interno e limitazioni di carattere esterno*.<sup>57</sup>

Per quanto riguarda le *limitazioni di carattere interno*, si cerca di segnalare le politiche pubbliche e gli ostacoli che trovano gli attori coinvolti nella produzione.

Innanzitutto, c'è una mancanza d'informazione sul Biocommercio in Perù, sia da parte degli agenti economici coinvolti nelle catene produttive della biodiversità, sia da parte della società in generale. Le statistiche segnalano che ci sono delle esperienze di sviluppo sostenibile ma che non sono considerate parte del concetto di Biocommercio. Si ritiene quindi necessaria la diffusione di informazioni chiare e precise sui concetti del Biocommercio. Questa informazione deve essere rivolta alle associazioni di produttori e alle imprese che operano nei settori della biodiversità. Nello stesso modo, è necessario aumentare la visibilità e la diffusione del concetto all'interno della società civile. Se, infatti, più persone hanno conoscenza dei benefici del sistema, si creerà un'opinione pubblica

---

<sup>57</sup> Fairlie Reinoso (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*, Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru, pp.207-250.

favorevole e conseguentemente, un gruppo di pressione capace di agire sugli organi pubblici in modo da promuovere politiche pubbliche a favore del Biocommercio. Si possono trovare due possibili soluzioni a questo problema. La prima è quella di cercare di aumentare la coordinazione delle istituzioni incaricate della promozione del Biocommercio. Si richiede una maggior coordinazione nella diffusione dell'informazione verso tutti gli attori della catena: in modo che vengano a conoscenza del Biocommercio e lo tengano in considerazione tra le strategie di produzione. L'altra soluzione è la diffusione del concetto attraverso i mezzi di comunicazione, con l'obiettivo di evidenziare l'importanza e le potenzialità del Biocommercio davanti alla società civile. In questo senso, un ruolo fondamentale sarebbe coperto dagli accademici e dal settore privato.

Un'altra limitazione del Biocommercio è la scarsa attrazione economica a partecipare nel Sistema da parte dei produttori e delle imprese. Questi, infatti, non hanno incentivi che giustificano l'investimento che comporta produrre rispettando i Principi e Criteri del Biocommercio. A questo proposito, si dovrebbe promuovere la creazione di un "Fondo di Biocommercio" per le imprese e le associazioni di produttori che certifichi l'adempimento dei Principi. Attualmente, l'appoggio finanziario attraverso la catena di valore varia. Per i produttori e le associazioni dei produttori, le offerte dei crediti sono minime. Le istituzioni di credito hanno uno scarso interesse per il settore rurale perché considerato poco formale, esiste un alto rischio nelle nuove coltivazioni, rischi climatici, e i costi operativi delle istituzioni sono alti. Per i raccoglitori e le imprese più piccole, esiste un'offerta creditizia più alta ma gli interessi sono molto elevati. Le imprese secondarie o esportatrici hanno molta facilità di accesso al credito ma i costi sono ancora troppo alti. Un incentivo importante sarebbe quindi la creazione di un fondo di finanziamento che possa essere utilizzato solamente da agenti che rispettino i criteri di verifica del Sistema del Biocommercio. Un valido esempio è quello del Fondo di Biocommercio della Colombia, il quale rappresenta la principale strategia di promozione del Biocommercio in Colombia. Quest'ultimo, rappresenta uno strumento di gestione ambientale di tipo finanziario che cerca di essere uno strumento di sostenibilità alle diverse imprese che sfruttino le risorse della biodiversità rispettando i Principi del Biocommercio. Inizialmente, il Fondo fu costituito con l'appoggio finanziario della Banca Mondiale nel 2001. In seguito, più



esattamente a partire del 2008, il Fondo ha acquisito una gestione autonoma e lavora con le risorse offerte dall'Olanda e dalle donazioni di alcune imprese private. Il Fondo di Biocommercio della Colombia offre tre servizi: credito, factoring (si offre liquidità alle imprese) e investimento. Per accedere a questi servizi è necessario che le imprese dimostrino di avere una produzione sostenibile sia a livello sociale che ambientale, nel rispetto dei Principi e dei Criteri del Biocommercio.

Il terzo punto che ferma lo sviluppo del Biocommercio in Perù, è la mancanza di ricerca. Il Biocommercio è un oggetto di ricerca trasversale poiché riguarda tutte le fasi della catena produttiva. È necessario il miglioramento soprattutto di quei prodotti introdotti da poco nel mercato, come è il caso del Camu Camu, il Sacha Inchi, la Kiwicha e le erbe medicinali. Alcune di queste specie presentano un'elevata variabilità genetica, non si adattano ad alcune aree, non si conoscono alcune tecniche di produzione, etc.

La sostenibilità ambientale che propone il Biocommercio è in relazione con l'implementazione di tecniche organiche nell'agricoltura. Ciononostante, per mantenere alti i livelli di produzione si richiede un miglioramento nelle tecniche di coltivazione che minimizzino l'impatto dei parassiti. Le ricerche degli istituti di ricerca pubblici e privati dovrebbero cercare delle soluzioni non aggressive per l'ambiente naturale e trovare soluzione ai problemi degli agricoltori. Quando i prodotti della biodiversità sono processati e commercializzati dalle imprese, il fatto di non avere gli studi scientifici che gli permettano di conoscere in modo ampio i benefici potenziali che possono avere per l'uso umano si rivela essere un grave problema. Questo problema riguarda in special modo il settore delle piante medicinali e quello dei cosmetici. La strategia di marketing delle piante medicinali ruota intorno all'effetto che queste piante possono avere sulla salute. Ciononostante, la strategia manca completamente di supporto scientifico. Mancanza che fa sì che la loro potenzialità commerciale sia bassa. In questo modo, i consumatori preferiscono le piante medicinali di altri paesi che hanno un supporto scientifico maggiore. Inoltre, è registrabile anche una mancanza di studi scientifici per quanto riguardano gli esami tossicologici delle piante naturali che il Perù commercializza. È soprattutto nel caso dei cosmetici dove le esigenze sono molto alte: un ingrediente cosmetico ha bisogno di un certificato di qualità molto completo. Questo certificato però, non è emesso da un

laboratorio che non sia di prima qualità. Ciononostante, le imprese peruviane che operano in questo settore, non hanno le dimensioni e la domanda sufficiente per investire nella ricerca nel rispetto degli standard internazionali. Inoltre, non esistono incentivi, rivolti alle imprese, per destinare parte dei profitti alla ricerca, giacché le ricerche che si realizzano in questo settore sono necessariamente di dominio pubblico e tutte le imprese beneficiano di questi risultati. Per questo motivo, sembra importante il ruolo dello Stato come promotore della ricerca scientifica in questi settori. Lo stato dovrebbe anche impegnarsi a salvaguardare l'informazione privilegiata sui prodotti della biodiversità, che molte volte si è vista nelle mani in imprese o istituzioni straniere. Fairlie propone quindi l'allineamento della ricerca nel settore agricolo con le necessità degli attori coinvolti in ogni tappa della catena produttiva; così come la creazione di un programma di ricerca a livello nazionale guidato dallo Stato.

Il quarto problema messo in evidenza dallo studio di Fairlie è la fornitura delle materie prime. Nel caso dei prodotti che sono raccolti nel loro stato naturale, le comunità e gli agenti si trovano in una condizione d'informalità. Non in tutti i casi esistono associazioni di produttori che permettono una migliore relazione con le imprese a Lima. Per questo motivo esiste una forte imprevedibilità delle imprese per fornirsi dei prodotti e questo comporta un aumento dei costi. Inoltre, tante volte il sistema estrattivo non si basa sull'estrazione sostenibile mettendo a rischio le risorse naturali. Inoltre, esiste un alto costo di transazione da dover negoziare per l'accesso ai prodotti con comunità andine e amazzoniche disperse e in alcuni casi disorganizzate. Il negoziare in ambienti dove ci sono numerosi piccoli produttori fa aumentare i costi. Questo fenomeno fa sì che le imprese preferiscano comprare i prodotti attraverso raccoglitori svincolandosi dalle fasi iniziali della catena, diminuendo così la responsabilità sociale delle imprese con le comunità. Spesso, queste comunità produttrici hanno problemi di bassa produttività, carenza di tecnologia e cattivo sfruttamento delle risorse. Nello stesso modo, le comunità si caratterizzano per non rispettare i tempi e le condizioni stabilite dai contratti, creando un'incertezza alle imprese che porta a cercare il modo di svincolarsi il più possibile dalle fasi iniziali della produzione. Il problema riguarda quindi una barriera culturale tra i produttori e le aziende esportatrici. Questo punto mette in risalto il timore delle aziende di investire nelle comunità a causa

dell'informalità dei produttori che non garantiscono che gli investimenti delle imprese diano risultati positivi per la produzione. L'autore, riguardo a questa grande problematica sostiene la necessità di promuovere la creazione di associazioni di produttori dei principali prodotti della biodiversità. La formazione di associazioni è fondamentale per migliorare le condizioni dei produttori, ma anche per integrare le economie rurali e informali dentro dell'economia moderna altamente vincolata al mercato internazionale. Ciononostante, l'associatività deve sorgere dalla volontà degli agricoltori, giacché le passate esperienze hanno dimostrato il fallimento delle iniziative statali che cercano di imporre l'associatività in modo verticale. Infine, è fondamentale rendere consapevoli i produttori riguardo il funzionamento del commercio e la sua importanza per le loro vite. Per questo obiettivo per essere raggiunto necessita della cooperazione tra le ONG, settore privato e pubblico. È importante, ad esempio, che i produttori conoscano l'importanza di adempiere alle Buone Pratiche nella Agricoltura (BPA) così come ad altri standard.

Il quinto problema riguarda la mancanza di regolamentazione interna circa il funzionamento del settore. Il principale ostacolo si vede nelle zone protette dell'Amazzonia: esistono poche leggi circa lo sfruttamento di molte risorse in queste aree. Nella fase di commercializzazione si presentano degli ostacoli per quanto riguarda la commercializzazione delle piante medicinali e terapeutiche. La catalogazione dei prodotti, alimenti o medicine, ha delle ripercussioni sull'esportazione dei prodotti. Se si catalogano come medicine, il mercato internazionale chiederà gli stessi requisiti chiesti per tutte le medicine convenzionali. Il problema nasce dal fatto che gli organismi di certificazione peruviani corrispondenti, non vogliono assumersi la responsabilità di concedere i certificati ad alcuni prodotti.

Le soluzioni trovate dal autore sono l'esecuzione di programmi di ordine territoriale, per risolvere i problemi che riguardano lo sfruttamento delle risorse nelle diverse aree. Inoltre, elaborare una regolamentazione specifica per le piante medicinali. E infine, promuovere la creazione volontaria di norme tecniche per la produzione agricola che permettano lo sviluppo e il miglioramento dell'attività agricola attraverso regole, caratteristiche, specificazioni, terminologia, ecc.

Il sesto limite è rappresentato dalla mancanza di promozione delle diverse attività

economiche che possono svilupparsi sotto i Principi e Criteri del Biocommercio. Sebbene le piante rappresentino la principale risorsa del Biocommercio, ci sono altre opzioni di commercio che possono essere sfruttate in Perù. Antonio Brack propone, insieme all'agricoltura e alle piante native, altre sette opzioni di commercio della biodiversità, come l'acquacoltura sostenibile (1) - in modo di allevare specie idrobiologiche nel mare peruviano, lacune alto-andine e fiumi amazzonici - l'allevamento (2) - che riguarda la domesticazione di alcuni animali selvatici per utilizzarli nelle industrie - l'utilizzo dei boschi primari (3) - in quanto il Perù ha una ricchezza forestale abbondante che può essere sfruttata con programmi di sfruttamento sostenibile - la riforestazione (4) - perché i boschi della regione andina e amazzonica possono essere riforestati per poi essere ancora sfruttati - l'industria della lana e della pelle degli animali (5) - poiché in Perù c'è un'alta varietà di animali che possono essere utilizzati per questa industria e sono ben demandati all'estero - l'eco-turismo (6) - che riguarda la gestione di rute turistiche che abbiano i minori impatti ambientali nelle zone visitate e che contribuiscano allo sviluppo delle popolazioni locali.<sup>58</sup>

Ciononostante, per tutte queste tipologie di commercio della biodiversità, mancano sia un contesto legale completo che dei meccanismi di promozione. Inoltre, il fatto che non ci sia un settore finanziario che offra crediti a bassi tassi d'interesse è un grosso ostacolo alla sua diffusione. Questa assenza è deplorabile se si pensa all'importanza strategica di questo settore e al valore aggiunto che ha prendendosi cura del ambiente e della promozione dello sviluppo delle zone più povere.

