



**UNAP**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR  
BIOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE  
DEL PERÚ, PERIODO 2013 - 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**AUTOR (ES): RODRIGO ANDRE RUBIO OCAMPO  
RODRIGO CECILIO GAVINO**

**ASESOR(ES): Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR  
Dr. RONEL ENRIQUE GRATELLI TUESTA**

**IQUITOS – PERÚ**

**2019**



**UNAP**

Escuela de Postgrado "JOSÉ TORRES VÁSQUEZ"  
Oficina de Asuntos Académicos



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**  
**005-2019-OAA-EPG-UNAP**

Con **Resolución Directoral N° 0123-2019-EPG-UNAP**, se autoriza la sustentación de la tesis: "EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE DEL PERÚ, PERIODO 2013 – 2017", designando como jurados a los siguientes profesionales:

Dr. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani	Presidente
Mgr. Manuel Ignacio Núñez Horna	Miembro
Mgr. Andrea Angulo Vela	Miembro
Dr. Freddy Martín Pinedo Manzur	Asesor
Dr. Ronel Enrique Gratelli Tuesta	Asesor

A los Siete días del mes de Febrero del 2019, a horas 3:30 p.m., en el Auditorio de la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, se constituyó el Jurado Evaluador y dictaminador, para presenciar y evaluar la sustentación de la tesis: "EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE DEL PERÚ, PERIODO 2013 – 2017" presentado por los señores **Rodrigo André Rubio Ocampo** y **Rodrigo Cecilio Gavino**, como requisito para optar el Grado Académico de **Maestro en Gestión Empresarial**, que otorga la UNAP de acuerdo a la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Después de haber escuchado la sustentación y luego de formuladas las preguntas, éstas fueron:

**RESPONDIDAS SATISFACTORIAMENTE**

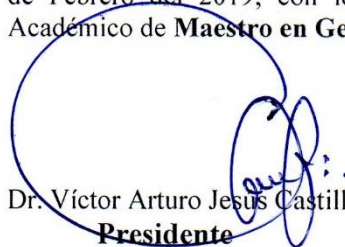
El Jurado, después de la deliberación correspondiente en privado, llegó a las siguientes conclusiones, la sustentación es:

1. Aprobado como: a) Excelente ( ) b) Muy bueno  c) Bueno ( )

2. Desaprobado: ( )

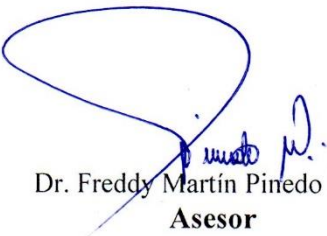
Observaciones : **NINGUNA**

A Continuación, el Presidente del Jurado, da por concluida la sustentación, siendo las **5.00** p.m. del Siete de Febrero del 2019; con lo cual, se le declara a los sustentantes **Aptos.** para recibir el Grado Académico de **Maestro en Gestión Empresarial**.

  
Dr. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani  
**Presidente**

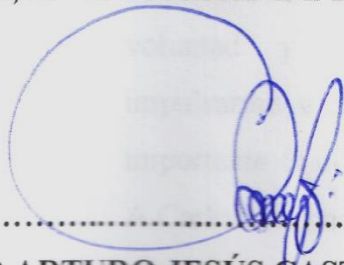
  
Mgr. Manuel Ignacio Núñez Horna  
**Miembro**

  
Mgr. Andrea Angulo Vela  
**Miembro**

  
Dr. Freddy Martín Pinedo Manzur  
**Asesor**

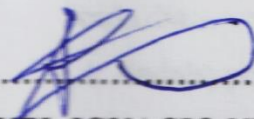
  
Dr. Ronel Enrique Gratelli Tuesta  
**Asesor**

TESIS APROBADA EN SUSTENTACIÓN PÚBLICA DEL DÍA.....<sup>07</sup>  
MES.....FEBRERO..... AÑO.....2019 EN EL AUDITORIO DE LA  
ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA  
AMAZONÍA PERUANA, EN LA CIUDAD DE IQUITOS – PERÚ.



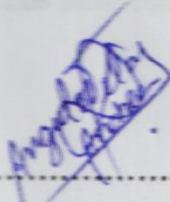
.....  
**Dr. VÍCTOR ARTURO JESÚS CASTILLO CANANI**

**Presidente**



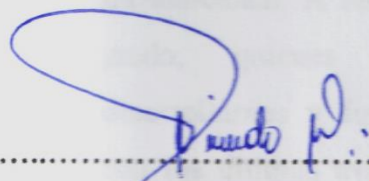
.....  
**Mgr. MANUEL IGNACIO NUÑEZ HORNA**

**Miembro**



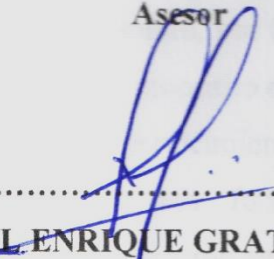
.....  
**Mgr. ANDREA ANGULO VELA**

**Miembro**



.....  
**Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR**

**Asesor**



.....  
**Dr. RONEL ENRIQUE GRATELLI TUESTA**

**Asesor**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis va dedicada con mucho cariño y amor a Rocío del Pilar, mi madre, ejemplo de voluntad y perseverancia. Por siempre impulsarme a ser mejor y ser el pilar más importante de mi núcleo familiar.

A Carlos, mi padre, que a pesar de la distancia siempre me tiene presente en sus oraciones y desea lo mejor para mí.

A Milagros, mi hermana, por su cariño y apoyo constante. Por ser quien me inspira a ser mejor cada día.

A Andrés, por sus palabras de aliento, por ser un gran amigo y ejemplo a seguir.

A Mocca, por todo su amor incondicional y los bellos momentos que me regala.

Rodrigo Andre Rubio Ocampo

A mi familia, por el apoyo desinteresado e incondicional. A nuestros profesores del post grado, quienes nos inculcaron para desarrollarnos y formarnos profesionalmente con los últimos avances del conocimiento y experiencias adquiridas. A nuestros colegas de estudio, por formular polémicas y debates con el propósito de descubrir las nuevas tendencias y conocimientos en el campo de los negocios y de esa forma hacer más sólido nuestra formación académica.

Rodrigo Cecilio Gavino

## RECONOCIMIENTO

Deseamos expresar nuestra gratitud a Dios, por ser guía y acompañarnos a lo largo de nuestras vidas, otorgándonos paciencia y dedicación para cumplir exitosamente los objetivos que nos hemos propuesto.

A nuestros queridos padres, por el apoyo incondicional, paciencia y confianza.

A nuestro Asesor de Tesis, **Dr. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR**, por guiar esta investigación gracias a su amplio conocimiento académico, experiencia profesional y motivación.

A la Escuela de Post Grado José Torres Vásquez de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, al personal académico y administrativo, por su permanente disposición y ayuda desinteresada.

Los Autores.

# **EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE DEL PERÚ, PERIODO 2013 – 2017.**

Rodrigo Andre Rubio Ocampo  
Rodrigo Cecilio Gavino

## **RESUMEN**

La Macro Región Oriente del Perú, para efectos de la presente tesis magistral, está conformada por las regiones: Amazonas, Loreto, San Martín y Ucayali, todas ellas dotadas de una gran biodiversidad que viene siendo aprovechada y exportada. La Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) define al Biocomercio como al conjunto de actividades de recolección, producción, procesamiento o comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. El objetivo de la presente investigación es analizar la evolución de las exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú, durante el periodo 2013 - 2017. Para ello, se llevó a cabo la presente investigación de tipo Descriptivo y de diseño No Experimental, analizando la evolución de las exportaciones del sector Biocomercio año a año, así como los productos que lo conforman identificando la importancia de cada uno de ellos. Se identificaron las empresas que realizaron los envíos al exterior y los países de destino de estas. El estudio arroja como resultado que las exportaciones tuvieron un comportamiento variable año a año, creciendo el año 2013 en 3.28% con relación al año 2012, para luego reducirse en -9.33% el año 2014; sin embargo, el año 2015 reportó un incremento positivo de 4.43% para luego caer drásticamente el 2016 en -16.83% y, finalmente, crecer el año 2017 de manera importante en 300.14%. Por el lado de los productos, la “Stevia” fue el principal bien exportado con US\$ 14,523,342.20 equivalente al 34.80% del total, seguida de “Palmito” con el 33.74% del total exportado por un valor de US\$ 14,081,579.57. La exportación de ambos productos representa el 68.54% del valor total de los envíos. En ese mismo sentido, la empresa “Stevia One Perú SAC.” exportó la cifra de US\$ 14,461,387.83 equivalente al 34.65% del total. Por último, el destino de los envíos fue “Zonas Francas del Perú” con un valor de US\$ 13,348,200.36 que significa el 31.98% del valor total. Se concluye señalando que existe una fuerte concentración de las exportaciones del sector Biocomercio en pocos productos (Stevia), pocas empresas (Stevia One Perú SAC.) y pocos destinos (Zonas Francas del Perú), situación que las vuelven muy vulnerables ante los cambios que se podrían producir en el mercado internacional, repercutiendo negativamente en las exportaciones totales del sector. Por otro lado, se debe velar que los productos del sector sean aprovechados teniendo en cuenta los principios y criterios del biocomercio, compartiendo los beneficios con las comunidades.

**Palabras Clave:** Biocomercio, Exportación, Productos Nativos, Rentabilidad, Planes de Manejo, Conocimiento Ancestral.

## **EVOLUTION OF EXPORTS OF THE BIOTRADE SECTOR OF THE MACRO REGION ORIENTE OF PERÚ, PERIOD 2013 – 2017**

Rodrigo Andre Rubio Ocampo  
Rodrigo Cecilio Gavino

### **ABSTRACT**

The Macro Region East of Peru, for purposes of the present master's thesis, is made up of the regions: Amazonas, Loreto, San Martín and Ucayali, all of them endowed with a great biodiversity that has been exploited and exported. The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) defines Biotrade as a set of activities for the collection, production, processing or commercialization of goods and services derived from native biodiversity, under criteria of environmental, social and economic sustainability. The objective of the present investigation is to analyze the evolution of the exports of the Biotrade Sector of the Macro Eastern Region of Peru, during the period 2013 - 2017. For this purpose, the present investigation is Descriptive and Non-Experimental design type was carried out, Analyzing the evolution of exports of the Biotrade sector year after year, as well as the products that make it up, identifying the importance of each of them. The companies that made the shipments abroad and the destination countries of these were identified. The study shows that exports had a variable behavior year after year, growing in 2013 by 3.28% in relation to the year 2012, before decreasing in -9.33% in 2014; However, the year 2015 reported a positive increase of 4.43% and then fell drastically in 2016 to -16.83% and finally, the year 2017 grew significantly in 300.14%. On the product side, "Stevia" was the main good exported with US \$ 14,523,342.20 equivalent to 34.80% of the total, followed by "Palmito" with 33.74% of the total exported for a value of US \$ 14,081,579.57. The export of both products represents 68.54% of the total value of the shipments. In the same sense, the company "Stevia One Peru SAC." Exported the figure of US \$ 14,461,387.83 equivalent to 34.65% of the total. Finally, the destination of shipments was "Free Zones of Peru" with a value of US \$ 13,348,200.36 which means 31.98% of the total value. It concludes by noting that there is a strong concentration of exports of the Biocomercio sector in a few products (Stevia), few companies (Stevia One Peru SAC.) And few destinations (Free Zones of Peru), a situation that makes them very vulnerable to the changes that they could be produced in the international market, having a negative impact on the sector's total exports. On the other hand, it must be ensured that the products of the sector are used considering the principles and criteria of biotrade, sharing the benefits with the communities.

**Key Words:** Biotrade, Exportation, Native Products, Profitability, Management Plans, Ancestral Knowledge.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	<u>Pág.</u>
DEDICATORIA.....	iii
RECONOCIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN, PROBLEMAS Y OBJETIVOS</b>	
1.1. Introducción.....	01
1.2. Problemas de Investigación.....	02
1.2.1. Problema General.....	02
1.2.2. Problemas Especificas.....	03
1.3. Objetivos.....	03
1.3.1. Objetivo General.....	03
1.3.2. Objetivos Específicos.....	04
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO, VARIABLES E HIPÓTESIS</b>	
2.1. Marco Teórico.....	05
2.1.1. Antecedentes.....	05
2.1.2. Bases Teóricas.....	18
2.1.3. Marco Conceptual.....	22
2.2. Definiciones Operacionales.....	28
2.2.1. Variables.....	28
2.2.2. Indicadores e Índices.....	28
2.3. Hipótesis.....	29
2.3.1. Hipótesis General.....	29
2.3.2. Hipótesis Especificas.....	29



CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	
3.1. Método de Investigación.....	31
3.2. Diseños de Investigación.....	31
3.3. Población y Muestra.....	31
3.4. Técnicas e Instrumentos.....	32
3.5. Procedimiento de Recolección de Datos.....	32
3.6. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.....	33
3.7. Protección de los Derechos Humanos.....	34
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	
4.1. Exportaciones del Sector Biocomercio.....	35
4.2. Especies Exportadas.....	40
4.3. Empresas Exportadoras.....	45
4.4. Países de Destino de las Exportaciones.....	50
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	56
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	65
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES.....	67
CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES.....	69
CAPÍTULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70

## ÍNDICE DE CUADROS

	<u>Pág.</u>
Cuadro N° 01: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2013.....	35
Cuadro N° 02: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2014.....	36
Cuadro N° 03: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2015.....	37
Cuadro N° 04: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2016.....	38
Cuadro N° 05: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2017.....	39
Cuadro N° 06: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2013.....	40
Cuadro N° 07: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2014.....	41
Cuadro N° 08: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2015.....	42
Cuadro N° 09: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2016.....	43
Cuadro N° 10: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2017.....	44
Cuadro N° 11: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2013.....	45
Cuadro N° 12: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2014.....	46
Cuadro N° 13: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2015.....	47
Cuadro N° 14: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2016.....	48
Cuadro N° 15: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2017.....	49

Cuadro N° 16: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2013.....	50
Cuadro N° 17: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2014.....	51
Cuadro N° 18: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2015.....	52
Cuadro N° 19: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2016.....	53
Cuadro N° 20: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2017.....	54
Cuadro N° 21: Valoración de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2013-2017.....	57
Cuadro N° 22: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2013-2017.....	59
Cuadro N° 23: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2013-2017.....	61
Cuadro N° 24: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2013-2017.....	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	<u>Pág.</u>
Gráfico N° 01: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2013.....	36
Gráfico N° 02: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2014.....	37
Gráfico N° 03: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2015.....	38
Gráfico N° 04: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2016.....	39
Gráfico N° 05: Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2017.....	40
Gráfico N° 06: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2013.....	41
Gráfico N° 07: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2014.....	42
Gráfico N° 08: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2015.....	43
Gráfico N° 09: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2016.....	44
Gráfico N° 10: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región Oriente, Periodo 2017.....	45
Gráfico N° 11: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2013.....	46
Gráfico N° 12: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2014.....	47
Gráfico N° 13: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2015.....	48
Gráfico N° 14: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2016.....	49
Gráfico N° 15: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, Periodo 2017.....	50

Gráfico N° 16: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la				
Macro	Región	Oriente,	Periodo	
2013.....				
	51			
Gráfico N° 17: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la				
Macro	Región	Oriente,	Periodo	
2014.....				
	52			
Gráfico N° 18: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la				
Macro	Región	Oriente,	Periodo	
2015.....				
	53			
Gráfico N° 19: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la				
Macro	Región	Oriente,	Periodo	
2016.....				
	54			
Gráfico N° 20: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la				
Macro	Región	Oriente,	Periodo	
2017.....				
	55			
Gráfico N° 21: Valoración de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro				
Región Oriente, Periodo 2013-2017.....				58
Gráfico N° 22: Especies del Sector Biocomercio Exportadas por la Macro Región				
Oriente, Periodo 2013-2017.....				60
Gráfico N° 23: Empresas Exportadoras del Sector Biocomercio de la Macro Región				
Oriente, Periodo 2013-2017.....				61
Gráfico N° 24: Países de Destino de las Exportaciones del Sector Biocomercio de la				
Macro	Región	Oriente,	Periodo	2013-
2017.....				63

## CAPÍTULO I

### 1.1. INTRODUCCIÓN.

El sector Biocomercio está constituido por productos de la biodiversidad y la Macro Región Oriente (Amazonas, Loreto, San Martín y Ucayali) es una de las más megadiversas del Perú, ofreciendo una gran variedad de productos nativos con grandes propiedades nutritivas, curativas, nutracéuticas y otras, que hacen que sean altamente demandadas en el mercado internacional.

En la presente tesis magistral se analiza la evolución de las exportaciones del sector Biocomercio año a año, así como también se lleva a cabo un ranking de los productos exportados para determinar cuáles son los de mayor importancia. Al mismo tiempo, se estudia las empresas exportadoras e identifica los montos correspondientes a los envíos al exterior, determinando cuáles son las relevantes y si existe concentración en pocas empresas. De manera complementaria, se lleva a cabo un estudio exhaustivo sobre los principales destinos de los envíos. Llama la atención la concentración de las exportaciones en pocos productos, pocas empresas y pocos países de destino, situación que las vuelven muy vulnerables ante cualquier cambio en el comportamiento del mercado internacional, que podría afectar negativamente al sector. Una diversificación en estos tres niveles (productos, empresas y países de destino) debe ser un tema impostergable para la salud del sector y, además, resulta sumamente importante desarrollar investigaciones para conocer aún más de las propiedades de estos productos.

La estructura de esta investigación se detalla en el Índice, mostrando total coherencia entre un capítulo y otro con la finalidad de demostrar la Hipótesis General planteada, así como las Hipótesis Específicas. Luego, se estudian los datos y se validan las hipótesis para, posteriormente, arribar a las Conclusiones y Recomendaciones, en los respectivos capítulos que conforman la presente investigación.

## **1.2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

El Perú es considerado un país megadiverso. Uno de los países más ricos en diversidad biológica, hecho que se sustenta en los numerosos ecosistemas que permiten el desarrollo de una amplia variedad de flora y fauna. La Macro Región Oriente del Perú abarca el territorio de cuatro de los veinticuatro departamentos del Perú: Loreto, San Martín, Ucayali y Amazonas. La Macro Región Oriente se encuentra próxima la Cuenca Hidrográfica del Amazonas, también denominada Amazonía, la cual es una de las zonas que alberga mayor diversidad biológica en el mundo. Se cree que dicha biodiversidad es tan numerosa, que muchas especies siguen sin ser descubiertas hasta la actualidad.

Dicha biodiversidad puede ser aprovechada para impulsar el crecimiento del país, pero surge la gran interrogante: ¿cómo podría aprovecharse semejante riqueza de una manera responsable? Ante esta pregunta nace el concepto de “Desarrollo Sostenible” durante la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas en el año 1987.

