BIOCOMERCIO ANDINO

Respuestas innovadoras y soluciones sostenibles para el desarrollo local en **América Latina**

CAF BANCO DE DESARROLLO DE **AMÉRICA LATINA**

¿QUÉ HICIMOS?

Periodo de Ejecución
4 años:

Total del Proyecto
US$ 20.8 millones

216
Proyectos Piloto

Colombia
100
Proyectos Piloto

Ecuador
51
Proyectos Piloto

Perú
65
Proyectos Piloto

3 sectores

- Alimenticio
- Farmacéutico y cosmético
- Turismo sostenible.

Principales impactos

Impactos ambientales:
- 282,569 hectáreas manejadas con criterios de sostenibilidad.
- US $310 millones en capital de biodiversidad generado para la Economía Verde.

Impactos sociales:
- Más de 29,600 personas beneficiadas mejoraron sus condiciones de trabajo y calidad de vida.
- Más de 1,300 personas formadas en gestión pública y desarrollo empresarial del biocomercio.

Impactos Económicos:
- 65% de aumento promedio en ventas de las iniciativas en tres años.
- 46% De meta de cofinanciamiento superada

¿CÓMO LO HICIMOS?

Principios Metodológicos

Cuatro Principios
1. DESARROLLO INCLUSIVO
2. ENFOQUE SISTÉMICO
3. SOLUCIONES CONTEXTUALIZADAS
4. REFUERZO DE CAPACIDADES

Cuatro temáticas
- Gobernanza y Ambiente favorable de Negocios
- Acceso a Mercados para Productos y Servicios del Biocomercio
- Acceso al Financiamiento para las empresas de Biocomercio
- Sostenibilidad en las Cadenas de valor

Tres niveles
- NIVEL MACRO
- NIVEL MESO
- NIVEL MICRO

Abordaje de la cadena de valor

Créditos

CAF -banco de desarrollo de América Latina- 2015

Presidente Ejecutivo
Enrique García Rodríguez

Directora de Ambiente y Cambio Climático
Ligia Castro de Doens

Coordinador Unidad de Negocios Verdes
René Gómez-García Palao

TEXTOS
Sistematización y desarrollo de contenidos
Marisela Vega Zuleta
Consultora Unidad de Negocios Verdes-CAF

Coordinación de textos
Federico Vignati Scarpati
Coordinador Regional Proyecto Biocomercio Andino

Edición y revisión
René Gómez-García Palao
Coordinador Unidad de Negocios Verdes

DISEÑO GRÁFICO Y DIAGRAMACIÓN
Tundra Taller Creativo | tundra.pe

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ Nº 2015 09048
Primera Edición. Julio 2015. Tiraje: 500 unidades.
Editado por: Corporación Andina de Fomento. RUC: 20508260581.
Av. Canaval y Moreyra 380 Piso 13 San Isidro, Lima, Perú.
Impreso por: Billy Víctor Odiaga Franco. RUC:10082705355.
Av. Arequipa 4550 Miraflores, Lima, Perú.

ISBN: 978-612-46803-2-8

El presente documento fue elaborado por CAF como Unidad Ejecutora Regional del Proyecto "Facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercados en la Región Andina". Contiene la sistematización del esfuerzo de cooperación del GEF y PNUMA, y del trabajo técnico desarrollado a lo largo de cuatro años por parte de CAF y las Unidades Ejecutoras Nacionales: Fondo Biocomercio Colombia, CORPEI en Ecuador, y PROMPERU, así como los Ministerios de Ambiente de los países, como aliados nacionales.

Las opiniones expresadas en este documento son de exclusiva responsabilidad de los autores y pueden no coincidir con las de CAF, el GEF y/o PNUMA.

Agradecimientos

La presente memoria refleja los esfuerzos de colaboración conjunta y aprendizajes generados a partir de la ejecución de Proyecto Biocomercio Andino en Colombia, Ecuador y Perú, como parte del trabajo de cooperación entre GEF, PNUMA y CAF.

Fue a través de la articulación y sinergia con múltiples instituciones y el capital humano de cada una de ellas, que se lograron los resultados acá expuestos .

Agradecemos a nuestro equipo gerencial del Proyecto en todos los niveles, por todos los esfuerzos realizados:

Gerencia CAF	René Gómez- García
Gerencia PNUMA	Robert Erath
Coordinación regional - CAF	Jaime Cárdenas (2010-2014) Federico Vignati (2014-2015)
Fondo Biocomercio Colombia	Hernando Palomino (2011-2013) María Alejandra Chaux (2013- 2015) Gustavo Urrea
Corpei	Giovanni Ginatta
Oficina CAF Ecuador	Mauricio Velásquez
Promperú	Luis Torres Paz Cynthia García

Así mimo, Extendemos un agradecimiento a todas las entidades y personas de los niveles locales, regionales y nacionales que aportaron e hicieron realidad este Proyecto:

COLOMBIA

Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Programa de Transformación Productiva, Cámara de Cosméticos – ANDI, Fondo Patrimonio Natural, Corporación PBA, Fundación Natura, Fundación Naturacert, Corporación Plantta, Instituto Humboldt, Proexport , Agencia Presidencial de Cooperación, Innpulsa, Universidad Externado de Colombia, Parques Nacionales, Red Colombia Verde, Red de Turismo Sostenible, Corporación Biocomercio Sostenible, Anspe, Artesanías de Colombia, Acua, Selva Nevada, Fundación Universitaria Agraria de Colombia , Departamento Nacional de Planeación, Natura Cosméticos, INVIMA, Colciencias, Fedeorganicos, Cámara de Comercio de Bogotá, BIOINTROPIC, Instituto de investigaciones SINCHI, Banco Agrario de Colombia, Universidad Nacional a larga distancia UNAD, Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Unión para el Biocomerico Ético, Conabio – México, Banco Interamericano de Desarrollo - Corporaciones Autónomas Regionales de Cesar, Cauca, Caldas, Magdalena, Valles del Sinú y del San Jorge, Urabá, Guajira, Nariño, Bucaramanga, Valle del Cauca, Tolima, Cundinamarca, Chocó, Amazonas, cuenca de los rios Negro y Nare, Frontera Nororiental, Quindío, Risaralda, Boyacá, Canal del Dique, Alto Magdalena, Atlántico, Chivor, Centro de Antioquia, Guavio, Santander, Macarena, Sucre, Orinoquia, Bolívar, San Andrés, La Mojana y el San Jorge, Norte u Oriente Amazónico, Rio Grande de La Magdalena.

ECUADOR

Ministerio del Ambiente, Rainforest Alliance, Unión de Organizaciones Campesinas Cacaoteras (UNOCACE), ADESUR, Universidad Técnica Particular de Loja, CORPEI capital, Cooperación Alemana GIZ, Programa BIOCAN, ECOCIENCIA, ECOFONDO, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas, Municipio de Babahoyo, PALMS, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, SAMBITO, Universidad Casa Grande.

PERÚ

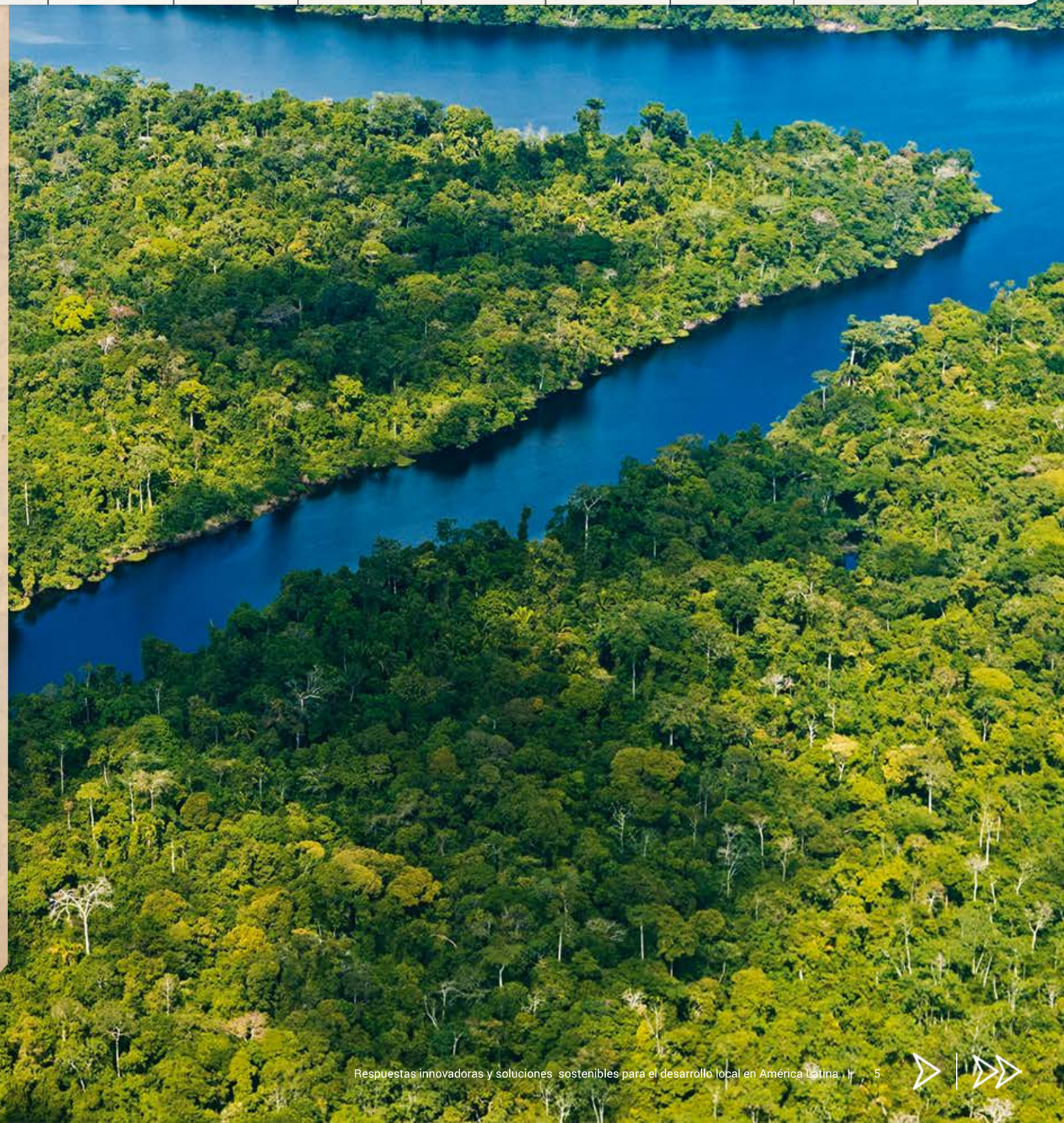
Ministerio del Ambiente, Ministerio Ministerio del Ambiente, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Proyecto Perúbiodiverso PBD, Cooperación Alemana GIZ, Comisión Nacional de Biocomercio,Instituto Peruano de Productos Naturales IPPN, Asociación de Exportadores ADEX, Cámara de Comercio de Lima, Universidad Luis de Montoya.

De la misma manera, agradecemos especialmente a los 216 proyectos piloto en Colombia, Ecuador y Perú, y las 29,600 personas vinculadas a las cadenas de valor, que creyeron en el biocomercio como un mecanismo de cambio eficaz hacia un “everdecimiento” de las actividades económicas basadas en la biodiversidad y la generación de bienestar social en las cadenas de valor.

Finalmente, gracias a los aportes hechos por los colaboradores que participaron de la realización de esta memoria Liliana Rodríguez Salamanca y Alberto Cuba Cruz, y los comentarios de nuestros colegas María Alejandra Chaux, María Isabel Proaño, Cynthia Garcia Arcia y Dania Quirola Suárez.

Acrónimos

(BPM)	Buenas Prácticas de Manufactura
(CAF)	banco de desarrollo de América Latina
(CITES)	Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre
(CDB)	Convenio sobre la Diversidad Biológica
(CORPEI)	Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones
(CTNBC)	Comité Técnico Nacional de Biodiversidad y Competitividad
(DACC)	Dirección de Ambiente y Cambio Climático - CAF
(GEF)	Fondo para el Medio Ambiente Mundial
(GIZ)	Agencia de Cooperación Alemana al Desarrollo
(IFOAM)	Federación Internacional de los Movimientos de Agricultura Ecológica
(IIAP)	Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana
(ISO)	Organización Internacional de Normalización
(MADS)	Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible - Colombia
(MAE)	Ministerio del Ambiente - Ecuador
(MINAM)	Ministerio del Ambiente - Perú
(MINCETUR)	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
(PNUD)	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
(PNUMA)	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
(PNBS)	Programa Nacional de Biocomercio Sostenible
(PROMPERÚ)	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
(BCA)	Proyecto Biocomercio Andino
(PyC)	Principios y Criterios de Biocomercio
(PYMES)	Pequeñas y Medianas Empresas
(SECO)	Secretaría de estado de economía
(UEBT)	Unión para el Biocomercio Ético
(UEN)	Unidades Ejecutoras Nacionales
(UNCTAD)	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo



Prólogo

CAF -banco de desarrollo de América Latina- organismo ejecutor regional del Proyecto de Biocomercio Andino ("Facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercados en la Región Andina"), lideró procesos de planificación, operación y evaluación estratégica durante la ejecución del Proyecto.

Ha recorrido un camino compartido, con las entidades cooperantes, PNUMA y GEF, así como con las Unidades Ejecutoras Nacionales - UEN, hacia la implementación del biocomercio en Colombia, Ecuador y Perú, como modelo que promueve el desarrollo sostenible y la integración de la región.

Durante el proceso de ejecución, importantes enfoques, principios y herramientas fueron diseñadas, probadas, y su efectividad fue monitoreada. Esto nos permitió la formación de la experiencia técnica que hoy se encuentra disponible en la forma de valioso capital humano y de conocimiento entre los socios y aliados del Proyecto, recopilada y puesta a disposición en éste documento.

El desempeño del Proyecto, mostrado a través de los indicadores de impacto, con metas cumplidas y superadas de manera óptima, viene a constatar la viabilidad del modelo de negocio que propone el biocomercio. Hemos verificado en la práctica que el binomio conservación y desarrollo tiene en el biocomercio una respuesta sólida y adecuada para el contexto social latinoamericano, donde el conservar la biodiversidad y el crecimiento están acoplados por la inclusión social y la sostenibilidad de los ingresos generados y distribuidos equitativamente.

Esta memoria es el resultado de la experiencia acumulada durante los 5 añosde ejecución del Proyecto Biocomercio Andino GEF-CAF-PNUMA, y ofrece una recopilación de todos los aprendizajes, resultados y herramientas desarrolladas. Las buenas prácticas y lecciones aprendidas, revelan elementos clave asociados al impacto alcanzado en tres aspectos centrales: (1) La conservación de la biodiversidad; (2) La inclusión económica; y (3) La competitividad de las iniciativas que apuestan al modelo de negocios que propone el biocomercio.

Es así como a través del biocomercio, como elemento catalizador, es posible que las ventajas comparativas trasciendan y generen ventajas competitivas, y pone en marcha oportunidades de inclusión económica, desarrollo de conocimiento y estímulos para la innovación necesarios para impulsar la transformación productiva bajo enfoque inclusivo de la región, hacia el diseño, adopción y aplicación un nuevo modelo de Economía Verde.

Ligia Castro de Doens
Dirección de Ambiente y Cambio Climático
CAF -banco de desarrollo de América Latina-

Presentación

Colombia es uno de los lugares con mayor biodiversidad en el mundo en mamíferos, aves, reptiles, anfibios y especies endémicas (Informe sobre el estado de la biodiversidad en Colombia 2006-2007. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt, 2008) y presenta muchos ecosistemas con excelentes posibilidades para el desarrollo y posicionamiento de los Negocios Verdes y el Biocomercio convirtiéndose, este último, en una oportunidad de competitividad para Colombia por contar con una ventaja comparativa para desarrollar negocios a partir de esta riqueza, que generen bienestar y desarrollo, al tiempo que contribuyen con la conservación de esta diversidad y con la recuperación y preservación de las tradiciones y costumbres de sus pueblos.

Es por esto que a partir de 1998, Colombia inicia con el primer Programa Nacional de Biocomercio en América Latina y el mundo, bajo la dirección del Instituto Alexander von Humboldt –IAvH y el apoyo del entonces Ministerio de Medio Ambiente y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD.

Posteriormente en 2012 a través del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, más concretamente de la Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles, y con el acompañamiento de diferentes instituciones entre ellas el fondo Biocomercio Colombia, se decide realizar una revisión y ajuste del Programa Nacional de Biocomercio Sostenible Colombia, el cual presenta un marco conceptual revisado, fundamentado en el enfoque ecosistémico, el manejo adaptativo y el desarrollo de cadenas de valor a partir de una gestión compartida de los recursos naturales, para transformar a Colombia en un país reconocido por su competitividad en cuanto al desarrollo de productos sostenibles a partir de su diversidad biológica.

El Programa se convierte en una estrategia que busca aprovechar las ventajas comparativas del país en cuanto a su biodiversidad, para facilitar la construcción colectiva de negocios sostenibles que potencien la equidad y la justicia social. El principal reto del PNBS es contribuir a la generación de riqueza y de oportunidades (reducción de la pobreza) especialmente para la población rural, aportando a la conservación de la biodiversidad colombiana, a través de su uso comercial sostenible.

Para dar cumplimiento al marco de gestión del PNBS, se contó con el apoyo de proyectos de cooperación internacional los cuales se convirtieron en el principal mecanismo de impulso de esta iniciativa y el más importante desarrollo se obtuvo gracias al Proyecto GEF-CAF-PNUMA avalado por el MADS y ejecutado por el Fondo Biocomercio Colombia, para la "facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo al desarrollo actividades de mercado en la región andina 2010 – 2014".

Dentro de los logros más importantes del acompañamiento del Proyecto de Biocomercio Andino se encuentra el desarrollo de herramientas que les ha permitido a las comunidades desarrollar proyectos productivos sostenibles, mejorando su calidad de vida.

Con el desarrollo del Proyecto de Biocomercio Andino, en el país se trabaja en continuar posicionando al Biocomercio como una ventaja competitiva para Colombia, buscando que las herramientas y experiencias exitosas desarrolladas sean acogidas a nivel institucional, regional y nacional como un esquema que permita posicionar a la biodiversidad en un lugar prioritario dentro de la agenda política, institucional, económica y social del país, con el fin de que las acciones formuladas a corto, mediano y largo plazo fortalezcan y faciliten el desarrollo competitivo de diferentes sectores de la economía nacional, a partir del uso sostenible de la biodiversidad nativa de Colombia.

Pablo Vieira Samper
Viceministro de Ambiente
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible - Colombia

Presentación

El Biocomercio es una iniciativa que el Ministerio del Ambiente del Ecuador ha impulsado desde algunos años y en el 2010 se ha logrado consolidar a través del Proyecto "Facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercados en la Región Andina – Biocomercio Andino", lo que ha permitido que a nivel de política nacional e institucional se incluya al Biocomercio como una alternativa para garantizar los derechos de la naturaleza, promover la sostenibilidad ambiental e impulsar la transformación de la matriz productiva.

Durante este período, el Proyecto ha sido un pilar fundamental para el desarrollo de herramientas, propuestas e iniciativas enfocadas al manejo y aprovechamiento de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Esto ha generado experiencias y lecciones aprendidas, que formarán parte del proceso de institucionalización del Biocomercio en el Ecuador a través del Ministerio del Ambiente.