Un altro limite a livello interno è la mancanza di standard concreti, economici, sociali e ambientali, per l'adempimento del Biocommercio. La mancanza di chiarezza nell'implementazione dei Principi di sostenibilità del Biocommercio è un gravissimo problema. Purtroppo non esistono parametri chiari per misurare il miglioramento della produzione per quanto riguarda i Principi e Criteri del Biocommercio, poiché questi ultimi non sono misurabili. Finché questa gravissima limitazione non sarà superata, i Principi e Criteri del Biocommercio saranno soltanto concetti astratti. A questo proposito è necessario la creazione di indicatori misurabili per ogni agente della catena di valore.

L'ultimo problema interno riguarda la mancanza di una politica orientata allo sviluppo

---

<sup>58</sup> Brack Egg (2004), *Ecologia del Peru*, Lima: Bruño-PNUD.

rurale. Il settore rurale è quello maggiormente legato alla biodiversità. Questo settore racchiude le aree più povere del paese, ubicate nelle aree più lontane o meno raggiungibile da Lima. Le politiche pubbliche e le statistiche ufficiali considerano il settore rurale come marginale. Se valutiamo la popolazione secondo i criteri della Banca Mondiale,<sup>59</sup> il 59% della popolazione peruviana vive in aree urbane, mentre il 41% vive nelle zone rurali del paese. In altre parole, non sarebbe un settore marginale ma piuttosto circa la metà della popolazione del Perù. Di conseguenza, la contribuzione rurale al PIL è molto elevata.<sup>60</sup> Nonostante ciò, non esiste ancora ad oggi, una Politica di Stato che esplicitamente si rivolga al settore rurale come fondamentale per lo sviluppo sostenibile. Per questi motivi, le possibilità di esito del Biocommercio come alternativa allo sviluppo sostenibile è fortemente correlata alla decisione politica di appoggiare il settore rurale o meno.

Per quanto riguarda le limitazioni esterne, Farilie ne segnala tre. La prima riguarda gli ostacoli del commercio internazionale, cioè le regolamentazioni a cui fanno fronte alcuni prodotti naturali per entrare ai mercati internazionali. Il caso più grave è rappresentato dalla legislazione europea con la legge *Novel Food*, per la quale gli alimenti che sono stati importati prima del 1997 devono entrare in un processo di certificazione che significa costi molto elevati per gli importatori di prodotti peruviani o per gli eventuali esportatori che desiderano finanziarli. Secondo la Comunità Andina, la carica probatoria e amministrativa richiesta dalla legislazione europea non è proporzionale ed è eccessiva per gli alimenti derivati dalla biodiversità e per l'adempimento dell'obiettivo legittimo di protezione della salute e della vita delle persone. Esisterebbe, quindi, un'alta discrezionalità delle autorità amministrative europee nel determinare questi aspetti. Nello stesso modo, mancano i mezzi alternativi di accreditamento, giacché non è valida la presentazione di certificazioni emanate da entità riconosciute del paese d'origine. Infine, le tempistiche di valutazione sono troppo lunghe, l'attesa è in media di quattro anni prima che all'alimento sia permesso l'accesso.

Un altro ostacolo legale è il GRAS *Generally Recognized As Safe* negli Stati Uniti, che richiede la valutazione e approvazione di qualsiasi sostanza che sia stata aggiunta in modo

---

59 La Banca Mondiale classifica i centri urbani come spazi formati da più di 20,000 persone.

60 Banca Mondiale (2005), *Beyond The City. The Rural Contribution to Development*, Washington:WB.

intenzionale all'alimento di base.

**Tabella 9: Principali barriere non tariffarie per i prodotti commerciali nuovi della biodiversità**

<i>GRAS</i>	USA	Olio /Supplementi
<i>NOVEL FOOD</i>	UE	Alimenti
Barriere Fitosanitarie	ASIA	Alimenti/ Prodotti industriali

Fonte: Alan Farlie Reinoso 2010.

Attualmente la maggior parte delle imprese del settore si dedicano all'elaborazione di beni intermedi che posteriormente saranno esportati per l'elaborazione finale nelle industrie straniere. Tuttavia, è necessario sviluppare un mercato interno non solo di beni intermedi ma anche di beni finali, per così formare imprese solide che possano competere nel mercato internazionale. Inoltre, il Perù non gode di una buona immagine come produttore di beni finali. Questo non aiuta al settore delle piante medicinali e terapeutiche visto che non c'è fiducia del consumatore straniero per comprare prodotti per la salute. Sviluppare un mercato aiuterà a che ci sia il *Know How* necessario.

Il secondo problema riguarda l'inesistenza di una domanda internazionale specifica per i prodotti del Biocommercio. I compratori dei paesi importatori possono desiderare i nuovi prodotti della biodiversità ma non sono molto interessati né al modo in cui si estrae il prodotto né alla responsabilità sociale con le comunità. Questa affermazione è valida soprattutto nel settore delle piante naturali e dei cosmetici. Nonostante ciò, paradossalmente, esiste una domanda molto alta per prodotti sotto altri sistemi come la agricoltura organica o il *Fairtrade* (Commercio Giusto) per gli alimenti. Sarebbe interessante che il processo di certificazione per il Biocommercio includa la maggior parte degli aspetti delle altre certificazioni in modo di ridurre i costi per le imprese. Invece, oggi, il Biocommercio è considerato soltanto un modo di gestione "in più", senza che sia in competizione con altri certificati, non ci sarà interesse degli agenti di formare parte del Sistema: non esistono ancora imprese importanti nel mondo che domandano prodotti del Biocommercio. È importante per lo stesso proposito, migliorare la qualità della partecipazione nelle esposizioni internazionali, generando un'immagine di fiducia sui

prodotti della biodiversità nativa che esporta il Perù. Allo stesso tempo, si dovrebbe cambiare la tendenza a risaltare il nome del prodotto più dei principi attivi che contiene, in quanto il consumatore è più interessato agli effetti che alle caratteristiche del prodotto.

L'ultimo ostacolo riguarda la vulnerabilità di fronte alla pirateria della biodiversità. Lo standard di brevetti a livello mondiali non permette il registro di brevetti né della flora e fauna ottenuti nel ambiente né dei conoscenze tradizionali associati a queste risorse. Tuttavia, è possibile registrare brevetti sulle invenzioni o sviluppi tecnologici ottenuti a partire di questi. Nel caso del Perù molti prodotti hanno sofferto problemi di *bio-pirateria*.<sup>61</sup> Questo rappresenta un grave problema perché le imprese straniere acquisiscono i diritti di commercializzare in modo monopolistico poiché in possesso dei brevetti. Di fronte a questo problema, la legislazione peruviana è una delle più avanzate nel proteggere la biodiversità e i conoscenze. Tuttavia, è necessario lavorare insieme a tutti i paesi ricchi in biodiversità, per esercitare pressione sui criteri internazionali. Inoltre, è importante sviluppare un sistema di concessione dei brevetti che sia in linea con le necessità della biodiversità e della protezione dei conoscenze tradizionali.

---

61 Il fenomeno della commercializzazione delle medicine tradizionali, ovvero dello sfruttamento commerciale di conoscenze mediche tradizionali dei popoli indigeni delle aree meno sviluppate del mondo, è uno fra i più controversi della storia recente dell'industria farmaceutica. Esso viene talvolta indicato con il termine dispregiativo biopirateria.

## CAPITOLO III: FINANZIAMENTO

Questo capitolo presenta la sintesi della presentazione realizzata dal Ministero di Agricoltura del Perù nel settembre dell'anno corrente (2014),<sup>62</sup> e della consulenza richiesta dal progetto *PeruBiodiverso* nel 2010.<sup>63</sup> L'obiettivo di questi studi è quello di identificare la situazione finanziaria in Perù per quanto riguarda il Biocommercio.

Al giorno d'oggi il Biocommercio non è un concetto ancora diffuso all'interno del sistema bancario tradizionale e del mercato finanziario. Non esistono dell'informazione attualizzate e pubbliche sulle piccole e micro imprese che adempiono gli standard sociali, economici ed ecologici del Biocommercio. Per questo motivo nel presente capitolo si analizzerà il finanziamento rivolto alle piccole e micro imprese, e in modo specifico a quelle che appartengono al settore rurale, in quanto la maggior parte di iniziative di Biocommercio rientrano in questo gruppo.

### 1. Finanziamento agrario nel Perù

Riguardo al settore agrario nel Perù, più della terza parte dei peruviani vive nelle zone rurali: Il 34% della popolazione economicamente attiva lavora nel settore agricolo che rappresenta il 10% del PIL nazionale. Ciononostante la povertà nelle zone rurali è molto alta, e insieme alla bassa redditività e alla mancanza di tecnologie, pongono l'accento sull'estrema importanza di un'interversione su questo settore.

La tipologia del finanziamento agrario nel Perù, secondo la presentazione elaborata dal Ministero di Agricoltura, si divide in quattro livelli. Il primo con un alto accesso al finanziamento, è costituito dall'agricoltura moderna intensiva, orientata all'esportazione non tradizionale, per la quale serve un alto grado di tecnologia finanziata con alti livelli di investimenti. Il secondo con un limitato accesso al finanziamento, è costituito dall'agricoltura tradizionale di esportazione estensiva, questo settore è quello più esteso con esportazioni di \$97 milioni e un territorio che comprende 1 milione 200 mille ettari. Il principale problema di questo settore è la frammentazione e la bassa produttività della terra.

---

62 Ministero di Agricoltura (2014), "Finanziamento en el sector del Biocomercio", Lima, presentazione.

63 PeruBiodiverso (2010), *Estudio de mercado sobre fuentes de apoyo y financiamiento para iniciativas de Biocomercio*, Lima: Consultoria para el Desarrollo.



Il terzo livello con un debole accesso al finanziamento, è costituito da tutte quelle coltivazioni con potenziale esportabile che richiedono maggior appoggio statale per generare la tecnologia e raggiungere i livelli d'investimento richiesti per il suo sviluppo. Il quarto livello che non è accessibile al mercato finanziario, è quello della coltivazione di sussistenza, che si traduce in 400 mille famiglie rurali in situazione di povertà estrema. Quest'ultima categoria è quella che ha più bisogno dell'aiuto dello Stato per riuscire a sviluppare le proprie attività.

L'inaccessibilità al credito è uno degli ostacoli più importanti per sviluppare il settore rurale e di conseguenza il Biocommercio. Da parte della domanda creditizia c'è un alto costo del credito per le imprese e la mancanza delle garanzie richieste. Mentre da parte dall'offerta dei finanziamenti non ci sono le tecnologie creditizie adeguate e c'è una mancata conoscenza del settore. Infatti le istituzioni finanziarie esistenti per finanziare questo settore nel Perù sono 58 e appartengono a diverse categorie – le quali saranno spiegate nei paragrafi successivi. Nonostante l'alta domanda, questa resta in gran parte insoddisfatta in quanto alle 5 milioni di piccole e micro imprese solo corrispondono 2,5 milioni di crediti.<sup>64</sup>

## **2. Domanda di finanziamenti**

Nel settembre del 2007, nel contesto del Programma Nazionale per la Promozione del Biocommercio (PNPB), si crea il Progetto *Peru Biodiverso* (PBD) con la finalità di contribuire al miglioramento della qualità della vita delle popolazioni rurali mediante l'uso sostenibile della biodiversità. Il PBD cerca di rafforzare e promuovere le catene di valore di beni e servizi correlati alla biodiversità nazionale e allo sviluppo rurale sostenibile, con l'obiettivo che, in condizioni di equità, le popolazioni povere delle aree rurali selezionate migliorino la loro partecipazione economica. Considerando che il PBD non ha un'offerta di servizi finanziari, si è rivolta nel 2010 a un gruppo di esperti con l'obiettivo di realizzare uno studio sulle fonti di finanziamenti disponibili nel Perù per imprenditori, progetti o accordi formali relazionati al Biocommercio. Le catene produttive che si sono prese in considerazione per lo studio sono state quelle della *Tara* (in Cajamarca); *Maca* (in Junin); *Quinoa*, *Maiz Amiláceo* e *Maiz Morado* (in Arequipa); *Sacha Inchi* (in San Martin); *Camu*

---

<sup>64</sup> Ministero di Agricoltura (2014), “Finanziamento en el sector del Biocomercio”, Lima, presentazione.