El desarrollo sostenible es la utilización de recursos sin comprometer su disponibilidad a generaciones futuras; este concepto va desarrollando otro un poco más complejo que abarca tres pilares muy importantes: económico, social y ambiental; este es denominado Biocomercio, el cual es un modelo de negocios cuyo objetivo es el aprovechamiento de la biodiversidad nativa con un enfoque integrado de sostenibilidad económica, social y ambiental, evitando la extinción de especies y fomentando la justa retribución de las ganancias en la cadena productiva.

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL.**

Gracias a la ardua labor de productores y empresas, muchas de las especies existentes en el Perú, y sus derivados, son aprovechadas y exportadas a todo el mundo como productos con valor agregado que,

en los últimos años, han encontrado una creciente demanda en el mercado internacional gracias a las tendencias que están vigentes en cuanto a nutrición y cuidado personal. Especies como el camu camu, el sachu inchi, la quinua, el aguaje, la uña de gato, entre otros, se utilizan tanto en la industria de alimentos como en las industrias cosmética y farmacéutica.

En tal sentido, el Problema General queda planteado de la siguiente manera:

¿Cuál es la evolución de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú, durante el Periodo 2013 - 2017?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.**

1. ¿Cuáles fueron las especies del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú que se exportaron, durante el periodo 2013 - 2017?
2. ¿Cuántas empresas del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú realizaron exportaciones durante el periodo 2013 - 2017?
3. ¿Cuáles fueron los países de destino de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú, durante el periodo 2012-2017?

## **1.3. OBJETIVOS.**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL.**



Analizar la evolución de las exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú, durante el periodo 2013 - 2017.

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

1. Determinar las especies del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú que se exportaron durante el periodo 2013 - 2017.
2. Determinar el número de empresas del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú que realizaron exportaciones durante el periodo 2013 - 2017.
3. Identificar los países de destino de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú durante el periodo 2013 - 2017.

## CAPÍTULO II

### 2.1. MARCO TEÓRICO.

#### 2.1.1. ANTECEDENTES.

Hirs, I. (2017), en su tesis titulada “Organic Food: Motivation of Finnish Restaurants to Use”, presentada en la Universidad de Ciencias Aplicadas Haaga – Helia (Finlandia), hace mención sobre la importancia de los productos orgánicos en la actualidad para el consumidor finlandés y europeo, así como el mercado que representa. Señala que “La agricultura orgánica es en realidad parte de una extensa cadena de suministro, que también incluye el procesamiento, distribución y venta minorista de alimentos. La confianza del consumidor está constituida sobre una base sólida, por lo tanto, los estándares y las certificaciones son necesarios para aumentar la confianza de su producto. El logotipo ecológico de la UE en los paquetes de alimentos es una garantía para los consumidores de que la cadena de producción ha sido debidamente controlada. Según Willer & Schaack, el consumo per cápita de productos orgánicos es más alto en la Unión Europea que en otras partes del mundo. El gasto del consumidor en productos de alimentos orgánicos alcanzó los 29.800 billones de euros en 2016 en Europa, mientras que los 27.100 billones de euros en la Unión Europea. Los consumidores europeos gastan alrededor de 36,4 euros en alimentos orgánicos por persona (UE 53,7 euros) (Willer, Schaack y Lernoud 2017, 209). Según el último barómetro de consumo finlandés sobre productos orgánicos emitido en octubre de 2017, el consumidor de alimentos orgánicos más activo es una mujer con educación superior, entre 30 y 49 años, tiene una familia con niños en edad escolar que viven en la zona capital (Kallinen, Salmenhaara Y Saarnivaara 2017). El consumo orgánico se concentra en el área de la ciudad de Helsinki, donde los

productos orgánicos se compran más que en los pequeños municipios. La mayoría de los productos orgánicos se compran en los mercados de abarrotes comunes (Pro Luomu 2017b).” La tendencia en el mundo es que los productos orgánicos tengan relevancia en el consumo; es por eso, tanto en Europa como en Finlandia, el consumo es ascendente; la demanda principal de estos productos es básicamente porque dentro de la cadena de producción no utilizan sustancias químicas, a tal punto que están dispuestos a pagar más por un producto orgánico que no atente contra la salud ni impacte negativamente en el medio ambiente. El estudio también hace referencia a los estilos de vida saludables y su aumento en el mercado europeo y finlandés, donde describe que: “Los proveedores de alimentos amigables con el medio ambiente obtienen una imagen positiva a los ojos de los clientes preocupados por el medio ambiente, los llamados estilos de vida saludables y sostenibles (LOHAS). Estos consumidores son un antiguo segmento de nicho de mercado que ha crecido drásticamente en los últimos años. Estas personas buscan la honestidad, la autenticidad y la defensa de los principios y valores éticos. Es por eso que hemos visto el rápido aumento en las ventas de alimentos naturales, orgánicos, locales, no modificados genéticamente e incluso de alimentos silvestres (por ejemplo, champiñones, bayas, miel). Se estima que en Suecia casi el 35% de la población (LOHAS en Suecia 2016) y en Finlandia el 48% por ciento de los consumidores se consideran a sí mismos como consumidores LOHAS fuertes, medianos o ligeros. El 10% de la población finlandesa se considera a sí misma como un consumidor fuerte de LOHAS, el 20% pertenece al medio y el 18% a la segmentación ligera (Heinonen 2012). En los Estados Unidos, uno de cada cuatro adultos estadounidenses (25%) se considera consumidor LOHAS (Ethos 21.7.2017)”. Los estudios mencionados en la tesis profesional de Hirs aportan información valiosa al presente trabajo de investigación. Demuestran que los hábitos en la elección de alimento de consumo varían con el tiempo,

en los trabajos de campo efectuados en la investigación se muestra que el 48% de los finlandeses son consumidores que toman decisiones de compra sostenibles y éticas; es decir, comprar producto de marcas honestas y auténticas. Además, los resultados de su cuestionario revelan que los consumidores están dispuestos a pagar un precio más alto por ellos.

La tesis profesional de Hirs se relaciona con el presente estudio en medida que ofrece un panorama del mercado orgánico europeo y finlandés, así como también las características presentes en el perfil del consumidor, aportando valiosa información pues estas tendencias son importantes al señalar la dirección que se proyecta en el mercado para productos derivados de la biodiversidad, conocidos por sus propiedades naturales y gran aporte nutricional. Paralelo a esto, brinda luces sobre la motivación que tienen los restaurantes con respecto al uso de ingredientes orgánicos en sus menús, la cual está basada en la disposición que tienen los consumidores a comprar alimentos orgánicos.

Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2016), en el informe técnico que lleva por título “Evolución de la Pobreza Monetaria 2009 - 2015”, da a conocer que “la línea de pobreza es el valor monetario con el cual se contrasta el gasto per cápita mensual de un hogar para determinar si está en condiciones de pobreza o no. Este valor está conformado por dos componentes: el componente alimentario, que es llamado también línea de pobreza extrema y el componente no alimentario. El componente alimentario de la línea lo constituye el valor de una canasta socialmente aceptada de productos alimenticios. Los productos que componen esta canasta se han establecido sobre la base de los patrones de consumo real de los hogares del año base (2010), considerando el mínimo de energía requerida por el poblador peruano que efectúa actividades de acuerdo

a su género, edad y lugar de residencia. Se determinó el valor de dicha línea para los diferentes dominios de estudio: Costa urbana, Costa rural, Sierra urbana, Sierra rural, Selva urbana, Selva rural y Lima Metropolitana; sobre la base de la información de la Encuesta Nacional de Hogares del 2010. Cada año se actualiza la canasta alimentaria, con los precios medianos de los 110 productos que la conforman. Estos precios se obtienen para la población de referencia, por región natural y área de la Encuesta Nacional de Hogares verificándose la robustez mediante pruebas estadísticas. La línea de pobreza extrema para el período 2009-2015, para este último año es de S/. 169 soles mensuales por cada persona que conforma un hogar, es decir, es el valor de los alimentos de una canasta socialmente aceptada necesaria para cubrir un mínimo de requerimientos de energía. A nivel nacional, entre los años 2014 y 2015, la línea de pobreza extrema presentó un incremento de 4,6%, pasando de S/. 161 a S/. 169 soles. A nivel de regiones naturales el mayor incremento se presenta en la Selva donde crece 5,2%; por dominios geográficos se observa la misma tendencia, siendo mayor este incremento en la Selva urbana con 5,9%, seguido de Lima Metropolitana con 5,4%. Por área geográfica, entre los años 2014 y 2015, la línea de pobreza extrema se incrementó en el área urbana en 4,5% y en el área rural en 4,2%. La línea de pobreza extrema del área rural representa el 80,8% de la del área urbana”. Este informe se relaciona con la presente tesis magistral, en el sentido que en ella se analiza los estándares mínimos requeridos para que una persona sea considerada como pobre o no, así como la evolución de la Canasta Básica Familiar, la misma que tuvo en la región Loreto tuvo un incremento mayor que en el resto de regiones, debido a la desarticulación terrestre con el resto del país, durante el periodo 2009 – 2014.

Así mismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR (2016), en la publicación que lleva por título “Estrategia

Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025”, menciona que “en las últimas dos décadas, el comercio internacional de productos derivados de la biodiversidad ha crecido significativamente, debido principalmente a la gran demanda existente por parte de los consumidores desarrollados y al incremento de nuevos nichos de mercado de productos naturales, orgánicos, ecológicos y amigables con el medio ambiente. Estas condiciones constituyen una excelente oportunidad para el desarrollo económico de los países llamados megadiversos que a través del aprovechamiento sostenible de los productos de la biodiversidad nativa conservan y hacen uso racional de sus recursos. Asimismo, esta actividad se ha convertido en una singular fuente de ingresos en los eslabones primarios de las cadenas de valor ubicadas en los diversos ecosistemas, asociadas a su vez al ámbito rural y a poblaciones en extrema pobreza”. El presente texto busca unir esfuerzos entre organizaciones públicas y privadas con el fin de desarrollar y promocionar productos derivados de la biodiversidad nativa que cumplan con 7 principios:

- i. Conservación de la Biodiversidad.
- ii. Uso sostenible de la Biodiversidad.
- iii. Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la Biodiversidad.
- iv. Sostenibilidad socioeconómica.
- iv. Cumplimiento de la legislación nacional e internacional.
- v. Respeto de los derechos de los actores involucrados.
- vi. Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos y a los conocimientos.

Por otro lado, en este texto se puede encontrar un diagnóstico de la situación actual del Biocomercio en el Perú, del que se puede rescatar que el Biocomercio en el Perú ha presentado un desarrollo progresivo, esto debe principalmente a las tendencias mundiales de sostenibilidad ambiental. En ese sentido, el estado peruano implementó temas

transversales de políticas públicas, de tal manera que se pueda aprovechar los recursos de manera responsable; así mismo, las iniciativas empresariales ayudan al fortalecimiento de la calidad y buenas prácticas ambientales y están acompañadas de una línea de investigación, desarrollo e innovación como temas prioritarios en la agenda de Promoción del Biocomercio. Por otro lado, el mercado internacional ha sido el que ha presentado un mayor desarrollo, básicamente por la valoración que los consumidores extranjeros le dan a los productos del Biocomercio producidos bajo estándares de certificación orgánica, considerados como más saludables, naturales y sostenibles. También se está trabajando en temas de herramientas de comunicación y difusión, así como también múltiples actividades para el desarrollo de capacidades; en tal sentido, se ha trabajado fortaleciendo y promoviendo el concepto de Biocomercio a nivel nacional a través de ferias y foros. Una vez definida la situación actual del Biocomercio, se establece el reto para los próximos 10 años en siete ejes temáticos diferentes: el primer eje temático está titulado Política y Marco Normativo, que tiene por objetivo incorporar el Biocomercio al más alto nivel de la agenda política y com tema transversal en las políticas públicas, donde se enfatiza la evaluación y monitoreo de las políticas de Biocomercio. Así mismo, busca fortalecer el Marco Normativo como también incluir el Biocomercio como estrategia de instrumentos regionales. El segundo eje temático trata sobre la Institucionalidad relacionada al Biocomercio. Tiene por objetivos fortalecer el programa nacional de promoción del Biocomercio y promover el financiamiento, para lo cual se buscará promover la articulación, coordinación y cooperación entre las instituciones y los actores vinculados a través de la promoción financiera para el Biocomercio. El tercer eje temático trata sobre el Desarrollo de Oferta. Entre sus objetivos está promover el potencial de la oferta de productos, contar con iniciativas y capacidades técnicas, ambientales, de gestión productiva y organizacional y como

tercer objetivo, promover el cumplimiento de normas de sanidad, calidad y sostenibilidad. La demanda en los últimos años sobre productos de la biodiversidad nativa va creciendo progresivamente, en ese sentido lo que se busca es identificar cadenas de valor de los bienes y servicios de la biodiversidad nativa teniendo en cuenta las zonas de producción, proveedores y productos; así mismo, promover el cumplimiento de las normas de sanidad, calidad y de sostenibilidad. El cuarto eje temático trata sobre Investigación, Desarrollo e Innovación. Tiene por objetivo promover la investigación, innovación y desarrollo, como también promover la sistematización y difusión de información científica de bienes y servicios de Biocomercio. La incidencia en estos puntos es de vital importancia para generar una oferta competitiva y con un valor agregado. El quinto eje temático consiste en Desarrollo de Mercados, su objetivo es conocer y promover el mercado nacional e internacional de bienes y servicios de Biocomercio, lo cual requiere identificar mercados a nivel local, nacional e internacional. También debemos ser conscientes del continuo crecimiento del mercado para productos de la biodiversidad nativa y que estos productos deben cumplir con estándares de sostenibilidad ambiental. Como sexto eje temático tenemos Gestión del Conocimiento, su objetivo es promover la gestión de conocimiento a través del intercambio, la sistematización y difusión, en los diferentes temas y actores del Biocomercio. Buscará el intercambio de conocimiento, experiencia y habilidades entre los diferentes actores relacionados. Finalmente, se tiene el séptimo eje temático titulado Monitoreo y Evaluación. Su objetivo es generar un sistema integrado del monitoreo del Biocomercio en el país. A través de este eje lo que se busca es el monitoreo y la evaluación de todas las actividades presentadas en el plan de acción y de esta manera medir el grado de avance. Es así que la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025 se relaciona con la presente investigación en la medida en que aporta un análisis de la situación actual del



Biocomercio en el Perú dentro de los ámbitos políticos, institucional, investigación y desarrollo, desarrollo de mercados y gestión del conocimiento para poder elaborar una sólida propuesta a desarrollar al año 2025 mediante un Plan de Acción, en el cual se detallan las actividades a realizar para cada uno de los objetivos de los siete ejes temáticos que contempla la Estrategia Nacional del Biocomercio. Este documento es de vital importancia para la investigación puesto que la promoción del Biocomercio en el Perú guarda estrecha relación con la exportación de productos derivados de la biodiversidad nativa de la Macro Región Oriente del Perú.

Pinedo, M. (2015), en el artículo denominado “Cruzando la Frontera Colombiana”, publicado en la revista especializada *Exportando.Pe* N° 15, señala que las zonas de frontera propician una dinámica comercial muy activa, ya que es donde confluyen poblaciones que incentivan el intercambio comercial. Así sucede con el comercio fronterizo entre Perú y Colombia, en la zona del Trapecio Amazónico, que muestra un comportamiento muy positivo debido a la creciente demanda de productos peruanos, como se ha podido comprobar en recientes trabajos de prospección. El flujo comercial de productos peruanos se realiza por vía fluvial desde Iquitos (Perú) hasta la zona de frontera, y tienen como destino las ciudades de Leticia (Colombia), Tabatinga (Brasil) y Benjamín Constant (Brasil). Es muy común encontrar en las góndolas de los supermercados de estas ciudades productos de alimentos peruanos como: leche en lata y caja, yogur, embutidos, queso, conservas de pescado en graded, filete y lomo, en aceite vegetal y agua con sal; además, pescado en salsa de tomate. Este mercado también demanda pescado fresco y congelado de los denominados “grandes bagres” (dorado, doncella o pintadilla). Existe también un notable consumo de ají charapita en conserva al natural (enteros), crema, tipo tabasco y en polvo; así como pulpa de diferentes frutas amazónicas, como camu camu, guayaba, cocona y acaí. En cuanto a

bebidas, el mercado fronterizo también demanda néctares y jugos de frutas en cajas, bebidas gaseosas y conocidas marcas de cerveza. Además, los habitantes del Trapecio Amazónico cada vez requieren más materiales de construcción peruanos, como varillas de fierro, cemento, sanitarios, mayólicas y drywall. Asimismo, los compradores colombianos demandaron peces ornamentales vivos, constituyéndose en uno de los productos más transados. Este artículo se relaciona con la presente tesis magistral, en el sentido que en ella se detalla que existen varios productos de la biodiversidad que conforman la canasta exportadora de la región Loreto. En la línea de los súper alimentos, se puede señalar al camu camu y sacha inchi, así como al palmito, acaí, aceite de aguaje, entre otros. Productos que forman parte de la presente investigación.

Por otro lado, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ (2014) publicó el texto que lleva por título “Biocomercio: Modelo de Negocio Sostenible”, donde afirma que “hay una demanda por satisfacer. No solo para productos estándar, sino también, sobre todo, para productos especializados y con valor agregado. Existen mercados sofisticados que buscan productos naturales o de origen nativo, por los cuales están dispuestos a pagar precios elevados, siempre y cuando exista la garantía de que se trata de productos de altísima calidad”. Luego menciona que “En el Perú nuestra opción de desarrollo y crecimiento está en el aprovechamiento de cada uno de los recursos de nuestra biodiversidad como productos diferenciados. No seremos grandes abastecedores de un solo producto, pero sí productores de nichos especializados que no requieren grandes cantidades, pero que generan un alto valor agregado”, dando énfasis a la importancia que representan las MYPES dentro de la actividad exportadora de Biocomercio del país. Este texto guarda relación con el presente trabajo de investigación, pues aporta valiosa información que ayuda a comprender mejor el modelo de negocio denominado

Biocomercio, que aprovecha la biodiversidad nativa y genera sostenibilidad económica, social y ambiental. Detalla los modelos metodológicos en los que está basado: enfoque de cadena de valor, enfoque de gestión adaptativa y enfoque ecosistémico. Resalta las oportunidades para el Biocomercio en el Perú, así como los sectores y líneas priorizadas para cada departamento del Perú. La mayor relevancia de este texto se centra en la mención de las tendencias que prima en el mercado de alimentos en la actualidad, resaltando las preferencias de la demanda internacional. Además, brinda testimonios de éxito de empresas peruanas exportadoras que se valen de la diversidad biológica, aprovechándola responsablemente con un compromiso que engloba a todos los actores de la cadena de valor. Sin duda, un gran aporte a la investigación.