Al momento, los principales logros de las iniciativas apoyadas por el Proyecto en el Ecuador han estado enfocadas al fortalecimiento de las prácticas de gestión sostenible de especies y ecosistemas en el marco de los Principios y Criterios de Biocomercio, al mejoramiento y aumento al acceso a los mercados nacionales e internacionales, y el fortalecimiento de las capacidades empresariales en el contexto de las cadenas de valor. Cabe mencionar que de las iniciativas apoyadas por el Proyecto, alrededor de 85.000 hectáreas son manejadas bajo los principios y criterios de Biocomercio.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017 reconoce la iniciativa implementada por el Ministerio del Ambiente a través del Proyecto Biocomercio, por el beneficio logrado a más de 13.000 personas mediante el apoyo a iniciativas productivas y de negocios de productos derivados del uso sustentable de la biodiversidad. Pero al mismo tiempo, establece el compromiso como Estado en implementar un marco normativo para el desarrollo del bioconocimiento, la innovación, los emprendimientos productivos y el Biocomercio, además de afianzar el Programa Nacional de Biocomercio mediante la promoción nacional e internacional de los productos y servicios del bioconocimiento, garantizando los beneficios de su uso y comercialización para las comunidades y los ecosistemas.

En este contexto, el Ministerio del Ambiente, a través de la Política Nacional de Gobernanza del Patrimonio Natural para la Sociedad del Buen Vivir 2013 – 2017, establece mediante Acuerdo Ministerial N° 131, el "Programa Nacional de Incentivos a la Conservación del Patrimonio Natural", que busca integrar las iniciativas de incentivos en un solo programa nacional procurando una intervención integral en el territorio y promoviendo una mejora en las condiciones de vida de los habitantes en apego al Buen Vivir, en el que se incluye como uno de sus componentes fundamentales al Biocomercio.

Los resultados alcanzados en Ecuador son un claro ejemplo del trabajo articulado entre instituciones públicas y privadas, la estrecha colaboración por parte de CORPEI como unidad ejecutora nacional y CAF -banco de desarrollo de América Latina- como entidad ejecutora a nivel regional. Todo ello ha permitido que el Biocomercio en el Ecuador forme parte ahora de una política nacional e institucional.

Lorena Tapia Nuñez
Ministra del Ambiente
Ministerio del Ambiente - Ecuador

Presentación

Conservar la diversidad biológica y aprovechar sosteniblemente, de manera que pueda convertirse en el motor del desarrollo para los países megadiversos como el nuestro, es una de las principales preocupaciones del Ministerio del Ambiente. Sin embargo, pasar a la acción, supone un compromiso serio y responsable que, a partir del patrimonio natural, logre maximizar sus beneficios entre los actores y gestores de dicha conservación.

Es por ello que el modelo de negocio que propone el Biocomercio hace viable esta apuesta por la conservación de la diversidad biológica, logrando eliminar mitos y dándole un giro responsable y pionero al comercio a través de la distribución de los beneficios generados.

En el Perú, el Programa Nacional de Promoción de Biocomercio constituye una valiosa plataforma en la que el sector privado se une al sector público para hacer que el Biocomercio se implemente de manera adecuada. Con el apoyo del Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF), del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y de CAF -banco de desarrollo de América Latina- nace el proyecto Biocomercio Andino, muestra palpable del trabajo articulado y sinérgico en pro de objetivos comunes como país y como región Andina.

Tras este periodo de acompañamiento al proyecto Biocomercio Andino –desde su formulación hasta su implementación y ejecución– podemos expresar nuestra satisfacción por los resultados obtenidos y que han sido plasmados en las distintas experiencias exitosas y lecciones aprendidas del presente documento.

Esto no hace más que comprometer al Ministerio del Ambiente en continuar apostando por el modelo de Biocomercio como herramienta para la conservación de la diversidad biológica, bajo una mirada que busca que todos ganen, a lo largo de las distintas cadenas de valor que nuestra biodiversidad nativa nos ofrece.

Manuel Pulgar – Vidal Otálora
Ministro del Ambiente
Ministerio del Ambiente - Perú

Tabla de contenidos

Ficha síntesis 16

Resumen Ejecutivo 18

Introducción 26

SECCIÓN 1. Aspectos generales 28

I. EL BIOCOMERCIO EN LA REGIÓN ANDINA 30

II. EL PROYECTO 40

SECCIÓN 2. Experiencias desarrolladas 54

III.RESULTADOS 56

a. Impactos y cambio sistémico 58

b. Experiencias piloto 81

c. Logros en las capacidades desarrolladas 100

d. Herramientas desarrolladas 104

e. Productos de conocimiento y red 115

SECCIÓN 3. Aprendizajes 126

IV. LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES 128

V. CONCLUSIONES 140

El camino continúa 144

VI. ANEXOS 146

a. Lista por país de contactos y proyectos piloto 148

b. Entidades y organizaciones aliadas 182

c. Equipos técnicos 190

d. Metas Aichi y Proyecto Biocomercio Andino 194

Ficha síntesis

NOMBRE DEL PROYECTO

"Facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo al desarrollo de actividades del mercado en la Región Andina"

PERÍODO DE EJECUCIÓN

Fase Operativa	Marzo 2010	Diciembre 2014
Fase Administrativa y Gestión de Conocimiento	Marzo 2010	Diciembre 2015

OBJETIVO ESTRATÉGICO:

Contribuir a la conservación y uso sostenible de la biodiversidad de la Región Andina mediante la provisión de un sustento alternativo con base en oportunidades de biocomercio para comunidades locales y marginadas.

OBJETIVO GENERAL:

Apoyar y fortalecer el biocomercio en el ámbito local, nacional y regional como una estrategia de conservación y uso sostenible de la biodiversidad.

ÁREA DE INTERVENCIÓN Y UNIDADES EJECUTORAS NACIONALES

Colombia
(Fondo Biocomercio, ahora Biocomerio Colombia)

Ecuador
(CORPEI)

Perú
(PROMPERU)

EQUIPO

René Gómez-García
Coordinador Unidad de Negocios Verdes CAF

Federico Vignati
Coordinador Regional Proyecto Biocomercio Andino

Marisela Vega
Consultora Unidad de Negocios Verdes CAF

Alberto Cuba
Pasante Medio Ambiente Perú, CAF 2014

COMPONENTES PIR / CONVENIO CAF-GEF

C1. Fortalecimiento de Políticas.

C2. Acceso a Mercados.

C3. Fortalecimiento de Capacidades.

C4. Información de Productos y Mercados.

C5. Apalancamiento de Recursos Financieros.

C6. Proyectos Piloto para Negocios de la Biodiversidad.

C7. Comunicación y Estratégica de Replicabilidad.

INDICADORES FINANCIEROS:

Aporte GEF
US$ 6,414,021

Aporte CAF
US$ 1,891,180

Co financiamiento efectivo
US$ 8,359,244

Co financiamiento en especie
US$ 4,167,126

TOTAL PROYECTO:
US$ 20,831,571

Indicadores de impacto:

282,569 hectáreas manejadas con prácticas de sostenibilidad.

29,600 personas mejoraron sus condiciones de trabajo e ingresos.

65% de aumento promedio en ventas entre 2011 y 2014

Resumen ejecutivo

Desde la aprobación del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) en 1992 se ha demostrado que la biodiversidad y los recursos naturales constituyen elementos estratégicos para el desarrollo de los países, especialmente de los menos favorecidos, y en la mayoría de los cuales paradójicamente, se concentra la mayor biodiversidad del planeta. Sin embargo, hoy en día la idea de la conservación de la biodiversidad va mucho más allá de una estrategia para garantizar suministros básicos a las poblaciones de los países en desarrollo.

Con aproximadamente 40% de la biodiversidad del planeta concentrada en América Latina y el Caribe, y de ésta, 25% en la región Andina[1], la puesta en valor del capital natural y su conservación está asociada a dos de las más importantes preocupaciones de la agenda política internacional: La mitigación del cambio climático y la seguridad alimentaria.

Además, el uso de la biodiversidad es la base de sustento directo de más de 100 millones de personas en la región Andina y áreas de influencia. Así mismo, en dicha región, el 75% de los hogares dependen directamente de la biodiversidad para cubrir tanto sus necesidades básicas de acceso al agua y alimentos, como para preservar su cultura[2]. A pesar de dicha dependencia, el crecimiento de las poblaciones y las economías han aumentado la presión sobre los recursos naturales de forma insostenible. La pérdida de la biodiversidad y el deterioro de los servicios ecosistémicos está relacionada principalmente con la degradación de los ecosistemas naturales y su conversión a sistemas productivos, con un estimado de 4 millones de ha/año de bosque tropical en América del Sur[3]. Actualmente, se calcula que se deforestan más de 1'750.000 ha/año en la región Amazónica de los países de la Comunidad Andina[4], lo que evidencia la necesidad de diseñar estrategias de uso y conservación de los recursos naturales que a su vez, generen bienestar social y económico a los poblaciones locales.

En las últimas décadas, y buscando atender a las problemáticas que implican la pérdida de biodiversidad, se observa un movimiento de concentración de actividades productivas que comparten entre sí, dependencia e interés por la conservación de la biodiversidad. A este conjunto de actividades productivas asociadas y comprometidas con principios éticos y de sostenibilidad ambiental, social y económica, se le denomina biocomercio[5].

1. Biocomercio en la Subregión Andina. Oportunidades para el desarrollo, 2005. Publicación de CAF. Ver publicación online: http://publicaciones.caf.com/media/1273/97.pdf.
2. Propuesta de valor: Promoción de herramientas de financiamiento para la conservación de la biodiversidad, CAF 2014.
3. Bovarnick, A., F. Alpizar, C. Schnell, Editores. La importancia de la biodiversidad y de los ecosistemas para el crecimiento económico y la equidad en América Latina y el Caribe: Una valoración económica de los ecosistemas, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2010.
4. BIOCAN (2013). Nuestra Amazonia Andina: Uso de la biodiversidad (En línea) http://www.comunidadandina.org/amazonia/biodiversidad.htm
5. Biocomercio, que se entiende como el conjunto de actividades de recolección, producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (especies, recursos genéticos y ecosistemas), bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. (UNCTAD, 1996)

De acuerdo con UNCTAD[6], el sector del biocomercio a nivel mundial reportó ventas en 2012 de US$4.2 mil millones, y vinculó más de 30,000 proveedores en los primeros eslabones de las cadenas de valor, abarcando 19.3 millones de hectáreas manejadas bajo prácticas de sostenibilidad.

Es en este contexto que GEF, PNUMA y CAF unieron esfuerzos para la formulación y desarrollo del Proyecto "Facilitación de financiamiento para negocios basados en la biodiversidad y apoyo a actividades de desarrollo de mercados en la región Andina" - Proyecto Biocomercio Andino entre los años de 2010-2014. Se trató de una iniciativa multi-país, con presupuesto inicial de más de US$ 14 millones entre fondos GEF, CAF y contrapartidas, en donde UNEP fue la agencia implementadora y CAF, la agencia ejecutora a nivel regional.

En el nivel nacional, se contó con tres Unidades Ejecutoras Nacionales (UEN): El Fondo Biocomercio en Colombia, CORPEI en Ecuador y PROMPERU en Perú, las cuales, de la mano de los Ministerios de Ambiente de los países, y buscando la articulación con actores claves, tuvieron el objetivo de apoyar y fortalecer el biocomercio como estrategia de conservación y uso sostenible de la biodiversidad.

Para la ejecución, y teniendo en cuenta la necesidad de articular procesos de desarrollo efectivos y comprometidos con la sostenibilidad y la inclusión, se definieron cuatro principios claves que tuvieron un papel fundamental:

6. UNCTAD, Biotrade side event at the UNFCCC COP 20, Exploring synergies between BioTrade and REDD+ for climate change mitigation and adaptation, December 10th 2014, Perú Auditorium/Pabellon Perú
7. Se superó el cofinanciamiento a: US$ 6.4 millones en fondos GEF, US$ 1.89 millones en fondos CAF y US$ 12.5millones como contrapartidas nacionales, alcanzando un valor total del proyecto de 20.8 millones.

1. Desarrollo inclusivo: buscando la articulación de las cadenas de valor, y la generación de relaciones equitativas entre los eslabones, en pro de la inclusión económica.

2. Soluciones contextualizadas: que se adaptan a las características dinámicas ambientales y socio-económicas del biocomercio

3. Enfoque sistémico: considerando la inclusión de intervenciones articuladas a nivel macro, meso y micro.

4. Refuerzo de capacidades: ofreciendo formación y asesoría técnica para mejorar las habilidades individuales y colectivas, así como, para reforzar plataformas de diálogo y la colaboración multi-sectorial.

Bajo este enfoque, fueron priorizados tres sectores productivos, con amplia dependencia en biodiversidad para su competitividad, y donde buenas prácticas de conservación vienen siendo progresivamente aplicadas:

1. Alimenticio
2. Farmacéutico y cosmético
3. Turismo sostenible.

Es principalmente en estos tres sectores, donde 216 iniciativas piloto reforzaron sus respectivas cadenas de valor, obteniendo resultados significativos en la implementación de prácticas de biocomercio, conservando los ecosistemas, a la vez que se genera bienestar social, a través de la redistribución de la riqueza. Entre los principales impactos del Proyecto BCA, se destacan:

Impactos ambientales:

282,569 hectáreas manejadas con criterios de sostenibilidad.

US $310 millones en capital de biodiversidad generado para la Economía Verde.

Impactos sociales:

Más de **29,600** personas beneficiadas mejoraron sus condiciones de trabajo y calidad de vida.

Más de **1,300** personas formadas en gestión pública y desarrollo empresarial del biocomercio.

100 profesionales capacitados para colaborar con la escalabilidad del proyecto.

Impactos Económicos:

65% de aumento promedio en ventas de las iniciativas en tres años.

46% De meta de cofinanciamiento superada

Más de **137** empresas con acceso a servicios financieros.

Para garantizar la eficacia de la propuesta del Proyecto BCA, y con base en un minuciosos análisis utilizando metodologías participativas y sistémicas, teniendo entre sus participantes a los Ministerios del Ambiente de Colombia, Ecuador y Perú, las UEN, así como otros actores claves, el Proyecto focalizó sus esfuerzos en 7 componentes principales, los cuales, fueron agrupados en cuatro temas claves para efectos de la sistematización, obteniente resultados específicos para cada uno de ellos:

Componente	Temática
1 Facilitar el desarrollo y racionalización de políticas	1 Gobernanza y Ambiente Favorable al biocomercio
2 Incrementar el acceso a los mercados	2 Acceso a mercados
3 Mejorar la adquisición y acceso a información sobre productos y mercados	
4 Apalancamiento de recursos financieros para iniciativas de biocomercio	3 Acceso a financiamiento para biocomercio
5 Formar capacidades empresariales y contribuir con el entendimiento del biocomercio	4 Sostenibilidad en las cadenas de valor de biocomercio
6 Apoyar proyectos piloto para negocios basados en biodiversidad	
7 Elaborar y divulgar las estrategias de sistematización y divulgación de información	*Componente trasversal a toda la ejecución como elemento clave para la sistematización de la información detallada en III d y e, y comunicada a través de los diferentes espacios de difusión*

Tema 1. **Gobernanza y ambiente favorable de negocios**

Temática que responde al componente de fortalecimiento de políticas. Está orientada hacia dos objetivos estratégicos:

(1) Revisión de los marcos regulatorios y generación de propuestas adecuadas para el biocomercio;

(2) Fortalecimiento del diálogo y la coordinación entre diversas instancias de gobierno, la sociedad civil y el sector privado. Algunos de los principales resultados fueron:

21 estudios de soporte con impacto en nuevas políticas públicas y normativas de biocomercio.

14 documentos técnicos para reducir barreras de acceso a mercados clave.

1359 profesionales capacitados en Gestión Pública del biocomercio.

Tema 2.
Acceso a mercados para productos y servicios de biocomercio

Temática que responde a los componentes de acceso a mercados e información sobre productos y mercados. Para tal fin, se buscó

1. Calificar la oferta a través de la generación de valor agregado a partir de prácticas de innovación y calidad.
2. Asesorar en buenas prácticas comerciales a partir del fortalecimiento de las relaciones.
3. Diseminar información de inteligencia de mercados.
4. Desarrollar las demanda por medio de la participación en plataformas comerciales especializadas. A partir de la ejecución de las actividades se obtuvo:

12 estudios de mercado

21 análisis sectoriales en biocomercio.

90 iniciativas piloto con planes de bionegocios

65% de crecimiento en desempeño de ventas de los piloto.

58 productos innovadores resultado de la cooperación universidad–empresa y la investigación científica aplicada.

Tema 3.
Acceso a herramientas y servicios financieros

El Proyecto canalizó el acceso al financiamiento para las iniciativas empresariales, viabilizando la inversión pública y privada en aspectos claves de las cadenas de valor, a partir de:

1. La creación de instrumentos financieros adaptados y dirigidos
2. La generación de conocimientos en la potencialidad del biocomercio para sector financiero
3. La difusión y articulación para el acceso a fuentes de financiamiento por parte de las iniciativas empresariales. Así, se obtuvieron:

12 Líneas y esquemas de financiamiento nuevos para productos de biocomercio.

173 Personas del sector financiero capacitadas en riesgos y oportunidades de biocomercio

137 Empresas capacitadas para acceder a servicios e instrumentos financieros. De estas, 33 empresas accedieron a nuevos servicios financieros.

US$ 6 millones de inversión directa, en alianza Proyecto-empresa.

Tema 4.
Sostenibilidad en las cadenas de valor

Buscando definir prácticas de gestión que estimulen la competitividad de las cadenas de valor de Biocomercio seleccionadas por el Proyecto, de definieron actividades para:

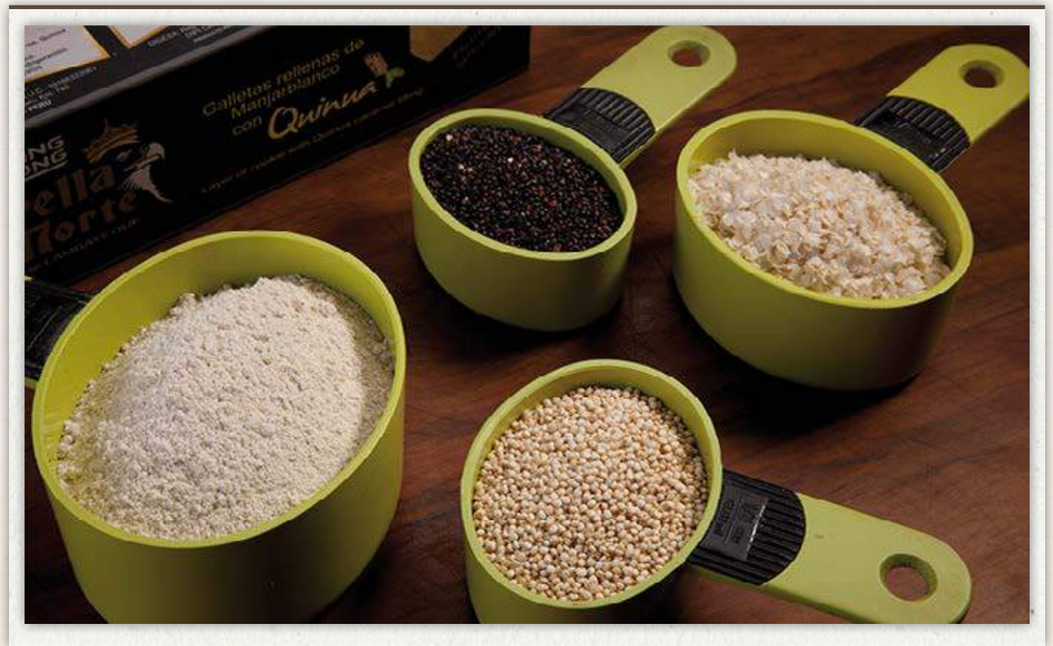
1. Fomentar el manejo sostenible de la biodiversidad.
2. Reforzar las capacidades productivas y comerciales teniendo como referencia estándares de calidad y sostenibilidad, y
3. Configurar modelos de negocios inclusivos. Algunos de los principales resultados obtenidos fueron:

27 organizaciones en la región ofrecen servicios en desarrollo empresarial para biocomercio

216 iniciativas aplican buenas prácticas de manejo y uso sostenible de la biodiversidad.

43 iniciativas con estándares de sostenibilidad como orgánico, comercio justo y turismo sostenible.