*Camu* (in Loreto); e *Yacòn* (in Cajamarca). Riguardo alla metodologia dello studio, sono state realizzate delle interviste semi-strutturate agli attori economici presenti nei diversi passaggi di produzione, raccolta, trasformazione dei prodotti e commercializzazione. Il risultato di questa inchiesta sarà esposto nei paragrafi successivi.

Secondo la consulenza, in generale, la domanda di finanziamenti per le iniziative produttive che lavorano (o potrebbero lavorare) sotto i Principi e i Criteri del Biocommercio, si caratterizza per essere composta da piccoli agricoltori che non hanno alcuna assistenza tecnica e legale. Gli accordi sono realizzati attraverso contratti di breve termine, rinnovabili o meno; lontani dal creare una relazione commerciale a lungo periodo. Si evidenzia una catena produttiva dove predomina la sfiducia tra gli attori. Inoltre ogni prodotto del Biocommercio presenta una sua specificità per quanto riguarda la propria catena produttiva. In altre parole, non tutti i prodotti hanno lo stesso modo di commercializzazione per cui è necessario parlare della “catena produttiva del prodotto X”. Infine lo studio segnala che più il prodotto è caro e richiesto (si avvicina ad essere una commodity) più è difficile parlare di una catena produttiva: ci sarà sempre di più la tendenza alla integrazione verticale.

### Grafico 5: Filiera produttiva nel settore agricolo



Fonte: Elaborazione propria con dati della consulenza del progetto *PeruBiodiverso*.

L'applicazione della catena di valore del Biocommercio<sup>65</sup> richiede che tutti gli attori della catena produttiva siano disposti a lavorare sotto i Principi e i Criteri del Biocommercio. Nello stesso modo, anche i grossisti e venditori al dettaglio devono essere interessati a lavorare sotto questi Criteri e Principi, perché altrimenti non sarebbe possibile ottenere nel mercato (dai consumatori) le risorse addizionali che comporta l'implementazione della catena di valore del Biocommercio. L'applicazione dei Principi e i Criteri deve essere, quindi, necessariamente bilanciata da un aumento della domanda di un prodotto di maggiore qualità.

Per quanto concerne i risultati dell'attività di produzione, lo studio afferma che i produttori generalmente sono agricoltori che non hanno conoscenze in termini formativi e legali delle loro terre. All'inizio del periodo di produzione nella zona si presentano i rappresentanti dei grossisti con la finalità di individuare un raccoglitore locale. Si cerca quindi di identificare una persona di fiducia che durante un periodo di tempo immagazzini e rivenda in seguito

---

<sup>65</sup> Nel ambito del Biocommercio si parla di catena di valore e non più di catena produttiva nella misura in cui i produttori adempiono i Principi e i Criteri del Biocommercio definiti dall'UNCTAD.

allo stesso prezzo (prefissato) il prodotto raccolto dai produttori. In questi termini sono i prezzi offerti dai raccoglitori ai produttori quelli che avviano la dinamica di concorrenza a questo livello. I raccoglitori locali cercano di differenziarsi dai raccoglitori temporanei offrendo servizi quali l'assistenza tecnica al agricoltore, mentre il raccoglitore temporaneo ha il vantaggio di offrire prezzi più alti. Infine è importante sottolineare la grande sfiducia esistente nei confronti del produttore per quanto riguarda i tempi di consegna, e verso il compratore (grossisti e commercianti) in quanto non è interessato a stabilire rapporti di fiducia di lungo termine con i produttori.

Lo studio sostiene che, sebbene sia ben saputo che i prodotti del Biocommercio hanno un grande potenziale, si deve riconoscere che non c'è un'offerta in quantità e qualità sufficiente per soddisfare la domanda all'estero. Si segnala che nel futuro ci sarà la necessità di aumentare i volumi circa l'obbligo di adempire ai contratti con i compratori all'estero.

In questo settore, non tutti i produttori hanno le condizioni e sono disposti a richiedere un credito bancario. Esiste, purtroppo, una forte difficoltà a stimare le domande potenziali ed effettive di credito in ambito rurale perché si tratta di una domanda che dipende dalle diverse funzioni di produzione (e consumo) degli attori coinvolti. La domanda di finanziamento dei piccoli agricoltori è destinata non solo a coprire i costi della produzione, ma anche a coprire le spese dell'unità familiare fino al momento della vendemmia (consumo e mantenimento della famiglia). D'altronde molti produttori non sono disposti a richiedere un finanziamento per il timore di perdere le loro tenute e doverle dare in garanzia oppure non essere in grado di assumere i costi operativi associati o, infine, di gestire un credito a livello formale. In questo modo la ricerca empirica realizzata segnala che è molto difficile per tanti produttori avviare una nuova produzione se questi non sono in possesso di un'altra tenuta che gli permetta procurarsi la liquidità necessaria.

Per quanto riguarda le iniziative dei governi locali, laddove dove ci sono state, le aspettative degli agricoltori puntano al miglioramento, grazie alle risorse pubbliche, delle condizioni minime richieste delle istituzioni finanziarie locali. Parallelamente alcune ONG propongono la possibilità di costituire delle associazioni formali di produttori che assumano la responsabilità di assicurare la gestione responsabile del associato e, soprattutto, il rischio di onorare il credito ottenuto individualmente.

Un altro punto della consulenza, per quanto riguarda la domanda dei finanziamenti del Biocommercio, concerne l'attività di trasformazione del prodotto e generazione di valore aggiunto. In generale i prodotti del Biocommercio sono raccolti e venduti senza nessuna trasformazione del prodotto. Ciononostante, in caso ci sia, questi prodotti sono venduti come materiali industriali e non più come beni di consumo finale: come è stato evidenziato nei capitoli precedenti. Nonostante ci sia una forte domanda di finanziamento a questo livello, si sostiene che il sistema finanziario non conosca il potenziale produttivo del Biocommercio e della crescita commerciale dei prodotti vincolati alla biodiversità. Di conseguenza nella valutazione del rischio creditizio si mantiene la visione convenzionale della produzione agricola per cui si considera ogni coltivazione come predisposta al rischio. Per questi motivi gli attori tendono ad assumere i propri compromessi finanziari lavorando le loro iniziative produttive con le proprie risorse giacché i costi del finanziamento sono troppo alti.

Quando si parla del finanziamento rurale la probabilità di accedere a questo finanziamento è correlata alla categoria creditizia del sollecitante - persona giuridica o naturale - così come alla qualità tecnica della richiesta di finanziamento. In linea generale possiamo affermare che i progetti ben strutturati riescono a trovare un finanziamento. Senza dubbio, segnala lo studio, più che la presentazione di garanzie reali, contribuirà all'accettazione della richiesta il fatto che l'istituzione finanziaria d'intermediazione valuti la richiesta come proveniente da un cliente con (1) un concetto di commercio ragionevole; (2) una capacità di gestione valida per portare a fine il progetto; e (3) una storia creditizia positiva con la possibilità di essere verificata nel sistema finanziario. In questo caso è probabile che la tasso di interesse effettiva e le altre condizioni finanziarie siano diverse tra i sollecitanti, nonostante appartengano alla stessa categoria all'interno della catena produttiva.

Si segnala che, negli ambiti dove c'è una produzione vincolata al Biocommercio, l'accesso al credito lo ottiene chi è coinvolto nelle produzioni più grandi. Non sono quindi i piccoli produttori agricoltori a ricevere l'appoggio degli intermediari finanziari - intermediari finanziari<sup>66</sup> ma principalmente i produttori di media misura. Ad ogni modo, il

---

<sup>66</sup> Si definisce come *intermediari finanziari* quelle istituzioni finanziarie supervisionate dalla *Superintendencia de Bancos y Seguros* che può canalizzare al mercato le risorse finanziarie. Queste possono essere Banche, Finanziatrici, Locatori, Casse Comunali, Casse Rurali, Cooperative, Istituti di

finanziamento concesso è più vincolato al consumo che alla produzione, in quanto l'ammontare (\$100) non sono significativi per l'attività produttiva ma si rappresentano un appoggio al consumo familiare.

Per quanto riguarda la commercializzazione, la negoziazione del produttore con il raccoglitore locale è individuale e la sua capacità di negoziazione è inversamente proporzionale alla necessità di liquidità. Questo dato rileva l'alto grado d'informalità presenti; essi infatti vendono a chi offre il migliore prezzo in contanti. I raccoglitori locali immagazzinano e rivendono in seguito i prodotti ai grossisti. Inoltre è importante segnalare la mancanza di comunicazione e di fiducia degli attori che si trovano nei livelli più vicini al mercato verso i piccoli produttori. Il problema è peggiore di quanto sembra visto che gli agricoltori non si accorgono di quanto sia importante generare fiducia verso i compratori, e che questo porta all'esecuzione di accordi a breve termine che, anche se portano un guadagno sicuro a breve termine, non hanno i vantaggi degli accordi a lungo termine come ad esempio l'accesso al finanziamento. Lo studio sostiene che si parla frequentemente della “volatilità del produttore” facendo riferimento a la loro facilità nel cambiare la data e i termini della consegna. In questo modo, se si presenta un raccoglitore che offre un prezzo maggiore per i prodotti coltivati, i produttori tante volte decidono di non adempiere i termini dei contratti precedentemente stabiliti. Tra i raccoglitori esiste l'idea che il produttore potrebbe non adempiere gli obblighi perché l'unico “contratto” esistente è “chi offre di più”. La volatilità non si presenta soltanto dal lato produttore ma anche dal lato del compratore dei loro prodotti, i quali non adempiono le condizioni di acquisto stabilite inizialmente. Il grossista o l'esportatore non hanno interesse nello visitare i centri di produzione giacché ci sono molti raccoglitori locali che sono disposti a lavorare da intermediari portando il prodotto finito al centro di raccolta. Questa dinamica fa sì che il contatto a partire degli intermediari non permette di stabilire delle relazioni di fiducia a lungo termine tra i produttori e i compratori. In questo modo nel mercato si trovano attori che non hanno sviluppato un rapporto diretto. La mancanza di fiducia alimenta il breve termine degli accordi, che a sua volta causa una mancanza di fiducia.

---

Microcredito, ecc.

Lo studio del progetto segnala che quando si esportano i prodotti della biodiversità, quando ci si orienta ai mercati che esigono una alta qualità organica, le imprese richiedono un flusso significativo e costante di prodotti. Ad oggi non ci sono condizioni per l'impacchettamento dei prodotti, ma se è necessario l'importatore potrebbe richiedere requisiti minimi di impacchettamento, “disciplinando” tutti i livelli della catena.

Infine si sostiene che nelle catene del Biocommercio gli attori cercano la formalità. Tuttavia la presenza di raccoglitori informali ha delle conseguenze notevoli di fronte alla fluidità della formalità. Questo si deve al fatto che i raccoglitori informali non pagano nessun tipo di tassazione, per cui hanno un vantaggio significativo di fronte ai raccoglitori formali. A questo si aggiunge che il raccoglitore informale vende direttamente al grossista, godendo di un margine di guadagno maggiore.

## **2. Verso un'offerta finanziaria specializzata nel Biocommercio**

Continuando con l'analisi della ricerca *Estudio de mercado sobre fuentes de apoyo y financiamiento para iniciativas de Biocomercio*” del progetto *PeruBiodiverso*, emerge che il termine “Biocommercio” non è né conosciuto né utilizzato, e in conseguenza non c'è coscienza dell'appartenenza a un livello della catena del Biocommercio. Inoltre, la motivazione degli attori ad adempire ai Principi e ai Criteri del Biocommercio riguarda l'uso effettivo di un'opportunità commerciale ma non una preoccupazione per altre tematiche inerenti alle pratiche del Biocommercio. I produttori hanno una conoscenza della catena/filiale produttiva soltanto a livelli immediati (superiore o inferiore). Essi, infatti, hanno poca o nessuna comunicazione con i compratori e ignorano la struttura dei mercati (caratteristiche, strutture, preferenze della domanda).<sup>67</sup> La conoscenza dei mercati, in termini di cosa si domanda o chi lo domanda, è molto ridotta tra i produttori (i produttori non sanno cosa succede con il prodotto dopo che è venduto al raccoglitore locale). Il livello di informazione aumenta lungo la catena avvicinandosi al consumatore finale. Questo si contrappone all'approccio della catena di valore del Biocommercio, secondo la quale ci sarebbe una alleanza tra i produttori, raccoglitori, trasformatori del prodotto, distributori,

---

<sup>67</sup> Profilo del consumatore e le loro necessità, i prezzi relativi, i prodotti della concorrenza, i prodotti sostituti o complementari, il volume della produzione e vendita, la stagionalità, i requisiti di presentazione e qualità.

commercianti e istituzioni di appoggio e legislative. Questi attori, partendo dalla domanda del mercato, dovrebbero stabilire una visione comune per riconoscere le necessità di condivisione che li porta a lavorare insieme al fine di adempiere a degli obiettivi. Questo prevede una disposizione a condividere i benefici e i rischi, così come investire il tempo, l'energia e le risorse per il loro raggiungimento. Nella realtà l'orizzonte temporale nel quale si prendono le decisioni è molto breve, gli attori quindi non costituiscono una catena di valore (nei termini del Biocommercio) perché non c'è una visione condivisa tra gli attori, non si cerca di differenziare il prodotto in termini di valore, né si cerca aumentare la fiducia tra di loro. Lo studio segnala che, in base a quanto osservato, gli individui lavorano insieme a breve termine ma non si auto-percepiscono all'interno di una catena di valore strutturata e orientata al mercato. Per questo motivo si sostiene che ci sarebbe la necessità di una cultura del benessere condiviso con l'obiettivo di assicurare una relazione commerciale sostenibile a lungo periodo.