Por su parte, Fairlie, A. (2014) en su documento de trabajo “Crecimiento Verde y Biocomercio: Una Mirada Andina” de la Serie Crecimiento Verde e Inclusivo de la Red LATN menciona que “En 2005, CAN, CAF y UNCTAD elaboraron el documento Biocomercio en la subregión andina: Oportunidades para el desarrollo, trabajo que documenta las diferentes experiencias de Biocomercio en los países que conformaban la CAN. También se han desarrollado proyectos multilaterales como el Programa Facilitación de financiamiento para las empresas y el apoyo de las actividades de desarrollo de mercado en la Región Andina basados en la biodiversidad de CAF-PNUMA con el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF), como otros programas de cooperación sur-sur, los cuales promueven el intercambio de experiencias. Entre los principales avances de este proyecto está el reconocimiento de la importancia del Biocomercio en la normativa legal. Un ejemplo de esto es la inclusión del Biocomercio en la política de Estado de Perú y Colombia. En apoyo al Biocomercio en Perú, se fortaleció el Instituto Peruano de Productos Naturales (IPPN). En Colombia se creó Nativa, al igual que en Ecuador. Por otro

lado, también se creó Bionativa, que es una asociación empresarial regional, creada con la finalidad de apoyar a empresas en Bolivia, Colombia, Perú y Ecuador. De acuerdo a la Iniciativa Biotrade, las herramientas a implementar en América Latina son el fortalecimiento de políticas mediante regulaciones, desarrollo de capacidades, inversión pública y estrategias regionales que incluyan la biodiversidad nativa. Es también importante facilitar el acceso a mercados mediante programas públicos, promoción, reducción de barreras de mercado y mayor acceso a información. Asimismo, se deben fortalecer capacidades y conocimiento mediante plataformas informativas y servicios de capacitación y soporte de negocios”. Donde brinda alcances sobre iniciativas relacionadas al Biocomercio en Latinoamérica, grupo dentro del cual Perú ha tomado un papel muy activo logrando beneficiarse de programas como la Iniciativa Biotrade lanzada en 1996 por la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), con el propósito contribuir con la implementación de los tres objetivos del Convenio de Diversidad Biológica (CDB): la conservación de la biodiversidad, el uso sostenible de sus componentes y la participación justa y equitativa de los beneficios resultantes de la utilización de los recursos genéticos. “En América Latina se aprovechan diferentes recursos que provienen de distintos sectores. Por mencionar algunos ejemplos, han demostrado tener un enorme potencial productos como camu-camu, maca, tara, cacao, café o los productos forestales no maderables como la castaña, cochinilla, amaranto, miel y copoazú. También se ha avanzado en sectores como la acuicultura sostenible, prendas sostenibles, flores tropicales, follajes nativos, ecoturismo, arquitectura sustentable, entre otros. En el caso de Perú, destacan los ingredientes y productos naturales para la industria alimentaria, cosmética y farmacéutica, pescado para uso ornamental y de consumo, y el turismo sostenible. En el marco de la promoción del Biocomercio, los países andinos también han implantado una serie de proyectos y programas

que consideran actividades enmarcadas dentro del ecoturismo”. Mencionando así el gran potencial que posee Perú y su Macro Región Oriente respecto a ingredientes y productos naturales, destacando una variedad de especies presentes en la Amazonía y también en la zona Andina. También Fairlie, A. señala que “el Perú tiene el potencial para ser un modelo a seguir por otros países en su transición a una economía verde, a partir del desarrollo del Biocomercio. No obstante, debe incrementar la disponibilidad de financiamiento, fomentar la investigación y desarrollo, promover productos típicos de importación en el exterior y fortalecer su capacidad institucional (UNEP, 2012). El Biocomercio en el Perú es una actividad que ha experimentado un sustancial aumento, sobre todo en los últimos años. Las iniciativas de Biocomercio y Ecoturismo han sido implementadas, en mayor medida, en la Amazonía, puesto que detenta una amplia diversidad biológica, lo cual significa una gran ventaja para negocios como el Turismo o Ecoturismo. El Proyecto Perú Biodiverso (PBD) fue una iniciativa del PNPB, con apoyo de la Cooperación Suiza (SECO) y la Cooperación Alemana (GIZ). Se desarrolló en acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), la PROMPERU y el MINAM. Perú Biodiverso firmó ocho alianzas público-privadas (PPP) con empresas, que tenían por objetivo potenciar nueve cadenas de valor de productos nativos en cinco regiones. Como se observa en el gráfico, entre los productos seleccionados por regiones se encontraban el algarrobo y cacao nativo de la región de Piura; en Cajamarca aguaymanto, tara y yacón; plantas medicinales y sacha inchi en la región de San Martín; maca en Junín; y en Loreto, camu-camu. Con la intención de generar oportunidades adicionales del mercado de Biocomercio, se eligieron once productos: la lúcuma, tara, chirimoya, granadilla, caña Guayaquil, ajíes nativos, algodón nativo, plantas medicinales y aromáticas, algarrobina, harina de algarroba y cacao blanco. PERÚNATURA se ha establecido como la principal plataforma para la promoción de productos desarrollados

bajo principios de sostenibilidad: Biocomercio, productos orgánicos y comercio justo. Por consiguiente, promueve la oferta exportable peruana de productos naturales, cuya meta es unir la oferta con la demanda para la generación de negocios y beneficios. Según el MINAG, en el Perú el Biocomercio se ha desplegado a sectores y cadenas productivas como la agricultura sostenible, producción forestal no maderable, acuicultura, ecoturismo y otros tipos de turismo. El Centro de Promoción de la Biodiversidad Amazónica señala que hay una variedad de productos con alto potencial desde la perspectiva del mercado: por ejemplo, los peces ornamentales y animales exóticos o los peces nativos para el consumo, como el paiche, productos no maderables como la castaña, el camu-camu, plantas medicinales y ornamentales.” donde destaca el crecimiento que ha experimentado el Biocomercio en el Perú, sobre todo en la Amazonía, y menciona las cadenas de valor que se priorizaron para Loreto y San Martín, departamentos que integran la Macro Región Oriente del Perú. Por último, resalta una de las principales plataformas de promoción comercial para la exportación de productos orgánicos y Biocomercio.

El documento de trabajo de Fairlie guarda relación con la presente investigación en la medida que aporta una línea de tiempo de las diversas iniciativas por las que ha sido beneficiado el Perú y que fomentan el cumplimiento de los objetivos del CDB, resalta el potencial de las especies presentes en la Macro Región Oriente del Perú para la industria alimentaria, cosmética y farmacéutica y destaca el papel que juega PERÚNATURA como principal plataforma de promoción de las exportaciones representando una vitrina para los productos del Biocomercio, posicionando así a las empresas peruanas en el mercado internacional.

### 2.1.2. BASES TEÓRICAS.

Según North, D. (1955), en su “Teoría de la Base Exportadora”, sostiene que “una región ofrece un mercado demasiado pequeño, pero sostiene al menos en fases iniciales, un ritmo de desarrollo dinámico y persistente. De aquí que las actividades económicas con una producción altamente exportable constituyen el motor de desarrollo regional”. Aprovechando este desarrollo dinámico del motor de desarrollo regional, el mercado regional se ve ampliado y “crea condiciones de soporte económico para que surjan nuevas actividades de producción de bienes y servicios para el mercado local y regional”. El desarrollo de estas actividades exportadoras dependerá del desarrollo de la demanda externa de la región. Asimismo, North nos menciona que “la Base de Exportación de una región lo conforma la actividad exportadora, que puede ser agrícola, minera, industrial o terciaria”. La teoría de North es muy útil tanto para comprender el proceso de desarrollo regional como para planear el desarrollo en regiones subdesarrolladas como muchas que existen en el Perú, pues genera herramientas para el diseño de estrategias y de políticas de desarrollo regional. La actividad exportadora que menciona North coincide con algunas características que posee la Macro Región Oriente del Perú, tal es el caso del potencial de los sectores agrícola y forestal gracias a la rica biodiversidad que posee la Macro Región Oriente del Perú.

Por su parte Smith, A. (1776) en la “Teoría de la Ventaja Absoluta”, hace hincapié sobre la teoría clásica del comercio internacional, puesto que éste pensaba que las mercancías debían producirse en el país donde el coste de producción (que en el marco de su teoría del valor-trabajo se valora en trabajo) fuera más bajo y desde allí se exportaría al resto de países. Defendía un comercio libre y sin trabas para alcanzar y dinamizar el proceso de crecimiento, era partidario del

comercio basado en la ventaja absoluta y creía en la movilidad internacional de los factores productivos. Según sus teorías, la ventaja absoluta la tienen aquellos países que son capaces de producir un bien utilizando menos factores productivos que otros y, por tanto, con un coste de producción inferior. Además, Smith, indicaba que cada país debe especializarse en producir mercancías que podrían ser lo más eficiente posible, de esa manera tener la ventaja absoluta, las razones por la que llegó a este análisis fueron las siguientes. El primero, indica que el dinero sólo era una técnica para realizar cálculos que no tenían en cuenta las relaciones productivas sino los intereses de las autoridades. La segunda, indica que la riqueza de la nación no se mide por la cantidad de oro acumulado, sino por la magnitud de su capacidad productiva y el tercero indica, que el trabajo es el patrón único de medida que tiene la propiedad de invariable frente al tiempo y la distribución y con el cual todos los bienes pueden comprarse y la riqueza se puede cuantificar en términos reales. Para que exista un comercio entre dos países, una de ellas debe tener una ventaja absoluta de los bienes que se comercian y de esa manera el libre comercio internacional es beneficiosa para ambos países que participan. Esta teoría tiene relación con el presente trabajo de investigación, debido a que el Biocomercio en el Perú representa una ventaja a comparación del resto del mundo, sobre todo en la zona oriente del país, gracias a la disponibilidad de una gran variedad de recursos de la biodiversidad nativa. Podría decirse que se proyecta que el Perú aproveche la ventaja de la biodiversidad y la transforme en ventaja absoluta al ejecutar eficazmente la propuesta del Plan de Acción al 2025 de la Estrategia Nacional de Biocomercio. Cuando se hace mención sobre la ventaja absoluta, se entiende que productores y empresarios habrán adquirido conocimientos, competencias y mejoras tecnológicas a través de las diferentes actividades propuestas para los objetivos de los siete ejes temáticos del Biocomercio en el Perú.



Por su parte, Ricardo, D. (1809), menciona en la “Teoría de Ventaja Comparativa”, que “cada país en cuestión se especializará en aquello en lo que sea más eficiente, al tiempo que importará el resto de productos en los que son más ineficaces en términos de producción. Aunque un país no tenga ventaja absoluta al producir algún bien, podrá especializarse en aquellas mercancías en las que encuentre una ventaja comparativa mayor y poder participar finalmente en el mercado internacional”. Es decir, que un país encontrará ventaja dentro del ámbito internacional al especializarse en la producción de aquellos bienes en los que son más eficientes en materia de costos, en comparación con otros países que producen lo mismo. Un país desarrollado o en vías de desarrollo podría fabricar todo tipo de productos, pero puede ser más eficiente cuando se concentre en la fabricación y exportación de aquel en el que cuente con una ventaja de costes comparativos. Adicionalmente, procederá a importar aquellos bienes que no ha fabricado y que el mercado internacional tiene en oferta. La teoría de la ventaja comparativa se relaciona con el presente trabajo de investigación en la medida en que el Biocomercio aprovecha la biodiversidad nativa presente en la Macro Región Oriente para elaborar productos con valor agregado que satisfacen las necesidades de numerosos nichos de mercado, como el gourmet, fitness, farmacéutico, cosmético, entre otros. Tener la disponibilidad de estos valiosos recursos en el medio natural, fomentar áreas de cultivo, aprovecharlos bajo esquemas de sostenibilidad y planes de manejo, permitirían que la Macro Región Oriente del Perú beneficiarse de la ventaja comparativa con la que cuenta a comparación de otros países.

En cambio, Hecksher, E. (1919) y Ohlin, B. (1933) en su “Teoría de Flujos del Comercio Internacional” tratan de explicar por qué los países individualmente considerados tienen ventajas comparativas para exportar determinados bienes. Mencionan que “los países tienen

ventajas comparativas en aquellos bienes que para su producción requieren más factores de los factores relativamente abundantes en el país. La escasez relativa tiende a reflejarse en los precios; por lo tanto, a medida que el comercio internacional se desarrolla, la lista de productos de exportación de un país estaría fuertemente sesgada hacia los productos que usan una alta proporción de los factores abundantes, y la importación estaría sesgada hacia los bienes que tuvieran un componente relativamente alto de los factores escasos”. Dicha teoría indica que al desarrollar la ventaja comparativa por parte de un país, también se desarrolla un equilibrio general en el comercio internacional y un beneficio dentro del desarrollo del comercio internacional de la economía de un país. El modelo de Heckscher-Ohlin, indica que hay países que tienen diferentes dotaciones de factores, en la cual señala que existen países con abundancia relativa de capital y otros que cuentan con una abundancia relativa de trabajo. Esta teoría da un aporte de vital trascendencia, y de esa manera comprender que el comercio internacional, mediante el cambio de los precios de las mercancías, provoca un efecto sobre la distribución de la renta, de manera que los propietarios del factor más abundante en un país ganan con el comercio, mientras que los propietarios del factor escaso pierden. Esta teoría se relaciona con el trabajo de investigación, en tal sentido que la Macro Región Oriente del Perú al ser una zona que cuenta con la ventaja comparativa de los factores: tierra, clima, biodiversidad, mano de obra, etc, puede pasar a especializarse en la producción de bienes derivados de la biodiversidad nativa, la cual es abundante, que cuenten con valor agregado y optar por importar aquellos bienes que no produzca el Perú, generando flujos bilaterales en el comercio internacional.

Por su parte, Porter, M. (1990), da a conocer en la “Teoría de la Competitividad de las Áreas Locales”, afirma que la capacidad de las empresas para competir internacionalmente está ligada a las

circunstancias y las estrategias de la empresa. Sin embargo, depende de las empresas el aprovechar o no esta oportunidad creando un entorno donde alcancen una ventaja competitiva. La ventaja competitiva se crea y mantiene a través de un proceso altamente localizado, incluso países desarrollados no son competitivos en todos sus sectores, por lo que las naciones triunfan en determinados sectores debido a su dinamismo y para mantener la competitividad se necesita un proceso de mejora constante; es decir, renovarse o dejar de existir, porque si no lo hace los competidores sobrepasarán a cualquier empresa que no haya mejorado o innovado. Esta teoría guarda relación con el presente trabajo de investigación debido a que cuando se refiere a Biocomercio, se hace referencia a la gran variedad de especies nativas que están a nuestra disposición. Dependerá de una buena organización y una ardua labor de fomento e implementación de los principios del Biocomercio para que las empresas peruanas puedan aprovechar los recursos y tomen mayor participación en este creciente mercado. Para ello se necesitará un proceso de investigación, innovación y mejora tecnológica constante, con el objetivo de posicionar el Biocomercio peruano como un sector competitivo en el mercado internacional.

### **2.1.3. MARCO CONCEPTUAL.**

#### **a) Alimento Orgánico.**

El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos los define como “aquellos alimentos que se producen bajo un conjunto de procedimientos los cuales evitan el uso de productos sintéticos, pesticidas, herbicidas y fertilizantes, no utilizan semillas modificadas genéticamente. En cuanto a ganado y aves solo se alimentan con productos orgánicos, se excluyen los productos a

base de petróleos y cualquier tipo de químicos, se evita el uso de hormonas, antibióticos y cualquier otro producto químico”.

b) Arancel.

Tributo que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación. El más extendido es el impuesto que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes; también pueden existir aranceles de tránsito que gravan los productos que entran en un país con destino a otro.

c) Biocomercio.

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

d) Biodiversidad.

También llamada “diversidad biológica”, es la variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluidos, entre otras cosas, los ecosistemas terrestres y marinos y otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forma parte, comprende la diversidad dentro de cada especie y de los ecosistemas.

e) Biodiversidad Nativa.

Especie que se encuentra dentro de su área de distribución natural u original (histórica o actual) de acuerdo con su potencial de

dispersión natural. La especie forma parte de las comunidades bióticas naturales del área.

f) Bionegocios.

Son aquellos negocios basados en el aprovechamiento rentable de productos de la diversidad biológica teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Un bionegocio instrumentaliza el modelo de negocio que incorpora la internalización de los costos por la conservación de los recursos naturales, la inclusión de comunidades y conocimientos tradicionales en la generación de valor y la dinamización de las economías locales.

g) Desarrollo Sostenible.

Satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

h) Ecosistemas.

Complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como una unidad funcional.

i) Estilo de Vida Sustentable.

LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability), por sus siglas en inglés, son aquellos estilos de vida que buscan preservar la salud y reducir el impacto sobre el medio ambiente.

j) Exportación.

Venta y salida de un producto nacional a través de la aduana de un país, cumpliendo con todos los requisitos y registros legales.

k) Mercados Verdes.

Es el sector económico en donde se comercializan y/o se ofrecen productos y servicios que están diseñados para cuidar y preservar el medio ambiente. En el mercado verde se pueden ver varias tareas y actividades que involucran el diseño del producto, diseño del proceso, proceso de producción y empaques para los productos, de tal manera que no dañen o contaminen al ambiente en su etapa final.

l) Macro Región Oriente del Perú.

Se refiere a las regiones peruanas ubicadas en la parte oriente del Perú. Está compuesto por las regiones: Loreto, San Martín, Ucayali y Amazonas.

j) Recursos Biológicos.

Se entiende a los recursos genéticos, los organismos o parte de ellos, las poblaciones, o cualquier otro tipo del componente biótico de los ecosistemas de valor o utilidad real o potencial para la humanidad.

k) Sostenibilidad.

Característica o estado según el cual pueden satisfacerse las necesidades de la población actual y local sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras o de poblaciones de otras regiones de satisfacer sus necesidades.

l) Valor FOB.

Valor de Mercado de las exportaciones de mercancías y otros bienes, en las aduanas fronterizas de un país incluidos todos los costos de transporte de los bienes, los derechos de exportación y el costo de colocar los bienes en el medio de transporte utilizado, a menos que este último costo corra a cargo del transportista.

## **MARCO LEGAL.**

- a) Decreto del Consejo Directivo N° 021-2004-CONAM/CD.

Este es un Decreto del Consejo Directivo del Consejo Nacional del Ambiente-CONAM, a través del cual aprueban el “Programa Nacional Biocomercio en el Perú”. El programa tiene por objetivo principal la articulación de las acciones entre instituciones públicas y privadas con el fin de promover la generación y consolidación de los bionegocios en el Perú, basada en la megadiversidad nativa utilizando criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.