Plataforma regional de conocimiento en biocomercio establecida **wwww.biocomercioandino.org**



El Proyecto realizó una importante contribución para la promoción del biocomercio en América Latina, sustentada en los impactos y cambios generados sobre las políticas públicas, el acceso a los mercados, el financiamiento y el fortalecimiento de las cadenas de valor. Se generaron nuevas capacidades tanto en los aliados públicos, privados y en la sociedad civil en Colombia, Ecuador y Perú, involucrando una importante experiencia de colaboración multi-sectorial. Además, las organizaciones que participaron del Proyecto a través de plataformas técnicas y de gestión a nivel local, regional y nacional, permitieron la concertación y eficiencia necesarias para asegurar la sostenibilidad y escalamiento de las intervenciones.

De esta manera, el Fondo Biocomercio, CORPEI y PROMPERÚ y las entidades cooperantes, GEF, PNUMA y CAF, afianzaron su rol de aliados en la promoción y operatividad de respuestas concretas que viabilicen el desarrollo sostenible en la región, acordes con las tendencias mundiales de acuerdos y negociaciones, para la implementación del CDB.

Nuevas perspectivas y desafíos para el biocomercio

El biocomercio viene ganando importancia dentro de los contextos internacionales, como un importante catalizador para la conservación de la biodiversidad y generación de inclusión social a través de la generación de dinámicas comerciales.

En octubre de 2014, la Conferencia de las Partes del Convenio sobre la Diversidad Biológica, celebró su 12ª reunión, adoptando 35 decisiones como hoja de ruta para apoyar en la implementación del Plan Estratégico de Biodiversidad 2011-2020 y logro de las Metas Aichi. En dos de estas decisiones, se reconoció la iniciativa de biocomercio como aliado importante para el cumplimiento de los objetivos de conservación mundial.

Así mismo, se ratificó el protocolo de Nagoya por 51 partes del CDB (incluyendo a seis países miembros de CAF[8]). En tanto, el biocomercio toma relevancia ofrecenciendo un modelo que materializa los objetivos del protocolo de Nagoya, a través de la aplicación de los siete principios que propone.

En este contexto, el biocomercio se posiciona como un importante modelo de gestión, aplicable a las características de la empresa Latinoamericana, teniendo entre sus principales ejemplos el proyecto BCA. Por todo esto, las organizaciones poseedoras de la experiencia en biocomercio se encuentran delante de un doble desafío. Por un lado, monitorear la capacidad transformadora del biocomercio en un horizonte de trabajo que muchas veces sobrepone el ciclo de vida de los proyectos, con el fin de captar el impacto y efecto en un contexto de cambio sistémico; por otro, responder a la demanda internacional por conocimiento adecuadamente sistematizado y que permita la replicabilidad de la experiencia acumulada en diferentes regiones del mundo, inclusive en América Latina. Es teniendo en cuenta las últimas dinámicas del biocomercio, y de acuerdo con el compromiso con la buena gestión del conocimiento generado a lo largo de los cuatro años de ejecución del Proyecto BCA, que CAF preparó la presente memoria técnica de ejecución de Proyecto, que reúne los principales logros y lecciones aprendidas que se desarrollan a continuación.

1. Países miembros de CAF que ratificaron el tratado: México, Uruguay, Panamá, Perú, España y Portugal.

Introducción

En respuesta al reconocimiento de la diversidad biológica como bien mundial de valor inestimable para la supervivencia de las generaciones presentes y futuras, y fundamental para el desarrollo económico y social de la humanidad, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) en 1992 definió el Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB). Se trató del primer acuerdo internacional para abordar los aspectos relacionados con el acceso y uso de los recursos de la diversidad biológica (o biodiversidad), definiendo tres objetivos principales:

1. **Conservación de la diversidad biológica,**
2. **Utilización sostenible de sus componentes y**
3. **Participación justa y equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos[9].**

En la región Andina, Ecuador y Perú en 1993 y Colombia en 1994, ratificaron el CDB, incorporando en sus políticas públicas y estructuras institucionales el tema de la biodiversidad; así, se conformaron instancias nacionales para abordar los aspectos de gestión y conservación de la biodiversidad, realizando diferentes acciones de fortalecimiento institucional, desarrollo normativo y de políticas, en un ámbito de trabajo tendiente a la gestión integral e intersectorial de la biodiversidad y de su uso sostenible, con programas que propenden por un aprovechamiento justo en el ámbito social, económicamente equitativo y ambientalmente sostenible.

Bajo este marco surge el biocomercio, como estrategia sustentada en un proceso amplio de transformación social y conservación de los ecosistemas y recursos, aportando al Plan Estratégico de la Diversidad Biológica 2011-2020 del CDB y las Metas Aichi, mediante las cuales los países se comprometen a proteger la diversidad biológica y a mejorar los beneficios que ésta proporciona para el bienestar de las personas.

En este contexto se desarrolló, entre el 2010 y 2014, el Proyecto Biocomercio Andino, una iniciativa pionera en la Región Andina, en Colombia, Ecuador y Perú, cuyo objetivo fue apoyar y fortalecer el biocomercio en el ámbito local, nacional y regional como una estrategia de conservación y uso sostenible de la biodiversidad. El Proyecto contó con la participación de entidades como el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF, por sus siglas en inglés), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y CAF -banco de desarrollo de América Latina-, desde el ámbito internacional; y desde la esfera nacional el Fondo Biocomercio, la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), en alianza estratégica con los Ministerios de Ambiente de cada país.

La presente memoria presenta las experiencias, resultados y lecciones aprendidas derivadas de su ejecución. En la **primera sección** presenta los **aspectos generales** de contexto y desarrollo del Proyecto, describiendo la dinámica y características del biocomercio en América Latina y el enfoque metodológico de intervención.

La **segunda sección** describe las **experiencias desarrolladas**, detallando todos los resultados obtenidos por el Proyecto relacionados con:

a. **Los impactos y cambios logrados de acuerdo con los indicadores del Proyecto, detallando las lecciones aprendidas en cada una de las temáticas de intervención**
b. **Las experiencias de intervención y testimonios de las empresas piloto**
c. **Las capacidades desarrolladas por el Proyecto en los aliados**
d. **Detalle de todas las herramientas desarrolladas para intervenir las cadenas de valor, con su ubicación en línea**
e. **Los productos de conocimiento generados: estudios de mercado, normativos y regulatorios, videos, entre otros, detallando su disposición para acceso en línea**

Por último, la **tercera sección** presenta los **aprendizajes** de la gestión del Proyecto, detallando las lecciones aprendidas durante la fase de preparación y ejecución, así como las principales conclusiones.

9. Convenio sobre Diversidad Biológica, (en línea) http://www.cbd.int/

Sección 1.
Aspectos Generales

I. El Biocomercio en la Región Andina

> BIODIVERSIDAD EN AMÉRICA LATINA

Los Andes Tropicales constituyen el "epicentro global de la biodiversidad", ya que ocupan el primer lugar del mundo en diversidad y endemismos de plantas vasculares, aves, anfibios y vertebrados. Los países andinos concentran el **25% de la diversidad biológica del planeta** y forman parte de los 17 países con mayor biodiversidad del mundo.

Esta denominada "megadiversidad" es posible gracias a la confluencia de factores geográficos y climáticos que favorecen la existencia de una gran variedad de biomas, ecosistemas y hábitat[10]. En consecuencia, dicha diversidad se expresa en la identidad cultural y social que caracteriza a los países de la región, así como en los medios de vida de su población[11].

Se calcula que en la región Andina, el 75% de los hogares dependen directamente de la biodiversidad para cubrir tanto sus necesidades básicas de acceso al agua y alimentos, como para preservar su cultura[12]. Así mismo, se estima que cerca de un cuarto de la población rural en América Latina y el Caribe vive con menos de US$2 al día. Por tanto, los miembros más pobres de ésta sociedad son quienes dependen mayoritariamente de los bienes y servicios que proveen los ecosistemas y la biodiversidad, entre los que se destaca la disponibilidad de alimento, factor que influye tanto en la malnutrición como en la migración a zonas urbanas en gran escala. Esta degradación y pérdida de biodiversidad y sus servicios ecosistémicos afectan de manera directa a esta población generando más pobreza[13].

A pesar de dicha dependencia, el crecimiento de las poblaciones y las economías han aumentado la presión sobre los recursos naturales de forma insostenible. La pérdida de la biodiversidad y el deterioro de los servicios ecosistémicos está relacionada principalmente con la degradación de los ecosistemas naturales y su conversión a sistemas productivos, con un estimado de 4 millones de ha/año de bosque tropical en América del Sur[13] Actualmente, se calcula que se deforestan más de 1.750.000 ha/año en la región Amazónica de los países de la Comunidad Andina[14], lo que evidencia la necesidad de diseñar estrategias de uso y conservación de los recursos naturales que a su vez, generen bienestar social y económico a los poblaciones locales.

1'750,000 ha.
se deforestan al año en la región amazónica de los países de la Comunidad Andina

10. Estrategia Regional de Biodiversidad, Decisión 523
11. Agenda Ambiental Andina 2012-2016
12. Propuesta de valor: Promoción de herramientas de financiamiento para la conservación de la biodiversidad, CAF 2014.
13. Bovarnick, A., F. Alpizar, C. Schnell, Editores. La importancia de la biodiversidad y de los ecosistemas para el crecimiento económico y la equidad en América Latina y el Caribe: Una valoración económica de los ecosistemas, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2010.
14. BIOCAN (2013). Nuestra Amazonia Andina: Uso de la biodiversidad (En línea) http://www.comunidadandina.org/amazonia/biodiversidad.htm

> BIOCOMERCIO: ALTERNATIVA PARA EL USO SOSTENIBLE DE LA BIODIVERSIDAD

En 1996, durante la tercera conferencia de las partes del CDB, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), desarrolló la iniciativa Biotrade, buscando aportar de manera directa a los tres objetivos del CDB. **Allí se definió el biocomercio como aquellas actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa** (recursos genéticos, especies y ecosistemas), bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica[15].

Lo anterior implicó no solo la definición de principios o parámetros guía que fomenten el uso sostenible de la biodiversidad a través de la aplicación de buenas prácticas por parte de las empresas, sino también los enfoques de abordaje. Entre estos últimos están: el modelo de cadena de valor, que busca la articulación entre los actores, la implementación de buenas prácticas relacionadas tanto con el uso, como con la conservación de los recursos y la distribución equitativa de beneficios entre quienes participan en la cadena; el manejo adaptativo que contribuye con la identificación de los impactos sobre especies y ecosistemas y el mejoramiento continuo de las prácticas productivas y de manejo desarrolladas por las organizaciones; y el enfoque ecosistémico que considera integralmente los aspectos ambientales, sociales y económicos de un territorio así como las interacciones y procesos entre los sistemas productivos, que pueden influir en la dinámica de uso de dichos recursos.

Bajo estos enfoques, se enmarcan los 7 principios de biocomercio.

Las áreas en que se aplica el biocomercio, de acuerdo con el origen de los recursos de la biodiversidad nativa, son la agrícola; la recolección silvestre (de productos maderables y no maderables); la zoocría y el turismo sostenible. Estos recursos son transformados para la industria, como por ejemplo la de alimentos, farmacéutica y cosmética, consideradas algunas de las más relevantes en la región.

15. Biotrade initiative (en línea) http://www.biotrade.org/aboutINTRO.asp

> ESTRUCTURA INSTITUCIONAL DEL BIOCOMERCIO EN LOS PAÍSES ANDINOS

El Proyecto Biocomercio Andino encontró un entorno favorable de trabajo en la región. A partir del apoyo brindado por la UNCTAD en la región, Colombia, Ecuador y Perú han desarrollado una plataforma interinstitucional y gubernamental para garantizar la conservación de la biodiversidad a través del biocomercio. Para ello, se han definido **Programas Nacionales de Biocomercio** con el fin de desarrollar y promover el uso sostenible de los recursos nativos.

Es así como en Colombia, el Programa Nacional de Biocomercio se puso en marcha en 1998 como iniciativa piloto a nivel mundial gracias al apoyo de la UNCTAD, el Ministerio de Ambiente y desarrollo sostenible (MADS) y el Instituto Alexander von Humboldt. Dicho programa ha evolucionado y ha sido gestionado por el Comité Técnico Nacional de Biodiversidad y Competitividad (CTNBC). Por su parte en 2001, Ecuador lanzó el programa como una iniciativa del Ministerio de Ambiente (MAE) y la UNCTAD. La coordinación del Programa está a cargo de la Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) en alianza estratégica con la organización no gubermanental EcoCiencia. Con respecto a Perú, el Programa se lanzó en 2003 e inició con nueve instituciones de los sectores público y privado, siendo el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) el Presidente de la Comisión Nacional de Biocomercio, cuya Secretaría Técnica la ejercen la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU) y el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (IIAP)[16].

De forma paralela, el interés en respaldar y estimular el desarrollo de iniciativas asociadas con el biocomercio en América Latina ha ido creciendo, reconociendo el impacto negativo que genera la ausencia de una gestión sostenible de la biodiversidad en la estabilidad social y en las bases que sustentan el crecimiento económico sostenido a través del tiempo.

Algunos de los principales actores que coinciden en la búsqueda de soluciones a largo plazo relacionadas con el biocomercio han sido el GEF, PNUMA, la UNCTAD, el Programa de las Naciones Unidas por el Desarrollo (PNUD), los Ministerios de Medio Ambiente de Ecuador, Colombia y Perú, la Agencia Finlandesa para la Cooperación, el Gobierno del Reino de los Países Bajos, la Cooperación Alemana al Desarrollo (GIZ), la Cooperación Suiza (SECO), CAF entre otros. Todos ellos, han reconocido el biocomercio como una herramienta clave en la búsqueda del crecimiento económico con equidad, a través del cual es posible brindar alternativas innovadoras para la conservación de la biodiversidad, ofreciendo una perspectiva más amplia e inclusiva en la creación de valor, realizando aportes substánciales para reforzar el biocomercio.

16. Trade and Biodiversity: The BioTrade Experiences in Latin America, United Nations Conference on Trade and Development UNCTAD, 2012.

> EL MERCADO DEL BIOCOMERCIO EN LA REGIÓN

Los programas de biocomercio en América Latina, han estado enfocados en el desarrollo y fortalecimiento de la oferta exportable. Sin embargo, el reto ha sido llegado. A través de la implementación de acciones concretas, los actores de las cadenas de valor han sido capaces de insertarse en mercados crecientes que demandan productos y servicios basados en la biodiversidad y políticas de responsabilidad ambiental y social[16].

De acuerdo con las tendencias de consumo, el acceso a los mercados ricos en los países desarrollados está obstaculizado por normas de acceso y falta de políticas nacionales uniformes, que impactan de manera negativa en la competitividad y sostenibilidad de las cadenas de valor.

De acuerdo con las tendencias de consumo, el acceso a los mercados ricos en los países desarrollados está obstaculizado por normas de acceso y falta de políticas nacionales uniformes, que impactan de manera negativa en la competitividad y sostenibilidad de las cadenas de valor.

Por otro lado, el acceso al financiamiento para el sector privado, a partir del ajuste en las políticas públicas; la facilitación para el acceso a los mercados; la entrega de información de productos y servicios; el acceso al financiamiento y la generación de capacidades, entre otras intervenciones, promoviendo entre las empresas la implementación de prácticas más sostenibles en su gestión, generando oportunidades de inclusión económica y financiando el desarrollo de conocimiento e innovación necesaria para impulsar la transformación productiva de la región, hacia una economía verde.

Fue en estos aspectos en los que el Proyecto Biocomercio Andino buscó incidir en Colombia, Ecuador y Perú, generando incentivos para

> EL PROYECTO BIOCOMERCIO ANDINO Y SU APORTE A LA GESTIÓN DEL BIOCOMERCIO EN LA REGIÓN

De acuerdo con las tendencias de consumo, el acceso a los mercados ricos en los países desarrollados está obstaculizado por normas de acceso y falta de políticas nacionales uniformes, que impactan de manera negativa en la competitividad y sostenibilidad de las cadenas de valor.

De la misma manera, y de acuerdo con el barómetro de biodiversidad de la Unión para el Biocomercio Ético (UEBT por sus siglas en inglés)[17], 87% de los consumidores encuestados esperan que las empresas cuenten con políticas de aprovisionamiento que respeten la biodiversidad, 71% de los encuestados indican que prestan atención a donde se originan los ingredientes de los productos cosméticos. Finalmente, un promedio de 70% dice que es necesario que las empresas adopten políticas ambientales y éticas cuando compra productos cosméticos.

Como consecuencia de lo anterior, las ventas de los productos de biodiversidad han aumentado. De acuerdo con la UNCTAD, las ventas totales (mercados internos y exportaciones) de productos derivados de la biodiversidad en los países andinos representaron US$223.4 millones para 2007 y US$238.7 millones para 2008, con una tendencia de crecimiento de aproximadamente 15% anual, se hablaría de US$ 480 millones para 2010 y US$ 552 millones en 2012[18].

Por otro lado, si se tiene en cuenta el valor de las ventas de los miembros[19] de la UEBT, en 2008 éstas representaron US$ 2 mil millones, incluyendo ventas de América Latina y otras regiones; lo anterior ha hecho que las inversiones tanto públicas como privadas y de cooperación regional e internacional sean viables.

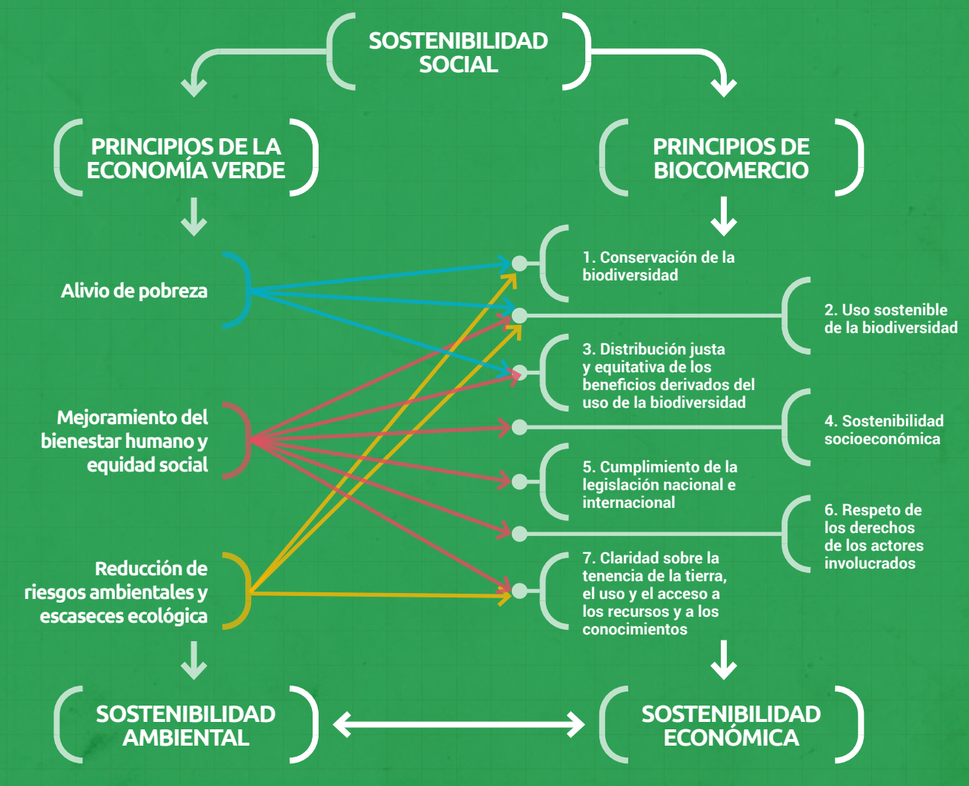
87% de los consumidores encuestados esperan que las empresas cuenten con políticas de aprovisionamiento que respeten la biodiversidad.

17. Barómetro de la biodiversidad UEBT, Union for Ethical BioTrade (En línea) http://ethicalbiotrade.org/dl/barometer/UEBT_Biodiversity_Barometer_2014_SPA.pdf
18. Estimativa CAF con base en tasa de crecimiento anual de 15%, a partir de las referencias del mercado 2007-2008 de UNCTAD.
19. Los miembros de la UEBT incluyen empresas de las regiones de América Latina y otros países, que están involucrados en ingredientes naturales y comprometidos con la implementación de los Principios y Criterios de Biocomercio.