In effetti se il concetto di Biocommercio non è utilizzato dagli attori coinvolti, non risulta fattibile che ci sia un'offerta finanziaria per soddisfare una domanda che non si conosce: non è possibile osservare una corrispondente offerta dei servizi per incontrare la domanda disponibile. Per questo motivo c'è stata la necessità di focalizzare l'analisi dell'offerta finanziaria per il Biocommercio nei principali prodotti finanziari offerti oggi in Perù per il settore della microimpresa, e in particolar modo nel caso del finanziamento rurale. Il finanziamento rurale, fino ad oggi, è stato studiato in modo disorganico, da una parte ci sono aspetti che sono stati studiati in modo approfondito a causa della maggior disponibilità d'informazione -come il settore dell'agricoltura formale tradizionale- al contrario, altri aspetti sono stati studiati poco, come è il caso dell'offerta micro-creditizia del settore formale e semi formale.

Riguardo i servizi di supporto in generale, gli intervistati dai consulenti sostengono che non c'è un pacchetto tecnologico valido (da parte dello Stato) per quanto riguarda la gestione delle catene/filiali produttive. Il Ministero di Agricoltura fa il suo compito cercando di organizzare gli agricoltori e di stabilire vincoli con i produttori, mentre l'Istituto Nazionale di Innovazione Agraria (INIA) e l'Istituto di Ricerca dell'Amazzonia Peruviana (IIAP)



lavorano nella ricerca. Tuttavia si considera che lo sviluppo industriale e la crescita del mercato hanno sorpassato la velocità della ricerca e dello sviluppo tecnologico in Perù.

Dal lato finanziario, sono generalmente le Istituzioni di Microfinanza a soddisfare la domanda, e la crescente presenza di fonti di appoggio (formali) si osserva nei livelli più vicini al mercato finale: il grossista formale è finanziato nel breve termine dalla banca convenzionale, in quanto ha i requisiti richiesti di garanzia o una carta di credito. Mentre più vicino al produttore si trova chi chiede il finanziamento, più lontano da lui si trova il mercato. Di conseguenza è qui dove più meccanismi di controllo e requisiti chiederà il finanziatore. Più ci si avvicina al mercato, più i requisiti del prestito si avvicinano ai requisiti di un credito commerciale convenzionale.

Dal lato della assistenza tecnica, c'è un ridotto appoggio dei privati nei servizi vincolati all'assistenza tecnica nella gestione della coltivazione, di solito sono le ONG con il loro finanziamento dei progetti o le piccole imprese dei servizi sono coloro che si dedicano a rispondere alla domanda di questo livello. Per quanto riguarda l'assistenza tecnica dei piccoli produttori del Biocommercio, questa non è sufficiente perché non si ha tutto quello di cui si ha bisogno in termini di qualità e di quantità. Sebbene i consulenti osservano che c'è un'offerta locale di professionisti con le conoscenze tecniche e l'esperienza necessaria, il piccolo agricoltore non è in grado di pagare per questi servizi. Per questo motivo, si conclude che per quanto riguarda l'assistenza tecnica del Biocommercio sia l'appoggio privato come quello pubblico sono molto ridotti. Si tratta di una attività (quella del Biocommercio) che i piccoli produttori affrontano da soli, salvo laddove c'è l'intervento di alcune ONG e dei progetti della cooperazione internazionale.

In un contesto dove ognuno cerca il proprio finanziamento, i pochi che sono attivi nell'ambito rurale provengono dalle ONG e dal *Agrobanco*,<sup>68</sup> e in misura minore, dalle

---

68 Nel 2001 si crea il Banco Agropecuario, Agrobanco, è il principale strumento di appoggio finanziario dello Stato per lo sviluppo sostenibile e permanente del settore agrario. È una persona giuridica di diritto privato sottoposta alla Soprintendenza delle Banche e le Assicurazioni (Superintendencia de Banca y Seguros). La direzione e gestione di questo è autonoma e ha le stesse funzioni di una banca commerciale. L'Agrobanco conta con risorse del settore pubblico, assegnate dal Ministero di Agricoltura, con l'obiettivo di finanziare programmi di appoggio con credito diretto alle microimprese e ai piccoli produttori agrari. L'Agrobanco ha come priorità i piccoli produttori associati, che fanno parte delle comunità native o indigene, imprese comuni, zone rurali o in condizioni di povertà estrema.

Cooperative<sup>69</sup> e Casse Rurali di Risparmio e Credito (*Cajas Rurales de Ahorro y Credito*).<sup>70</sup> Tuttavia, sono le banche commerciali e le Casse Comunali di Risparmio e Credito (*Cajas Municipales de Ahorro y Credito*) quelle che sono cresciute in modo significativo negli ultimi anni e quelle che concedono maggiore servizio di microcredito. Entrambe, infatti, si rivolgono in modo particolare alle zone urbane e al commercio.

---

69 Le cooperative di risparmio e credito sono imprese di proprietà comune, autonome di fronte allo Stato e democraticamente amministrate. Si costituiscono in modo libero e volontario, attraverso l'associazione delle persone, con l'obiettivo di rispondere ai bisogni finanziari, sociali e culturali dei loro membri. Le cooperative promuovono il risparmio nelle sue diverse modalità, inoltre offre servizi finanziari ai loro soci. Sono una fonte di appoggio solidale di fronte alle necessità delle persone che si trovano al margine del sistema finanziario convenzionale. I soci creano un fondo solidale destinato a offrire i crediti. Il carattere solidale di queste, contrariamente alle entità bancarie, determinano una grande domanda degli agricoltori.

70 Una Cassa di Risparmio è un'entità di credito simile a una banca. Sono società anonime che hanno come obiettivo catturare risorse pubbliche e la loro specialità riguarda la realizzazione di operazioni di finanziamento di preferenza alle piccole e micro imprese. Nel Perù esistono casse comunali, rurali e metropolitane (Lima). Tutte queste istituzioni sono sorvegliate dalla Soprintendenza di Banca e Assicurazioni (SBS) e hanno la stessa protezione per quanto riguarda i risparmi che qualsiasi altra banca. Nel passato una differenza con le banche era che le banche avevano una copertura nazionale mentre le casse si limitavano a la regione dove era stata creata. Attualmente questo è cambiato, le casse lavorano a livello nazione attraverso delle agenzie in diverse regioni.

**Tabella 10: Condizioni minime richieste dagli intermediari finanziari per il finanziamento (escluse quelle che finanziano il consumo) delle piccole e micro imprese agricole.**

Richiedente di credito	Proprietà agricola	Costituzione di garanzie (secondo l'ammontare richiesto)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tra 25 a 70 anni.</li> <li>• Avere esperienza nell'agricoltura</li> <li>• Essere proprietario di almeno 1 ettaro di terre.</li> <li>• Essere in possesso di documenti come le ricevute di compra di materiali o la Licenza di Funzionamento.</li> <li>• Scrittura Pubblica e Costituzione dell'impresa.</li> <li>• Carte d'identità dei proprietari.</li> <li>• Copia dell'ultima bolletta di servizi del domicilio del richiedente.</li> <li>• Certificato di <i>Vigencia de Poderes</i></li> <li>• Qualificazione positiva per quanto riguarda il pagamento di debiti nel passato</li> <li>• Bilancio di guadagni e perdite.</li> <li>• <i>Declaracion Jurada Anual de Impuesto a la Renta</i></li> <li>• Flusso di cassa aspettato (per il periodo del finanziamento)</li> <li>• Essere in possesso di una linea di credito approvata.</li> <li>• Essere in possesso di un conto corrente.</li> <li>• Referenze personali e commerciali.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Titolo di proprietà delle terre o delle case iscritte nel Registro Pubblico</li> <li>• Copia del <i>HR</i> e <i>PU</i> del locale o casa propria.</li> <li>• Certificato di possessione.</li> <li>• L'attività deve essere in piede da almeno un anno.</li> <li>• L'attività deve generare vendite annue o giornaliere non inferiori a una determinata cifra media.</li> <li>• Certificato negativo di <i>Gravame</i> e <i>Copia de Dominio</i>.</li> <li>• Programma di coltivazione e irrigazione della sessione scorsa.</li> <li>• Schizzo dell'ubicazione della proprietà.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Firma del <i>Paguerò</i></li> <li>• Valutazione della terra</li> <li>• <i>Minuta</i></li> <li>• Testimone dell'ipoteca (notaio)</li> <li>• Iscrizione dell'ipoteca nei Registri Pubblici.</li> <li>• Proprietà agricola iscritta nei Registri Pubblici.</li> <li>• Dimostrare di avere una garanzia patrimoniale oppure qualcuno che si faccia carico.</li> </ul>

Fonte: Consulenza progetto *PeruBiodiverso*.

Una semplice lettura delle condizioni ci permette di capire quanto difficile può essere per i produttori che operano nella biodiversità, adempire a queste condizioni per richiedere un finanziamento alle intermediari finanziari. Nel caso dei piccoli agricoltori, ad esempio, alcuni non hanno nemmeno i titoli di proprietà delle loro terre per cui è quasi impossibile accedere al finanziamento formale o iniziare una nuova attività. Esiste una forte sfiducia delle banche verso il settore agricolo perché non si conosce il potenziale produttivo di

questo settore mentre ci si focalizza sui diversi rischi che presenta la produzione agricola. Per questo motivo lo studio segnala che mentre più ci si avvicina alla raccolta del prodotto, la probabilità di essere finanziati sarà maggiore.

Tuttavia nel caso in cui il finanziamento sia concesso alle micro-imprese, i servizi finanziari offerti presentano un orizzonte temporale molto limitato e le cifre del finanziamento sono molto basse (per un'attività che riguarda il commercio della biodiversità). Gli Autori illustrano alcune condizioni del finanziamento degli intermediari finanziari come ad esempio: il finanziamento fino al 80% della produzione; l'ammontare minimo di \$150 e massimo di \$11 mila; il finanziamento è in rate mensili; l'interesse moratorio è del 50%; quando il finanziamento è superiore ai \$7 mille si richiede una garanzia industriale o ipotecaria che copra 1,5 volte l'ammontare del credito; non si fa pagare al prelievo; si applica un'assicurazione contro il *Gravame* (0,085% del debito mensile); ecc.

Lo studio afferma che nonostante gli antecedenti negativi per quanto riguarda il pagamento dei debiti nel settore agricolo, gli intermediari finanziari potrebbero interessarsi a coprire il vuoto finanziario, per quanto riguarda le attività di Biocommercio, se avessero un'informazione chiara e precisa. Tuttavia al giorno d'oggi la quasi totalità dei richiedenti di credito non hanno uno storico creditizio nel sistema finanziario, per cui *“non essendoci l'informazione necessaria sul rischio, come sapere che (il debitore) adempirà agli obblighi di pagamento del credito?”*(Consulenza progetto *Perubiodiverso*: 16). A questo punto la costituzione formale di un'associazione di piccoli produttori potrebbe essere un'azione positiva, anche se, da sola, non risolve il problema dell'incertezza e del rischio. In questo caso gli intermediari finanziari chiederebbe agli agricoltori una dimostrazione del precedente lavoro come gruppo che lavora per il benessere collettivo, così come un chiaro compromesso di associazione. La ricerca empirica dimostra che, per arrivare a questo livello, si deve attraversare un processo complesso giacché attualmente tra gli agricoltori non esiste il livello di fiducia necessario per avviare questo meccanismo.