- b) Decreto Legislativo N° 613

Este decreto corresponde a la publicación del Código del Medio Ambiente y los Recursos Naturales (pub. 08/09/90), el cual introdujo un conjunto de derechos, políticas e instrumentos de gestión que siguen siendo centrales para la política ambiental actual tal como es el caso del Sistema Nacional de Gestión Ambiental, La Evaluación de Impacto Ambiental, la conservación de la diversidad biológica, entre otros. El código fue reemplazado por la vigente Ley General del Ambiente Constitución Política del Perú.

- c) Decreto Supremo N° 013-1999-AG

Este decreto prohíbe la caza, extracción, transporte y/o exportación con fines comerciales de especies de fauna silvestre no autorizados por el INRENA, a partir del 2000, a excepción de los provenientes de áreas de manejo de fauna silvestre debidamente autorizadas.

- d) Decreto Supremo N°009-2010-MINCETUR

Decreto Supremo que designa la creación de la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio, la cual es responsable de velar por el cumplimiento de los acuerdos o convenios internacionales, en materia de comercio exterior e integración en coordinación con los distintos sectores del gobierno, en el ámbito de sus respectivas competencias; así mismo, este

Decreto Supremo es producto de una convocatoria de la Organización Mundial del Comercio a fin de cumplir satisfactoriamente con la agenda de negociaciones comerciales.

- e) Decreto Supremo N° 009-2014-MINAM  
Aprobación de la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica y su Plan de Acción 2014-2018. (pub. 06/11/2014), el cual es el principal instrumento de planificación nacional sobre la conservación y aprovechamiento sostenible de la diversidad biológica.
  
- f) Decreto Supremo N° 008-2016-MINCETUR  
Decreto Supremo que aprueba la Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025. El objetivo de esta norma es lograr la consolidación institucional a fin de generar un entorno favorable para su desarrollo consolidando la institucionalidad; el marco legal y los mecanismos necesarios para promover e implementar el Biocomercio en el Perú.
  
- g) Decreto Supremo N° 068-2001-PCM  
Decreto Supremo que aprueban el Reglamento de la Ley sobre Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica. Tiene por objeto fijar prioridades nacionales y acciones en materia de conservación de la diversidad biológica y sus componentes constituyen recursos estratégicos para el desarrollo y debe utilizado de manera equilibrado las necesidades de conservación, considerando la inversión y promoción de la actividad privada. El estado debe tener un interés primordial por velar la diversidad biológica y sus componentes sean conservados y utilizados sosteniblemente.
  
- h) Ley N° 26821 - Ley Orgánica para el Aprovechamiento Sostenible de los Recursos Naturales.  
A través de la presente Ley se busca asegurar que la utilización de los recursos naturales renovables y no renovables, se realice en una forma responsable con el fin de mantener su capacidad de regeneración y satisfacer las necesidades



del presente, sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades; en ese sentido se señala que las diversas modalidades de otorgamiento de derechos a los particulares sobre los recursos naturales, son establecidas por leyes especiales para cada recurso natural, debiendo los particulares aportar una retribución económica por aprovechamiento de recursos naturales.

- i) Ley N° 26839 - Ley Sobre la Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica.

La diversidad biológica y sus componentes constituyen recursos estratégicos para el desarrollo del país y deben utilizarse equilibrando las necesidades de conservación con consideraciones sobre inversión y promoción de la actividad privada. El Estado debe velar por que la diversidad biológica y sus componentes sean efectivamente conservados y utilizados sosteniblemente.

- j) Resolución Legislativa N° 26181.

Ratifica el Convenio sobre la Diversidad Biológica, el cual es de interés común de toda la humanidad; a través del convenio el estado asume la responsabilidad de la conservación de su diversidad biológica y de la utilización sostenible de los recursos biológicos

## **2.2. DEFINICIONES OPERACIONALES.**

### **2.2.1. VARIABLES.**

Las Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú, Periodo 2013 – 2017

### **2.2.2. INDICADORES E ÍNDICES.**

<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍNDICES</b>
Exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente	1. Evolución de las exportaciones.  2. Número de especies exportadas.  3. Número de empresas exportadoras.  4. Número de países de destino	➤ Creciente ➤ Decreciente ➤ Constante  ➤ Muchas ➤ Regulares ➤ Pocas  ➤ Muchas ➤ Regulares ➤ Pocas  ➤ Muchos ➤ Regulares ➤ Pocos

### **2.3. HIPÓTESIS.**

#### **2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL.**

Las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú, evolucionaron de forma creciente durante el periodo 2013 - 2017.

#### **2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.**

1. Las especies del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú que se exportaron en el periodo 2013 – 2017, fueron: camu camu, sacha inchi y uña de gato.
2. Las empresas del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú que realizaron exportaciones durante el periodo 2013 – 2017, fueron menos de 10.

3. Los principales países de destino de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú durante el periodo 2013 – 2017, fueron EE. UU., Alemania y Francia.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA.**

#### **3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.**

La presente tesis magistral es de tipo Descriptivo, porque se ha analizado y descrito la evolución de las exportaciones de los productos del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, efectuadas y registradas en SUNAT – ADUANAS durante el periodo 2013 - 2017, tal y como se presentaron.

#### **3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.**

El diseño de la investigación es No Experimental, porque no se sometió a experimento alguno al entorno ni a los elementos integrantes de la investigación. Se recolectaron los datos históricos de los archivos existentes en la base de datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT ADUANAS), tal y cual como se registraron. Fue un trabajo de gabinete.

#### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.**

##### **POBLACIÓN.**

La Población del presente estudio ha comprendido todos los registros estadísticos (series históricas) de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, correspondiente al periodo 2013 – 2017, tal como se muestran en los archivos de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT ADUANAS).

La Muestra es igual a la Población; es decir, todos los registros estadísticos (series históricas) de las exportaciones del Sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, durante el periodo 2013 - 2017.

### **3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.**

#### **TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

La técnica que se empleó en el presente estudio fue la observación de datos secundarios, que consistió en la revisión de los registros de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria de la Macro Región Oriente, del periodo 2013 – 2017, y captura de la información relacionada. Fue un trabajo de gabinete básicamente.

#### **INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

El instrumento que se empleó en el presente estudio fue principalmente la exploración y captura de los datos de las páginas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (Sunat Aduanas), de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, en el periodo 2013 - 2017.

### **3.5. PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.**

El procedimiento de recolección de datos se realizó de la siguiente manera:

- Se realizó una revisión en las páginas de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT Aduanas), de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, según UBIGEO, llevadas a cabo en el periodo 2013 – 2017.
- Se han identificado y recopilado los registros de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT Aduanas) y otras instituciones oficiales, de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, según UBIGEO, realizadas en el periodo 2013 – 2017.
- La recolección de datos tuvo una duración aproximada de 30 días, periodo en el cual se depuraron los registros y datos existentes para quedarse con los valores de interés para la investigación.

- Los datos obtenidos son confidenciales y de uso exclusivo para la investigación.
- Una vez terminada la recolección de datos se procedió a la elaboración de la base de datos para el análisis estadístico respectivo.
- Finalmente se procedió a la elaboración del informe final de la tesis, para su respectiva sustentación.

### **3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.**

- La información recolectada se procesó con ayuda del software Excel 2013 del paquete Microsoft Office 2018.
- En primer lugar, se procedió a capturar las exportaciones del sector Biocomercio de cada región que integra la Macro Región Oriente: Loreto, San Martín, Ucayali y Amazonas, durante el periodo 2013 - 2017.
- A continuación, se procedió a encontrar la sumatoria total del Valor FOB exportado del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente por cada año del periodo, para elaborar un cuadro que explique su evolución a lo largo del periodo elegido.
- Acto seguido, se procedió a filtrar la base de datos por empresas exportadoras, para determinar cuáles fueron las empresas exportadoras que pertenecen al sector Biocomercio para cada año del periodo; posteriormente se elaboró un cuadro que muestra el importe de cada empresa exportadora y su porcentaje de participación al Valor FOB total de la Macro Región Oriente.
- Seguidamente, se procedió a filtrar la base de datos por partidas arancelarias para determinar cuáles fueron las partidas arancelarias exportadas que pertenecen al sector Biocomercio para cada año del periodo; posteriormente se elaboró un cuadro que muestra el importe de la partida arancelaria exportada y su porcentaje de participación al Valor FOB total de la Macro Región Oriente.
- Luego, se procedió a filtrar la base de datos por países de destino para determinar cuáles fueron los países a los que fueron destinadas las

exportaciones del sector Biocomercio para cada año del periodo; posteriormente se elaboró un cuadro que muestra el importe de las exportaciones a cada país de destino y su porcentaje de participación al Valor FOB total de la Macro Región Oriente.

- Acto seguido, se procedió al análisis de los datos.
- Por último, se procedió a elaborar los cuadros y gráficos necesarios para presentar la información de las variables estudiadas.

### **3.7. PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS.**

- La presente investigación cumplió las consideraciones de ética correspondientes, Se respetó el derecho a la privacidad de los intervinientes, el anonimato, la confidencialidad del caso, así como también se pidió el consentimiento para la obtención de la información necesaria para desarrollar la investigación.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS.

En el presente capítulo se analizan las exportaciones del sector Biocomercio durante el periodo 2013 – 2017, tomando en consideración la evolución de los valores exportados, las especies enviadas al exterior, las empresas exportadoras y los mercados de destino de los envíos.

#### 4.1 EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOMERCIO.

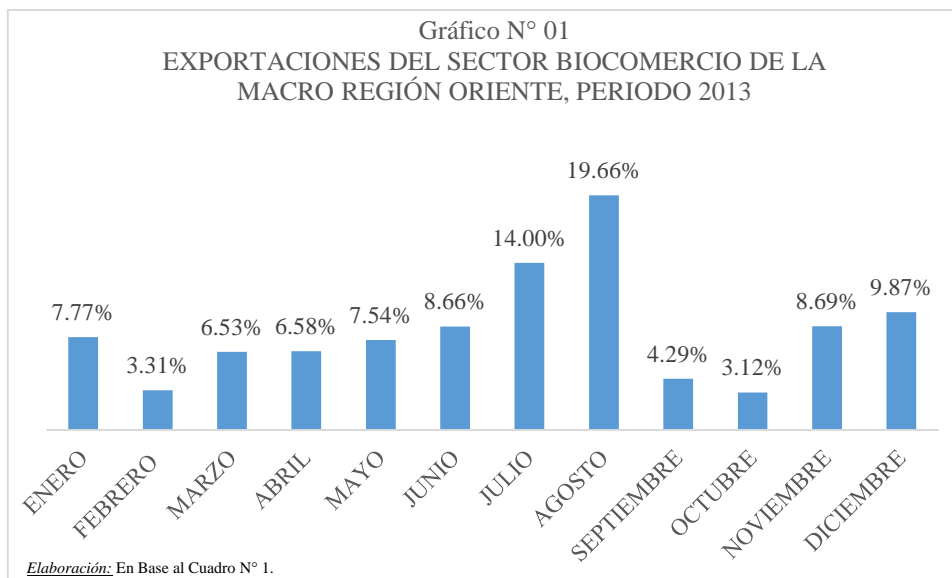
El año 2013, las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente ascendieron a US\$ 6,145,210.24; y en el mes de Agosto se registró el mayor valor exportado con un monto de US\$1,208,117.08 equivalente al 19.66% del total. Las exportaciones de Julio sumaron US\$ 860,257.08 ubicándose en segundo lugar, con el 14.00% del total.

**Cuadro N° 01**  
**EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013**

MESES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
ENERO	477,376.74	7.77%	7.77%
FEBRERO	203,103.50	3.31%	11.07%
MARZO	401,067.84	6.53%	17.60%
ABRIL	404,061.10	6.58%	24.18%
MAYO	463,217.08	7.54%	31.71%
JUNIO	531,890.62	8.66%	40.37%
JULIO	860,257.17	14.00%	54.37%
AGOSTO	1,208,117.08	19.66%	74.03%
SEPTIEMBRE	263,870.50	4.29%	78.32%
OCTUBRE	192,004.30	3.12%	81.44%
NOVIEMBRE	533,906.92	8.69%	90.13%
DICIEMBRE	606,337.39	9.87%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>6,145,210.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



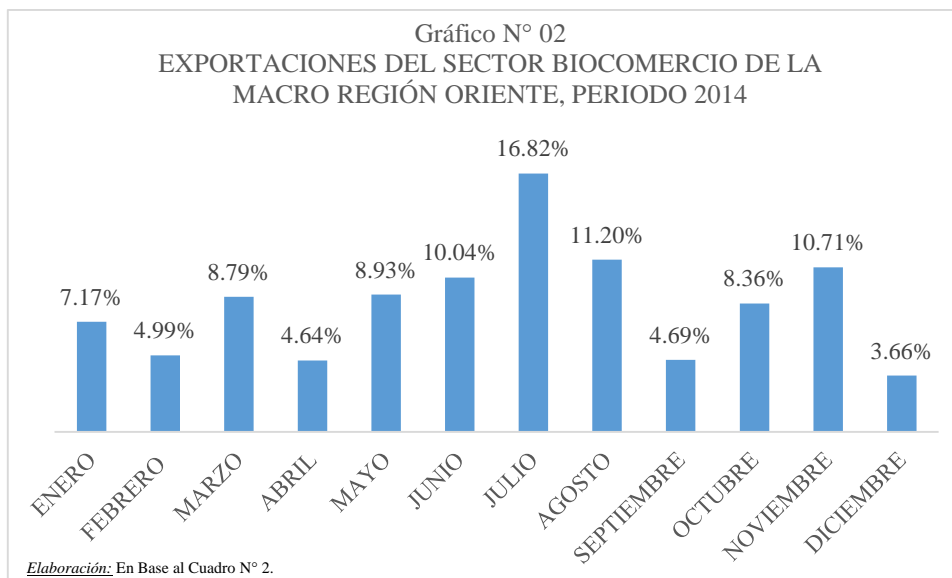


El año 2014, se exportó US\$ 5,571,830.91 y Julio fue el mes de mayor exportación, al haberse realizado envíos al exterior por US\$ 937,903.07 cifra que representa el 16.82% de las exportaciones totales de Biocomercio.

**Cuadro N° 02**  
**EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2014**

MESES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
ENERO	399,547.00	7.17%	7.17%
FEBRERO	278,009.12	4.99%	12.16%
MARZO	489,675.30	8.79%	20.95%
ABRIL	258,298.95	4.64%	25.58%
MAYO	497,344.35	8.93%	34.51%
JUNIO	559,603.72	10.04%	44.55%
JULIO	937,903.07	16.82%	61.39%
AGOSTO	623,973.93	11.20%	72.59%
SEPTIEMBRE	261,051.25	4.69%	77.27%
OCTUBRE	465,734.60	8.36%	85.63%
NOVIEMBRE	596,519.16	10.71%	96.34%
DICIEMBRE	204,170.46	3.66%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>5,571,830.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente: SUNAT ADUANAS.*

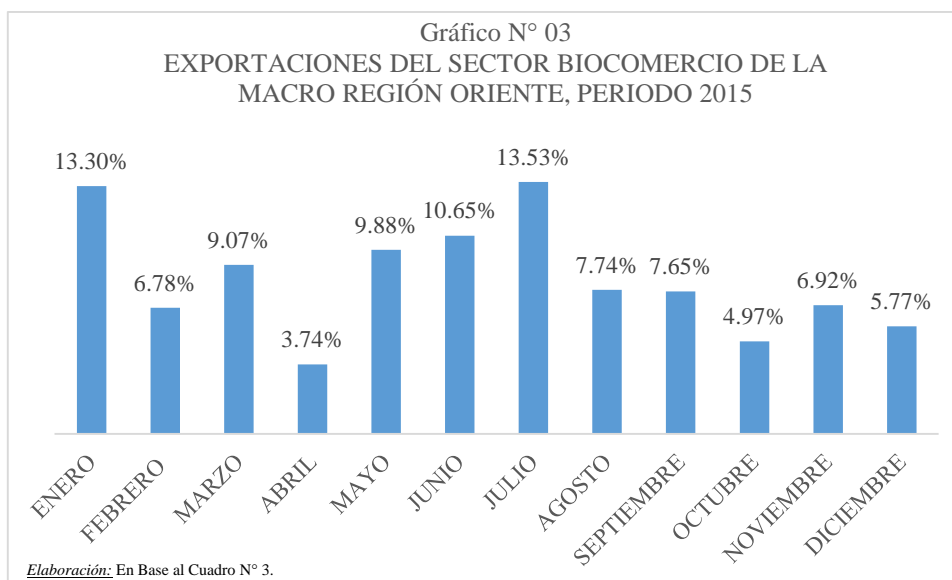


En el Cuadro N° 03, se muestran las exportaciones del sector Biocomercio realizadas durante el año 2015, las que ascienden a US\$ 5,818,565.65 y en el mes de Julio se efectuaron los mayores envíos por US\$ 787,232.14 valor que representa el 13.53%.

**Cuadro N° 03**  
**EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2015**

MESES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
ENERO	773,658.72	13.30%	13.30%
FEBRERO	394,771.08	6.78%	20.08%
MARZO	527,836.08	9.07%	29.15%
ABRIL	217,631.17	3.74%	32.89%
MAYO	574,839.25	9.88%	42.77%
JUNIO	619,919.85	10.65%	53.43%
JULIO	787,232.14	13.53%	66.96%
AGOSTO	450,107.80	7.74%	74.69%
SEPTIEMBRE	444,881.41	7.65%	82.34%
OCTUBRE	289,689.55	4.97%	87.32%
NOVIEMBRE	402,409.40	6.92%	94.23%
DICIEMBRE	335,589.20	5.77%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>5,818,565.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.