> ECONOMÍA VERDE Y BIOCOMERCIO

La prevención de la pérdida de biodiversidad y la conservación, son prioridades y componentes claves para la economía verde. Bajo este contexto, el biocomercio se constituye en una alternativa viable para la economía verde en la medida que revela cómo los países pueden prevenir la pérdida de biodiversidad a través de la promoción de mecanismos de uso sostenible como un medio para generar prácticas razonables de negocios, crear oportunidades de empleo y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.

El biocomercio es un motor económico y de desarrollo, que soporta la economía verde, mejorando el desarrollo social, económico y humano, al tiempo que mejora la capacidad de conservar el capital ambiental y de disminuir la huella ambiental.



BIOCOMERCIO ANDINO

> EL PROYECTO BIOCOMERCIO ANDINO Y SU APORTE A LA GESTIÓN DEL BIOCOMERCIO EN LA REGIÓN

A pesar de las tendencias favorables para el biocomercio en las preferencias del consumo, el acceso a los mercados nicho en los países desarrollados está obstaculizado por normas de acceso y falta de políticas nacionales uniformes, que impactan de manera negativa en la competitividad y sostenibildiad de las cadenas de valor.

Por otro lado, el acceso al financiamiento para las iniciativas empresariales que trabajan con productos de la biodiversidad en la región, las cuales presentan dinámicas particulares, y muchas veces poco entendidas por las entidades financieras tradicionales, continuaba siendo un factor limitante para la competitividad de las empresas, en la medida que limitaba las posibles inversiones

Fue en estos aspectos en los que el Proyecto Biocomercio Andino buscó incidir en Colombia, Ecuador y Perú, generando incentivos para el sector privado, a partir del ajuste en las políticas públicas; la facilitación para el acceso a los mercados; la entrega de información de productos y servicios; el acceso al financiamiento y la generación de capacidades, entre otras intervenciones, promoviendo entre las empresas la implementación de prácticas más sostenibles en su gestión, generando oportunidades de inclusión económica, y financiando el desarrollo de conocimiento y la innovación necesaria para impulsar la transformación productiva de la región, hacia una economía verde.

II. El Proyecto

> ORIGEN DEL PROYECTO BIOCOMERCIO ANDINO

El Proyecto Biocomercio Andino fue el resultado de un largo proceso de gestión que inició en 2004 con la formulación y negociación de la primera propuesta de marco lógico, a través de un trabajo liderado por CAF, con la participación de los Ministerios de Ambiente de los países involucrados-Colombia, Ecuador y Perú- y con el acompañamiento del GEF y el PNUMA a través de su Oficina Regional de Latinoamérica y el Caribe.

Posteriormente, se llevó a cabo un proceso preparatorio entre 2004 y 2007 para la definición de la propuesta que incluyó la elaboración de estudios e investigaciones, que ofrecieron indicadores de base del contexto nacional específico relacionado con los ámbitos de intervención del Proyecto. Así mismo, se realizaron otras consultorías para la definición de los procesos operativos.

A partir del 2008, los tres países trabajaron en la propuesta final del Proyecto, la cual fue remitida al GEF en el primer trimestre del 2009 y aprobada en el tercer trimestre ese mismo año, contando con la participación activa de los Ministerios de Ambiente.

Fue así como en marzo de 2010, se inició la implementación del Proyecto, después de 6 años de preparación, y CAF estableció la gobernanza que incluyó la conformación de un Comité de Gestión y un Secretariado Técnico. En ese mismo periodo se institucionalizó la relación entre UNEP-GEF y CAF con la firma del Acuerdo de Cooperación del Proyecto y a su vez, el Acuerdo entre CAF y las Unidades Ejecutoras Nacionales (UEN), vale mencionar, Fondo Biocomercio en Colombia, CORPEI en Ecuador y PROMPERU en Perú, a finales de 2010.

Finalmente, después del proceso de transferencia de fondos a las UEN, se inició la ejecución del Proyecto entre 2010-2014, después del largo aprendizaje para la puesta en marcha. A pesar de esto, el Proyecto Biocomercio Andino no solo logró alcanzar los indicadores previstos, sino que los superó todos ampliamente.

BIOCOMERCIO ANDINO

2003

2004

Formulación y negociación: construcción de términos de referencia, forma de carta de aval de países

Firma de convenio con los países para la implementación del PDFB

2006

Realización de 12 investigaciones por país

2007

Formulación full size (08.06-03.07)

Liquidación contrato PDFB (Agosto)

2008

2009

CEO Endosment, diseño del sistema de monitoreo y evaluación

Presentación del proyecto regional a los ministerios de los países (05.07)

2010

Reendoso del Proyecto por los países

Implementación del proyecto

Cierre de compromisos administrativos, reportes finales y difusión de productos de conocimiento.

2014

2015

> LOS SOCIOS

El Proyecto Biocomercio Andino contó con la participación de varios socios, **con intervención desde diferentes niveles:**

1. Unidad implementadora

El Proyecto fue financiado por el GEF, mecanismo de cooperación internacional que ofrece recursos que permiten cubrir los costos necesarios para alcanzar beneficios ambientales de carácter global en los temas priorizados.

La implementación estuvo a cargo del PNUMA, quien se encargó de la administración de los fondos GEF y su traslado hacia la unidad ejecutora regional, acorde con su objetivo institucional de asistir a los países en la implementación de políticas medioambientales adecuadas, fomentando el desarrollo sostenible.

2. Unidad ejecutora regional

CAF, fue la entidad ejecutora del Proyecto a nivel regional, responsable de la administración de los recursos entregados por PNUMA y de la supervisión de los avances técnicos y de la ejecución presupuestal de las UEN, liderando procesos de planificación, operación y evaluación para definir una visión estratégica, y actuar frente a la solución de problemas y toma de decisiones. De la misma manera, CAF asumió la coordinación regional del PBA, con aportes de cooperación técnica para el financiamiento de todo el componente gerencial del Proyecto.

gef | UNEP | CAF BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA

3. Unidades ejecutoras nacionales

El Proyecto se ejecutó en Colombia, Ecuador y Perú, con la colaboración y sinergia de los gobiernos nacionales, a través de la participación de los Ministerios de Ambiente de cada país:

- Ministerio del Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia (MADS)
- Ministerio del Ambiente de Ecuador (MAE)
- Ministerio del Ambiente de Perú (MINAM)

Los tres países participantes se comprometieron de manera integral a mejorar las oportunidades para el biocomercio, a ampliar las perspectivas y a aplicar en los esquemas de políticas y marcos legales los principios de uso sostenible conjuntamente con la creación de oportunidades y de generación de ingresos para las comunidades locales.

A nivel operativo, el Proyecto contó con la participación de una UEN en cada país, encargada de la operación, ejecución presupuestal y técnica de las actividades. Se trató de organizaciones con experiencia previa en el fomento del biocomercio en su país, quienes realizaron importantes aportes a los procesos y desarrollaron nuevas capacidades y herramientas.

- **Fondo Biocomercio en Colombia,** ahora **Corporación Biocomercio Colombia**[20]
- **Corporación de Promoción de Exportaciones e inversiones de Ecuador-CORPEI** en Ecuador
- **Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERU** en Perú.

Colombia	Ecuador	Perú

Con el apoyo de:

MinAmbiente – Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible | Ministerio del Ambiente | PERÚ Ministerio del Ambiente

Unidad ejecutora nacional:

BIOCOMERCIO COLOMBIA | CORPEI – Tu negocio al mundo | prom perú

20. www.biocomerciocolombia.com/

> EJECUCIÓN Y FINANCIAMIENTO

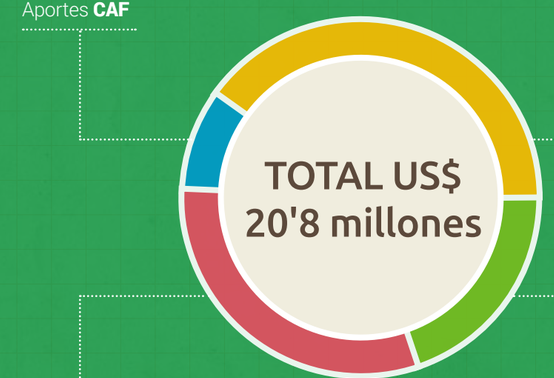
Las actividades operativas del Proyecto se ejecutaron entre 2010 y 2014.

El presupuesto total inicial ascendió a **US$ 14.3 millones** bajo una estructura de financiamiento que incluyó fondos GEF y cofinanciamiento en efectivo y en especie, por parte del ejecutor regional CAF, y la gestión de las UEN.

Los fondos GEF, US$ 6.4 millones, fueron distribuidos en 37.9% para Colombia, 31.0% para Ecuador y 31.1% para Perú.

Durante la ejecución del PBA, el cofinanciamiento logrado superó la contrapartida estimada en aproximadamente 46% del presupuesto revisado. Gracias al esfuerzo desplegado por las UEN en conseguir fondos adicionales, en colaboración con CAF, el cofinanciamiento total recibido fue de **US$ 14.4 millones**, obteniendo un valor total final del proyecto **US$ 20.8 millones.**

Fondos GEF



US$ 1.8 millones
Aportes **CAF**

US$ 8.3 millones
Contrapartida en efectivo **UEN**

Aporte de **GEF** como fondos no reembolsables.
US$ 6.4 millones

contrapartida en especies **UEN**
US$ 4.1 millones

Total aportes países

Colombia
US$ 4.4 millones

Ecuador
US$ 3.1 millones

Perú
US$ 4.9 millones

> OBJETIVOS Y COMPONENTES

El Proyecto se fijó la meta de contribuir con la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad de la región andina introduciendo alternativas económicas de ganarse el sustento, a partir de oportunidades de modelos empresariales inclusivos de biocomercio, para las comunidades locales menos favorecidas.

Para alcanzar la meta propuesta, de definió como objetivo de apoyar y fortalecer el biocomercio en el ámbito local, nacional y regional como una estrategia de conservación y uso sostenible de la biodiversidad. Para cada nivel,un conjunto de actividades comprometidas con un cambio sistémico fueron previstas.

Se definieron además siete objetivos específicos, cada uno de los cuales correspondió a un componente del Proyecto, atendiendo siete áreas temáticas:

Componente 1.
Apoyar a instituciones gubernamentales para el desarrollo y racionalización de propuestas e instrumentos políticos y normativos para el apoyo del biocomercio.

Componente 2.
Incrementar el acceso a los mercados, incluyendo investigaciones de mercado y de productos, planes de manejo sostenible, estrategias de mercado y calidad.

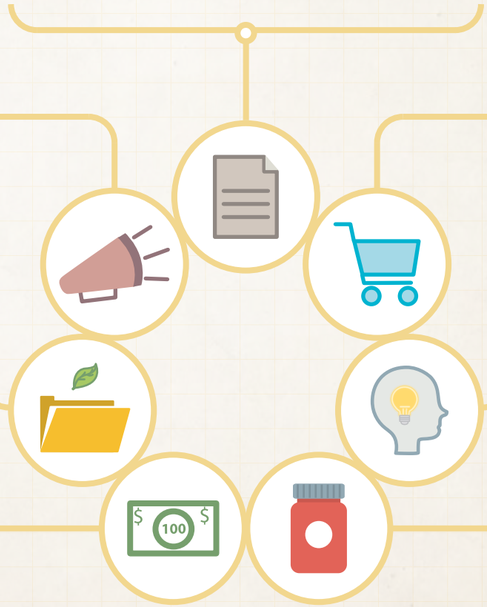
Componente 3.
Formar capacidades empresariales, incluyendo programas de incubación, planes de negocio y gestión y apoyo a asociaciones, así como contribuir al entendimiento del biocomercio.

Componente 4.
Mejorar la adquisición y acceso a la información sobre productos y mercados, incluyendo redes de información de mercados, difusión no virtual de información y generar y procesar información que permita caracterizar los sectores priorizados en el proyecto.

Componente 5.
Apalancar recursos financieros para dirigirlos a iniciativas de biocomercio mediante la creación de instrumentos financieros y la sensibilización del sector sobre las oportunidades en este campo, así como la difusión de la oferta financiera a las iniciativas.

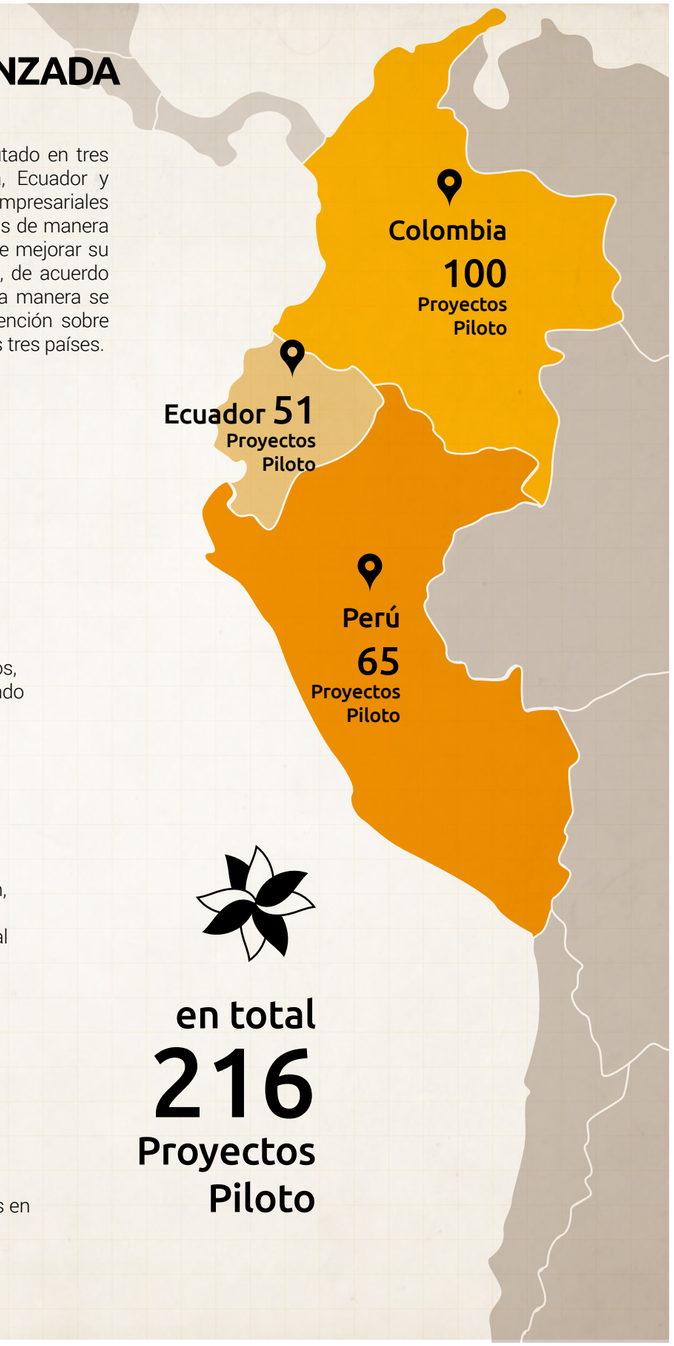
Componente 6.
Proveer apoyo y asistencia técnica a proyectos piloto de iniciativas selectas de biocomercio bajo criterios de selección y evaluación establecidos.

Componente 7.
Elaborar e implementar estrategias de sistematización y difusión de información y Ade replicación de los impactos del proyecto.



> COBERTURA ALCANZADA

El Proyecto Biocomercio Andino fue ejecutado en tres países de manera simultánea: Colombia, Ecuador y Perú. Cada país seleccionó iniciativas empresariales de biocomercio, las cuales fueron apoyadas de manera directa como proyectos piloto, con el fin de mejorar su gestión empresarial de manera sostenible, de acuerdo con los principios de biocomercio. De esta manera se obtuvo una representatividad en la intervención sobre los diversos ecosistemas y regiones en los tres países.



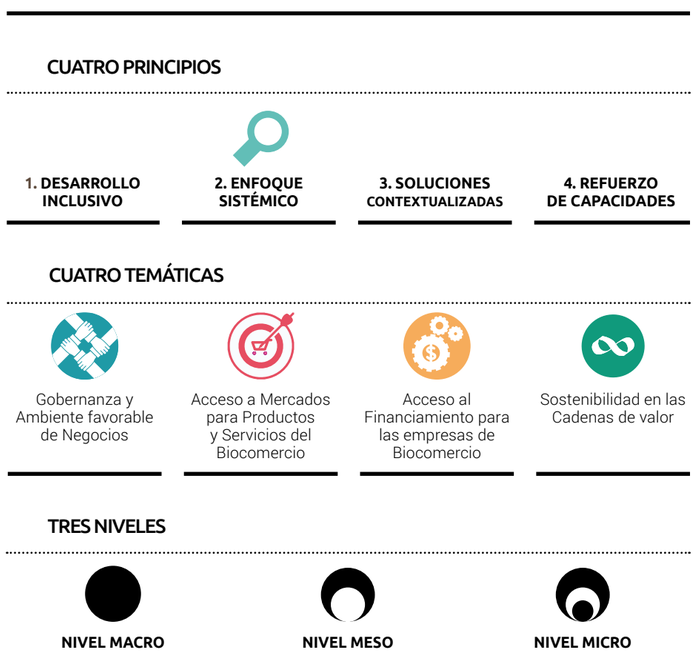
en total
216
Proyectos
Piloto

> PROPUESTA METODOLÓGICA DE INTERVENCIÓN

El Proyecto Biocomercio Andino se propuso implementar un modelo de intervención sistémico que incluyó acciones concretas a nivel macro, meso y micro, orientando al refuerzo de capacidades en procesos dinámicos de diálogo y colaboración multisectorial, para lograr el desarrollo inclusivo a partir de soluciones contextualizadas.

Se tomó en cuenta además el aspecto de mercado, como dinamizador para fomentar el uso de recursos de la biodiversidad de manera sostenible por parte de las comunidades locales.

Bajo esta lógica, el PBA desarrolló un modelo metodológico de intervención el cual está compuesto por cuatro principios que se aplican en los niveles macro, meso y micro, de la siguiente manera:



1. Los principios

Durante de la ejecución del Proyecto, se identificaron cuatro factores claves para alcanzar el éxito en las intervenciones comprometidas con la promoción del biocomercio en nuestra región:

A. Desarrollo inclusivo

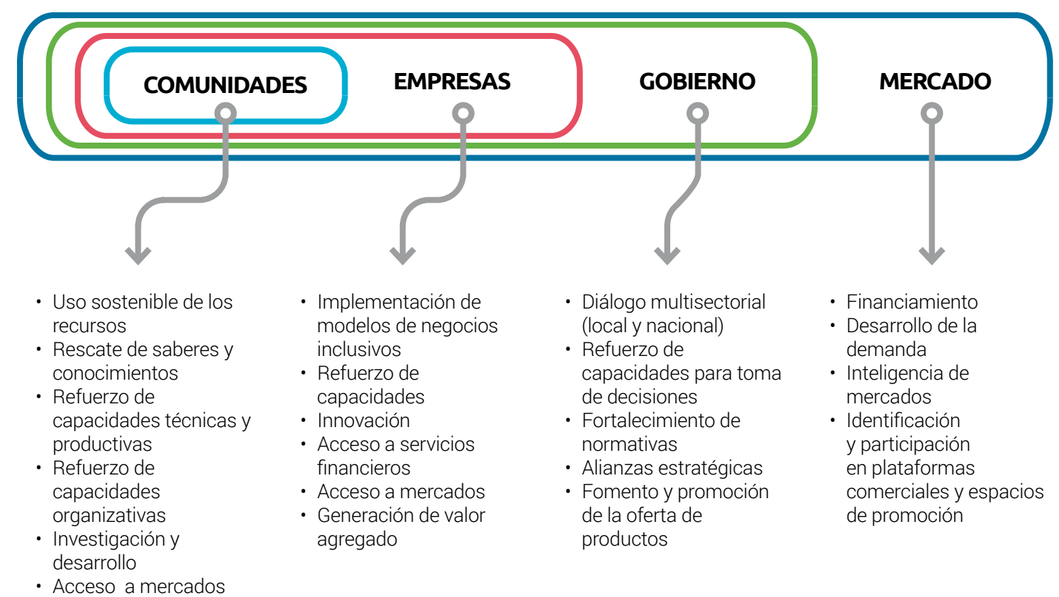
El biocomercio involucra el trabajo bajo el modelo de cadenas de valor, el cual supone una articulación entre los eslabones, en pro de la competitividad de la cadena misma. La experiencia muestra que bajo este enfoque, es fundamental reforzar las relaciones comerciales a lo largo de la cadena de valor propiciando diálogos y negociaciones que puedan redundar en contratos formales, buscando la inclusión y distribución justa de los beneficios generados en todos los eslabones. Los modelos de negocios inclusivos representan una oportunidad de "ganancias compartidas", estimulando mayores niveles de calidad productiva y mejoras substanciales en la capacidad que el biocomercio posee para apalancar la equidad.