In queste circostanze di produzione ridotta in termini di volume e qualità, si sostiene che per le istituzioni finanziatrici il rischio principale non è vincolato alla domanda del prodotto o alle poche garanzie reali presentate dai piccoli agricoltori, ma al rischio morale e alla

selezione avversa dovute all'informazione asimmetrica. Più ci si allontana dai livelli vincolati al mercato, più la presenza di piccoli agricoltori poveri e senza uno storico creditizio nel sistema bancario formale è più frequente e si accentua il problema dell'informazione asimmetrica e rischio morale. I rischi creditizi<sup>71</sup> sorgono dall'incertezza sullo sviluppo futuro di un progetto da finanziare. I problemi d'informazione incompleta e asimmetrica comportano la necessità da parte degli intermediari finanziari di trovare una tecnologia che permetta di separare i buoni dai cattivi creditori. Questo problema di selezione avversa spiegherebbe, in grande misura, come in realtà i piccoli produttori agricoli vincolati alle catene del Biocommercio non abbiano la possibilità di contare individualmente con le fonti di finanziamento formale. Le politiche specifiche che adottano gli intermediari finanziari per ridurre il rischio, possono riflettersi in: esigere l'uso di una garanzia o di un collaterale, richiedere tassi d'interesse più alti, o semplicemente non prestare denaro. Nel caso dell'applicare di tassi di interesse elevati, solo i progetti con alta redditività (e alta volatilità) potranno assumere un elevato costo finanziario, per cui la stessa decisione degli intermediari finanziari può essere un incentivo perverso per attrarre partecipanti di bassa qualità che presentano con maggiore intensità il problema di selezione avversa.<sup>72</sup> Per questi motivi la tecnologia finanziaria disponibile attualmente in Perù valuta le condizioni personali del sollecitante di credito (e non il processo produttivo) e esige una garanzia ipotecaria al finanziamento.

Inoltre lo studio afferma che nel caso delle piccole e micro imprese del Perù, la qualificazione individuale della richiesta del finanziamento per gli intermediari finanziari rappresenta un costo unitario molto elevato in relazione al monto richiesto. A questo si aggiunge che il settore bancario tradizionale non è in grado di utilizzare altri strumenti finanziari che non siano quelli tradizionali. In effetti la valutazione del credito è molto

---

71 Al concedere un prestito le *intermediari finanziari* affrontano un rischio creditizio (vincolato al fatto di non recuperare l'ammontare prestato), un rischio di liquidità (vincolato alle eventuali differenze tra passivi e attivi finanziari), un rischio di variazione dei tassi di interesse, e altri rischi del mercato come la variazione dei prezzi. La valutazione creditizia deve tener conto che il debitore adempia agli obblighi pattati in precedenza, per cui l'utilizzo di garanzie completano la fiducia che si ha con il debitore.

72 La consulenza segnala che l'intermediazione finanziaria (*IF*) suppone:

1. la trasformare l'offerta finanziaria in modo tale che si adatti alle necessità del cliente;
2. la gestione dei rischi; e
3. il processare l'informazione attraverso le tecnologie finanziarie avanzate.

problematica perché l'informazione necessaria è difficilmente disponibile. In conseguenza, nonostante il potenziale delle catene vincolate al Biocommercio, sono poche gli intermediari finanziari che appoggiano i piccoli produttori agrari.

Infine alcune sfide del finanziamento del Biocommercio secondo lo studio del Progetto *PeruBioverso* sono:

1. la mancata conoscenza del concetto di Biocommercio da parte degli intermediari finanziari per cui la mancanza d'esperienza per trattare i crediti in questo settore;
2. i rischi climatici nell'attività agricola per cui è necessario un supporto assicurativo per riuscire ad avere un finanziamento;
3. gli alti costi operativi – dovuti alle zone, condizioni fisiche (trasporto, comunicazione), e condizioni della popolazione (educazione e ingressi economici);
4. Esperienze negative passate di interventzionismo statale nel finanziamento agricolo;
5. la carenza di garanzie reali per i più poveri;
6. le variazioni di prezzi che portano l'agricoltore a privilegiare il lavoro a breve termine;
7. le sollecitudine di finanziamento – si tratta per lo più di richieste per un basso ammontare che rappresentano in ogni caso un elevato costo unitario di operazione;
8. la mancata conoscenza da parte degli agricoltori del funzionamento del sistema finanziario.

### **3.1. Disponibilità di Fondi nel Sistema Finanziario**

Nell'attività agricola e in quella vincolata al Biocommercio si percepiscono dei colli di bottiglia<sup>73</sup> nei diversi livelli produttivi, per cui la disponibilità di fondi di finanziamento è un fattore che contribuisce allo sviluppo del settore rurale e alla riduzione della povertà. Ciononostante, risulta fondamentale per la disponibilità e per l'accesso ai fondi di finanziamento l'incertezza, il rischio e la poca fiducia associati a tutte le operazioni nell'ambito rurale.

---

<sup>73</sup> Ad esempio: disponibilità d'acqua, qualità del terreno, temperatura, disponibilità, costo, qualificazione della forza lavorativa, equipaggiamento artigianale, disponibilità di infrastruttura economica e viale di qualità e di comunicazione con i mercati.

Lo studio del progetto *PeruBiodiverso* sostiene che, in base all'informazione della *Superintendencia de Banca y Seguros* (SBS), tra ottobre del 2002 e ottobre del 2008, il credito diretto<sup>74</sup> totale del sistema finanziario è cresciuto del 127.7%. La crescita è variata tra i settori: mentre il credito ipotecario e al consumo sono aumentati, il credito al commercio continua ad avere il primo posto per quanto riguarda l'ammontare dei finanziamenti ma con una tendenza decrescente, e il credito alle microimprese è aumentato rappresentando circa il 10% in termini relativi e il 417,5% in termini assoluti durante il periodo di tempo analizzato.

**Tabella 11: Tipo di credito diretto e tipi di imprese del sistema finanziario al 31.10.2008 (in mili di soles)**

Tipo di credito	Banca <sup>75</sup>	Imprese Finanziarie	Cassa Comunali	Cassa Rurale	Entità per lo sviluppo delle piccole e micro imprese	Imprese di locazione finanziarie	Banco de la Nación <sup>76</sup>	Agrobanco	totale
Commerciale	55,019,996	25,473	1,261,013	135,815	108,297	1,717,305	-	46,679	58,314,579
Microimprese	5,161,751	523,696	2,798,784	573,778	712,552	709	-	30,705	9,801,975
Consumo	116,843,728	110,138	1,304,551	278,139	184,936	8,115	1,939,139	495	20,669,241
Ipotecario	10,151,741	126,824	203,155	31,167	37,356	-	-	-	10,550,243
Totale di crediti diretti	87,177,216	786,132	5,567,503	1,018,889	1,043,140	1,726,129	1,939,139	77,879	99,336,037

Fonte: Consulenza del progetto *PeruBiodiverso* 2010.

Lo studio analizza questi dati concludendo che il credito alla micro-imprese rappresenta il 9,9% dei crediti. È la banca tradizionale la fonte più importante del finanziamento (52,7%), ma sono le Casse Comunali quelle che hanno aumentato il loro finanziamento in questo settore.

Un altro punto studiato dall'analisi riguarda gli intermediari finanziari. Questi si indirizzano in modo crescente verso il settore della micro-impresa, come si deduce dall'analisi dello sviluppo del credito delle piccole imprese e dai risultati positivi delle

74 Credito diretto= crediti attuali + crediti rifinanziati e ristrutturati + crediti in ritardo.

75 Comprende imprese bancarie, imprese finanziarie, e altre istituzioni che erogano crediti.

76 È la banca dello Stato peruviano per quanto concerne le transazioni pubbliche e private.

istituzioni di microfinanza (praticamente inesistenti fino ai primi anni 90). I risultati che riguardo la microfinanza in Perù sono riconosciuti dal mondo accademico di tutto il mondo. Oggi, con una maggiore stabilità economica e finanziaria a livello macroeconomico, le banche commerciali hanno cominciato politiche aggressive per aumentare la loro partecipazione nel settore dei prestiti alle piccole e micro-imprese in modo da concorrere con le istituzioni di microfinanza. Nello stesso modo iniziano a fare parte del mercato locale finanziario nuove istituzioni e banche estere interessate a partecipare nel rispondere alla domanda di crediti di un grosso settore imprenditoriale.

Secondo la studio riportato finora, tutto fa pensare che i piccoli imprenditori abbiano crescenti opportunità per conseguire progressivamente finanziamenti, non solo di organi pubblici e di cooperazione- come nel passato, ma anche dalle istituzioni finanziarie specializzate del settore privato. A sua volta, l'atmosfera di concorrenza porta agli intermediari finanziari a un riduzione del elevato costo del finanziamento, che sebbene negli ultimi anni è diminuito notevolmente, il costo del credito alle piccole e micro-imprese è considerato molto alto se si confronta con il credito commerciale convenzionale.

**Tabella 12: Confronto tra i tassi annuali di interessi**

Tipo di Credito	Banche	Imprese Finanziarie	Casse Comunali	Casse Rurali	Entità per lo sviluppo della piccola e media impresa
Cooperative	6,5%	-	13,0%	11,0%	-
Grande imprese	8,0%	10,0%	13,0%	17,5%	40,7%
Medie imprese	10,7%	16,8%	20,1%	17,8%	32,8%
Piccole imprese	23,5%	31,5%	30,5%	28,2%	44,9%
Microimprese	33,1%	42,6%	41,6%	41,0%	54,4%
Consumo	40,6%	61,7%	26,4%	27,7%	18,3%

Fonte: SBS 2011,

Nonostante esista un sistema finanziario con risorse disponibili, questo non significa che l'accesso al credito sia uniforme nei diversi settori economici, giacché allo stesso tempo che gli intermediari finanziari hanno visto crescere le loro liquidità da offrire, ci sono molte micro e piccole imprese che non hanno ancora acceso ai prestiti. In questo senso, nella



maggior parte dei casi, i crediti sarebbero indirizzati verso l'area urbana e verso il settore commerciale più che per quella rurale e produttiva. La spiegazione a questo problema è spiegato dagli autori da quattro ipotesi:

1. vicinanza al produttore: quelle intermediari finanziari che sono più vicine al piccolo produttore sono quelle che hanno meno risorse finanziarie;
2. assenza di soggetti di credito (i migliori clienti sono stati già incorporati ai portafogli degli intermediari finanziari per cui sono oggetti di disputa, mentre incorporare nuovi clienti comporterebbe dei costi aggiunti);
3. limitazioni della tecnologia finanziaria (considerato che la popolazione rurale è un mercato piccolo, disperso e senza maggiore potere d'acquisto, e che il sistema finanziario richiede investimenti fissi nei sistemi informativi per la gestione del rischio e il monitoraggio dei clienti);
4. costo di credito alto: è una barriera all'entrata per i produttori agricoli dove il capitale è basso.

### **3.2. Attuale offerta finanziaria per il settore della piccola e micro impresa**

Stando allo studio del progetto *PeruBiodiverso*, gli impresari delle piccole e micro imprese formano la maggior parte del tessuto imprenditoriale in Perù se si osserva il dato in termini di numero delle unità economiche o del impiego di manodopera. La maggior parte degli imprenditori peruviani appartiene alle micro e piccole imprese. Le quali si caratterizzano per una gestione che:

1. non sa rispondere in modo adeguato di fronte agli eventi inaspettati;
2. ha una capacità limitata di supervisione personale della gestione della produzione;
3. presenta una organizzazione imprenditoriale non adeguata - di solito si tratta di imprese familiari;
4. si basa su decisioni prese in modo disordinato e poco strutturato – all'interno della famiglia non si hanno sufficienti conoscenze e le risorse tecniche necessarie-;
5. spesso presenta un indebitamento senza pianificazione.

A queste motivazioni va aggiunto inoltre che il piccolo imprenditore di solito non conosce il mercato locale, regionale, nazionale e internazionale; non ha una strategia da seguire; non

sa definire i processi interni e la logistica; non è in grado di pianificare la strategia di marketing e la politica delle vendite; non ha conoscenze tributarie; e non sa come accedere a un finanziamento.

Nonostante tutte queste limitazioni, lo studio sostiene che è l'accesso effettivo al finanziamento e i costi che questo comporta la principale limitazione degli imprenditori peruviani delle micro e piccole imprese.

