

HAY QUE IMPULSAR LA AGENDA DE BIOCOMERCIO

Por: Luis Campos Baca | Doctor en Ciencias ambientales, Investigador RENACYT, Profesor Principal de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana

Hemos pasado una pandemia que nos ha golpeado fuerte, por eso nos toca tomar con mayor interés y preocupación la conservación y uso sostenible de nuestros recursos naturales.

Los gobiernos regionales están desarrollando conferencias y mostrando interés sobre el impulso que debemos darle a la agricultura familiar y conectarla a la agenda de biocomercio para lograr los objetivos de sostenibilidad ambiental, económico y social.

¿DESPUES DEL COVID QUÉ?

La lección que nos ha dejado esta dolorosa experiencia, en la que muchos han perdido la vida, es que no hemos tomado en serio el rol que nos toca en hacer uso de nuestros recursos en forma sostenible, y que estamos generando desequilibrios que hace que la naturaleza nos enfrente con la generación de nuevas enfermedades por la alteración del equilibrio de los ecosistemas y de las relaciones con la fauna, con la que deberíamos vivir en armonía sin alterar su hábitat, y no obligarlos a cercarse más a la población humana, aumentando los riesgos de generar nuevas enfermedades.



Ahora esperamos que esta lección, que nos ha dado la pandemia, dolorosa, nos obligue a aplicar las alternativas que incluyen las prácticas de sostenibilidad ambiental, y así mantener el equilibrio y resiliencia de nuestro ecosistema.

La existencia del hombre y su supervivencia dependen de estos recursos (Bienes y servicios ambientales)

Es impresionante la diversidad de bienes y servicios que se han generado y se siguen actualmente generando en la Amazonia, por procesos naturales o por alteración de los ecosistemas por acciones antrópicas.

REFLEXIÓN

Pero después de una evaluación reflexiva sobre cómo van nuestras relaciones con el ambiente, el mismo hombre se ha dado cuenta que los procesos de destrucción de los componentes de nuestra aldea global, están generando escenarios trágicos insostenibles, y nos pinta un panorama negro sobre la calidad de vida que tendremos en el futuro, si seguimos con estos procesos de uso inadecuado de los recursos.

Desde el año 1992, cuando se firmó el Convenio de Diversidad Biológica (CDB), en Rio de Janeiro, se plantearon tres objetivos básicos, la conservación de la biodiversidad y la distribución justa y equitativa de los beneficios que genera.

COMERCIO Y DESARROLLO

Esto nos llevó a la "Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo" (UNCTAD), para diseñar el Programa de Biocomercio Sostenible que se



presentó en 1996 en la COP III (Conferencia de las Partes) del CDB.

A partir de 1998, la CAN (Comunidad Andina de Naciones), la CAF (Corporación Andina de Fomento) pusieron en práctica este programa.

El 2021, en la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible con la UNCTAD se aprobó promover la inversión y fomento del comercio de productos y servicios derivados de la biodiversidad a través del Programa Andino de biocomercio.

BIOCOMERCIO SOSTENIBLE

Es el conjunto de actividades de recolección o producción, procesamiento, comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica; se diferencia del comercio tradicional en que busca la conservación de la biodiversidad, al tiempo que promueve el desarrollo humano y económico de la población que depende de estos recursos. Excluye especies altamente amenazadas y



respeta la libre determinación de las comunidades indígenas y campesinas.

Esta agenda debe convertirse en uno de los componentes importantes, para impulsar la segunda reforma agraria que se está iniciando en el Perú y que está liderada por el ministro de Agricultura.

Para desarrollar la agenda de biocomercio, los miembros de las cadenas productivas deben aplicar los principios y criterios que exige este instrumento, y que están relacionados a la conservación de la biodiversidad, uso sostenible de la biodiversidad, distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la biodiversidad, sostenibilidad socioeconómica, cumplimiento de la legislación nacional y acuerdos internacionales (ratificados o adoptados), respeto de los actores involucrados en el biocomercio, y claridad sobre tenencia de la tierra y el uso y acceso a los recursos naturales y conocimientos ancestrales.

ESTRATEGIAS

En biocomercio, se aplican básicamente tres estrategias: fortalecer la cadena de valor (vínculos entre diferentes actores), aplicar un manejo adaptativo (Monitoreo) y darle un enfoque ecosistémico (articula los elementos sociales y ecológicos).

¿Qué categorías o productos debemos considerar en biocomercio?

Cada región del país cuenta con diferentes productos, y que están relacionados a sus ecosistemas.

Hay productos naturales no maderables: fauna o flora (viva o disecada); exudados (resinas, aceites, oleorresinas y gomas); Nueces, frutos, aceites de semillas, colorantes, pigmentos y tintes naturales, hierbas, especias, y plantas medicinales; flores y follajes nativos; frutos nativos, fibras, cortezas, hongos, lianas, bejuco y bambúes; productos de fauna silvestre (mascotas, plumas, artículos de colección, pieles) y pesca artesanal y comercial.

PRODUCTOS NATURALES MADERABLES.

Con planes de manejo del bosque, plantaciones forestales, como materia prima o con transformación.

ECOTURISMO. Desarrollado en las áreas naturales protegidas, parques y reservas naturales, o en santuarios de flora y fauna entre otros Sistemas agropecuarios sostenibles: cultivando la biodiversidad nativa (productos agrícolas, pecuario, piscicultura). Sistemas silvopastoriles, policultivos, bancos de forraje, mantenimiento de cuencas y establecimiento de corredores ecológicos.

PROMPEX. Actualmente hay un Programa Nacional para promoción del biocomercio y una Comisión Nacional para la Promoción del Biocomercio y muchas otras herramientas e iniciativas que se han desarrollado. PROMPEX y MINAM lideran esta agenda, que debe ser retomada con mucha fuerza desde ahora.

Cada día hay más opciones para biocomercio en la Amazonia Peruana. Van desde la cosecha del bosque (heliconias, orquídeas, bromelias y follaje), materias primas de uso artesanal como las semillas, tagua, tallado de madera, bambú o guadua), mariposas, ranas, sapos y escarabajos, abejas nativas y miel, plantas medicinales, ingredientes naturales, tintes y colorantes.

Hay productos bandera que están siendo utilizados desde hace varios años, como la castaña, shiringa, taricayas, zocrias, camu camu, sacha inchi, aguaje, pijuayo, huasai, etc



DESARROLLO E INNOVACIÓN.

Ahora toca a la comisión nacional fortalecer la agenda, integrarla en los planes de desarrollo, regionales y locales, promover y asegurar el financiamiento, desarrollar la oferta con criterios técnico ambientales, desarrollar la investigación, desarrollo e innovación de los productos seleccionados, desarrollar mercados con estándares de responsabilidad social y ambiental a nivel local, nacional e internacional y fortalecer la gestión del conocimiento mediante las plataformas de información y mantener el monitoreo y la evaluación de los procesos permanentemente para aplicar la adaptabilidad a estos procesos.

Considerar a la agenda de BIOCOMERCIO y la producción de alimentos orgánicos, sostenibles, en la reforma agraria, es vital y oportuna, para luchar contra la desnutrición, mejorar la economía de los pequeños y medianos agricultores y asegurar la alimentación de las generaciones presentes y futuras, con criterio ambiental e inclusión social. ■