B. Enfoque sistémico

Las acciones individuales no son suficientemente incluyentes para contribuir de manera significativa con los grandes desafíos asociados a la conservación de la biodiversidad. Es así como un enfoque integral, que aborde en paralelo la capacidad productiva y empresarial, según la disponibilidad de recursos dentro de las comunidades locales, y los aspectos del marco político que promuevan y faciliten el acceso a los mercados, deben ser acompañados por acciones concretas como el refuerzo de capacidades, el desarrollo de la oferta, que consoliden el diálogo y la colaboración multisectorial.

C. Soluciones contextualizadas

Debido a la diversidad de recursos, comunidades, empresas, mercados, entidades de gobierno y demás actores involucrados en las diferentes cadenas de valor y sectores del



biocomercio en la región Andina, es preciso establecer estrategias de intervención específicas acordes con las características de cada territorio o cadena de valor.

El Proyecto trabajó de manera conjunta con aliados e interesados, en la definición de soluciones adaptadas a los contextos de cada territorio, dando como resultado la implementación de acciones efectivas y viables ambiental, social, y económicamente para enfrentar los problemas relacionados con el deterioro de la biodiversidad y el desarrollo sostenible.

D. Refuerzo de capacidades

Teniendo en cuenta que las cadenas de valor involucran a múltiples actores, quienes deben responder a condiciones variables, es primordial contar con una capacidad de respuesta adecuada, acorde con los escenarios presentados. Es en esta medida que la transferencia y el refuerzo de las capacidades de los socios, colaboradores y beneficiarios, se constituyó como un práctica clave.

A través de un enfoque sistémico, el Proyecto fue capaz de establecer conexiones entre los actores involucrados y, mediante servicios de asesoría, acompañar procesos de corto y mediano plazo, reforzando en la práctica habilidades individuales y colectivas para entender y superar las trabas que se presentan en el desarrollo del biocomercio, en los diferentes niveles.

2. Las temáticas

El Proyecto Biocomercio Andino definió siete componentes de trabajo, los cuales, para efecto de sistematización, fueron agrupados en cuatro áreas principales de intervención, las cuales se trabajaron teniendo en cuenta los principios nombrados anteriormente, y tomando como base el compromiso de los aliados por el desarrollo sostenible y la integración regional.

Componente	Temática
1 Facilitar el desarrollo y racionalización de políticas	1 Gobernanza y Ambiente Favorable al biocomercio
2 Incrementar el acceso a los mercados	2 Acceso a mercados
3 Mejorar la adquisición y acceso a información sobre productos y mercados	
4 Apalancamiento de recursos financieros para iniciativas de biocomercio	3 Acceso a financiamiento para biocomercio
5 Formar capacidades empresariales y contribuir con el entendimiento del biocomercio	4 Sostenibilidad en las cadenas de valor de biocomercio
6 Apoyar proyectos piloto para negocios basados en biodiversidad	
7 Elaborar y divulgar las estrategias de sistematización y divulgación de información	*Componente trasversal a toda la ejecución como elemento clave para la sistematización de la información detallada en III d y e, y comunicada a través de los diferentes espacios de difusión*

Temática 1. Gobernanza y ambiente favorable de negocios

Las condiciones del entorno político y regulatorio afectan de manera directa las dinámicas comerciales, favoreciendo o dificultando la viabilidad de las cadenas de valor. De esta manera, uno de los temas importantes a trabajar para fomentar el biocomercio, es la gobernanza y ambiente favorable para los negocios, en respuesta al fortalecimiento de políticas.

Para el Proyecto Biocomercio Andino, esta temática estuvo orientada hacia dos objetivos estratégicos: el refuerzo a un marco regulatorio adecuado para esa actividad económica y el fortalecimiento del diálogo y la coordinación, tanto horizontal, como vertical entre las diferentes instancias de gobierno, sociedad civil y sector privado.

Con este marco, se buscó incidir, en el nivel macro de intervención, en los aspectos que influyen sobre la dinámica de uso de biocomercio, a través del diálogo en espacios políticos y de toma de decisiones, para lograr un mejor ambiente de negocios.

En el nivel micro, se buscó reforzar capacidades, e internalizar los principios de gestión que propone el biocomercio.

Temática 2. Acceso a mercados para productos y servicios de biocomercio

Conscientes de que el mercado es el elemento dinamizador para el desarrollo de iniciativas empresariales que incluyan el uso de recursos nativos bajo modelos inclusivos, es imprescindible considerar actividades que promuevan el acceso a los mercados y promuevan el acceso a la información.

Bajo este contexto, el PBA buscó calificar la oferta y ampliar la capacidad de penetración en segmentos claves del mercado nacional e internacional. Algunas de las actividades de intervención que se incluyeron fueron:

a. Refuerzo de relaciones comerciales a lo largo de la cadena de valor

b. Asesoría en buenas prácticas comerciales

c. Difusión de inteligencia de mercado

d. Participación en plataformas comerciales especializadas.

Temática 3. Acceso a herramientas y servicios financieros

Para las iniciativas del biocomercio en la región el acceso a financiamiento representa un enorme reto, debido a que el sector financiero desconoce en su mayoría las dinámicas y potencialidades de los productos de la biodiversidad nativa, en tanto, supone una alta incertidumbre que se refleja en mayores condiciones para la concesión en cuanto a tasas y requisitos, limitando el acceso competitivo a créditos.

Para el Proyecto Biocomercio Andino el intervenir sobre la generación de alternativas financieras fue una prioridad, buscando incidir sobre:

a. La creación de instrumentos financieros adaptados y dirigidos a los productos de biocomercio.

b. El mejoramiento del conocimiento de las características y potencialidades de los productos de biocomercio dentro del sector financiero.

c. La difusión de las posibilidades de acceso a financiamiento para las empresas.

A partir del abordaje de las temáticas de acceso a mercados y al financiamiento, se buscó incidir en el nivel meso de la intervención, a través de la generación de información de productos y mercados y el refuerzo de las alternativas financieras para las iniciativas de biocomercio.

Temática 4. Sostenibilidad en las cadenas de valor

Mejorar la sostenibilidad de las cadenas de valor es una de las principales estrategias para la promoción efectiva del biocomercio en la región. Bajo esta óptica, se definieron prácticas de gestión que estimularan la competitividad y sostenibilidad, incluyendo intervenciones para:

a. Fomentar el uso sostenible de la biodiversidad

b. Reforzar las capacidades productivas teniendo como referencia estándares de calidad y sostenibilidad

c. Configurar modelos que mejoren la competitividad de las transacciones a través de negocios inclusivos.

Esta temática buscó incidir sobre el nivel micro de la intervención del Proyecto, trabajando de manera directa con proyectos piloto, correspondiente a iniciativas empresariales con interés en desarrollar el biocomercio como modelo de gestión, a través del apoyo para la implementación de prácticas de competitivas, bajo parámetros de sostenibilidad.

A partir de la propuesta metodológica de intervención, el Proyecto y sus aliados buscaron promover el desarrollo de cadenas de valor, como mecanismo efectivo para la conservación de los recursos y la disminución de la pobreza, mediante diferentes intervenciones, que permitieron alcanzar resultados concretos y desarrollar la experiencia que puede ser alcanzada dentro y fuera de la región Andina.

Así mismo, con el fin de promover la replicabilidad y sostenibilidad de la intervención, a partir del componente 7, se definieron las estrategias de comunicación y de intercambio de conocimientos por medio de diferentes plataformas y eventos que se realizaron a lo largo del proyecto y que son descritas más adelante.

Sección 2.
Experiencias Desarrolladas

II. Resultados

El Proyecto Biocomercio Andino a partir de la intervención realizada en los tres países obtuvo resultados en el nivel macro, en la forma de políticas y ambiente de negocios, en el nivel meso, reforzando instancias de gobierno para acceso a mercados y financiamiento y en nivel micro, en las iniciativas piloto.

Así mismo, generó vía efecto multiplicador, otros resultados con impacto directo en el desarrollo del mercado y en la consolidación del modelo de negocios que propone el Biocomercio en los sectores de alimentación, farmacéutico, cosmético y turismo Sostenible, estimulando el movimiento de cambio sistémico. De esta manera, se obtuvieron cinco tipos de resultados:

a. Impactos y cambio sistémico:

Corresponde los indicadores, metas y resultados planificados por la estructura del Proyecto. Describe los resultados obtenidos por las temáticas y componentes, los indicadores clave de Impacto y analiza el cambio generado.

b. Experiencias piloto:

Describe los resultados de la intervención en iniciativas piloto apoyadas de manera regional, y analizadas de forma sectorial. Así mismo, ofrece una breve descripción de las actividades de refuerzo de capacidades realizadas y de cómo los resultados obtenidos contribuyeron a aumentar el cumplimiento de los principios de Biocomercio.

c. Logros en las capacidades desarrolladas:

Describe las principales capacidades que el Proyecto reforzó y desarrolló de manera individual y colectiva, reforzando la capacidad de gestión, la colaboración multisectorial, entre otras.

d. Herramientas desarrolladas:

Presenta las herramientas generadas durante la ejecución de las intervenciones, que funcionaron de manera exitosa y que pueden ser aplicadas en otras intervenciones de similar naturaleza en la región.

e. Productos de conocimiento y red:

Realiza una breve descripción de los principales productos de conocimiento desarrollados e indica su disponibilidad para consulta. Así mismo se realiza descripción corta de la red establecida.

De acuerdo con lo anterior, a continuación se presentan los **resultados logrados en cada uno de los puntos descritos:**

A. IMPACTOS Y CAMBIO SISTÉMICO

En Colombia, Ecuador y Perú, el Proyecto Biocomercio Andino respaldó el fomento de actividades de biocomercio mediante la incidencia sobre normas y políticas, el desarrollo de herramientas y capacidades regionales para mejorar la gestión del uso y comercialización de los recursos, facilitando el acceso a recursos financieros.

De esta manera, se generaron cambios favorables que permitieron desarrollar y fortalecer cadenas de valor sólidas, mediante la intervención realizada en cuatro temas principales de trabajo priorizados: **a.** Gobernanza, **b.** Acceso a mercados, **c.** Financiamiento, y **d.** Sostenibilidad en las cadenas de valor. Además, se obtuvieron en total ocho parámetros de cambio de las condiciones para el desarrollo del biocomercio en la región, que impactaron en miles de hectáreas manejadas sostenibilidad, y en el incremento de las ventas.

Teniendo en cuenta lo anterior, y desde una perspectiva integral, el Proyecto superó ampliamente todas las metas de intervención propuestas. Los siguientes fueron los temas abordados y los principales parámetros de cambio obtenidos regionalmente.

COMPONENTE: FORTALECIMIENTO DE POLÍTICAS

TEMA 1. GOBERNANZA Y AMBIENTE FAVORABLE DE NEGOCIOS

Los estudios preliminares realizados por el Proyecto[21], referentes a los marcos legales e institucionales relacionadas con el biocomercio en la región, identificaron varias problemáticas asociadas que limitan el desarrollo de este modelo de actividad económica en los países; entre ellos se destacan:

- Falta de conocimiento reflejada en insuficiencias e inconsistencias de las normas relacionadas con el biocomercio y la dispersión en instrumentos diferentes, dando lugar a ambigüedades y contradicciones.
- Deficiencia en procedimientos y protocolos establecidos, por ejemplo, para aplicar los planes de gestión o para conseguir una certificación.
- Difícil acceso a los incentivos que establecen distintos marcos locales, debido a procedimientos complicados y costosos, lo cual limita la aplicación de las normas, poniendo en entredicho la legalidad de diversas actividades.

Basado en lo anterior, el PBA identificó la necesidad de fomentar espacios habilitadores nacionales para promover el biocomercio a través del diseño de lineamientos, principios y protocolos operacionales, que fueran integrados en las políticas y los marcos legales nacionales. De esta manera, se preparó el terreno para la incorporación, a más largo plazo, del biocomercio en la planeación del desarrollo nacional y en los procedimientos presupuestales.

Es así como desde el fortalecimiento de políticas asociadas al biocomercio, el Proyecto realizó una serie de actividades relacionadas con la revisión de propuestas nacionales para los marcos institucionales y legales, la generación de propuestas para una mayor armonización de normas y salvaguardas entre los países participantes y el desarrollo de programas de entrenamiento en políticas y regulaciones asociadas al tema.

A partir de la ejecución de estas actividades, se obtuvieron tres parámetros de cambio principales, que promueven la estructuración e internalización del Biocomercio para la región, en forma de políticas, programas, normativas y otras iniciativas puntuales que estimulan un salto en la inversión e innovación realizada, por parte de los actores involucrados en las cadenas de valor.

21. Cabrera J. Identificación de reformas legales y normativas que se propondrán en el ámbito regional. CAF-FMAM PDF-B. Proyecto para el suministro de financiación para negocios de la biodiversidad y apoyo a desarrollo de actividades de mercado en la Región Andina. Marzo de 2006.

Parámetro de cambio 1.
Incremento de la institucionalización del biocomercio en políticas públicas nacionales, delimitando lineamientos claros y actualizados asociados con la gobernanza e integración regional.

El Proyecto Biocomercio Andino aportó a la creación, actualización y operativización de las estructuras de política del biocomercio en Colombia, Ecuador y Perú, influyendo de manera directa en la institucionalización dentro de los marcos políticos existentes, permitiendo la continuidad y proyección en el tiempo de acciones que promuevan el comercio de producto nativos basado en principios de sostenibilidad. De esta manera, fue posible establecer lineamientos claros y actualizados, e incidir en la gobernanza del biocomercio en estos tres países.

En Colombia, la Estrategia Nacional de Negocios Verdes y Biocomercio se encontraba desactualizada. Durante el Proyecto se realizó una propuesta de ajuste a los lineamientos estratégicos y operatividad del mismo. Así mismo se aportó en la construcción de cinco Planes Regionales de Negocios Verdes con miras a su implementación en dicho ámbito.

Con respecto a Ecuador, el biocomercio no figuraba en ninguna política estratégica de desarrollo. Con la intervención del Proyecto, fue posible incluir el concepto en el Plan Estratégico de Desarrollo - Buen Vivir, lo que permitió no solo la inclusión del tema en las políticas e intervenciones del Ministerio del Ambiente, sino también la asignación presupuestal al Fondo de Iniciativas de biocomercio por valor de US$ 3.5 millones, destinados a proyectos concursables de comunidades y cadenas de biocomercio. Igualmente, el Proyecto desarrolló una propuesta presentada al Ministerio del Ambiente, para la estructuración de la Comisión Interinstitucional de Biocomercio en el país cuyo objeto es operativizar acciones concretas para el fomento.

Por su parte Perú ya contaba con una estructura política y el Ministerio de Ambiente estaba frente a la actualización de la Estrategia para la Comisión Nacional de Biocomercio, por lo que el Proyecto tuvo un impacto operativo en la ejecución de líneas estratégicas del Programa Nacional de Biocomercio.

Parámetro de cambio 2.
Escenario regional normativo asociado al biocomercio más ajustado, viabilizando el acceso a los mercados de manera competitiva.

El Proyecto realizó aportes en los lineamientos de las normativas y regulaciones nacionales e internacionales, con el fin de favorecer y fomentar el uso de los recursos nativos bajo parámetros de comercio sostenible en los países y su acceso competitivo a los mercados, disminuyendo efectivamente las inconsistencias en las regulaciones asociadas al uso de los recursos de la biodiversidad nativa.

14 Documentos desarrollados
para afrontar barreras arancelarias y no arancelarias

Colombia 7 documentos.
Por ejemplo: Desarrolló la propuesta de selección y ruta institucional de frutos amazónicos y plantas medicinales, en el contexto de la regulación de la Unión Europea.

Ecuador 3 documentos.
Por ejemplo: Presentó la propuesta de enmienda a los apéndices I al II de Cites sobre vicuña lo cual permite su comercialización. Fue aceptada por Cites.

Perú 4 documentos.
Por ejemplo: Trabajó en el Grass sacha inchi aceite para 3 empresas peruanas, obteniendo la aprobación de acceso al mercado Norte Americano.

21 Documentos de soporte
para mejorar los procesos normativos del biocomercio

Colombia 11 documentos.
Por ejemplo: Realizó tres guías legales ambientales de biocomercio (Fauna silvestre y pesca sostenible, productos maderables y no maderables y ecoturismo), las cuales se entregaron a entidades públicas, institutos de investigación y otros aliados, para conocer y cumplir los lineamientos normativos.

Ecuador 5 documentos.
Por ejemplo: Desarrolló una consultoría para formular una propuesta normativa de manejo sostenible de productos no maderables.

Perú 5 documentos.
Por ejemplo: Efectuó un análisis de la compensación económica establecida en la ley 27811.

De esta manera se desarrollaron y entregaron **14 documentos técnicos a instancias de negociación internacional relacionadas con barreras arancelarias y no arancelarias** a nivel regional. A partir de ellos se dotó de insumos para la toma de decisiones, los cuales redundan en propuestas concretas de ajuste normativo.

Así mismo, fueron entregados **21 insumos técnicos a las entidades reguladoras nacionales para mejorar los procesos normativos de uso y aprovechamiento de la biodiversidad** en los tres países. En Perú por ejemplo, se realizó el análisis de la compensación económica establecida en la ley 27811 (ley que establece el régimen de protección de los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas vinculados a los recursos biológicos). El documento, fue entregado a la Comisión Nacional de Biocomercio, como insumo para la toma de decisiones relacionadas con conocimiento tradicional asociado.

Contar con regulaciones más ajustadas, facilita y fomenta el biocomercio como un modelo de gestión exitoso del uso de los recursos de la biodiversidad nativa, con normativas acordes con las características de las dinámicas temporales, sociales y ambientales de los productos, viabilizando su uso y acceso a los mercados.

Parámetro de cambio 3.
Capacidades de respuesta fortalecidas para la regulación y promoción de actividades de uso de los recursos nativos a través del biocomercio, dentro de los contextos de las normativas nacionales e internacionales vigentes.

Reconociendo la importancia de la generación de conocimientos y el fortalecimiento de capacidades como elementos relevantes para mejorar la gobernanza y crear un ambiente favorable de negocios, más de 1.359 personas pertenecientes a entidades relacionadas con el biocomercio, fueron capacitadas en temas de normatividad de uso y aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, generando capacidades para la toma de decisiones en la región.

En el caso de Colombia, por ejemplo, se capacitaron 1006 personas, representantes de las Corporaciones Autónomas Regionales, Universidades y funcionarios de los Ministerios de Ambiente y Desarrollo Sostenible; Agricultura y Desarrollo Rural; Comercio, Industria y Turismo, en reglamentaciones y normativas internacionales, nacionales y regionales.

De esta manera, actualmente se cuenta con funcionarios públicos más informados respecto a las dinámicas, características y potencialidades del uso de recursos nativos, bajo parámetros de biocomercio, y con capacidad técnica desarrollada para orientar emprendimientos y tomar decisiones informadas, respecto a trámites y permisos necesarios para la comercialización de los mismos.