La consulenza segnala che i principali offerenti istituzionali, formali e semi formali, che finanziano le attività sviluppate nell'ambito rurale sono:

- (1) le istituzioni di micro finanza con presenza nel settore rurale - la *Caja Rural de Ahorro y Credito CMACs* (Cassa Rurale di Risparmio e Credito),<sup>77</sup> la *Caja Municipal de Ahorro y Credito CRACs* (Cassa Comunale di Risparmio e Credito),<sup>78</sup> e le *Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Micro Empresa EDPYMES* (Entità di Sviluppo per la Piccola e la Micro Impresa)<sup>79</sup> - operando in un sistema di mercato necessitano di essere redditizie e rispettare la trasparenza di informazione, i procedimenti e le esigenze regolatrici della *Superintendencia de Banca y Seguros* (Soprintendenza delle Banche e Assicurazioni);
- (2) le Organizzazioni Non Governative di Sviluppo ONG, con programmi di microcredito non supervisionati, nella misura in cui sono risorse messe a disposizione da Fondi di cooperazione internazionali o nazionali;
- (3) gli offerenti privati semi-formali (imprese agroindustriali o agro-esportatrici, ecc).<sup>80 81</sup>

---

77 Lista completa delle CMACs nel Perù: [http://sbs.gob.pe/0/modulos/JER/JER\\_Interna.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=1741](http://sbs.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=1741).

78 Lista completa delle CRACs nel Perù: <http://www.ohperu.com/empresas/cajasmunicipales.htm>.

79 Organismi orientati a soddisfare la domanda di servizi creditizi. supervisionate dalla *Superintendencia de Bancos y Seguros del Perú*, hanno come obiettivo offrire credito alle persone che vogliono sviluppare una piccola o media impresa. Utilizza il proprio capitale ma anche donazioni. Nasce per promuovere la conversione delle ONG in entità regolate.

80 La semi formalità è rappresentata dalle istituzioni che hanno l'infrastruttura necessaria per l'operare e l'offerta di credito ma che non sono supervisionate dalla *Superintendencia de Bancos y Seguros* (Soprintendenza di Banche e Assicurazioni).

81 Nel analisi presentato si segneranno soltanto le forme formali di credito.

**Tabella 13: Offerta Finanziaria nel Perù**

<i>IF</i>	Banca	Imprese Finanziarie	Casse Comunali	Casse Rurali	Entità per lo sviluppo della piccola e media impresa	Agrobanco	Totale
Settore							
Agricoltura, caccia, bestiame, silvicoltura	1,003,144	54,489	214,432	143,034	28,870	68,357	1,542,296
Pescheria	505,305	907	34,324	2,540	691	674	544,442
Miniera	1,546,477	6,518	17,723	3,708	1,236	-	1,575,611
Manifattura	7,546,477	106,118	141,080	23,339	26,339	4,100	7,848,266
edilizia	863,199	27,536	63,986	8,410	4,092	-	967,224
commercio	6,331,870	484,674	1,078,959	188,880	149,595	37	8,234,015
altri	10,967,639	623,066	898,812	165,455	92,483	24,518	12,771,974
totale	28,794,294	1,303,308	2,44,315	535,366	303,907	97,687	33,483,878
Partecipazione nel settore agricolo	3,59%	4,18%	8,75%	26,72%	9,50%	69,98%	4,61%

Fonte: SBS(Marzo 2011).

Secondo lo studio, nel ambito rurale, il finanziamento è richiesto per le diverse attività economiche che si realizzano. L'offerta finanziaria dei prodotti e dei servizi degli intermediari finanziari va oltre la concessione di crediti (linea di credito; credito in conto corrente; leasing; factoring; e sconto di titoli al portatore). Attualmente, considerando che non si riesce a soddisfare la domanda dei finanziamenti dei soggetti rurali nel modo e nella misura da loro richiesti, il dibattito sullo sviluppo delle finanze rurali gira intorno all'ammontare che i distinti intermediari finanziari orientati alla microfinanza dovrebbero destinare al portafoglio agricolo e alla definizione della migliore tecnologia finanziaria per rispondere alla domanda dei produttori rurali; sottolineando la caratteristica dei produttori rurali per quanto riguarda la loro eterogeneità in termini di accesso effettivo al finanziamento se si considerano le regioni, le coltivazioni, le scadenze, i tassi di interesse, etc.

Il punto più importante segnalato dallo studio riguarda, senza dubbio, l'aumento sempre maggiore- parallelamente al dinamismo delle CMACs, CRACs e EDPYMEs- delle banche commerciali per quanto riguarda il finanziamento della piccola e micro impresa. Si vede quindi un futuro nel quale l'offerta di finanziamento al microimprenditore sarà sempre più

significativa, con un programma di formazione del personale che lavora nelle finanze rivolto a promuovere un avvicinamento con l'imprenditore della micro e piccola impresa. Tuttavia è chiaro che mentre il microcredito rappresenta una percentuale molto significativa del portafoglio delle istituzioni di microfinanza, questo rappresenta una parte molto piccola del credito diretta della banca tradizionale.

### **3.3. Fondo per lo sviluppo del Biocommercio nel Perù**

Secondo lo studio del *Progetto PeruBioversio*, è necessario disporre di un Fondo per lo Sviluppo del Biocommercio in grado di finanziare le azioni complementari di appoggio alle iniziative del commercio correlato ai prodotti della Biodiversità. Nel caso peruviano, un eventuale fondo per lo sviluppo del Biocommercio non dovrebbe destinare le sue risorse alla concessione diretta dei crediti, considerando che il sistema finanziario conta con le risorse reali per farlo. Il sistema finanziario peruviano presenta delle istituzioni specializzate in microfinanza. Sarebbe pertinente canalizzare le risorse attraverso gli “sportelli” già esistenti in queste istituzioni, non creare uno “sportello” ulteriore specializzato in Biocommercio. Questo consentirebbe di ottimizzare le risorse non duplicando gli sforzi (durante la prima fase lo sviluppo di un fondo finanziario richiede un appoggio specializzato e capacità finanziaria per coprire il processo formativo e di maturazione istituzionale). Inoltre ci sarebbe un effetto moltiplicatore in quanto nel lungo periodo le intermediari finanziari utilizzerebbero le loro risorse per il finanziamento delle attività di appoggio. In questo senso le risorse del Fondo sarebbero canalizzate attraverso ogni intermediari finanziari in base a ciò che i corrispondenti processi di valutazione del credito considerano come soddisfacenti. Con l'obiettivo di facilitare e arricchire questo processo di valutazione dei crediti degli IF, il Fondo stabilirebbe un'alleanza con gli intermediari finanziari per la fornitura d'informazione e la formazione del personale tecnico delle intermediari finanziari in aspetti vincolati alle possibilità di commercio dei prodotti relativi alla biodiversità.

Ciò che si vuole quindi è, di fronte alla mancata conoscenza del concetto “Biocommercio”, valutare la possibilità di far risaltare quel riferimento per le imprese che entrano al mercato sotto i Criteri e i Principi del Biocommercio. Finanziare in modo complementare le azioni

di appoggio verso quelle iniziative vincolate ai prodotti del Biocommercio, finanziando i servizi non coperti dalle IF, però necessari, potrebbe rivelarsi un buon intervento. In altre parole, si vorrebbe cercare di utilizzare le risorse del Fondo in modo complementare ai crediti concessi dalle IF. Si tratta di assegnare le risorse del Fondo alle iniziative suggerite dagli intermediari finanziari in base al loro corrispondente processo di valutazione e selezione, focalizzandosi sugli aspetti rilevanti del Biocommercio e permettendo così l'accesso effettivo alle risorse disponibili nel sistema finanziario.

Per far ciò, è necessaria la cooperazione tra il Fondo per lo Sviluppo del Biocommercio e la Cooperazione Finanziaria per lo sviluppo (COFIDE), la quale contribuisce a creare i canali necessari attraverso le *intermediari finanziari* per la concessione delle risorse finanziarie, in base alle tecnologie finanziarie proposte da coloro che sono in grado di sostenere il finanziamento alle condizioni presentate dai piccoli agricoltori rurali. La *Coperación Financiera de Desarrollo S.A*<sup>82</sup> COFIDE (Cooperazione Finanziaria dello Sviluppo) ha a sua disposizione una proposta finanziaria in grado di supportare un grande numero di prestiti di piccole dimensioni. Si deve beneficiare del Prodotto Finanziario Strutturato (PFE per le sue sigle in spagnolo) sviluppato dalla COFIDE che riguarda una tecnologia finanziaria sviluppata nel suo ruolo di banca dello sviluppo, con l'obiettivo di facilitare l'accesso al credito al piccolo e micro imprenditore, finanziando il processo produttivo e non la persona naturale o giuridica. Il PFE consiste nel finanziamento specializzato dei processi produttivi, i quali sono valutati in precedenza in quanto i requisiti di investimento e capitale di lavoro. Il PFE è orientato a beneficiare di preferenza alle piccole e micro imprese.

Stando allo studio analizzato, questa rappresenterebbe un'alternativa che non si basa sulle caratteristiche (naturali e giuridiche) delle persone ma sulla valutazione creditizia del processo produttivo. Il finanziamento sarebbe seguito permanentemente, supervisionato e assistito tecnicamente con il fine di garantire la realizzazione del processo produttivo e il

---

82 È una banca per lo sviluppo di secondo livello di proprietà statale il cui compito è canalizzare le linee di finanziamento attraverso le istituzioni finanziarie intermedie regolate dalla *Superintendencia de Banca y Seguros*. In generale, in un contesto di abbondanza relativa di risorse finanziarie come quell'attuale, le risorse finanziarie di COFIDE diventano marginali nelle strategie delle IF. In questo contesto, per una *intermediari finanziari* (interessata a la redditività dei propri attivi finanziari) le risorse della COFIDE sono aggiuntivi, cari, condizionati e ingombranti.

soddisfamento degli obiettivi prestabiliti. Di conseguenza, la percezione del rischio sarebbe minore e le condizioni finanziarie sarebbero migliori: minori tassi di interesse, migliore modalità di finanziamento, scadenze più lunghe, e maggiore ammontare del credito.

Le produzioni agricole finanziate dalle intermediari finanziari dovrebbero adempiere ai seguenti requisiti per avere accesso ai servizi complementari (quelli finanziati direttamente con le risorse del Fondo del Biocommercio):

(1) rappresentare una produzione che si basi sui Criteri e i Principi del Biocommercio; (2) avere un programma di produzione strutturato; (3) le loro attività devono essere ambientalmente sostenibili; e (4) devono essere progetti che tengano in considerazione i piccoli produttori agricoli.

Il Fondo del Biocommercio del Perù dovrebbe lavorare in modo complementare con la COFIDE, le diverse fonti di credito specializzate e/o altri programmi. Le risorse direttamente erogate dal Fondo sarebbero destinate a finanziare, totalmente o parzialmente, i servizi con un alto grado di bene pubblico e che quindi non sarebbero coperti dall'offerta finanziaria convenzionale. Questi sarebbero ad esempio: i servizi di assistenza tecnica ad ogni livello della catena di valore; i servizi di formazione di qualità; le spese di formazione in aree tecniche specifiche come la produzione; le certificazioni organiche e le buone pratiche agricole; gli stipendi degli esperti che visitano il campo di lavoro; i seminari, incontri e altri eventi relazionati con l'informazione del mercato; le catene produttive, i servizi di sostegno e il finanziamento disponibile; l'investimento nello sviluppo di potenziali prodotti; e le spese di supervisione e valutazione.

Lo studio segnala che il Fondo sarebbe percepito dalle istituzioni di finanziamento come un mitigatore dei rischi, e farebbe parte di un insieme di meccanismi per promuovere i Principi e i Criteri del Biocommercio in Perù. La presenza di un fondo contribuirebbe a ridurre l'incertezza sulle catene produttive vincolate al Biocommercio, e allo stesso tempo, apporterebbe informazione sulla qualità creditizia del richiedente.

## CONCLUSIONI

Il Perù ha un grande vantaggio competitivo rispetto a molti altri paesi nel mondo in quanto è uno di principali paesi *megadiversi*. Tuttavia, per sfruttare questo vantaggio, è necessario cambiare il modello di produzione esistente con un modello che sia basato sulla sostenibilità non solo economica ma anche sociale ed ambientale: il Biocommercio. In questo lavoro ho cercato di spiegare alcuni motivi per cui lo sviluppo di questo modello comporterebbe nel Perù la diminuzione della povertà, la conservazione delle risorse e la crescita economica.