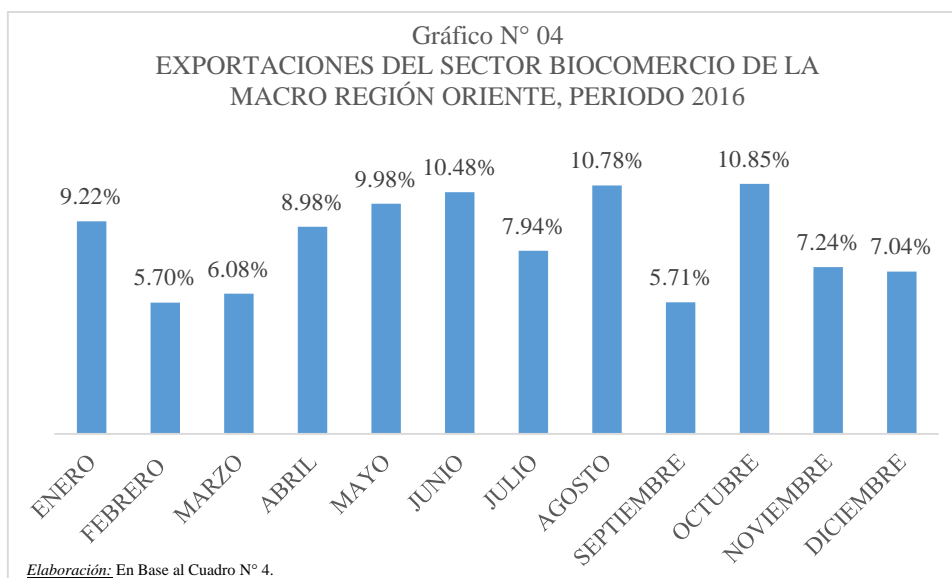


En el año 2016, las mayores exportaciones del sector Biocomercio se registraron en el mes de Octubre y ascendió a US\$ 525,256.80; y representa el 10.85% del total. El valor exportado de este año fue US\$ 4,839,387.82.

**Cuadro N° 04**  
**EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2016**

MESES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
ENERO	446,059.38	9.22%	9.22%
FEBRERO	276,209.22	5.70%	14.92%
MARZO	294,198.85	6.08%	21.00%
ABRIL	434,670.16	8.98%	29.99%
MAYO	482,830.08	9.98%	39.96%
JUNIO	507,197.84	10.48%	50.44%
JULIO	384,079.67	7.94%	58.38%
AGOSTO	521,763.61	10.78%	69.16%
SEPTIEMBRE	276,262.30	5.71%	74.87%
OCTUBRE	525,256.80	10.85%	85.72%
NOVIEMBRE	350,130.31	7.24%	92.96%
DICIEMBRE	340,729.60	7.04%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>4,839,387.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.

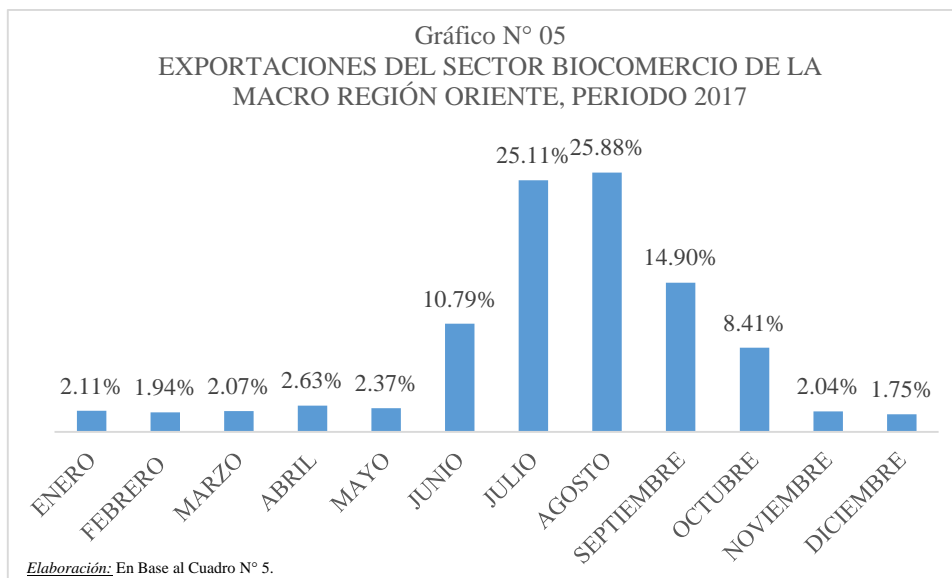


Por último, el año 2017 el sector Biocomercio alcanzó el monto de US\$ 19,364,539.28; y en el mes de Agosto se llevaron a cabo los mayores envíos por una cifra de US\$ 5,010,559.79 (25.88% del total). Julio se ubicó en segundo lugar con el 25.11% de las exportaciones (US\$ 4,862,899.48).

**Cuadro N° 05**  
**EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2017**

MESES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
ENERO	409,526.16	2.11%	2.11%
FEBRERO	375,014.25	1.94%	4.05%
MARZO	401,490.48	2.07%	6.12%
ABRIL	509,670.15	2.63%	8.76%
MAYO	459,451.92	2.37%	11.13%
JUNIO	2,089,008.26	10.79%	21.92%
JULIO	4,862,899.48	25.11%	47.03%
AGOSTO	5,010,559.79	25.88%	72.90%
SEPTIEMBRE	2,884,763.18	14.90%	87.80%
OCTUBRE	1,628,585.70	8.41%	96.21%
NOVIEMBRE	394,380.17	2.04%	98.25%
DICIEMBRE	339,189.74	1.75%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>19,364,539.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



#### 4.2. ESPECIES EXPORTADAS.

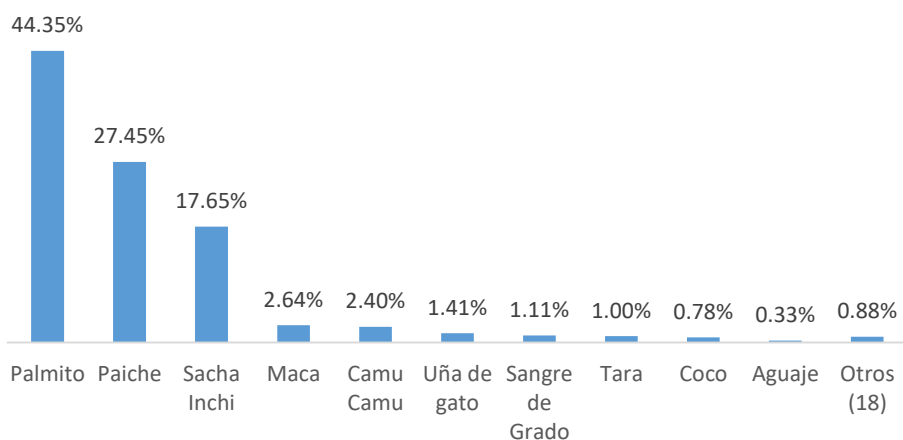
El año 2013, se exportaron 28 especies del sector Biocomercio y el “Palmito” ocupó el primer lugar con envíos por el valor de US\$ 2,724,441.37; cifra que representa el 44.35% del total, seguido por el “Paiche” con el 27.45%.

**Cuadro N° 06**  
**ESPECIES DEL SECTOR BIOCOMERCIO EXPORTADAS**  
**POR LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013**

ESPECIES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Palmito	2,724,441.37	44.35%	44.35%
Paiche	1,686,668.61	27.45%	71.80%
Sacha Inchi	1,084,337.17	17.65%	89.43%
Maca	162,131.49	2.64%	92.06%
Camu Camu	147,699.52	2.40%	84.47%
Uña de Gato	86,849.42	1.41%	95.88%
Sangre de Grado	68,428.30	1.11%	97.00%
Tara	61,500.00	1.00%	98.00%
Coco	48,225.00	0.78%	98.78%
Aguaje	20,580.40	0.33%	99.12%
Otras 18 Especies	54,348.96	0.88%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>6,145,210.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.

Gráfico N° 06  
 ESPECIES DEL SECTOR BIOCOMERCIO EXPORTADAS POR  
 LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013



Elaboración: En Base al Cuadro N° 6.

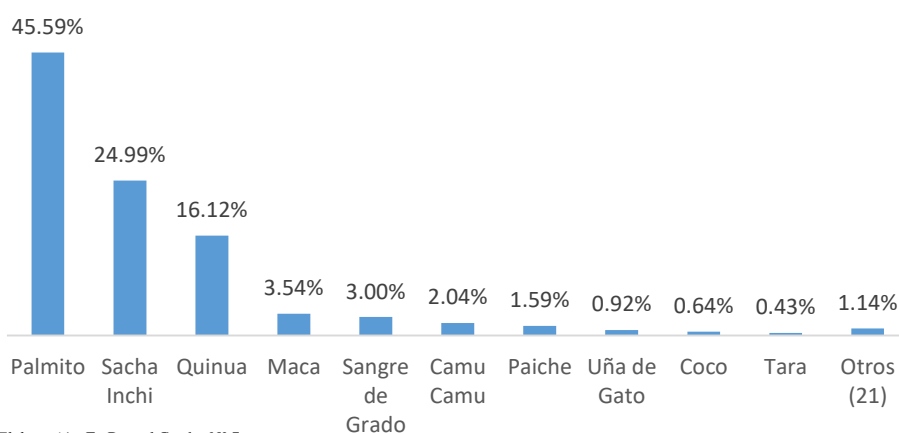
El año 2014, se exportaron 31 especies del sector Biocomercio, tres más que el año anterior, siendo el “Palmito” la más exportada por un valor de US\$ 2,540,130.51 que representa el 45.59% del total, seguido por el “Sacha Inchi” con US\$ 1,392,342.78 (24.99% del total).

**Cuadro N° 07**  
**ESPECIES DEL SECTOR BIOCOMERCIO EXPORTADAS**  
**POR LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2014**

ESPECIES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Palmito	2,540,130.51	45.59%	45.59%
Sacha Inchi	1,392,342.78	24.99%	70.58%
Quinoa	898,293.00	16.12%	86.70%
Maca	197,112.30	3.54%	90.24%
Sangre de Grado	167,110.15	3.00%	93.24%
Camu Camu	113,722.37	2.04%	95.28%
Paiche	88,407.85	1.59%	96.86%
Uña de Gato	51,428.64	0.92%	97.79%
Coco	35,400.00	0.64%	98.42%
Tara	24,300.00	0.43%	98.86%
Otras 21 Especies	63,583.31	1.14%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>5,571,830.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: SUNAT ADUANAS.

Gráfico N° 07  
 ESPECIES DEL SECTOR BIOCOMERCIO EXPORTADAS POR  
 LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2014



Elaboración: En Base al Cuadro N° 7.

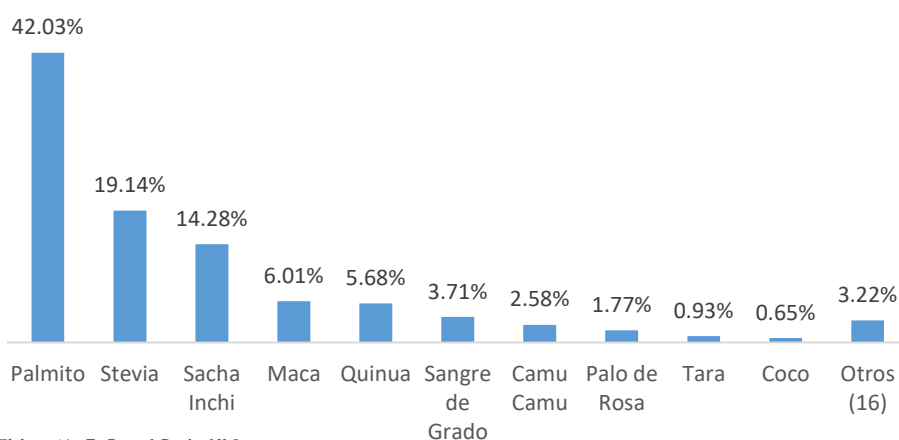
Sin embargo, el año 2015 la cantidad de especies exportadas se redujo a 26; cinco menos que el año 2014; y la más exportada continuó siendo el “Palmito” con un valor de US\$ 2,445,423.30 equivalente al 42.03% del total. La segunda especie fue “Stevia” con US\$ 1,113,747.47 (19.14% del total), y el “Sacha Inchi” en tercera ubicación con US\$ 830,876.73 (14.28%).

**Cuadro N° 08**  
**ESPECIES DEL SECTOR BIOCOMERCIO EXPORTADAS**  
**POR LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2015**

ESPECIES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Palmito	2,445,423.30	42.03%	42.03%
Stevia	1,113,747.47	19.14%	61.17%
Sacha Inchi	830,876.73	14.28%	75.45%
Maca	349,803.90	6.01%	81.46%
Quinoa	330,215.08	5.68%	87.14%
Sangre de Grado	215,717.71	3.71%	90.84%
Camu Camu	150,281.39	2.58%	93.43%
Palo de Rosa	103,190.84	1.77%	95.20%
Tara	54,000.00	0.93%	96.13%
Coco	37,760.00	0.65%	96.78%
Otras 16 Especies	187,549.23	3.22%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>5,818,565.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: SUNAT ADUANAS.

Gráfico N° 08  
 ESPECIES DEL SECTOR BIOCOMERCIO EXPORTADAS POR  
 LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2015



Elaboración: En Base al Cuadro N° 8.

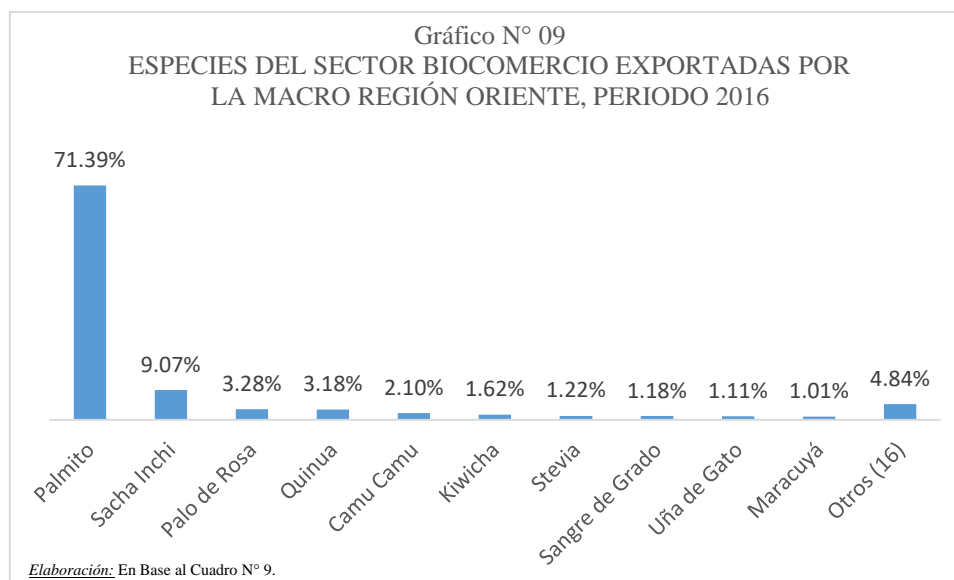
El año 2016 se exportaron 26 especies, igual cantidad que el año 2015, siendo el “Palmito” la principal especie exportada por US\$ 3,454,864.52; cifra que significó el 71.39% del total. En segundo lugar, se ubica el “Sacha Inchi” con US\$ 438,722.38 equivalente a 9.07% del valor total exportado.

**Cuadro N° 09**  
**ESPECIES DEL SECTOR BIOCOMERCIO EXPORTADAS**  
**POR LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2016**

ESPECIES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Palmito	3,454,864.52	71.39%	71.39%
Sacha Inchi	438,722.38	9.07%	80.46%
Palo de Rosa	158,923.10	3.28%	83.74%
Quinoa	153,672.24	3.18%	86.92%
Camu Camu	101,596.16	2.10%	89.01%
Kiwicha	78,320.40	1.62%	90.63%
Stevia	58,934.37	1.22%	91.85%
Sangre de Grado	57,130.60	1.18%	93.03%
Uña de Gato	53,931.89	1.11%	94.15%
Maracuyá	49,125.00	1.01%	95.16%
Otras 16 Especies	234,167.16	4.84%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>4,839,387.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: SUNAT ADUANAS.



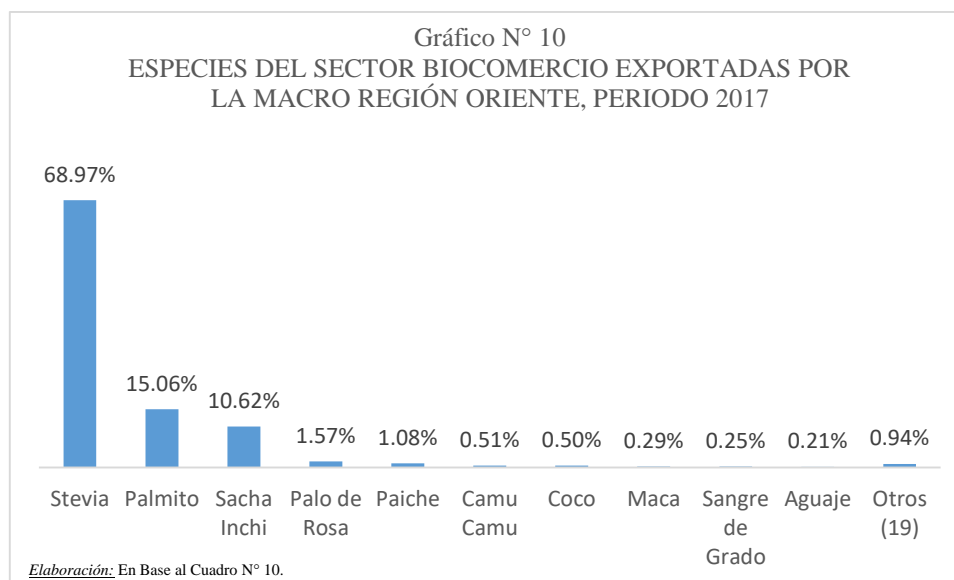


Por otro lado, el año 2019 se registró la exportación de 29 especies del sector Biocomercio, tres más que el año 2016. La especie más exportada fue la “Stevia” con US\$ 13,350,660.36 (68.97% del total) desplazando al “Palmito” al segundo lugar con US\$ 2,916,719.87 (15.06% del total).