A partir de la intervención sobre el fortalecimiento de la institucionalización del biocomercio en políticas públicas nacionales, fue posible disminuir las inconsistencias de las regulaciones y normativas, y contar con funcionarios públicos capacitados en el tema, aportando significativamente a la generación de un escenario propicio para que las iniciativas empresariales, que hacen uso de recursos de la biodiversidad nativa, puedan insertarse en distintos mercados de manera competitiva, así como ajustarse al cumplimiento del principio seis de biocomercio, que promueve el cumplimiento de la legislación nacional e internacional.

1359 personas capacitadas
en los siguientes temas:

En Colombia se capacitaron 1006 profesionales, en:

- Negociaciones internacionales en temas de ABS, Acceso a Recursos Genéticos, COP, Protocolo de Cartagena.
- Lineamientos de políticas nacionales.
- Acciones concretas para la gestión de las Autoridades Ambientales regionales en negocios de biocomercio.

En Ecuador se capacitaron 189 profesionales, en:

- Principios y Criterios de biocomercio.
- Normativas y Legislación nacional relacionada con el tema
- Convenios internacionales suscritos por Ecuador en relación a con este modelo de negocio
- Gestión de la vida silvestre en Ecuador.
- Flujo de trámites para la obtención de permisos y licencia.

En Perú se capacitaron 164 profesionales, en:

- Introducción al concepto de biocomercio.
- Distribución justa y equitativa de beneficios.
- Sostenibilidad Socio- económica.
- Ejercicios prácticos: Evaluación de cadena de valor e identificación de iniciativas de biocomercio.

¿Qué aprendimos?

Con el fin de promover el fortalecimiento de políticas, para generar un ambiente favorable de negocios para el biocomercio, se identificaron los siguientes aprendizajes:

Respecto al Proyecto

- Es importante considerar, que si bien los aspectos legales fueron trabajados en el nivel de gobierno central y las propuestas se incorporaron en su mayoría en las políticas nacionales, existe una debilidad para establecer mecanismos efectivos para su implementación en los niveles locales, lo cual conduce a procesos de trámite y obtención de permisos complejos y extensos. Por ello, este esquema de requisitos aún constituye una barrera al biocomercio. Por tanto, es indispensable involucrar a los actores regionales y locales dentro de las estrategias e intervenciones, como una forma de descentralización y generación de capacidades, logrando un diálogo entre lo local y lo nacional. De la misma manera, es importante articular los actores públicos y privados en diferentes niveles, que permitan dinamizar los procesos, generando sinergias y alianzas estratégicas.

- La capacitación de actores gubernamentales, condujo a un mejor entendimiento de los conceptos del biocomercio y su incorporación en las prácticas empleadas en las intervenciones para conservación y aprovechamiento sostenible de la biodiversidad a través de iniciativas productivas de los ministerios en los países. Sin embargo, se requiere continuar trabajando en la actualización y trasferencia de conocimientos y procedimientos adoptados por el nivel central, hacia los niveles locales, a fin de disminuir las barreras que puedan generarse, considerando además ciclos regulares de capacitación.

- De acuerdo con la experiencia de los países, es necesario generar y reforzar espacios de discusión y planificación de estrategias interinstitucionales para el fomento del biocomercio a nivel nacional, con el fin de responder a los retos para el desarrollo del tema en los países. En esta medida, espacios como la Comisión Nacional de Biocomercio en Perú, mostraron buenos resultados bajo actividades coordinadas.

Para futuras intervenciones

- Los procesos de articulación interinstitucional y la incidencia sobre normativas son procesos lentos. Así, las acciones que se prioricen, deberán considerarse desde el inicio, contando además con identificaciones previas y estrategias de intervención definidas.

- La divulgación normativa y regulatoria relacionada con las actividades de biocomercio es fundamental para las empresas. Por ello, la elaboración de documentos de consulta en lenguajes acordes y según los públicos objetivos, son un punto de partida en la difusión y socialización de las normas existentes para las diferentes categorías de este tipo de actividad económica.

- El apoyo a los proyectos piloto es importante para evaluar las necesidades y elevarlas a instancias de toma de decisiones, generando una demanda en el ajuste de la normatividad y requerimientos conjuntos que permitan el acceso exitoso a los mercados.

- La identificación de barreras para el biocomercio y de los incentivos de una manera puntual, son relevantes para determinar las políticas de desarrollo y generación de acciones para futuras intervenciones.

COMPONENTES: ACCESO A MERCADOS E INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS Y MERCADOS

TEMA 2. ACCESO A MERCADOS PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS DE BIOCOMERCIO

Durante la formulación del Proyecto, se identificó un inadecuado acceso a los mercados nacionales e internacionales, debido principalmente a:

- Limitaciones en los procesos de producción, presentándose pequeñas escalas no sostenibles económicamente, y con volúmenes insuficientes para atender la demanda del mercado y en la calidad requerida
- Escasa información científica y procesos tecnológicos, que se traduce en productos con bajo valor agregado y de menor valor comercial.
- Falta de información de mercados (relacionados con oferta, demanda, precios y preferencias de consumidor y producto) e inaccesibilidad a la misma.

De acuerdo con lo anterior, y conscientes de la relevancia del mercado como elemento determinante del éxito, para la viabilización del uso de los recursos con potencial para el biocomercio en la región, el Proyecto buscó incrementar el acceso a los mercados así como la generación y accesibilidad a la Información sobre los productos y mercados de biocomercio, realizando programas de fortalecimiento en logística y calidad, actividades relacionadas con la promoción comercial, investigación para la innovación, generación de valor agregado, entre otras. Toda la información obtenida, buscó ser difundida a través de la creación de redes de conocimiento, aportando a la toma de decisiones relacionadas con el mercado y productos, de manera informada.

A partir de la ejecución de las actividades planificadas para aportar en el acceso a los mercados, se obtuvieron tres parámetros de cambio principales.

Parámetro de cambio 4. Reconocimiento de la inversión en investigación aplicada, como práctica fundamental de la innovación y generación de valor agregado, que permite el acceso competitivo a nuevos mercados.

Cerca de 40 empresas de la región, participaron en el **desarrollo de 58 productos resultado de la investigación aplicada.** De esta manera, se promovieron procesos innovadores dentro de la gestión del trabajo bajo esquemas de biocomercio, para lograr cadenas más competitivas y ajustadas a los requerimientos cambiantes de los mercados.

Es así como se obtuvieron varios efectos, pasando de la comercialización de insumos a productos con mayor valor agregado,

58 Productos innovadores desarrollados:

En Colombia se desarrollaron 24 productos.
Por ejemplo: la empresa Biocombustibles S.A. desarrolló a partir de sacha Inchi, capsulas 3,6,9, las cuales fueron presentadas en la Feria Incosmetic 2014 en Alemania.

En Ecuador se desarrollaron 10 productos.
Por ejemplo: la Fundación Chankuap fortaleció la línea cosmética IKIAM, aplicando criterios de "green chemistry" y "cosmetología orgánica".

En Perú se desarrollaron 24 productos.
Por ejemplo: la empresa SHIWI S.A.C. desarrolló 5 nuevos productos a base de castaña, cuyos productos fueron presentados en las Ferias Expoalimentaria y Mistura 2014, con ventas proyectadas de US$ 30,000 anuales.

con impacto en la transformación de la base productiva:

- **Colaboración entre empresas y centros de investigación**
- **La utilización de bases de conocimiento para superación de barreras comerciales**
- **El refuerzo al registro de marcas y patentes**
- **La inversión en investigación y desarrollo**
- **Innovación de procesos para aumentar la competitividad**
- **Experiencia en colaboración multisectorial.**

De esta manera se facilitó el hecho de que la oferta de biocomercio fuera adecuadamente calificada, atendiendo a criterios perceptibles de calidad para el establecimiento de ventajas comparativas en el mercado de destino.

Parámetro de cambio 5.
Adopción de nuevos canales de comercialización para el acceso y la diversificación de mercados.

157 empresas pilotos participaron de actividades relacionadas con la promoción y acceso a mercados tales como plataformas comerciales, ruedas de negocios y pasantías, estrategias exitosas para incursionar en nuevos mercados, logrando una diversificación de clientes y una mayor difusión de los productos.

Con la participación en nuevos canales de comercialización, las empresas beneficiarias cuentan con nuevos conocimientos relacionados con las dinámicas de los mercados, otorgando mejores capacidades de respuesta ante los requerimientos cambiantes de la demanda, pudiendo destacar:

- **Conocimiento de tendencias y requisitos de acceso**
- **Costo beneficio de la Inversión en la diversificación de canales**
- **Características de la competencia**
- **Perfil de los compradores**
- **Colaboración multisectorial para posicionamiento de productos nativos.**

Cuadro: ¿A qué plataformas comerciales se asistió?

Ferias	Número de ferias por país		
	COL	ECU	PER
BIOFACH (2013, 2014)	1	2	8
Incosmetic (2013, 2014)	8	3	2
Expoalimentaria (2013, 2014)	-	5	24
Mistura (2013, 2014)	6	-	13
Anuga (2013)	1	-	2
Otras Ferias Nacionales	9	4	1
Otras Ferias Internacionales	14	18	36
TOTAL	**39**	**32**	**86**

Parámetro de cambio 6.
Valoración y acceso a la información y uso de inteligencia de mercados para la toma de decisiones informadas.

Con el fin establecer métodos efectivos para transmitir la información y articular nuevos actores, se definieron **7 de mecanismos de distribución de información de biocomercio a nivel regional.**

Estos mecanismos permitieron ampliar el radio de influencia y comunicación del Proyecto, reforzando procesos de aprendizaje e intercambio de conocimientos.

De esta manera se lograron más de **413,710 usuarios de los sistemas de información,** fortaleciendo las redes y los sistemas de información sobre los mercados de productos de biocomercio.

Se trabajó además en la investigación y realización de 12 estudios de mercado, así como su sistematización, publicación y diseminación. Todos disponibles en la plataforma regional **www.biocomercioandino.org**

Así mismo, se realizaron **21 análisis sectoriales sobre biocomercio,** como información que permitió perfilar la prioridad de los sectores en los países.

Las organizaciones aprendieron a valorar y a utilizar la información de mercado, contribuyendo a mejorar la toma de decisiones de gestión y de comercialización. Esto dio credibilidad y fuerza al Proyecto, creando apertura para la adopción de nuevas prácticas, tales como las sugeridas por los principios de biocomercio.

21 análisis sectoriales
de mercado de biocomercio

En Colombia se desarrollaron 12 análisis sectoriales, como:

- El Análisis sectorial del cacao fino y de aroma

En Ecuador se desarrollaron 3 análisis sectoriales, como:

- Perfil actualizado del turismo sostenible, principales elementos que caracterizan la oferta turística en Ecuador y las oportunidades de la industria del turismo sostenible nacional.

En Perú se desarrollaron 6 análisis sectoriales, como:

- Estudio de mercado de cosméticos con base en productos naturales

¿Qué aprendimos?

El acceso a los mercados es la base dinamizadora para sustentar las actividades de biocomercio, incentivando al sector privado a incursionar en el uso de la biodiversidad nativa, incluyendo prácticas de sostenibilidad en su gestión. Con base en lo anterior, algunas de las principales lecciones aprendidas fueron:

Respecto al Proyecto

- Las actividades de fortalecimiento para el acceso a los mercados de los proyectos piloto a través de la participación en ferias, estudios de mercado, desarrollo de productos, innovación de procesos, misiones de aprendizaje, entre otras, permitieron el fortalecimiento comercial para el acceso a los mercados nacionales e internacionales del biocomercio de las empresas participantes, aportando de manera directa a la generación de capacidades comerciales e incremento de su competitividad, lo que se reflejó en el aumento de sus ventas. Este aspecto es uno de los más importantes para empresas basadas en estos principios que se encuentran en la etapa de crecimiento, apertura de nuevos mercados y diversificación de nuevos productos. Sin un diagnóstico comercial, estrategias de mercado definidas y caracterización de los potenciales clientes, estas empresas presentarían dificultades al estimar condiciones de mercado que no se adaptan a su producto final.

- Se identificó una fuerte debilidad comercial en las iniciativas de biocomercio de la región; por tanto, es necesario generar en los países unidades definidas que puedan brindar asesoría gratuita, que permitan cubrir las necesidades de apoyo básicas para las empresas como la implementación y obtención de certificaciones y licencias, registro de marcas, investigación e innovación entre otros. Esto contribuiría a fortalecer la gestión empresarial, ya que no existen oportunidades de financiamiento de este tipo de actividades para el crecimiento de las empresas, lo que en muchos casos hace que se mantengan con mercados y ganancias limitados.

Para futuras intervenciones

- Las misiones tecnológicas constituyen una buena práctica para iniciativas que buscan acceder a nuevos mercados. Son ideales para micro y pequeñas empresas, quienes a través de convenios con otras instituciones, pueden participar de espacios de intercambio y aprendizaje, identificando tendencias, nuevas tecnologías, competidores. De esta manera, empresas que no están preparadas para exponer en plataformas comerciales especializadas, pueden participar, generando valor agregado en su gestión y estrategias empresariales.

- La creación de redes y espacios de conversación e intercambio entre empresas, es relevante para el posicionamiento de los productos en los mercados. Es importante identificar temas específicos de interés común, que fortalezcan la interacción y sinergia entre empresas, buscando nutrir la red, dándole sostenibilidad en el tiempo. Por otra parte, las empresas valoran que existan espacios de encuentro entre ellas donde puedan conocer e intercambiar experiencias para retroalimentarse y mejorar sus intervenciones.

- Para el desarrollo de productos innovadores, las alianzas estratégicas, en donde se potencializan recursos y conocimientos con entidades, generan resultados rápidos y eficientes que aportan valor agregado a las empresas.

COMPONENTE: APALANCAMIENTO DE RECURSOS FINANCIEROS

TEMA 3. ACCESO A HERRAMIENTAS Y SERVICIOS FINANCIEROS

El Proyecto identificó que el biocomercio en la región enfrentaba enormes retos para el acceso a la financiación debido a:

- Existía una carencia de alternativas financieras distintas a las que ofrecía el sector bancario.
- Elevadas tasas de interés impiden que los productores fijen precios competitivos y tengan un margen adecuado de utilidades en sus productos.
- El sector financiero tradicional no ha creado líneas de financiación específicas para productores que utilizan productos nativos, que hagan un aporte a la conservación de la biodiversidad.
- Se presentan limitaciones económicas en las empresas de biocomercio, lo que dificulta que los productores llenen los requisitos del sector bancario, y puedan cubrir las garantías requeridas, las cuales están diseñadas para el mercado tradicional.

Para solventar lo anterior, a través del Apalancamiento de productos financieros, el Proyecto, buscó el acceso al financiamiento de las iniciativas empresariales que viabilicen la inversión pública y privada en aspectos clave de las cadenas de valor, promoviendo la trasformación productiva de bienes y servicios de alto valor agregado y la innovación.

El Proyecto realizó **capacitaciones para los principales actores en el sector financiero sobre los riesgos y oportunidades de negocios del biocomercio,** vinculando a **173 personas de entidades financieras y agencias de desarrollo local, quienes recibieron entrenamiento en herramientas de biocomercio:** 87 en Colombia, 30 en Ecuador y 56 en Perú.

A partir del trabajo de vinculación y capacitación con las entidades financieras en los tres países, se crearon **12 líneas y esquemas de financiamiento dirigidas a iniciativas de biocomercio** (7 en Colombia, 2 en Ecuador, 3 en Perú), existiendo en la actualidad **Instrumentos financieros adaptados y dirigidos de manera específica,** a los cuales las iniciativas pueden acceder.

Finalmente, se involucraron empresas para realizar la trasferencia del acceso al financiamiento disponible en su país, realizando **capacitaciones sobre los actuales servicios e instrumentos financieros para iniciativas de biocomercio, vinculando 137 empresas** (50 en Colombia, 17 en Ecuador, 70 en Perú). A partir de la intervención realizada, 33 empresas de la región accedieron a nuevos servicios financieros.

De esta manera, la intervención del Proyecto logró instaurar una visión regional multisectorial compartida sobre la importancia de las herramientas financieras para apalancar el biocomercio América Latina, obteniendo importantes cambios:

A partir de la vinculación del sector financiero para proveer y diseñar líneas de crédito e instrumentos financieros para las iniciativas de biocomercio, el Proyecto vigorizó el mercado y estimuló la consecución de recursos disponibles, incrementando el acceso a fuentes de financiamiento. Así se logró un parámetro de cambio.

- Personal del sector financiero con capacidades técnicas y experiencia para evaluar planes de negocios de la biodiversidad y las aplicaciones de la financiación.
- Instituciones convencionales de financiación familiarizadas con los temas y las oportunidades de negocios de la biodiversidad.
- Creación de un vínculo de beneficio mutuo entre el sector financiero y el mercado nicho.
- Iniciativas empresariales informadas respecto a las oportunidades de financiamiento.

Parámetro de cambio 7. Disponibilidad de herramientas financieras para apalancar el Biocomercio en la región.

País	Entidad	Esquema de Financiamiento						
		Crédito directo	Línea de crédito	Factoring	Capital de Inversión	Capital de Riesgo	Fondo Rotatorios	Garantías
COL	Banco Agrario de Colombia	O	O					
	Banco de Comercio Exterior de Colombia	O	O					
	Fondo Nacional de Turismo	O	O					
	Fondo Biocomercio	O	O	O	O	O	O	O
ECU	CORPEI Capital	O	O	O	O			
	PROCREDIT	O	O					O
PER	Alterfin	O	O		O			O
	Root Capital	O	O					
	Fenacrep	O	O					

Impacto generado:

Mediante las actividades desarrolladas en acceso a mercados y financiamiento para productos y servicios de biocomercio, y los efectos de cambio logrados (en innovación, canales de comercialización, acceso y uso de información de mercados/productos, y la disponibilidad de herramientas financieras), las empresas seleccionadas como proyectos piloto, presentaron un aumento en las ventas durante el acompañamiento del Proyecto.

Los 216 proyectos pilotos

a nivel regional tuvieron una variación del crecimiento de las ventas entre 2011 y 2014 del 65%

Colombia

Presentó un crecimiento promedio en ventas del 63.35%

Ecuador

Presentó un crecimiento promedio en ventas del 41.49%

Perú

Presentó un crecimiento promedio en ventas del 90%.

¿Qué aprendimos?

Para las empresas que participaron en el Proyecto, el acceso al financiamiento fue un punto crítico pues puede llegar a limitar su competitividad al contar con recursos restringidos para innovación, mejoras de procesos e infraestructura, implementación de estándares y obtención de sellos, entre otros. Con la experiencia de intervención se lograron importantes aportes y aprendizajes:

Respecto al Proyecto

- De acuerdo con la experiencia, la banca tradicional está dispuesta a abrir líneas de financiamiento para iniciativas de biocomercio, enmarcadas dentro de productos más amplios, como de banca verde.
- El proyecto incidió en la creación de instrumentos específicos y acuerdos institucionales que permitieron el apoyo financiero a las iniciativas. Las nuevas líneas de financiamiento establecidas se estructuraron de tal forma que ofrezcan condiciones de crédito competitivas, en cuanto a tasas de interés, requisitos, plazos y garantías pero que se adapten a las necesidades de los diferentes tipos y estados de los negocios de biocomercio.
- A partir de la ejecución se identificó que los atributos más valorados por las empresas que acceden a este financiamiento son la agilidad en los procedimientos para calificación de crédito y los plazos de pago que se ajustan a la realidad de sus flujos de ingresos por ciclos productivos, o temporadas estacionales.

Para futuras intervenciones

- Las iniciativas participantes evidenciaron debilidades en los temas contables, lo cual limita su acceso al financiamiento. Es importante generar capacidades en las empresas para garantizar su elegibilidad y acceso al sector financiero.
- Es necesario continuar con la divulgación de los instrumentos financieros existentes acordes con las actividades del biocomercio para las empresas, y la sensibilización hacia las entidades financieras.