Le statistiche segnalano che la domanda dei prodotti della biodiversità sono in costante aumento dato il cambiamento di tendenza verso questo tipo di consumo nei paesi del nord del mondo. Tuttavia, l'esportazione di questi prodotti si realizza, in maggior parte, nel metodo tradizionale del commercio. In Perù, sono ancora poche le imprese che lavorano seguendo il modello del Biocommercio.

È importante riconoscere che esiste una serie di problemi che limitano lo sviluppo del Biocommercio nel Perù. I principali problemi riguardano gli aspetti istituzionali, tecnici e finanziari. Nel presente lavoro si è data particolare attenzione ai problemi di natura finanziaria: la mancata conoscenza del concetto da parte degli attori finanziari; l'inefficienza degli strumenti di valutazione del rischio per le piccole iniziative rurali; un'offerta di strumenti finanziari poco diversificata e difficilmente personalizzabile; l'inadeguata relazione tra l'ammontare, la scadenza e i costi del credito; l'eccessiva richiesta di garanzie per i prestiti; l'inesistenza di incentivi per l'innovazione di prodotti e servizi finanziari.

In seguito presenterò una sintesi dei tre capitoli precedenti e dei risultati ottenuti in ognuno di questi: il primo, sulla definizione e gli origini del Biocommercio; il secondo, sul Biocommercio nel Perù, le sue dimensioni e implicazioni; l'ultimo, sul finanziamento delle iniziative di Biocommercio nel Perù. Posteriormente, farò delle riflessioni sul ruolo dello Stato, il settore privato, il settore accademico, i mass media e gli organismi di cooperazione

internazionale. Infine, farò una rassegna dei futuri sviluppi del Biocommercio nel paese andino.

In termini generali, il concetto *Biotrade*- tradotto come Biocommercio, è stato creato dall'UNCTAD nel 1996, con l'obiettivo di promuovere nei paesi *megadiversi* il commercio e l'investimento dei beni e i servizi derivati dalla biodiversità sotto i Criteri della sostenibilità ambientale, sociale ed economica, così come la distribuzione equa dei benefici. Su questa linea, i sette Principi del Biocommercio, stipulati nel 1996 (ma che presero forma già in precedenza, attraverso i diversi forum internazionali nati con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo sostenibile), permettono d'orientare la produzione e di garantire il rispetto dei Criteri (sociali, ambientali ed economici) stabiliti dall'*Iniziativa Biotrade*. In questo modo, sono tre gli approcci sotto i quali va condotto il Biocommercio: quello della catena di valore, della gestione adattativa, e quello eco-sistemico.

Con l'obiettivo di promuovere l'iniziativa, si sono creati dei Programmi Nazionali di Biocommercio, i quali hanno avuto la finalità di dare supporto politico e istituzionale nei paesi considerati. Nel Perù, attraverso l'articolo 87 del Regolamento della Legge sulla Conservazione e lo Sfruttamento Sostenibile della Diversità Biologica, nel 2003 si è creato il Programma Nazionale di Promozione del Biocommercio. Il PNPB ha avviato una serie di iniziative che hanno permesso l'implementazione delle basi operative e istituzionali per il Biocommercio nel Perù. L'implementazione del Programma è stata a carico della Commissione per la Promozione del Biocommercio. In questo contesto sono stati disegnati e implementati numerosi progetti e iniziative nazionali e internazionali, con il fine di promuovere e d'appoggiare le imprese del Perù basate sulla biodiversità nativa.

Passando dal generale al particolare, ho considerato lo studio di Alan Fairlie Reinoso (2010) per spiegare l'importanza del Biocommercio nella realtà peruviana. L'autore sostiene che la necessità di utilizzare la biodiversità come una soluzione alla povertà si possa convertire in una scelta politica dei paesi in via di sviluppo. Secondo l'autore esistono due motivi per cui il commercio dei prodotti e servizi della biodiversità è importante: il primo è che rappresenta un mercato dinamico e in crescita, il secondo è il suo impatto sulla diminuzione della povertà e la decentralizzazione.



Mi sono basata sui dati dell'ecologista, ricercatore ed ex ministro di agricoltura peruviano Antonio Brack (2004) per dare un riscontro quantitativo sulla biodiversità nel Perù. Il Perù fa parte dei 12 paesi più *megadiversi* al mondo, mostrando una grande varietà di ecosistemi, specie e varietà genetiche. Ciononostante, questo vantaggio competitivo è sfruttato solo in parte, rappresentando una forte sfida in quanto una grande percentuale del PIL si basa sullo sfruttamento delle risorse non rinnovabili.

Posteriormente, ho descritto i settori di produzione del Biocommercio a partire dallo studio di Fairlie Reinoso. Nello studio i settori sono divisi in flora e fauna; tuttavia la classificazione di Fairlie si basa esclusivamente sulla flora nativa, rappresentando essa più del 90% delle esportazioni. La flora è costituita da le piante di uso commerciale (coloranti naturali, gomme e altri), gli alimenti di consumo diretto, i prodotti di uso medicinale, e i prodotti di uso cosmetico. Ogni settore ha delle caratteristiche proprie, sia per quanto riguarda i mercati di esportazione, le zone di produzione, la composizione della catena di produzione, l'interazione degli attori dei diversi livelli della catena, i vantaggi e le limitazioni.

Per quanto riguarda la domanda dei prodotti del Biocommercio, secondo uno studio realizzato dall'Università Antonio Ruiz de Montoya nel 2013, ci sono due tendenze attuali che ne favoriscono il consumo e la produzione in Perù. Queste sono: “l'ipersegmentazione” dei mercati, dovuta al fatto che il mercato mondiale offre grandi possibilità per le imprese di tutte le taglie e di ogni settori; e il cambiamento della preferenza dei consumatori che si volge verso prodotti “responsabili” in termini sociali ed ambientali (prodotti della biodiversità, stili di vita salutari, prodotti naturali, prodotti organici, medicina naturale; prodotti del *Faitrade*, prodotti e servizi “amichevoli” con l'ambiente naturale-“mercato verde”).

Il sesto paragrafo del secondo capitolo riguarda la sintesi delle normative che sono state spiegate nel rapporto *Analisi del Regime Giuridico Applicabile al Biocommercio: Possibilità e Limiti* elaborato dal Ministero dell'Ambiente del Perù nel 2013. Nonostante ci sia una legislazione che riguarda molti aspetti relazionati con il Biocommercio, non esiste un regime giuridico specifico di regolazione dello stesso. E' quindi necessario approfondire e rafforzare la legislazione in materia, con l'obiettivo di tradurre e interpretare i Principi e i

Criteri del Biocommercio in termini pratici e in modo specifico alle diverse realtà e i diversi soggetti, in modo che risponda alle esigenze dei diversi attori della catena produttiva. A mio parere, nonostante sia evidente il *gap* tra la normativa e la realtà peruviana, è fondamentale una legislazione che non ostacoli ma che incentivi un modo di produrre che porterebbe vantaggi significativi per tutti i peruviani.

Infine, come in altri paragrafi precedenti, mi sono basata sullo studio di Alan Fairlie Reinoso per elencare le limitazioni del Biocommercio nel contesto peruviano. L'autore, attraverso una ricerca sul campo, ha diviso le limitazioni in quelle di carattere interno e quelle di carattere esterno. Le prime riguardano le politiche pubbliche e gli ostacoli che trovano gli attori coinvolti nella produzione: la poca o nessuna conoscenza sul concetto di Biocommercio; la mancanza di incentivi per produrre sotto questo modello; la carenza di attività di ricerca nel Perù; il modo e il meccanismo di raccolta e di fornitura della materia prima; la carenza legislativa per quanto riguarda lo sfruttamento di alcuni prodotti; la mancanza di promozione delle diverse attività economiche (oltre il commercio della flora) che possono svilupparsi sotto i Principi e Criteri del Biocommercio; la mancanza di standard concreti e misurabili, economici, sociali e ambientali, per l'adempimento del Biocommercio; e la marginalità del settore rurale per le politiche pubbliche. Le limitazioni di carattere esterno riguardano i fattori endogeni al contesto peruviano. In primo luogo, ci sono le regolamentazioni a cui fanno fronte alcuni prodotti naturali per entrare nei mercati internazionali, il caso più grave è rappresentato dalla legislativa europea con la legge *Novel Food*. In secondo luogo, c'è il mancato interesse verso il nuovo concetto: il Biocommercio è considerato soltanto un modo di gestione aggiuntivo, che va a sommarsi ai modelli antecedenti senza che sia in competizione con altri certificati -non esistono ancora imprese importanti nel mondo che domandano prodotti del Biocommercio. Infine, l'ultimo ostacolo esterno riguarda la pirateria della biodiversità: anche se il Perù ha una forte legislazione in materia, manca ancora una strategia internazionale.

Il capitolo corrispondente all'identificazione di meccanismi di finanziamento per le imprese della biodiversità presenta la sintesi della presentazione realizzata dal Ministero di Agricoltura del Perù (2014) e della consulenza del progetto *PeruBiodiverso* (2010). Si parte dall'idea che il Biocommercio non sia un concetto diffuso e in conseguenza non ci sia

un'offerta finanziaria sviluppata nel Perù per quanto riguarda il Biocommercio nello specifico. Per questo motivo la maggior parte delle iniziative di Biocommercio si possono classificare come piccole e micro imprese appartenenti al settore agrario. Il primo paragrafo analizza il finanziamento nel settore agrario. Si segnala che nonostante l'importanza dello sviluppo del settore agrario nel Perù per quanto riguarda il PIL e la lotta contro la povertà, l'inaccessibilità al credito è uno degli ostacoli più importanti allo sviluppo del settore rurale e di conseguenza del Biocommercio. L'idea centrale è che, nonostante ci sia una ampia offerta finanziaria per le piccole e micro imprese, non sono i piccoli agricoltori a ricevere l'appoggio degli intermediari finanziari ma principalmente i produttori di media misura. Nella maggior parte dei casi, i crediti sembrerebbero indirizzarsi maggiormente verso l'area urbana e verso il settore commerciale rispetto a quello rurale e produttivo. Tra i fattori che limitano l'inclusione delle piccole e micro imprese del Biocommercio nel sistema finanziario quelli più importanti sono, da un lato, l'assenza di meccanismi standardizzati di valutazione del rischio e delle imprese, dall'altro, la mancanza di garanzie e la capacità di guadagno. Per quanto riguarda l'assistenza tecnica, questa è scarsa ed è offerta, nella maggior parte dei casi, dalle ONG. L'ultimo paragrafo presenta la proposta per la creazione di un Fondo per lo Sviluppo del Biocommercio nel Perù, che cercherebbe di riempire i vuoti degli intermediari finanziari per il finanziamento delle iniziative di Biocommercio. Si agirebbe in modo complementare focalizzandosi sugli aspetti rilevanti del Biocommercio e permettendo così l'accesso effettivo alle risorse disponibili nel sistema finanziario.

### ***Alcune riflessioni sugli attori nel futuro***

Nel futuro, è necessario utilizzare gli strumenti disegnati per i progetti creati per la promozione del Biocommercio sotto la tutela del PNPB come nel caso del progetto *Perubiodiverso*. Lo Stato deve offrire le condizioni necessarie di infrastrutture e sistemi logistici per il settore imprenditoriale. Inoltre, deve stabilire le regole, promuovere la formazione, l'assistenza tecnica e la protezione necessaria per sorpassare i limiti interni e esterni alle iniziative imprenditoriali di Biocommercio. Il settore privato deve assumere un ruolo più attivo, un maggiore protagonismo nello sfruttamento di questo grande vantaggio che ha il Perù. È fondamentale che sia in grado di analizzare le nuove tendenze per

soddisfare la domanda dei consumatori sempre più esigenti. Un ruolo più attivo si traduce anche nell'investimento nella ricerca e l'innovazione. Il settore privato deve inoltre cercare soci strategici locali e internazionali per dinamizzare il Biocommercio. A livello locale, l'associatività è fondamentale nel trasferire tecnologie, per migliorare le condizioni di negoziazione dei più deboli, per implementare processi di qualità che sono altamente costosi, e, in generale, per condividere i benefici che individualmente sono molto difficili di conseguire ma che si facilitano se si realizzano in modo collettivo. Nel ambito accademico, le università devono incorporare nei loro curriculum la tematica del Biocommercio come un modello nuovo di gestione e di commercio sostenibile. Nello stesso modo, devono appoggiare la ricerca con l'obiettivo di possedere l'informazione scientifica completa sulle proprietà delle diverse specie della biodiversità. È qui dove, a mio parere, si trova il punto cruciale per il futuro dello sviluppo del Biocommercio, in quanto è nelle aule universitarie che vengono formati i professionisti, i *policy maker* e gli imprenditori che a lungo termine includeranno il modello nel loro agire. Anche i mass media compiono un ruolo importante. Loro hanno il potere di diffondere il concetto e la capacità di esercitare pressione sui *policy maker*. Gli organismi di cooperazione internazionale sono la principale fonte di finanziamento per la promozione del Biocommercio. È necessario, da un lato, rendere conto dei frutti dei loro aiuti e, dall'altro, non cadere nel assistenzialismo. (Università Antonio Ruiz de Montoya 2013, pp.125-128)

### ***I protagonisti***

Per avere successo, le politiche devono focalizzarsi sul primo livello della catena di valore: i produttori rurali. Loro offrono la materia prima che successivamente attraverserà la catena produttiva. Per questo motivo, i piccoli agricoltori devono conoscere le tecniche di produzione, tutelare la conservazione delle risorse naturali ed ecosistemi, e lavorare sull'associatività, sulla gestione e sulla negoziazione.