**Cuadro N° 10**  
**ESPECIES DEL SECTOR BIOCOMERCIO EXPORTADAS POR LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2017**

ESPECIES	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Stevia	13,350,660.36	68.97%	68.97%
Palmito	2,916,719.87	15.06%	84.03%
Sacha Inchi	2,056,257.83	10.62%	94.62%
Palo de Rosa	304,823.64	1.57%	96.20%
Paiche	208,726.65	1.08%	97.28%
Camu Camu	99,719.70	0.51%	97.79%
Coco	97,306.00	0.50%	98.29%
Maca	56,772.23	0.29%	98.59%
Sangre de Grado	49,155.56	0.25%	98.84%
Aguaje	41,450.48	0.21%	99.06%
Otras 19 Especies	182,946.96	0.94%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>19,364,539.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



### 4.3. EMPRESAS EXPORTADORAS.

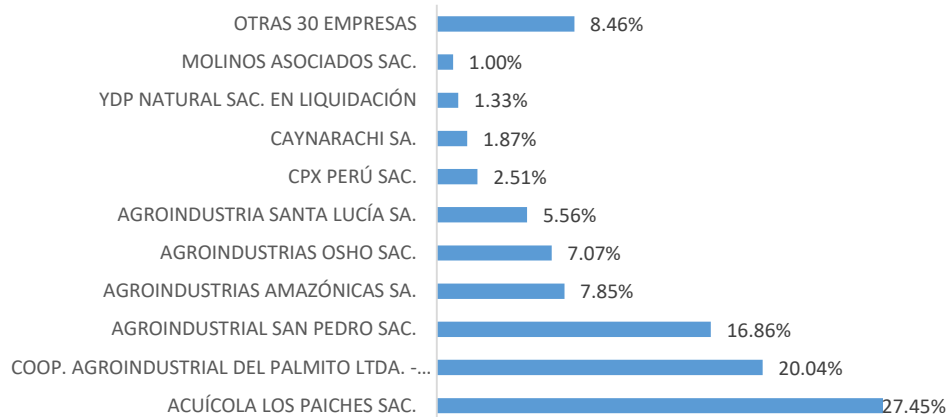
El año 2013, fueron 40 las empresas exportadoras del sector Biocomercio que realizaron envíos al exterior, y “Acuícola Los Paiches SAC.” ocupó el primer lugar con US\$ 1,686,668.61 equivalente al 27.45% del total, seguido por la “Cooperativa Agroindustrial del Palmito Ltda. – APROPAL” (20.04%).

**Cuadro N° 11**  
**EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCOCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013**

EMPRESAS	VALOR FOB (US\$)	PORCENT. (%)	PORCENT. ACUMUL. (%)
ACUÍCOLA LOS PAICHES SAC.	1,686,668.61	27.45%	27.45%
COOP. AGROINDUSTRIAL DEL PALMITO LTDA. – APROPAL	1,231,815.60	20.04%	47.49%
AGROINDUSTRIAL SAN PEDRO SAC.	1,035,826.85	16.86%	64.35%
AGROINDUSTRIAS AMAZÓNICAS SA.	482,178.10	7.85%	72.19%
AGROINDUSTRIAS OSHO SAC.	434,441.00	7.07%	79.26%
AGROINDUSTRIA SANTA LUCÍA SA.	341,598.92	5.56%	84.82%
CPX PERÚ SAC.	154,411.00	2.51%	87.34%
CAYNARACHI SA.	115,200.00	1.87%	89.21%
YDP NATURAL SAC. EN LIQUIDACIÓN	81,750.01	1.33%	90.54%
MOLINOS ASOCIADOS SAC.	61,500.00	1.00%	91.54%
OTRAS 30 EMPRESAS	519,820.15	8.46%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>6,145,210.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.

Gráfico N° 11  
EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCERCOMERCIO DE LA  
MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013



Elaboración: En Base al Cuadro N° 11.

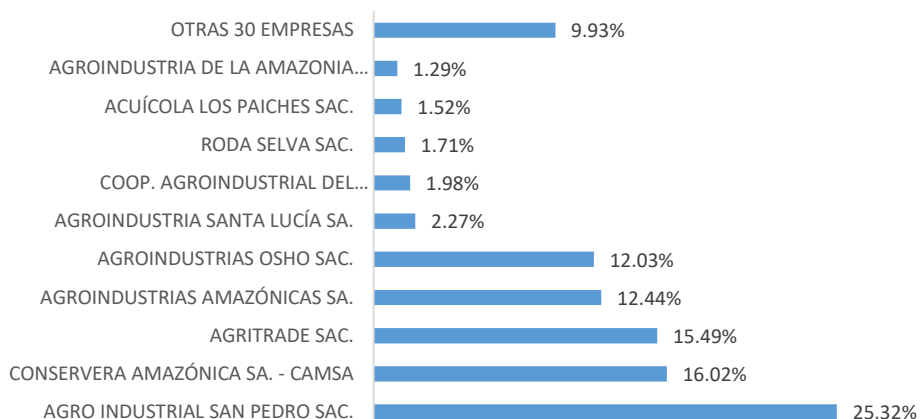
El 2014, fueron 40 las empresas que exportaron productos de Biocercomercio, similar número que el año 2013, y el primer lugar fue ocupado por la empresa “Agro Industrial San Pedro SAC.” con envíos por US\$ 1,410,533.01 que representa el 25.32% del total.

**Cuadro N° 12**  
**EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCERCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2014**

EMPRESAS	VALOR FOB (US\$)	PORCENT. (%)	PORCENT. ACUMUL. (%)
AGRO INDUSTRIAL SAN PEDRO SAC.	1,410,533.01	25.32%	25.32%
CONSERVERA AMAZÓNICA SA. – CAMSA	892,775.50	16.02%	41.34%
AGRITRADE SAC.	863,270.00	15.49%	56.83%
AGROINDUSTRIAS AMAZÓNICAS SA.	693,351.81	12.44%	69.28%
AGROINDUSTRIAS OSHO SAC.	670,517.30	12.03%	81.31%
AGROINDUSTRIA SANTA LUCÍA SA.	126,719.00	2.27%	83.58%
COOP. AGROINDUSTRIAL DEL PALMITO LTDA. – APROPAL	110,103.00	1.98%	85.56%
RODA SELVA SAC.	95,191.74	1.71%	87.27%
ACUÍCOLA LOS PAICHES SAC.	84,754.85	1.52%	88.79%
AGROINDUSTRIA DE LA AMAZONIA EIRL.	71,801.40	1.29%	90.08%
OTRAS 30 EMPRESAS	552,813.30	9.93%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>5,571,830.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: SUNAT ADUANAS.

Gráfico N° 12  
EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCERCOMERCIO DE LA  
MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2014



Elaboración: En Base al Cuadro N° 12.

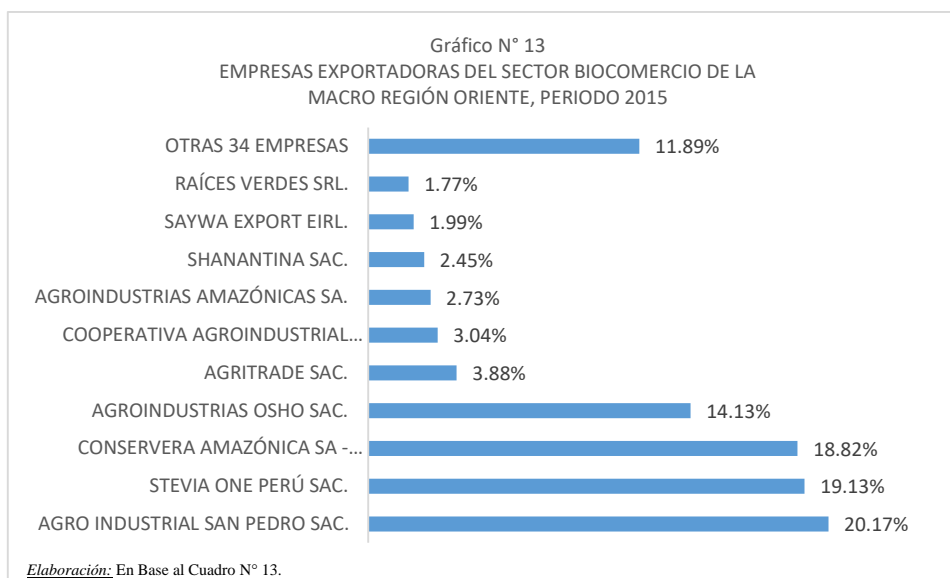
Sin embargo, el año 2015 el número de empresas exportadoras aumentaron en 4 llegando a sumar 44. La empresa “Agro Industrial San Pedro SAC.” se ubicó en el primer lugar con envíos por US\$ 1,173,852.80 (20.17% del total).

**Cuadro N° 13**

**EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCERCOMERCIO DE LA  
MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2015**

EMPRESAS	VALOR FOB (US\$)	PORCENT. (%)	PORCENT. ACUMUL. (%)
AGRO INDUSTRIAL SAN PEDRO SAC.	1,173,852.80	20.17%	20.17%
STEVIA ONE PERÚ SAC.	1,113,187.47	19.13%	39.31%
CONSERVERA AMAZÓNICA SA - CAMSA	1,094,840.50	18.82%	58.12%
AGROINDUSTRIAS OSHO SAC.	821,994.09	14.13%	72.25%
AGRITRADE SAC.	225,717.62	3.88%	76.13%
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DEL PALMITOLTDA. - APROPAL	176,730.00	3.04%	79.17%
AGROINDUSTRIAS AMAZÓNICAS SA.	158,663.66	2.73%	81.89%
SHANANTINA SAC.	142,735.50	2.45%	84.35%
SAYWA EXPORT EIRL.	115,500.00	1.99%	86.33%
RAÍCES VERDES SRL.	103,190.84	1.77%	88.10%
OTRAS 34 EMPRESAS	692,153.17	11.89%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>5,818,565.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: SUNAT ADUANAS.

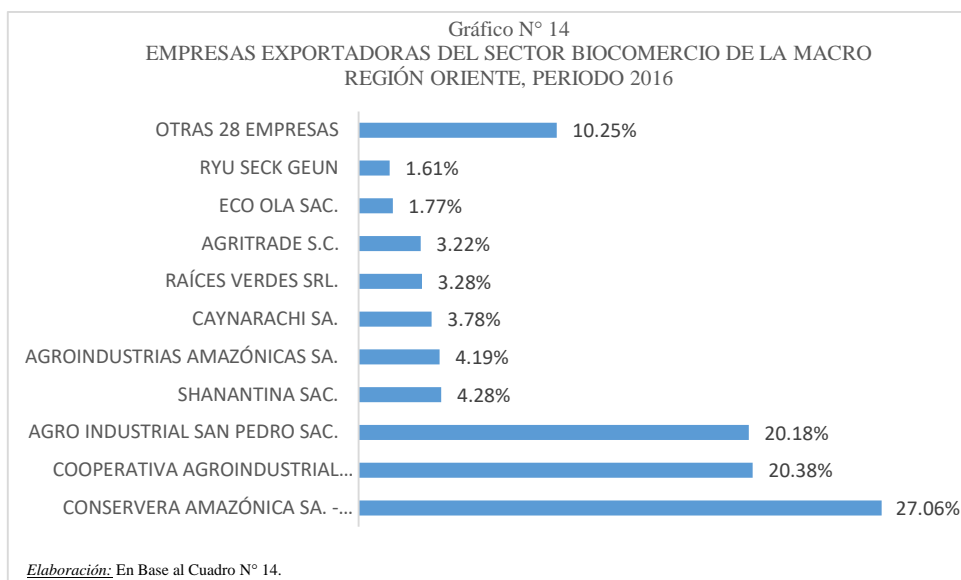


El año 2016 fueron 38 las empresas que realizaron envíos al exterior de productos del Biocomercio, siendo “Conservera Amazónica S.A. – CAMSA” la que ocupa el primer lugar con US\$ 1,309,330.00 significando el 27.06% del total.

**Cuadro N° 14**  
**EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCERCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2016**

EMPRESAS	VALOR FOB (US\$)	PORCENT. (%)	PORCENT. ACUMUL. (%)
CONSERVERA AMAZÓNICA SA. - CAMSA	1,309,330.00	27.06%	27.06%
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DEL PALMITO LTDA. - APROPAL	986,379.12	20.38%	47.44%
AGRO INDUSTRIAL SAN PEDRO SAC.	976,397.80	20.18%	67.61%
SHANANTINA SAC.	207,211.63	4.28%	71.90%
AGROINDUSTRIAS AMAZÓNICAS SA.	202,663.75	4.19%	76.08%
CAYNARACHI SA.	182,757.60	3.78%	79.86%
RAÍCES VERDES SRL.	158,923.10	3.28%	83.14%
AGRITRADE S.C.	155,750.49	3.22%	86.36%
ECO OLA SAC.	85,843.61	1.77%	88.14%
RYU SECK GEUN	78,040.40	1.61%	89.75%
OTRAS 28 EMPRESAS	496,090.32	10.25%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>4,839,387.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



Del mismo modo, el año 2017 se tuvo a 37 empresas realizando envíos al exterior y “Stevia One Perú SAC.” ocupó el primer lugar con un monto de US\$ 13,348,200.36; cifra que significa el 69.93% del total, seguida de “Shanantina SAC.” con US\$ 1,520,160.48 (7.85% del total).

**Cuadro N° 15**  
**EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCOMERCIO DE LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2017**

EMPRESAS	VALOR FOB (US\$)	PORCENT. (%)	PORCENT. ACUMUL. (%)
STEVIA ONE PERÚ SAC.	13,348,200.36	68.93%	68.93%
SHANANTINA SAC.	1,520,160.48	7.85%	76.78%
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DEL PALMITO LTDA. - APROPAL	1,470,603.41	7.59%	84.38%
AGRO INDUSTRIAL SAN PEDRO SAC.	771,473.82	3.98%	88.36%
CONSERVERA AMAZÓNICA SA. - CAMSA	581,877.50	3.00%	91.36%
AGROINDUSTRIAS AMAZÓNICAS SA.	446,882.63	2.31%	93.67%
RAÍCES VERDES SRL.	304,823.64	1.57%	95.25%
ACUÍCOLA LOS PAICHES SAC.	208,726.65	1.08%	96.32%
MEMEX SAC.	121,180.04	0.63%	96.95%
CAYNARACHI SA.	83,577.94	0.43%	97.38%
OTRAS 27 EMPRESAS	507,032.81	2.63%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>19,364,539.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



#### 4.4. PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES.

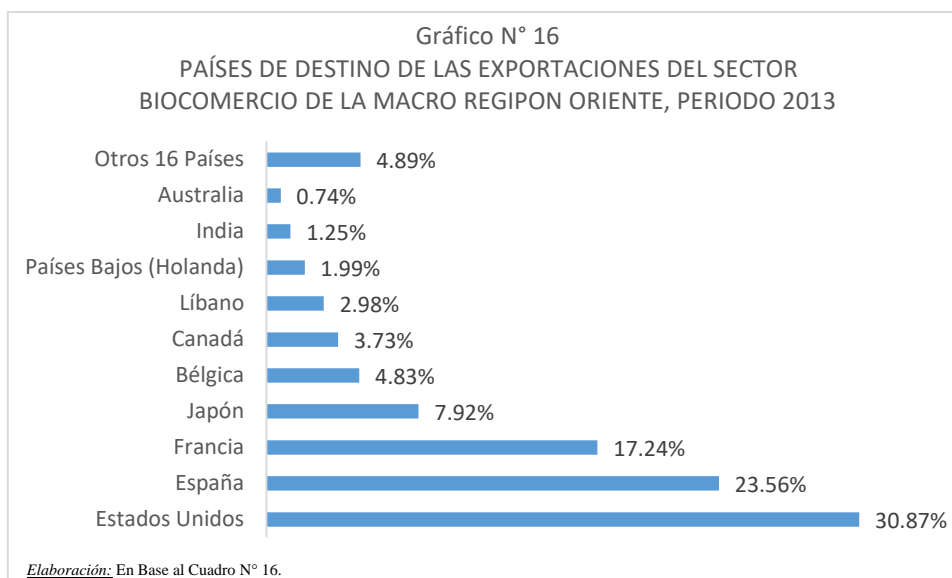
El año 2016, las exportaciones del sector Biocercomercio se dirigieron a 26 países, siendo “Estados Unidos” el principal al haberse realizado envíos por US\$ 1,897,305.23 equivalente al 30.87% del total.

**Cuadro N° 16**

#### PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCERCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013

PAÍSES DE DESTINO	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Estados Unidos	1,897,305.23	30.87%	30.87%
España	1,448,085.16	23.56%	54.44%
Francia	1,059,427.61	17.24%	71.68%
Japón	486,468.01	7.92%	79.60%
Bélgica	296,942.00	4.83%	84.43%
Canadá	229,180.32	3.73%	88.16%
Líbano	183,153.60	2.98%	91.14%
Países Bajos (Holanda)	122,300.00	1.99%	93.13%
India	76,905.30	1.25%	94.38%
Australia	45,750.00	0.74%	95.12%
Otros 16 Países	299,693.01	4.89%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>6,145,210.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



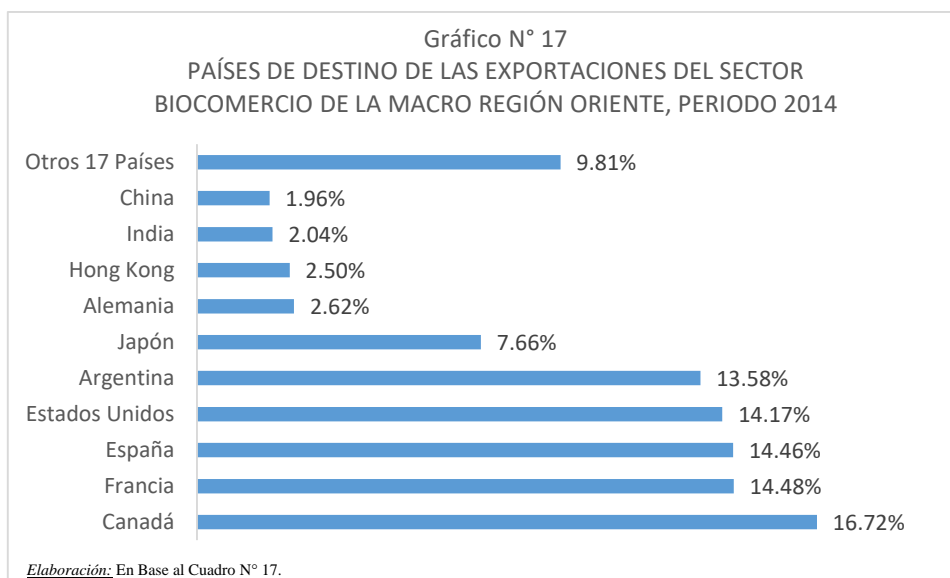
Las exportaciones del sector Biocomercio el año 2014 tuvieron como destino a 27 países, siendo Canadá el principal mercado con US\$ 931,380.29 que significó el 16.72% del total, seguido por Francia que fue el destino del 14.48% de los envíos con un monto de US\$ 806,535.26.