COMPONENTE: PROYECTOS PILOTO

TEMA 4. SOSTENIBILIDAD EN LAS CADENAS DE VALOR

La generación de cadenas de valor articuladas y fortalecidas correctamente, constituye la base para lograr la conservación de la biodiversidad y la disminución de la pobreza de manera exitosa, a través de modelos empresariales inclusivos y con comportamientos éticos definidos ambiental y socialmente.

Durante la fase de preparación del Proyecto se identificaron limitaciones que influyen sobre el buen desarrollo de las iniciativas empresariales en la región, evidenciando que los empresarios requieren de capacitación en aspectos de gestión, contables, intercambio comercial, tributarios, técnicos y de mercado, para contar con las aptitudes que les permitan fortalecer el biocomercio con criterios de sostenibilidad.

De esta manera se definieron actividades para la articulación de entidades que promuevan el desarrollo empresarial y la generación de capacidades y acompañamiento para la implementación de los principios de biocomercio en las empresas.

Fue así como, las empresas seleccionadas y apoyadas directamente como proyectos piloto, por medio del fortalecimiento de capacidades, recibieron sustento técnico y acompañamiento para consolidar los modelos empresariales que incluían prácticas de biocomercio, obteniendo un parámetro de cambio importante sobre la generación de capacidades en la región

Parámetro de cambio 8. Disponibilidad de herramientas financieras para apalancar el Biocomercio en la región.

El Proyecto Biocomercio Andino buscó la articulación de actores que pudieran fortalecer las capacidades empresariales en los países. De esta manera, **27 entidades** en la región fueron vinculadas para que pudieran **ofrecen servicios en desarrollo empresarial para empresas de biocomercio.** Como resultado, **209 iniciativas fueron lanzadas al mercado a través de los programas de incubación.**

Por otra parte, **442 iniciativas fueron capacitadas en temas de desarrollo empresarial** (266 en Colombia, 42 en Ecuador y 134 en Perú), permitiendo la interiorización y el fortalecimiento de los conceptos relacionados con la sostenibilidad y el biocomercio mismo, obteniendo efectos importantes en la generación de plataformas colaborativas sectoriales o multisectoriales para proveer servicios técnicos basados en estos parámetros a las empresas de la región.

Así mismo, los proyectos piloto incluyeron los principios de biocomercio dentro de su gestión empresarial, lo cual delimita unos parámetros definidos de comportamiento sostenibles, reflejados en la conservación de los ecosistemas, y la generación de oportunidades laborales para las comunidades locales, generando una transformación exitosa de la base productiva.

¿Qué entidades ofrecen apoyo en la región?

Perú

1. IPNN - Instituto Peruano de Productos Naturales
2. Ceres Perú
3. Bcs Oikos
4. Imo Control
5. Valle Lamara
6. Control Unión Perú

Ecuador

1. FEDES-Fundación para el Desarrollo Empresarial y Social (antes ADE) - Sector industria Farmacéutica Y Cosmética.
2. RAINFOREST ALLIANCE - Sector Turismo Sostenible
3. UNOCACE - Union de Organizaciones Campesinas caoteras -Sector Cacao

Colombia

1. Fundación Natura
2. Corporación PBA
3. Corporación Plantta
4. Fundamaya
5. Isagen
6. CAR Corpoamazonia
7. UNCTAD
8. CAR Corpocaldas
9. Patrimonio Natural
10. UNAD-BID-FOMIN
11. ANDI - Asociación Nacional de Empresarios
12. CAR para la defensa de la meseta de Bucaramanga
13. Parques Naturales de Colombia
14. Juan N. Corpas
15. Proexport

Impacto generado:

A través de la implementación de los principios de biocomercio, una iniciativa empresarial que trabaja con productos/servicios de la biodiversidad nativa, incluye parámetros de sostenibilidad ambiental, social y económica, logrando importantes aportes positivos sobre la conservación de los recursos y reducción de la pobreza en las zonas de aprovisionamiento.

Los Proyectos piloto vinculados a los esfuerzos de capacitación y acompañamiento diseñados por el Proyecto, beneficiaron de manera directa a más de 29,000 personas, incluyendo prácticas de distribución justa y equitativa de beneficios y más de 280,000 hectáreas conservadas bajo prácticas de conservación y uso sostenible de los recursos.

216 empresas implementan biocomercio como modelo de gestión **beneficiando** de manera directa a **29,601 personas.** Incluyen **282,569 hectáreas** manejadas con criterios de sostenibilidad con un cumplimiento promedio de PyC de **79.50%.**

Detalle	Colombia	Ecuador	Perú	Regional
Hectáreas	179,601	71,695	31,273.4	282,569
Personas beneficiadas	5,844	12,963	10,794	29,601
PyC promedio final	80.10%	85%	73.40%	79.50%

¿Qué aprendimos?

El fortalecimiento de las cadenas de valor es indispensable para promover el biocomercio como un modelo de gestión válido y exitoso en Latinoamérica, para aportar a la conservación de los recursos a la vez que se genera bienestar social. A partir de la intervención del Proyecto, las principales lecciones aprendidas fueron:

Respecto al Proyecto

- Los tiempos requeridos para generar sostenibilidad en las cadenas de valor son de mediano a largo plazo. Por tanto, el tiempo de la intervención del Proyecto sobre las cadenas y sectores priorizados fue en algunos casos insuficiente para resolver asuntos específicos y comunes. El Proyecto requirió de mucho tiempo para definir los criterios de selección y procesos subsiguientes de intervención. Para futuras intervenciones, tales aspectos deberían ser considerados desde la planificación, con el fin de optimizar y maximizar los esfuerzos dentro de los periodos de ejecución.

- Las herramientas diseñadas para fortalecer las capacidades de las empresas tales como los planes de bionegocios o las evaluaciones de principios y criterios de biocomercio, deben estar acompañados de procesos de implementación hacia las empresas, de acuerdo con las necesidades de fortalecimiento requeridas. Las herramientas en sí mismas no fortalecen a las empresas. Para ser dinámicas, se debe contar con un plan de trabajo y un acompañamiento continúo para su internalización e implementación exitosa, a partir del refuerzo de capacidades individuales y colectivas, e inversión directa.

Para futuras intervenciones

- El modelo de alianzas y redes entre actores públicos y privados es fundamental para el trabajo con las empresas. Lo anterior, brinda la posibilidad de contar con aliados cuya experiencia específica aporta a las necesidades empresariales identificadas, generando sostenibilidad para el apoyo de las iniciativas de biocomercio una vez finalicen las intervenciones.

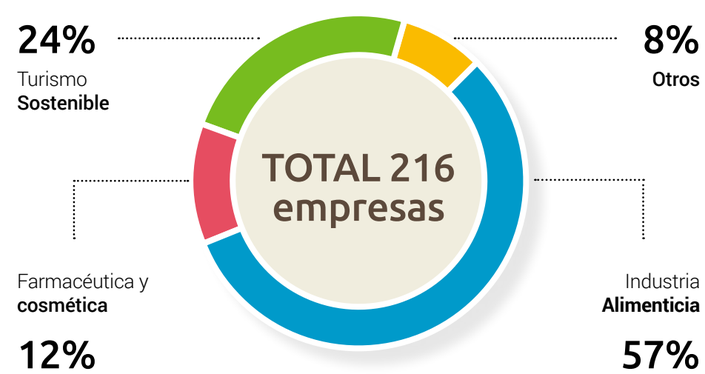
- Identificar y priorizar sectores de intervención de manera regional, de acuerdo con parámetros comunes para los países, puede ser una buena estrategia para implementar las acciones sobre los proyectos piloto. De esta manera será posible generar espacios colectivos de participación y la creación de sinergias regionales.

B. EXPERIENCIAS PILOTO

El Proyecto Biocomercio Andino apostó por el trabajo de fortalecimiento de iniciativas empresariales que realizaban uso de productos/servicios de la biodiversidad nativa en la región y que cumplieran con ciertos criterios mínimos de precaución[22], para fomentar la implementación de los principios de biocomercio dentro de la gestión empresarial.

Para ello, **216 empresas** de los sectores alimenticio, farmacéutico y cosmético, turismo sostenible y otros sectores como zoocría, artesanías, gastronomía etc, fueron identificadas como iniciativas piloto, para abordar las diferentes temáticas de fortalecimiento sobre las cadenas de valor, con una inversión de más de **US$ 3,000,000** a nivel regional por parte del Proyecto y US$ 3,000,000 en contrapartida de los piloto.

El presente capítulo describe las principales características de las iniciativas piloto, el desempeño en la implementación de los principios de biocomercio, así como las principales actividades desarrolladas por las empresas piloto en la región.



Colombia
100 empresas

Ecuador
51 Empresas

Perú
65 Empresas.

22. Los principio de precaución o mínimos que debieron cumplir las iniciativas empresariales en los países fueron:

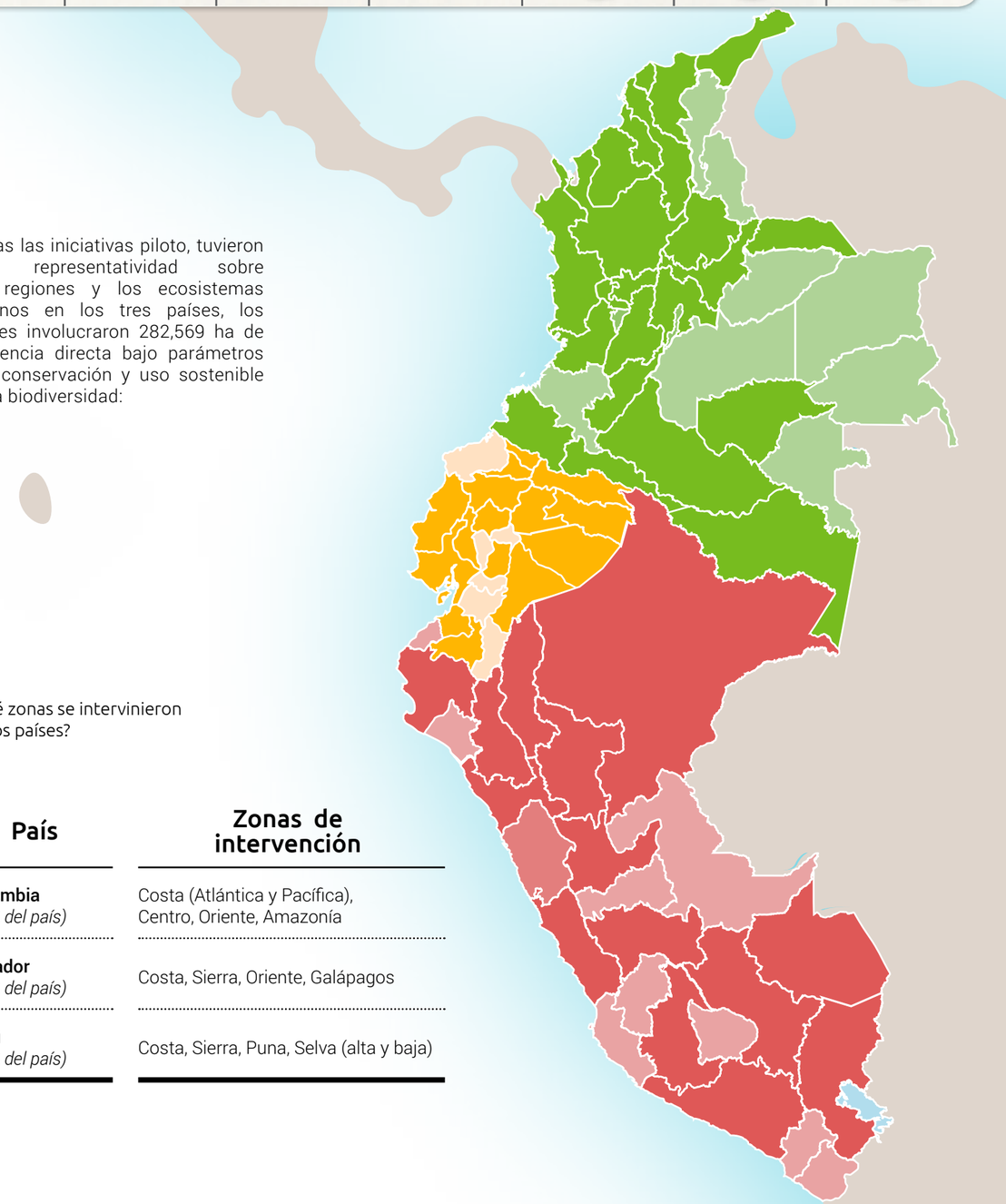
- No usar organismos genéticamente modificados
- No utilizar pesticidas vetados
- No especies foráneas invasoras
- No uso de especies Cites I

1. Principales características de las empresas piloto

Las empresas que se trabajaron como iniciativas piloto incluyeron una gran variedad de especies y productos como el cacao nativo (*Theobroma cacao*) con 29 proyectos pilotos regionales o el ecoturismo y turismo comunitario con 56 proyectos pilotos regionales con gran representatividad de ecosistemas, tratándose de cadenas de valor comunes para los tres países, y con potencial de intervención regional. El detalle de los principales productos/servicios trabajados por los países se muestra a continuación:

Sectores	Colombia	Ecuador	Perú
Alimenticio	**Cacao,** *Theobroma cacao* **Asai,** *Euterpe oleracea*	**Cacao,** *Theobroma cacao* **Quinua,** *Chenopodium quinoa* **Uvilla,** *Physalis peruviana*	**Cacao,** *Theobroma cacao* **Quinua,** *Chenopodium quinoa* **Aguaymanto,** *Physalis peruviana*
Farmacéutico y cosmético	**Sacha inchi,** *Plukenetia volubilis*	**Palo Santo,** *Bursera graveolens* **Ungurahua,** *Oenocarpus bataua*	**Asai,** *Euterpe oleracea* **Uña de gato,** *Uncaria tormentosa*
Turismo sostenible	Ecoturismo Turismo comunitario	Ecoturismo Turismo comunitario	Ecoturismo Turismo comunitario
Otros	Artesanías de iraca *Carludovica palmata* y otros.	Fibras de alpaca Lama pacos, y otros.	Gastronomía y otros.

Todas las iniciativas piloto, tuvieron una representatividad sobre las regiones y los ecosistemas andinos en los tres países, los cuales involucraron 282,569 ha de influencia directa bajo parámetros de conservación y uso sostenible de la biodiversidad:



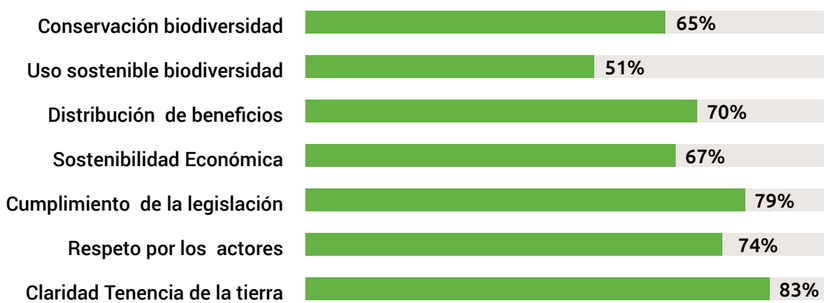
¿Qué zonas se intervinieron en los países?

País	Zonas de intervención
Colombia *(75% del país)*	Costa (Atlántica y Pacífica), Centro, Oriente, Amazonía
Ecuador *(75% del país)*	Costa, Sierra, Oriente, Galápagos
Perú *(56% del país)*	Costa, Sierra, Puna, Selva (alta y baja)

2. Implementación de los principios de biocomercio

Todas las iniciativas vinculadas al Proyecto fueron evaluadas en el nivel de cumplimiento de los principios de biocomercio, como un mecanismo efectivo que permitió establecer una línea base de las fortalezas y debilidades con respecto a los componentes de sostenibilidad ambiental, social y económica a través de los siete principios, sirviendo como insumo para la definición de las actividades a desarrollar.

Cuadro: ¿Cuál fue el nivel de cumplimiento promedio de PyC?



Las iniciativas piloto presentaron un aumento en el cumplimiento de 72.7% a 79.50%, es decir, 6.8% de aumento promedio a partir de la ejecución de las actividades trabajadas en los países, que procuraron fomentar la sostenibilidad ambiental, social y económica, bajo parámetros éticos y equitativos entre los actores que conforman la cadena.

El nivel de cumplimiento fue representantivo, teniendo en cuenta que la implementación del biocomercio como modelo de gestión por parte de las empresas, es un proceso relativamente nuevo, gradual e integral a largo plazo, que incluye aspectos ambientales, sociales y económicos. En la primera medición, se evidenció una mayor debilidad en el cumplimiento de los aspectos ambientales (principio 1. conservación y 2. uso sostenible de la biodiversidad), en aspectos como el conocimiento de la composición y funcionamiento del ecosistema trabajado, la identificación y mitigación de impactos negativos, entre otros, razón por la cual el fortalecimiento en las prácticas de uso de los recursos a través del desarrollo de capacidades fue la principal intervención realizada por el Proyecto a nivel regional.

Por su parte el principio de sostenibilidad económica presentó el tercer cumplimiento más bajo después de los aspectos ambientales con un 67% de promedio.

Las iniciativas empresariales que hacen uso de los recursos de la biodiversidad en la región Andina presentan limitaciones en el financiamiento para realizar inversiones en investigación aplicada, desarrollo de productos, acceso a plataformas comerciales, obtención de sellos, entre otras. Por esta razón, el fortalecimiento en tales temas fue priorizado por el Proyecto, con el fin de aportar a la competitividad para el acceso a los mercados de las iniciativas empresariales.

Por otro lado, el principio que presentó mayor cumplimiento en la región fue el número 7, de claridad en la tenencia de la tierra con 83% de promedio, lo cual evidencia un acercamiento con los dueños de los terrenos y la tenencia legal a partir de negociaciones y concesiones de uso de áreas protegidas, como es el caso de algunas de las actividades de ecoturismo.

Respecto a los diferentes sectores de intervención, el de turismo sostenible es el que mayor cumplimiento promedio presenta, debido a que las actividades que se realizan dentro del rubro, implican por sí mismas, la conservación de los ecosistemas e involucran las comunidades locales en dicha actividad económica; así incorporan per se varios de los principios del biocomercio. El turismo sostenible se constituye entonces en una cadena de valor con una alta potencialidad para conservar, usar y aprovechar áreas de interés de biodiversidad y generar beneficios sociales en las comunidades locales de la región.

Cuadro: ¿Cuál fue el nivel de cumplimiento promedio de PyC por sector?

3. Las actividades realizadas

El Proyecto identificó algunas de las principales necesidades de fortalecimiento en las cadenas de valor de los cuatro sectores mediante la evaluación de principios de biocomercio, definiendo actividades puntuales sobre tres componentes de sostenibilidad abarcados por esta modalidad de comercio:

Sostenibilidad ambiental

A través del fomento de los principios de conservación y uso sostenible de la biodiversidad, el Proyecto logró que las iniciativas empresariales seleccionadas implementaran una administración eficiente y racional de las especies y los ecosistemas usados, con una visión ecosistémica que les permitiera realizar un manejo adaptativo de las prácticas de acuerdo con las condiciones cambiantes de las dinámicas de los productos/servicios de la biodiversidad.

Para ello se definieron y desarrollaron actividades que aportaron a la implementación de prácticas de sostenibilidad ambiental. Algunas de las más relevantes fueron:

> Capacitaciones en temas relacionados con el uso sostenible de los recursos: Generar capacidades técnicas por parte de las iniciativas empresariales que usan la biodiversidad y sus ecosistemas fue imprescindible para lograr la implementación de prácticas sostenibles. De esta manera, 107 proyectos piloto de la región recibieron capacitación en algunos de los siguientes temas:

- **Manejo orgánico**
- **Normas ambientales**
- **Buenas prácticas agrícolas**
- **Técnicas desarrolladas para el aprovechamiento sostenible de especies y ecosistemas, entre otros.**

De acuerdo con la experiencia de los países, las capacitaciones en manejo y uso sostenible es un tema con una relevancia significativa, debido a que se generan nuevos conocimientos y capacidades en los usuarios directos para realizar un uso más eficiente de éstos.