### ***L'incorporazione dei Principi e i Criteri***

I Principi e i Criteri del Biocommercio devono essere incorporati nel sistema di valori e credenze delle associazioni produttive, con l'obiettivo di generare una nuova dinamica

commerciale con una forte coscienza sulla conservazione e uso sostenibile delle risorse. Solo in questo modo si potrà cambiare il modo di fare commercio puntando non solo sulla crescita economica, ma anche sulla equità sociale e la protezione del ambiente.

### ***L'offerta della biodiversità***

Il Perù deve lavorare per lo sviluppo di un'offerta esportabile competitiva e sostenibile. Nei paragrafi precedenti si è mostrato il vantaggio competitivo che il paese andino ha su altri paesi del sud del mondo e le nuove tendenze di consumo che hanno portato al aumento della domanda di beni e servizi della biodiversità. È quindi necessario che il paese sviluppi una produzione interna che sia in grado di rispondere alla domanda internazionale in continuo aumento.

### ***Gli strumenti finanziari***

Manca la diversificazione di opzioni finanziarie che rispondano ad ogni tappa dello sviluppo dell'iniziativa, catena produttiva o contesto. È fondamentale lo sviluppo degli strumenti finanziari e tecnici necessari per riuscire ad includere il Biocommercio nel mercato finanziario. È interessante, a mio parere, da un lato l'interesse della banca tradizionale in questi tipi di prestiti, dall'altro il fatto che sempre più piccole e micro imprese abbiano accesso ai mercati finanziari, non solo in materia creditizia, ma anche in altre aree. Ciononostante, è chiaro che la relazione tra gli intermediari finanziari e le piccole e micro imprese non è soddisfacenti in tutti i casi.

### ***Oltre un'alternativa di commercio della biodiversità***

La crescita peruviana finora è stata basata sullo sfruttamento indiscriminato di risorse non rinnovabili, olio, minerali e gas, per cui rappresenta una crescita insostenibile. L'alternativa di crescita economica che si propone in questo lavoro si basa sul commercio sostenibile di risorse rinnovabili e di alto valore. Si tratta di un'offerta di poche dimensioni, differenziata e con alti prezzi. Tuttavia, questa alternativa offre molto di più che un modello di commercializzazione ed esportazione dei prodotti della biodiversità. Il Biocommercio è una alternativa al commercio convenzionale che offre migliori condizioni di vita per molti

peruviani. L'effetto moltiplicatore che possiede è notevole e il potenziale impatto sulla riduzione della povertà delle regioni più povere del Perù ha richiamato il mio interesse. Senza addentrarsi nell'argomento, bisogna sapere che dietro questi prodotti c'è la conoscenza tradizionale delle comunità native che rimandano a una storia millenaria. Per questo motivo ho voluto con questo lavoro dimostrare che il Biocommercio rappresenta un'alternativa reale per lo sviluppo nel Perù.

## BIBLIOGRAFIA

Aucasime, A (2005), “La economía de los ecosistemas y la biodiversidad en el Peru”, Lima: Vice Ministerio de Desarrollo Estrategico de Recursos Naturales, presentazione.

Banca Mondiale (2005), *Beyond The City. The Rural Contribution to Development*, Washington :World Bank.

Brack Egg. A. (2004), *Ecologia del Peru*, Lima: Bruño-PNUD.

CAF, GEF, PNUMA (2005), *Biocomercio en la subregión andina: oportunidades para el desarrollo*. Lima: CAF.

CAF, GEF, PNUMA (2008), *La biodiversidad: el patrimonio por descubrir de los países andinos*, CAF.

CONAM (Consiglio Nazionale del Ambiente) (2001), *Peru: Estrategia nacional sobre diversidad biologica*, Lima: CONAM.

COPREI (2010), *Desarrollo Empresarial, La opción Ideal para el Crecimiento Empresarial*, Guayaquil: COPREI, presentazione.

Cortina, A. (2002), *Por una ética del consumo*, Madrid: Taurus.

Fairlie Reinoso, A. (2010), *Biocomercio en el Peru: Experiencias y Propuestas*. Lima: Pontificia Universidad Catolica del Peru.

Fairlie Reinoso, A. (2011), *¿El biocomercio puede ser importante para el Perú?*, Lima: Pontificia Universidad Catolica del Peru.

Fairlie Reinoso, A. (2013), “Documento de Trabajo N°363 Crecimiento verde y biocomercio: una mirada andina”, Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Ginatta, G. (2011), “Facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercados en la Región Andina”, Lima: Biocomercio Andino, presentación.

GTZ (2009), *Guía metodológica de facilitación en cadenas de valor*, Lima: GTZ.

Ingar, V. (2005), “Programa Nacional de Promoción del Biocomercio”, Lima: PROMPERU: presentación.

Ingar, V. (2007), “Sectores y productos priorizados en Biocomercio”, Lima: PROMPERU, presentación.

Ingar, V. (2009), *Programa Nacional de Promoción del Biocomercio, Situación y avances*, Lima: PROMPERU.

Jaramillo, L. (2010), “Biotrade Potential For Growth and sustainability”, Ginebra: Biotrade Initiative UNCTAD, presentación.

Llellish, M., Silva, I., Martínez, C., Del Pozo, P. (2005), *Elaboración de criterios de cobertura geográfica para el establecimiento de áreas prioritarias para el desarrollo del Biocomercio*, Lima: CAF.

Lozada, P.A., Cendales, M.H., Gómez, J.A., Becerra, M.T., Grouwels, S. (2006), *Desarrollo empresarial comunitario de biocomercio sostenible en Colombia*, Working Paper No. 10, Roma: FAO.



Mathews, J. (2013), Intervista realizzata a Marzo da Maria Awapara, Lima: Universidad del Pacifico.

MINAM (Ministero del Ambiente del Perù) (2010), *Conversatorio Internacional: Mecanismos de financiamiento para la conservacion de los ecosistemas y la biodiversidad.*, Lima: MINAM.

MINAM (2010), *Diversidad biologica peruana facilita el conocimiento del sector Biocomercio a un ritmo de 10% anual*, Lima.

MINAM (2013), *Analisi del Regime Giuridico Applicabile al Biocomercio: Possibilità e Limiti*, Lima: MINAM.

MINAM (2013), *Manual del curso de Biocomercio*, Lima: MINAM.

Ministero di Agricoltura (2014), “Finanziamento en el sector del Biocomercio”, Lima, presentazione.

Ministero della Sanità (2008), *Investigacion y Biocomercio de plantas medicinales y alimenticias en el Peru*, Lima: CDAM.

OMS (2002), *Estrategia de la OMS sobre medicina tradicional 2002-2005*, Ginevra: OMS.

Ottman, J. (1992), *Challenges and Opportunities for the New Marketing Age*, New York: McGraw-Hill.

Ostalza, J. (2007), “*Consideraciones en el desarrollo de una metodologia para la implementacion de los principios y criterios del Biocomercio*”, Lima: Progetto PeruBiodiverso.

Perez, C. (2011), *Un futuro para America Latina: tecnologia, recursos naturales e inclusion social*, Caracas: Universidad Simon Bolivar.

PeruBiodiverso (2010), *Progetto: Estudio de mercado sobre fuentes de apoyo y financiamiento para iniciativas de Biocomercio*, Lima: Consultoria para el Desarrollo.

PerùBiodiverso (2008), *Plan de Implementacion en las empresas relacionadas al Proyecto PeruBiodiverso*, Lima: Progetto PeruBiodiverso

Pinedo Manzur, M. (2006), “Programa Nacional de Promocion del Biocomercio en el Peru”, Tarapoto: PROMPEX, presentazione.

PROMPERU (2007), *Manual para la elaboracion de planes de bionegocios*, Lima: PROMPERU.

Quezada, F., Roca, W., Szauer, M.T., Gomez, J.J, Lopez, R. (2005), *Bioteecnologia para el uso sostenible de la biodiversidad. Capacidades locales y mercados potenciales*, Caracas: CAF.

Rondon, A. (2005), *Identificacion de incentivos inadecuados y barreras al desarrollo de mercados en material de la biodiversidad al nivel subnacional y nacional*, Lima: CONAM.

Sanchez Abad, B. (2007), *Estrategia Nacional de Biocomercio*, Lima: CONAM.

SME Partners. (2006), *Desarrollo de mecanismos de financiamiento para empresas de la biodiversidad*, Santa Cruz: CAF.

Stiglitz J. (2008), “Report by the Comission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress”, New York: Columbia University.

Sukhdev Pavan (2011), “Towards a Green Economy”, Lima: UNPE.

UN (2004), *Principios y directrices de Addis Abeba para la utilización sostenible de la diversidad biológica*, Montreal: Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica.

UNCTAD (2007), *Iniciativa BioTrade Principios y Criterios de Biocomercio*. New York e Ginevra: UNCTAD.

UNCTAD Iniciativa BioTrade (2007), *Principios y Criterios de Biocomercio*. New York e Ginevra: UNCTAD.

UNCTAD (2010), *Biotrade Potential For Growth and sustainability*, New York: UNCTAD.

Universidad Antonio Ruiz De Montoya (2013), “Biocomercio: Modelo de Negocio Sostenible”, Lima: Universidad Antonio Ruiz de Montoya, mimeo.

Agrobanco, <http://www.agrobanco.com.pe/>.

Andina (2012), *Exportaciones de productos de comercio justo crecerían 10% anual en los próximos años*, in:

<http://www.andina.com.pe/Espanol/Noticia.aspxid=9tpn/Qh6NMc=#.UdZUkjvezxB>.

Biocomercio Andino, <http://biocomercioandino.org/#sthash.2JiWO2wB.dpbs> .

BID (Banco Interamericano de Desarrollo), <http://www.iadb.org/>.

Caceres, A. (2014), *9 fuentes de financiamiento para tu proyecto de cambio climático*, in:

<http://blogs.iadb.org/cambioclimatico/2014/07/14/9-fuentes-de-financiamiento-para-tu-proyecto-de-cambio-climatico/>.

Cooperazione Svizzera nel Perù, <http://www.cooperacionsuizaenperu.org.pe>.

Cooperazione Svizzera nel Perù (2013), *El desarrollo del Biocomercio en el Peru es destacado en Ginebra durante el IV Examen Global de la Ayuda para el Comercio de la Organización Mundial del Comercio*, in:

<http://www.cooperacionsuizaenperu.org.pe/seco-proyectos-en-peru/proyectos-empresas-competitivas/region-exportadora/proyecto-noticias/1515-09%20de%20julio%20de%202013>.

IDB (International Development bank) (2012), *IDB Biodiversity platform for Latin America and Caribbean, Leveraging opportunities for sustaining growth*, in:

<https://www.cbd.int/financiamiento/mainstream/idb-platform.pdf>

InfoRegión (2010), *Financiamiento para biocomercio se puso en marcha en region andina*,

in: <http://www.inforegion.pe/portada/51013/financiamiento-para-biocomercio-se- puso-en-marcha-en-region-andina/>.

Ministero del Ambiente del Peru MINAM, <http://www.minam.gob.pe/>.

MINCETUR (2012), *Exportaciones peruanas en el 2011 alcanzaron los US\$45,726 millones*, in:

[http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/prensa/noticia\\_016\\_2012.html](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/prensa/noticia_016_2012.html) .

PeruBiodiverso, <http://perubiodiverso.pe/>.

PNPB (Programa Nacional de Promocion del Biocomercio), <http://biocomercioperu.pe/>.

Te Quiero Verde, *El biocomercio*, in: <http://www.tequieroverde.com/>.