**Cuadro N° 17**  
**PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR**  
**BIOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2014**

PAÍSES DE DESTINO	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Canadá	931,380.29	16.72%	16.72%
Francia	806,535.26	14.48%	31.19%
España	805,578.76	14.46%	45.65%
Estados Unidos	789,497.07	14.17%	59.82%
Argentina	756,695.50	13.58%	73.40%
Japón	427,040.11	7.66%	81.06%
Alemania	145,941.06	2.62%	83.68%
Hong Kong	139,535.90	2.50%	86.19%
India	113,760.00	2.04%	88.23%
China	109,430.28	1.96%	90.19%
Otros 17 Países	546,436.68	9.81%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>5,571,830.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



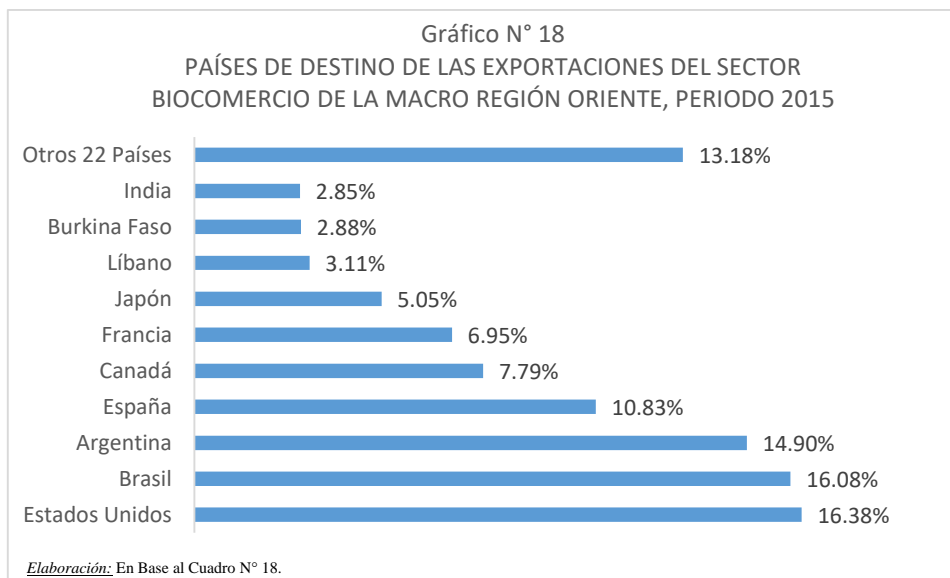


El año 2015, los países de destino de las exportaciones de Biocomercio se incrementaron sustancialmente hasta alcanzar la cantidad de 32, y el primer lugar fue ocupado por Estados Unidos con US\$ 953,161.43 que representa el 16.38% del total exportado. Brasil se ubica en el segundo lugar al haber recibido el 16.08% de las exportaciones con US\$ 935,414.16.

**Cuadro N° 18**  
**PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR**  
**BIOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2015**

PAÍSES DE DESTINO	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Estados Unidos	953,161.43	16.38%	16.38%
Brasil	935,414.16	16.08%	32.46%
Argentina	867,180.50	14.90%	47.36%
España	629,985.55	10.83%	58.19%
Canadá	453,074.76	7.79%	65.98%
Francia	404,143.31	6.95%	72.92%
Japón	293,880.86	5.05%	77.97%
Líbano	181,013.60	3.11%	81.08%
Burkina Faso	167,443.30	2.88%	83.96%
India	166,100.00	2.85%	86.82%
Otros 22 Países	767,168.18	13.18%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>5,818,565.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.

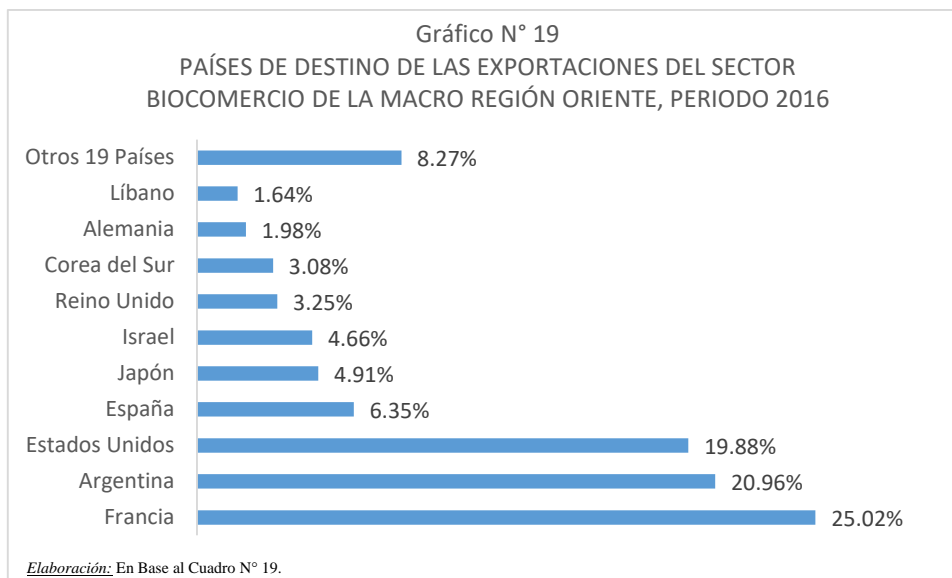


El año 2016, los países de destino se redujeron a 29 y Francia ocupó la primera ubicación al haber recibido el 25.02% del total exportado equivalente a US\$ 1,211,000.95. En segundo lugar, se encuentra Argentina, país que fue el destino del 20.96% de los envíos al exterior con US\$ 1,014,570.00.

**Cuadro N° 19**  
**PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR**  
**BIOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2016**

PAÍSES DE DESTINO	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Francia	1,211,000.95	25.02%	25.02%
Argentina	1,014,570.00	20.96%	45.99%
Estados Unidos	961,910.62	19.88%	65.87%
España	307,447.85	6.35%	72.22%
Japón	237,482.23	4.91%	77.13%
Israel	225,756.00	4.66%	81.79%
Reino Unido	157,048.00	3.25%	85.04%
Corea del Sur	149,010.40	3.08%	88.11%
Alemania	95,828.00	1.98%	90.10%
Líbano	79,580.00	1.64%	91.74%
Otros 19 Países	399,753.77	8.27%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>4,839,387.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



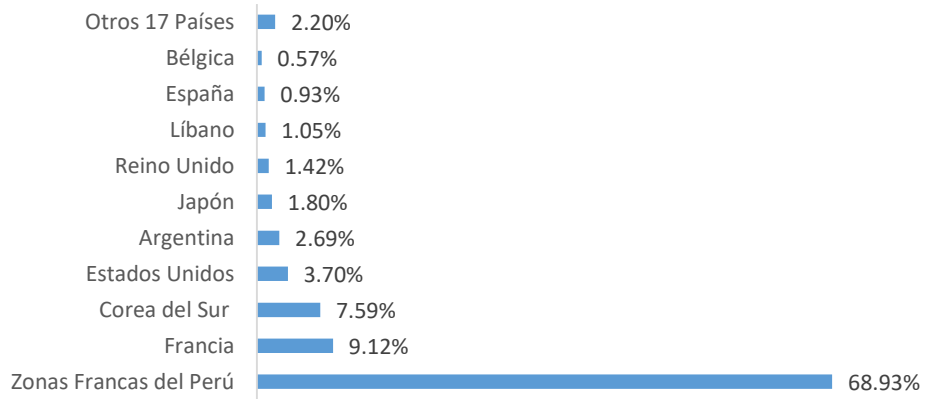
Finalmente, el año 2017 los países de destino de las exportaciones del sector Biocomercio se redujeron a 27, dos menos que el año 2016, en el que “Zonas Francas del Perú” fue el principal destino con US\$ 13,348,200.36 cifra que significó el 68.93% del total.

**Cuadro N° 20**  
**PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR**  
**BIOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2017**

PAÍSES DE DESTINO	VALOR FOB (US\$)	PORCENTAJE (%)	PORCENTAJE ACUMULADO (%)
Zonas Francas del Perú	13,348,200.36	68.93%	68.93%
Francia	1,766,114.18	9.12%	78.05%
Corea del Sur	1,469,749.84	7.59%	85.64%
Estados Unidos	715,530.31	3.70%	89.34%
Argentina	521,187.50	2.69%	92.03%
Japón	348,626.15	1.80%	93.83%
Reino Unido	274,153.99	1.42%	95.24%
Líbano	202,432.50	1.05%	96.29%
España	179,321.75	0.93%	97.22%
Bélgica	110,486.04	0.57%	97.79%
Otros 17 Países	428,736.66	2.20%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>19,364,539.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.

Gráfico N° 20  
PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR  
BIOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERÍODO 2017



*Elaboración:* En Base al Cuadro N° 20.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN.

De acuerdo con la Conferencia de las Naciones Unidas Para el Comercio y Desarrollo – UNCTAD, define al Biocomercio como “al conjunto de actividades de recolección, producción, procesamiento o comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica”, enmarcándose dentro de ella los productos que provienen de la biodiversidad y que son aprovechados bajo los principios y criterios antes señalados, llegándose a exportar varios de ellos y generando ingresos para las empresas y personas que lo hacen.

En la presente tesis magistral, se estudia la evolución de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, durante el periodo 2013 – 2017, analizando la evolución de éstas, las especies exportadas, las empresas exportadoras y los países de destino de las exportaciones. Debe tenerse en cuenta que el mercado de alimentos desde hace algunos años viene demandando este tipo de productos, los que frecuentemente ingresan a la categoría de “Super Alimentos” (super foods), por la gran cantidad de propiedades que poseen y ayudan a vivir más años a las personas que los consumen, constituyéndose en un estilo de vida. Al mismo tiempo, el aprovechamiento del recurso ayuda a mejorar el nivel de vida de los miembros de las comunidades de donde se extraen o cultivan, respetando el medioambiente, pero obteniendo rentabilidad económica, social y ambiental.

Bajo esta óptica se lleva adelante la presente tesis magistral, describiéndose los objetivos y planteándose hipótesis que son sometidas a contrastación estadística para aceptarlas o rechazarlas, utilizando para ello variaciones de proporciones, gráficos de tendencias, promedios, etc.; todos ligados a la estadística descriptiva.

En este sentido, no existe mejor manera de abordar la discusión que a través de la validación de las hipótesis.

## 4.1. VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS.

### 4.1.1. HIPÓTESIS GENERAL.

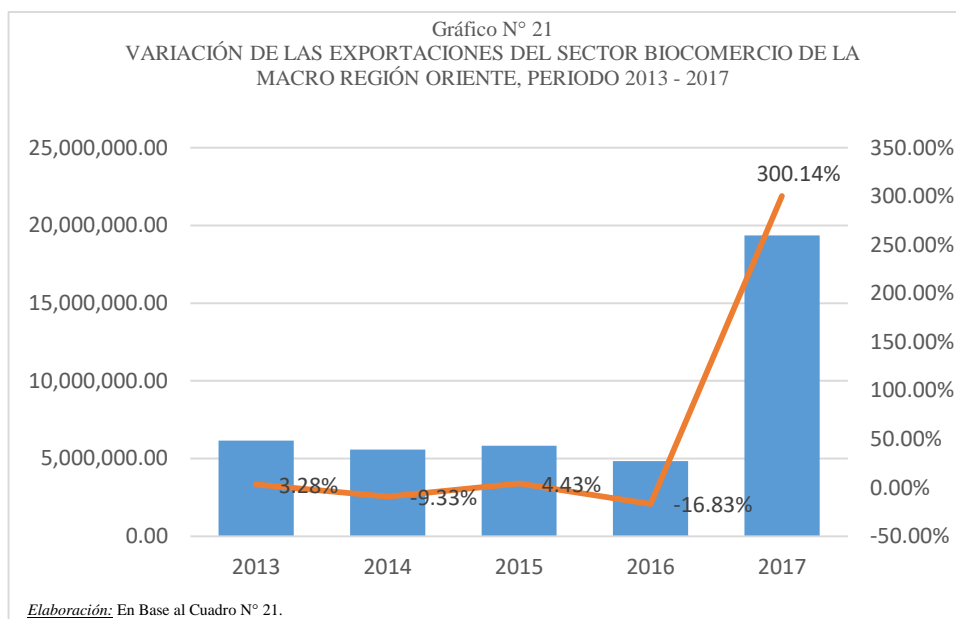
“Las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú, evolucionaron de forma creciente durante el periodo 2013 - 2017”.

En el Cuadro N° 21, se da a conocer las variaciones de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente, llevadas a cabo durante el periodo 2013 – 2017, destacando que el año 2013 crecieron en 3.28% en comparación con el año anterior; sin embargo, el año 2014 sufrieron un descenso de -9.33% para volver a incrementarse el año 2015 en 4.43% hasta llegar a la suma de US\$ 5,818,565.65. El descenso de las exportaciones ocurrido el año 2016 fue el mayor de toda la serie al haberse contraído en -16.83% respecto al año anterior; pero, el año 2017 se incrementó notablemente en 300.14% hasta alcanzar el valor de US\$ 19,364,539.28. En tal sentido, se puede afirmar que las exportaciones del sector Biocomercio tuvieron un comportamiento variable a través de toda la serie en estudio.

**Cuadro N° 21**  
**VARIACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL**  
**SECTOR BIOCOMERCIO DE LA MACRO**  
**REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013 - 2017**

<b>AÑO</b>	<b>VALOR FOB (US \$)</b>	<b>VARIACIÓN ( % )</b>
2013	6,145,210.24	3.28%
2014	5,571,830.91	-9.33%
2015	5,818,565.65	4.43%
2016	4,839,387.82	-16.83%
2017	19,364,539.28	300.14%

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



#### CONCLUSIÓN:

SE RECHAZA LA HIPÓTESIS GENERAL, DEBIDO A QUE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCERCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE TUVIERON UN COMPORTAMIENTO VARIABLE DURANTE EL PERIODO 2013 – 2017, CONTRARIAMENTE A LO QUE SE SEÑALA EN LA HIPÓTESIS QUE LA EVOLUCIÓN FUE CRECIENTE AÑO A AÑO.

#### 4.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

1° Hipótesis Específica: “Las especies del sector Biocercomercio de la Macro Región Oriente del Perú que se exportaron en el periodo 2013 – 2017, fueron: camu camu, sacha inchi y uña de gato”.

Según se puede observar en el Cuadro N° 22, la principal especie exportada fue “Stevia” con un valor de US\$ 14,523,342.20 equivalente al 34.80% del total, seguida de “Palmito” con el 33.74% del total exportado por un valor de US\$ 14,081,579.57. Recién en la tercera ubicación aparecen las exportaciones de “Sacha Inchi” con US\$ 5,508,536.89 significando el 13.90% del

total. Las exportaciones de “Camu Camu” ocuparon la séptima ubicación con 1.47% del total. En tal sentido, se puede afirmar que los principales productos de exportación del sector Biocomercio fueron “Stevia” (34.80%) y “Palmito” (33.74%), ya que entre ambos representan el 68.53% del total exportado. Las exportaciones de “Sacha Inchi” están en tercer lugar con 13.90% y “Camu Camu” en el séptimo con 1.47%. Las exportaciones de “Uña de Gato” son tan pequeñas que se encuentran en la partida bolsa denominada “Otras 31 Especies”.

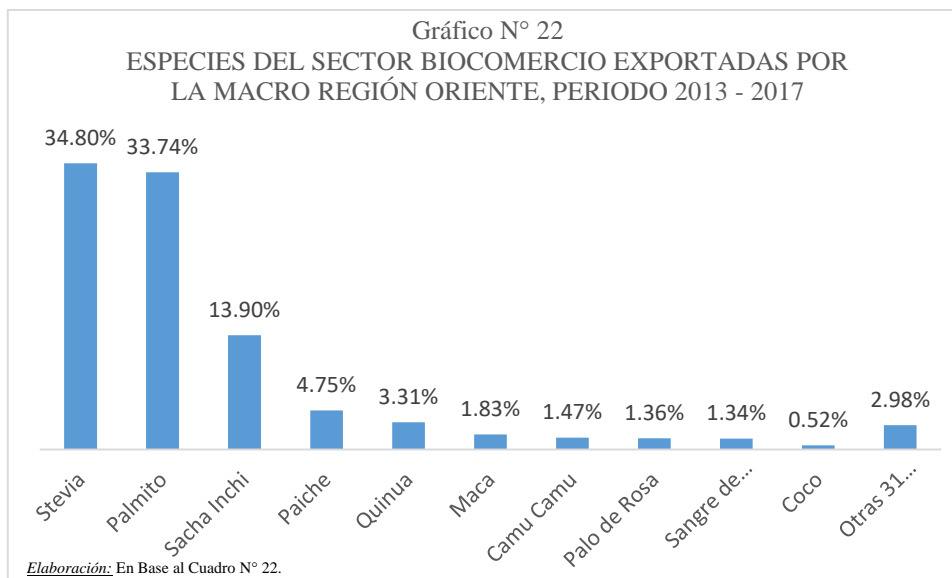
También, se concluye que se exportaron 41 especies de Biocomercio durante el periodo de investigación que va del 2013 al 2017.

**Cuadro N° 22**  
**ESPECIES DEL SECTOR BIOCOCOMERCIO EXPORTADAS POR LA**  
**MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013 – 2017**

<b>ESPECIES</b>	<b>VALOR FOB (US\$)</b>	<b>PORCENTAJE ( % )</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO ( % )</b>
Stevia	14,523,342.20	34.80%	34.80%
Palmito	14,081,579.57	33.74%	68.53%
Sacha Inchi	5,802,536.89	13.90%	82.43%
Paiche	1,983,803.11	4.75%	87.19%
Quinoa	1,382,180.32	3.31%	90.50%
Maca	765,819.92	1.83%	92.33%
Camu Camu	613,019.14	1.47%	93.80%
Palo de Rosa	566,937.58	1.36%	95.16%
Sangre de Grado	557,542.32	1.34%	96.50%
Coco	218,691.00	0.52%	97.02%
Otras 31 Especies	1,244,081.85	2.98%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>41,739,533.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.





### CONCLUSIÓN:

SE RECHAZA LA 1° HIPÓTESIS ESPECÍFICA, EN EL SENTIDO QUE LAS ESPECIES MÁS EXPORTADAS DEL SECTOR BIOCOMERCIO DESDE LA MACRO REGIÓN ORIENTE FUERON: “STEVIA” (34.80%) Y “PALMITO” (33.74%), REPRESENTANDO ENTRE AMBAS EL 68.53% DEL TOTAL EXPORTADO. EN CAMBIO, LAS EXPORTACIONES DE “SACHA INCHI” (13.90%), “CAMU CAMU” (1.47%) Y UÑA DE GATO FUERON MODESTAS.

2° Hipótesis Específica: “Las empresas del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú que realizaron exportaciones durante el periodo 2013 – 2017, fueron menos de 10”.

Las empresas del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente que realizaron exportaciones durante el periodo 2013 – 2017 sumaron 102, pero las 10 primeras representan el 89.26% del total. Al analizar el comportamiento individual, se puede ver que la empresa “Stevia One Perú SAC.” fue la que más exportó alcanzando la cifra de US\$ 14,461,387.83 equivalente al 34.65% del total. El segundo lugar fue para la empresa “Agro Industrial San Pedro SAC.” al haber exportado

US\$ 5,368,084.28 que significa el 12.86% del monto total. Entre ambas representan el 47.51% del total exportado; es decir, casi el 50% del valor total.

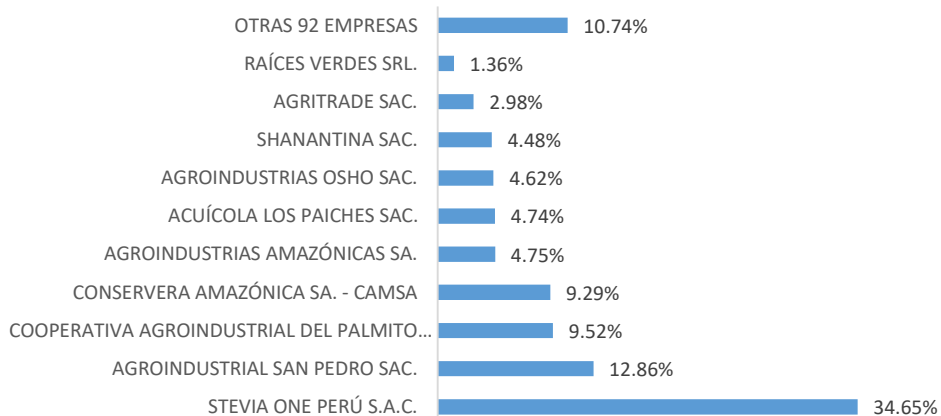
**Cuadro N° 23**

**EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013 – 2017**

EMPRESAS	VALOR FOB 2013-2017 (US\$)	PORCENT. (%)	PORCENT. ACUMUL. (%)
STEVIA ONE PERÚ S.A.C.	14,461,387.83	34.65%	34.65%
AGROINDUSTRIAL SAN PEDRO SAC.	5,368,084.28	12.86%	47.51%
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL DEL PALMITO LTDA. - APROPAL	3,975,631.13	9.52%	57.03%
CONSERVERA AMAZÓNICA SA. – CAMSA	3,878,823.50	9.29%	66.33%
AGROINDUSTRIAS AMAZÓNICAS SA.	1,983,739.95	4.75%	71.08%
ACUÍCOLA LOS PAICHES SAC.	1,980,150.11	4.74%	75.82%
AGROINDUSTRIAS OSHO SAC.	1,926,952.39	4.62%	80.44%
SHANANTINA SAC.	1,870,107.61	4.48%	84.92%
AGRITRADE SAC.	1,244,738.11	2.98%	87.90%
RAÍCES VERDES SRL.	566,937.58	1.36%	89.26%
OTRAS 92 EMPRESAS	4,482,981.41	10.74%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>41,739,533.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: SUNAT ADUANAS.

Gráfico N° 23  
EMPRESAS EXPORTADORAS DEL SECTOR BIOCOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE, PERIODO 2013-2017



Elaboración: En Base al Cuadro N° 23.

### CONCLUSIÓN:

SE RECHAZA LA 2º HIPÓTESIS ESPECÍFICA DEBIDO A QUE SON 102 LAS EMPRESAS DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE QUE EXPORTARON PRODUCTOS DEL SECTOR BIOCOMERCIO DURANTE EL PERIODO 2013 – 2017, Y NO MENOS DE 10 COMO PLANTEABA LA HIPÓTESIS.

3º Hipótesis Específica: “Los principales países de destino de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente del Perú durante el periodo 2013 – 2017, fueron EE. UU., Alemania y Francia”.

De acuerdo con lo observado en el cuadro N° 24, las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente se dirigieron a 44 países de destino, pero los 10 primeros concentran el 88.77% del total exportado. El principal destino fue “Zonas Francas del Perú” con un valor de US\$ 13,348,200.36 que representa el 31.98% del total.

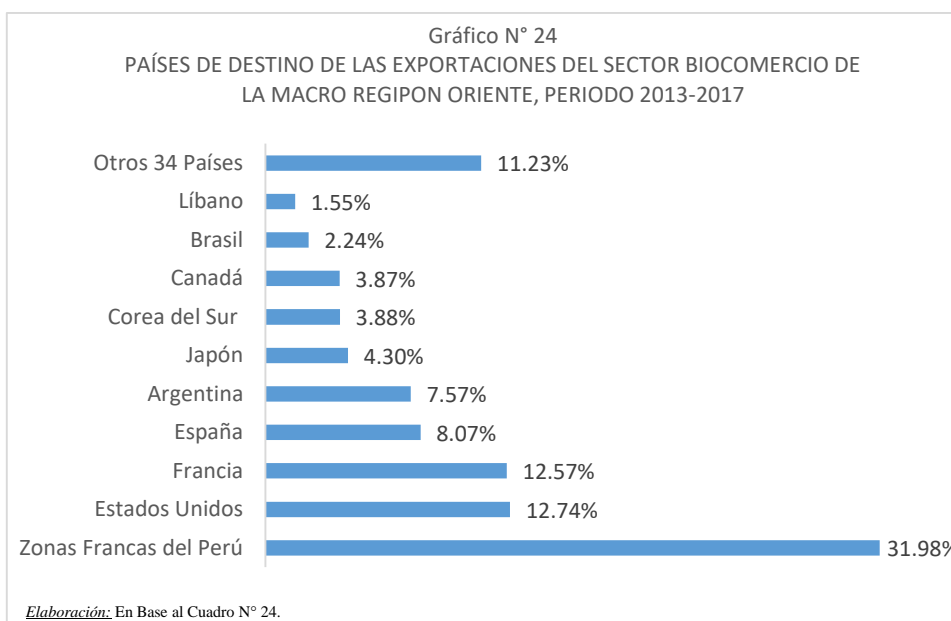
El segundo país de destino fue Estados Unidos al haber recepcionado el 12.74% del total exportado equivalente a US\$ 5,317,404.66; seguido de Francia, país al que se dirigió el 12.57% del total sumando la cifra de US\$ 5,247,221.31. En cuarto puesto se encuentra España como país de destino del 8.07% del valor total exportado que asciende a US\$ 3,370,419.07. Argentina aparece en el quinto orden como país de destino de las exportaciones del sector Biocomercio con envíos por un valor de US\$ 3,159,633.50 significando el 7.57% del total.

Cabe destacar que los cinco primeros países de destino de las exportaciones de productos de Biocomercio, acogieron al 72.94% de los envíos al exterior llevados a cabo por empresas ubicadas en la jurisdicción de la Macro Región Oriente.

**Cuadro N° 24**  
**PAÍSES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR**  
**BIOCOMERCIO DE LA MACRO REGIÓN ORIENTE,**  
**PERIODO 2013-2017**

<b>PAÍSES DE DESTINO</b>	<b>VALOR FOB 2013-2017 (US\$)</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>	<b>PORCENTAJE ACUMULADO (%)</b>
Zonas Francas del Perú	13,348,200.36	31.98%	31.98%
Estados Unidos	5,317,404.66	12.74%	44.72%
Francia	5,247,221.31	12.57%	57.29%
España	3,370,419.07	8.07%	65.37%
Argentina	3,159,633.50	7.57%	72.94%
Japón	1,793,497.36	4.30%	77.23%
Corea del Sur	1,618,760.24	3.88%	81.11%
Canadá	1,613,635.37	3.87%	84.98%
Brasil	935,414.16	2.24%	87.22%
Líbano	646,179.70	1.55%	88.77%
Otros 34 Países	4,689,168.17	11.23%	100.00%
<b>TOTAL</b>	<b>41,739,533.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

*Fuente:* SUNAT ADUANAS.



**CONCLUSIÓN:**

SE ACEPTA PARCIALMENTE LA 1° HIPÓTESIS ESPECÍFICA EN EL SENTIDO QUE ESTADOS UNIDOS Y FRANCIA SE ENCUENTRAN ENTRE LOS PRINCIPALES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR BIOCOCOMERCIO. PERO, SE RECHAZA PARCIALMENTE DEBIDO A QUE ALEMANIA NO ES UNO DE LOS PRINCIPALES PAÍSES DE DESTINO.

## CAPÍTULO VI

### **PROPUESTA.**

El Perú es uno de los países más megadiversos del planeta y la amazonía contiene la mayor biodiversidad que poco a poco se está poniendo en valor, pero aún es insuficiente. Una de las formas de un aprovechamiento es mediante los principios y criterios del Biocomercio, busca rentabilidad económica, social y ambiental, respetando el conocimiento ancestral de las comunidades nativas de donde se extraen los recursos

A continuación, se plantean algunas propuestas de acuerdo con los resultados obtenidos al analizar las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente durante el periodo 2013 - 2017.

1. Realizar prospecciones comerciales permanentes y estar al tanto de las tendencias del mercado internacional en cuanto a super alimentos, nutraceuticos, ingredientes naturales y otros similares, para alinear la oferta en base a ella.
2. Participar en eventos de promoción comercial especializados, tales como ferias internacionales, ruedas de negocios, misiones comerciales, y otros similares, para tomar el pulso al mercado y conocer de primera mano la demanda lo que requieren los compradores internacionales en cuanto a productos, presentaciones, porciones, combinaciones y mezclas con otros ingredientes o productos, etc.
3. Se necesita investigar más acerca de las propiedades de los productos del biocomercio, por lo que se propone que el empresariado debe apoyarse en la academia (universidades, Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana, Instituto Nacional de Investigación Agraria, etc.) para poner en valor estos productos, descubriendo las propiedad y usos posibles que se les puede dar. Se debe tener presente que los consumidores de los diversos países vienen

buscando alimentos que les permitan vivir más años, por lo que se debe aprovechar este importante nicho de mercado que crece de manera exponencial en poco tiempo.

4. Buscar acercamiento a las comunidades nativas de donde se extrae el recurso para nutrirse del conocimiento ancestral y la convivencia armónica con la naturaleza y medioambiente que han mantenido a lo largo de los siglos. Pero, también estas comunidades deben percibir ingresos por ello con el objetivo de mejorar sus estándares de vida.
5. La amazonía es bondadosa en cuanto a la producción de biodiversidad y productos con propiedades curativas y saludables, pero deben ser aprovechadas racionalmente con la aplicación de planes de manejo que aseguren el recurso para las próximas generaciones.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES.

1. Las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente durante el periodo 2013 – 2017 tuvieron un comportamiento variable, con incrementos en algunos años y contracciones en otros. Así, por ejemplo, el año 2013 se incrementaron en 3.28% respecto al 2012, pero el año 2014 sufrieron un descenso de -9.33% para volver a incrementarse el año 2015 en 4.43% hasta llegar a la suma de US\$ 5,818,565.65. La caída de las exportaciones del año 2016 fue el de mayor registro en toda la serie al haberse contraído en -16.83% respecto al año anterior; pero, el año 2017 se incrementó notablemente en 300.14% hasta alcanzar el valor de US\$ 19,364,539.28.
2. Se exportaron 41 productos diferentes del sector Biocomercio desde la Macro Región Oriente en el periodo 2013 - 2017. El principal producto exportado fue “Stevia” por un valor de US\$ 14,523,342.20 equivalente al 34.80% del total. El segundo más exportado fue “Palmito” con el 33.74% del total por un valor de US\$ 14,081,579.57. El “Sacha Inchi” aparece en tercer lugar con US\$ 5,508,536.89 significando el 13.90% del total. Los envíos de “Camu Camu” ocuparon la séptima ubicación con 1.47% del total. En conclusión, las exportaciones de “Stevia” (34.80%) y “Palmito” (33.74%), representan el 68.53% del total exportado constituyéndose en los principales. Las exportaciones de “Sacha Inchi” están en tercer lugar con 13.90% y “Camu Camu” en el séptimo con 1.47%. Las exportaciones de “Uña de Gato” son tan pequeñas que se encuentran en la partida bolsa denominada “Otras 31 Especies”.
3. En cuanto al número de empresas, fueron 102 las que realizaron envíos al exterior de productos del Biocomercio, ubicados en la Macro Región Oriente, durante el periodo 2013 - 2017. De ellas, las 10 primeras representan el 89.26% del total de envíos al exterior. La empresa “Stevia One Perú SAC.” fue la que más exportó alcanzando la cifra de US\$ 14,461,387.83



equivalente al 34.65% del total, seguida de “Agro Industrial San Pedro SAC.” al haber exportado US\$ 5,368,084.28 que significa el 12.86% del monto total. Entre ambas representan el 47.51% del total exportado; es decir, casi el 50% del valor total.

4. Fueron 44 los países de destino de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro Región Oriente llevados a cabo en el periodo 2013 - 2017. De ellos, los 10 primeros concentran el 88.77% del total exportado. El principal destino fue “Zonas Francas del Perú” con un valor de US\$ 13,348,200.36 que representa el 31.98% del total. Luego, aparece Estados Unidos como el destino del el 12.74% del total exportado equivalente a US\$ 5,317,404.66; seguido de Francia, país al que se envió el 12.57% del total sumando la cifra de US\$ 5,247,221.31. En cuarto puesto se encuentra España como país de destino del 8.07% del valor total exportado que asciende a US\$ 3,370,419.07. Argentina aparece en el quinto orden como país de destino de las exportaciones del sector Biocomercio con envíos por un valor de US\$ 3,159,633.50 significando el 7.57% del total. En estos cinco destinos se concentran el 72.94% de los envíos al exterior llevados a cabo por empresas ubicadas en la jurisdicción de la Macro Región Oriente.
  
5. A modo de conclusión y perfil de las exportaciones del sector Biocomercio de la Macro región Oriente en el periodo 2013 – 2017, se puede afirmar que éstas tuvieron un comportamiento variable año a año, la “Stevia” (34.80%) y el “Palmito” (33.74%) fueron los principales productos exportados y concentran el 68.54% del total, exportaciones que fueron realizadas mayoritariamente por “Stevia One Perú SAC.” con el 34.65% del valor total y que tuvieron como destino “Zonas Francas del Perú” (31.98% del total).

## CAPÍTULO VIII

### RECOMENDACIONES.

1. Se recomienda llevar a cabo prospecciones internacionales sobre productos de la biodiversidad, super alimentos, nutracéuticos, ingredientes naturales, etc., toda vez que es un segmento que viene creciendo aceleradamente los últimos años.
2. La oferta del sector Biocomercio tiene que estar alineada con la demanda internacional, y ésta tiene que ser producida o explotada de acuerdo a los principios y criterios del Biocomercio (UNCTAD), obteniendo rentabilidad económica, social y ambiental.
3. El respeto al conocimiento ancestral de las comunidades nativas de donde se extrae el recurso para su comercialización debe ser aplicada en toda su extensión, pues es conocimiento que se viene transmitiendo de generación en generación a lo largo de miles de años. Pero, estas comunidades deben gozar del beneficio económico que les transfieren las empresas exportadoras producto de los negocios que generen.
4. Se recomienda que el sector empresarial debe tener un vínculo fuerte con la academia (universidades, Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana - IIAP, Instituto Nacional de Investigación Agraria – INIA, etc., pues se conoce muy poco de las propiedades de estos productos, así como de los principios activos. En tal sentido, la academia debe realizar investigación aplicada la que debe ser puesta en valor por las empresas.
5. La extracción de los productos de la biodiversidad debe ser llevados a cabo con planes de manejo validados, que aseguren su permanencia en el tiempo. La explotación tiene que ser racional para no alterar el equilibrio de los ecosistemas. Las comunidades nativas han convivido en armonía con la naturaleza a lo largo de los años.

## CAPÍTULO IX

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Arias, L. (2011). “Política Tributaria Para el 2011-2016”. (Trabajo de Investigación). Lima: Consorcio de Investigación Económica y Social – CIES.

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ. (2014). “Biocomercio: Modelo de Negocio Sostenible”. (Publicación). Lima: Editorial de la Comisión de Promoción del Perú Para la Exportación y el Turismo.

Fairlie, A. (2014). “Crecimiento Verde y Biocomercio: Una Mirada Andina”. Documento de Trabajo. Lima: Serie Crecimiento Verde e Inclusivo de la Red LATN.

Greenspan, A. (1999). “Teoría del Crecimiento”. (Investigación científica). EE. UU.: Departamento de Economía de la Universidad de Boston.

Hirs, I. (2017). “Organic Food: Motivation of Finnish Restaurants to Use”. (Tesis para título profesional). Finlandia: Universidad de Ciencias Aplicadas Haaga – Helia.

Kahn, R. (1931). “Teorías Del Crecimiento Económico”. (Investigación Científica). Londres: Cambridge University.

Keynes, J. (1936). “Teoría General del Empleo, el Interés y el Dinero”. (Libro). Editorial Palgrave MacMillan. Reino Unido de Gran Bretaña: Cambridge University.

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2016). “Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción al 2025”. (Publicación). Lima: Editorial del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- North, D. (1955), “Teoría de la Base de Exportación”. (Investigación Científica). EE. UU.: Universidad de Cambridge.
- Perucámaras (2016). “Recaudación Tributaria en Macro Región Oriente Aumentó Más de 7%”. (Artículo periodístico del diario Gestión). Lima: Centro de Investigación Empresarial (CIE) de Perucámaras.
- Pinedo, M. (2015). “Cruzando la Frontera Colombiana”. Artículo publicado en la Revista especializada Exportando.Pe N° 15. Lima: Comisión de Promoción del Perú Para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ.
- Pinedo, M. (2010). “Estudio Socio – Económico y Demográfico de la Población de la Región Loreto, Periodo 2007 – 2008”. (Trabajo de Investigación). Iquitos: Oficina General de Investigación; Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios; Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Pinedo, M. (2010). “Determinación de la Línea Base de Pobreza en la Periferia de la Ciudad de Iquitos, Periodo 2008”. (Trabajo de Investigación). Iquitos: Oficina General de Investigación; Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios; Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Quintanilla, E. (2014). “La Evasión Tributaria y su Incidencia en la Recaudación Fiscal en el Perú y Latinoamérica”. (Tesis Doctoral). Lima: Sección de Post Grado de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras, de la Universidad de San Martín de Porres.
- RUÍZ, J.; Aybar D.; Castillo, A. & Allauca, W. (2012). “Estrategias Adecuadas Para Incrementar la Recaudación Tributaria de la Municipalidad Provincial de

Huaraz – Perú, 2008 – 2010”. (Trabajo de Investigación). Huaraz: VIII Congreso Iberoamericano de Contabilidad de Gestión.

Smith, A. (1776). “La Riqueza de las Naciones”. (Publicación). México: Editorial Antoni Bosch.

Solow, R. (1988). “Teoría de Crecimiento Endógeno”. (Publicación). USA: Universidad de Harvard.

Stuart, J. (1848). “Principios de Economía Política: Con Algunas de Sus Aplicaciones a la Filosofía Social”. (Libro). Perú: Editorial Fondo de Cultura Económica.