> 42 proyectos piloto de la región recibieron asistencia y acompañamiento técnico en campo, relacionado con el uso sostenible de los recursos, con impacto directo sobre las hectáreas manejadas con prácticas sostenibles. Los procesos de acompañamiento fueron un paso fundamental para el fortalecimiento y consolidación de los actores locales, debido a que se pueden generar aportes específicos a la gestión ambiental sostenible como la elaboración de protocolos y técnicas de aprovechamiento o el desarrollo de planes de manejo, como una herramienta de planeación y seguimiento que permite regular el uso y aprovechamiento de los recursos[23].

Tal fue el caso de la empresa Sumak Mikuy en Ecuador, para la cual la elaboración del Plan de Manejo de la uvilla (*Physalis peruviana*) y del mortiño (*Vaccinium floribundum*), eran una necesidad para asegurar su aprovisionamiento, a la vez que realiza un uso sostenible de los recursos.

42
Proyectos piloto de la región recibieron asistencia y acompañamiento técnico en campo.

107
proyectos piloto de la región recibieron capacitación.

23. Becerra M.T (2002), Plan de aprovechamiento y uso de recursos naturales: Guía para empresarios de biocomercio. Instituto de investigación de Recursos Biológicos von Humboldt. Bogotá-Colombia.

Aprovechamiento sostenible de especies nativas andinas y mejoramiento de la productividad para el fortalecimiento de la gestión empresarial.

La Empresa "Sumak Mikuy", ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, Ecuador, viene trabajando desde el 2007 en el rescate, conservación y agregación de valor a los cultivos nativos andinos tradicionales, así como en la recuperación de los saberes locales de las comunidades indígenas.

La Empresa, se origina a partir de un proyecto de rescate y conservación de la agrobiodiversidad nativa propuesto por el Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria a la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi (UNORCAC). La UNORCAC es el socio mayoritario de la microempresa, con el objeto de que las utilidades generadas sean invertidas en el desarrollo de las mismas comunidades que la conforman.

Sus productos estrella son la uvilla (*Physalis peruviana*) y el mortiño (*Vaccinium floribundum*) deshidratado, los cuales se comercializan como producto final en empaques para snacks; o se venden como materia prima a otra empresa relacionada con el comercio justo y producción orgánica, que le añade un baño de chocolate para comercializar el producto final en pequeñas cajas de 50 gramos o en cajas dobles de 100 gramos. Los productos, se comercializan con mucha aceptación, tanto en el mercado local como en el internacional.

Actualmente la iniciativa beneficia a **346 familias** quienes producen uvilla y recolectan mortiño, para ser procesado en la planta de Sumak Mikuy. Las hectáreas manejadas bajo principios y criterios de biocomercio por las comunidades y la Empresa, **alcanzan las 727.71 ha.**

En este contexto, el Proyecto de Biocomercio Andino en Ecuador, se suma al fortalecimiento de la iniciativa a través de la asesoría técnica para el fortalecimiento del proceso productivo bajo criterios sostenibles, mejoramiento de cultivos orgánicos, desarrollo de nuevos productos, fortalecimiento de la comercialización a través de promoción y mejoramiento de imagen de marca, equipamiento y apoyo para la obtención de certificaciones necesarias para exportación.

Uno de los temas más importantes trabajados fue el desarrollo de Plan de Manejo de la uvilla y Plan de Manejo del mortiño, para orientar el uso sostenible de estos frutos, delimitación de áreas de cosecha y recolección, como también, la identificación de estrategias para la mitigación de los impactos sobre el ecosistema.

De manera paralela, se brindó asesoría técnica a los productores en agricultura orgánica y biodinámica, mejorando la calidad de las cosechas y la rentabilidad de la producción.

De acuerdo con Verónica Acosta, Gerente de la Empresa:

«El Proyecto Biocomercio Andino, ha sido un aliado importante, para el apoyo a los procesos más neurálgicos de desarrollo y crecimiento de la empresa, que de otra manera hubieran sido inalcanzables. Una de las necesidades de la Empresa era la obtención de la patente de recolección del mortiño silvestre, que se encuentra en la Reserva Ecológica Cotacachi – Cayapas, gracias al Proyecto fue posible desarrollar el Plan de Aprovechamiento Sostenible, lo que permitirá contar con este permiso. Este Plan de Manejo orienta las cantidades, fechas, lugares y las formas de recolección, con las cuales se mantiene el compromiso que tienen las comunidades y la empresa para el manejo sostenible de este recurso y la conservación de la biodiversidad de la zona»

43

Proyectos piloto de la región trabajaron en la implementación de estándares y prácticas de sostenibilidad.

Certificación orgánica, certificación ambiental turística y mapas de zonificación, fueron algunas de las actividades trabajadas por las empresas. La implementación de estándares para la obtención de certificaciones se constituye en una estrategia exitosa de diferenciación y acceso a mercados nicho, a la vez que se conservan las características de los ecosistemas, mitigando los impactos, de manera que se asegura su permanencia y calidad en el tiempo.

De acuerdo con la Asociación de agricultura orgánica (IFOAM, por sus siglas en ingles), el mercado orgánico mundial fue de US$ 64 millones para el 2012, representando 6.8 millones de hectáreas orgánicas en América Latina[24], con un crecimiento constante en los últimos años y gran potencial para el desarrollo de nuevos mercados. Esto representa una oportunidad para incursionar con productos de biocomercio, teniendo en cuenta las coincidencias de las prácticas de uso sostenible que se buscan fomentar.

Tal es el caso de la empresa Avendaño Traiding en Perú, para quienes la obtención de la certificación orgánica, posibilitó su acceso a nuevos mercados, reconociendo esto, como una estrategia para aumentar su competitividad.

24. The world of organic agricultura; Statics & emerging Trends (2014). FIBL – IFOAM report. Research Institute of organic agricultura (FIBL) and International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). February 24. 2014.

Implementación de certificación orgánica y fortalecimiento de capacidades a proveedores como estrategia de competitividad de Avendaño Traiding

Avendaño Trading Company es una empresa familiar dedicada al procesamiento primario y exportación de quinua (*Chenopodium quinoa*) en Perú. Cuenta con dos locales, uno en Puno para las etapas de escarificado, lavado y secado y otro en Lima para la selección y exportación.

La empresa ha pasado por una serie de etapas, desde ser una pequeña acopiadora en el 2005 hasta abrir en el año 2012 el área de exportaciones y calidad. Para este crecimiento fue decisivo contar con el apoyo del Proyecto Biocomercio Andino. Gracias al convenio obtuvieron la certificación HACCP, la certificación orgánica y han asistido a ferias comerciales fuera del país como la BIOFACH en Alemania.

Con el fin de sostener su crecimiento y poder satisfacer la demanda, la empresa trabaja con aproximadamente 410 productores con una área de influencia directa de 512 hectáreas -certificadas como orgánicas- en las zonas puneñas de Ilave, Ácora y Juli.

A través del Proyecto, sus proveedores han fortalecido las capacidades productivas y organizacionales a través de capacitaciones y asesorías técnicas en la producción orgánica de los cultivos, uso de abonos orgánicos y de semillas de calidad, control de plagas y enfermedades, manejo de cosecha y postcosecha y fortalecimiento de la gestión organizacional para lograr la competitividad de las asociaciones de los productores.

Para esto, se cuenta con un equipo técnico permanente que brinda asesoramiento en campo. De la misma manera, trabajan de la mano con la Agencia Agraria del Collao y participan de la Mesa Técnica de la quinua, como actores clave de su gestión.

En palabras del gerente general, René Avendaño:

«La participación en el Proyecto Biocomercio Andino ha sido algo muy positivo; nos dio un impulso para hacer más, nos presionó para mejorar en calidad y organización. Antes no conocíamos estos estándares internacionales, ahora tenemos la Certificación Orgánica y tenemos la intención de continuar con ella para ser más competitivos.

Los productores también están muy contentos, por intermedio de los ingenieros nos transmiten sus opiniones. Sabemos de Comercio Justo y, aunque no tenemos esa certificación, ahora capacitamos a nuestros colaboradores y les pagamos un precio superior al del mercado por sus productos.

La participación en las ferias ha sido algo muy especial también. Nunca había participado en una fuera del país. Ahora me queda claro que el mercado es muy exigente, no solo piden HACCP quieren además BRC, ISO y SQF. Hemos hecho contactos y reforzado nuestra área comercial».

Sostenibilidad Social

La distribución equitativa de beneficios monetarios y no monetarios (como el acceso a la información o el fortalecimiento de capacidades), el reconocimiento de los saberes locales, el respeto por los derechos de los actores y la claridad en la tenencia de la tierra, son algunos de los aspectos más relevantes que se buscan fomentar a través de la generación y el fortalecimiento de las cadenas de valor. Como prácticas claves para la sostenibilidad social, se debe fomentar el establecimiento de relaciones de diálogo, con negociaciones y acceso transparente a la información (como los comportamientos del mercado por ejemplo) y conocimientos generados (procesos, tecnologías entre otros).

Con el fin de promover las prácticas de sostenibilidad social anteriormente mencionadas, el Proyecto Biocomercio Andino, en cada país, definió una serie de actividades, donde las más relevantes fueron:

> Fortalecimiento de capacidades para los proveedores y/o colaboradores de las empresas, en temas organizativos, administrativos, técnicos, de manera que se generan capacidades para empoderarlos en su rol en la cadena, incidiendo en su fortalecimiento. De esta manera, 108 proyectos piloto de la región recibieron capacitación en:

- **Fortalecimiento organizativo, empresarial e individual.**
- **Formalización y asociatividad.**
- **Aumento de competitividad para acceso a mercados a través de temas como calidad, inocuidad, marketing y comercialización.**

Tal es el caso de Chaxras, una empresa de gastronomía en Perú que trabajó en la transferencia de conocimientos para fortalecer las capacidades de gestión de sus proveedores, generando su cadena de valor.

Apuesta por la innovación gastronómica a partir del aprovechamiento de los recursos nativos silvestres y la generación de cadena de valor

Chaxras es un eco-restaurante ubicado en Pachacámac, primer distrito turístico y ecológico de Perú. El local abarca casi 300 de los 5.000 metros que tienen a su disposición y ha sido diseñado basándose en un estilo de vida conscientemente ecológico: el ambiente es rústico, la operación ha sido diseñada para generar un bajo impacto ambiental, con muchas áreas verdes y construido con materiales reciclados de las zonas aledañas.

En convenio con el Proyecto de Biocomercio Andino -y con el apoyo de la municipalidad de Pachacámac- Chaxras creó y ejecutó el Proyecto Umapacha, programa que tiene como objetivo principal identificar nuevas especies nativas silvestres de origen vegetal con potencial culinario del valle de Pachacámac, con el fin de incluirlas en la oferta del restaurante. Posteriormente, las plantas son llevadas a un vivero en el cual se estudian y reproducen para poder ser repartidas a las comunidades que participarán en el abastecimiento del restaurante.

Umapacha incluye un equipo interdiciplinario compuesto por el chef, un ingeniero agrónomo, una persona de responsabilidad social, un guía local, entre otros actores relevantes que aportan a poder realizar un trabajo multidisciplinario e inclusivo.

El Proyecto desarrollado es innovador dentro del concepto gastronómico en el Perú, buscando incluir prácticas de sostenibilidad ambiental y social en la operatividad del restaurante a través de la generación de una cadena de valor.

Para ello se identificó y trabajó con las comunidades locales proveedoras, en la generación de capacidades y transferencia de conocimientos, buscando aumentar su competitividad para la inserción exitosa en los mercados, a través de temas como calidad, inocuidad entre otros.

El Proyecto ha beneficiado a más de 30 familias proveedoras con alrededor de 13 hectáreas. Así mismo, se trabajó en el establecimiento de un mecanismo adecuado de trasferencia de conocimientos y educación a la comunidad en general, desarrollando una estrategia de comunicación y educación. Se incluyó la realización de material audiovisual, creación de una imagen para el proyecto, y la creación de una página web, como principal mecanismo de divulgación.

De acuerdo con Eduardo Navarro, chef y dueño del restaurante, la intervención del Proyecto Biocomercio Andino fue relevante y oportuna:

«Nosotros estamos felices con el tema del proyecto Umapacha. Ya teníamos este proyecto pensado desde hace unos años, pero desde que empezamos con el restaurante no había la decisión, ni el tiempo, ni los planes al cien por ciento para desarrollarlo. Así que nos ha caído perfecto a nosotros participar en el Proyecto.

El impacto que genera el proyecto Umapacha, consiste en que nos ha permitido ayudar a las comunidades a la vez que localizamos variedades o especies silvestres que nunca se han usado o se han dejado de usar en algún momento. Ahora, mientras las recuperamos, transferimos conocimiento capacitando a nuestros proveedores en calidad y manipulación de alimentos. Una gestión así iba a ser inmanejable para nosotros, sólo con ayuda del proyecto se ha podido dar»

> 15 proyectos piloto de la región trabajaron en la elaboración de políticas empresariales a través de la elaboración del código de ética, como instrumento que define los parámetros de relacionamiento e interacción con los actores. El código de ética se constituye en una herramienta eficaz para guiar el accionar de las organizaciones, en la medida en que se define y comparte una visión conjunta por parte de todos los actores de la cadena.

> 8 proyectos piloto de la región recibieron asistencia y acompañamiento para la implementación de prácticas de distribución de beneficios. Negociaciones equilibradas, precios equitativos, contribución con el desarrollo local, y respeto por las prácticas tradicionales, son algunos de los requisitos para la distribución de beneficios de acuerdo con los parámetros de biocomercio[25].

En la Fundación Chankuap en Ecuador, por ejemplo, se trabajó un estudio sobre distribución de beneficios a comunidades amazónicas que son parte de la cadena de valor de especies nativas de la amzonia, que contribuyó para el fortalecimiento y articulación de los actores de la cadena de valor, dando sostenibilidad para el acceso a los mercados.

15
proyectos piloto de la región trabajaron en la elaboración de políticas empresariales.

8
proyectos piloto de la región recibieron asistencia y acompañamiento para la implementación de prácticas de distribución de beneficios.

25. Distribución justa y equitativa de beneficios, Un manual para la evaluación de políticas y prácticas en cadenas de valor de ingredientes naturales, Unión para el Biocomercio ético UEBT, 2013.

Manejo sostenible de recursos de la biodiversidad amazónica y agregación de valor a partir del desarrollo local

La Fundación Chankuap es una organización Salesiana, ubicada en la ciudad de Macas, en la provincia de Morona Santiago en Ecuador. Desde hace 15 años, viene realizando en conjunto con las comunidades indígenas Shuar y Achuar, y mestizos de las provincias amazónicas de Morona Santiago y Pastaza, diversos emprendimientos relacionados con el procesamiento y transformación con especies nativas para el desarrollo de cosmética natural.

Los productos finales para la comercialización a nivel local e internacional son jarabes, jabones, aceites esenciales, cremas, infusiones, shampoo, entre otros; a base de especies nativas, tales como: sangre de drago (*Croton lechler*), guayusa (*Ilex guayusa*), ishpink (*Ocotea quixos*), ungurahua (*Oenocarpus bataua*).

El Proyecto Biocomercio Andino en Ecuador, con el apoyo del Programa BioCAN y en alianza con el Ministerio de Ambiente del país, promovió el fortalecimiento de la iniciativa a través de la asistencia técnica para el mejoramiento del aprovechamiento de las especies nativas, así como, de las estrategias de conservación, distribución de beneficios y comercialización. Para ello, se desarrollaron varias actividades complementarias, las cuales incluyeron un estudio de la distribución justa y equitativa de beneficios derivados del aprovechamiento sostenible de recursos, que permitió establecer una base para la negociación entre productores y empresa transformadora.

Se desarrollaron también planes de manejo por especie, para su aprovechamiento sostenible en seis comunidades, así como capacitación técnica a las comunidades para el manejo sostenible de las especies, aportando en la generación de capacidades de las comunidades locales.

Respecto al componente económico, se trabajó en el fortalecimiento comercial a través de la adecuación del centro de acopio y capacitación a los técnicos para cumplimiento de buenas prácticas de manufactura (BPM) y certificación orgánica; el desarrollo de las fórmulas cosméticas de la línea orgánica IKIAM; participación en dos eventos internacionales para identificación de tendencias de mercado; y ampliación de la capacidad de transformación del centro de acopio. Actualmente la Fundación en conjunto con las comunidades, gestionan directamente bajo principios y criterios de biocomercio 108 hectáreas de bosque. Los beneficiarios directos de la iniciativa lo constituyen 130 familias que realizan los procesos de recolección y producción y en ciertos casos un primer nivel de agregación de valor local.

De acuerdo con Adriana Sosa, Secretaria General de la Organización:

«El apoyo del Proyecto permitió dar un valor agregado a la producción con altos estándares de calidad para la comercialización de productos de cosmética natural en el mercado internacional. Esto ha fortalecido el desarrollo que viene desde lo local, apoyando a los productores de comunidades de la zona bajo principios de comercio justo, principios de biocomercio y sostenibilidad social, ambiental y económica. Los volúmenes de producción y ventas mejoran los ingresos y son importantes, pero también es importante la conservación de los recursos y la naturaleza para garantizar la permanencia del ambiente y de las comunidades indígenas Shuar y Achuar».

Sostenibilidad Económica

La sostenibilidad económica se constituye en una de las principales necesidades de fortalecimiento de las empresas de la región. De acuerdo con la experiencia de los países, existe una fuerte debilidad comercial en las empresas para el acceso y posicionamiento competitivo en los mercados. De esta manera, el desarrollo de la oferta a través de actividades de investigación e innovación en productos y procesos para agregar valor, es un tema muy relevante y poco abarcado por las iniciativas empresariales en la región. Así mismo, es importante trabajar en el acceso y posicionamiento en los mercados a través de actividades comerciales definidas, como la asistencia a eventos de promoción y adecuada difusión de los productos.

En los tres países se definieron y ejecutaron actividades que aportaran de manera concreta a la sostenibilidad económica de las empresas. Algunas de las más relevantes fueron:

> Participación en plataformas y misiones comerciales, así como ruedas de negocio y pasantías. De acuerdo con la experiencia de los países, la participación en tales espacios es una de las actividades más relevantes en pro de la sostenibilidad económica, debido a que no solo se promocionan y venden los productos, sino que se desarrollan aprendizajes concretos, que permiten a las empresas establecer tendencias, identificar nuevas tecnologías, requisitos de acceso, alianzas potenciales, entre otros. De esta manera, **134 proyecto pilotos** fueron beneficiados y participaron de espacios de promoción nacionales e internacionales, contribuyendo de manera directa a la generación de herramientas de planificación y estrategias comerciales para las empresas.

Este es el caso de Vhera Lucci en Colombia, una empresa de biocosméticos, para la cual la participación en la feria In Cosmetic 2014 y en el evento de UEBT, fueron relevantes para la definición de su estrategia comercial.

Modelo de investigación e innovación de ingredientes nativos para la generación de biocosméticos

Vhera Lucci es una empresa ubicada en Bogotá, Colombia, que se dedica al desarrollo y comercialización de productos biocosméticos. La empresa opera bajo el modelo de negocio **colcommerce** (collaboration commerce), mediante el cual se ha creado una cadena de valor en el sector de cosméticos; allí se articulan 15 empresas de los diferentes eslabones en torno al liderazgo de Vhera Lucci, con presencia en tres países.

La empresa trabaja en el fortalecimiento del eslabón proveedores de ingredientes con el propósito de desarrollar bioscosméticos innovadores que permitan generar un impacto positivo social y un aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.

Hasta el momento se ha logrado desarrollar un primer portafolio de leches hidratantes corporales y perfumería con base en dos ingredientes de la biodiversidad nativa: Sacha Inchi *(Plukenetia volubilis)* y Uchuva *(Physalis peruviana)*, los cuales se están comercializando en tiendas por departamento como Ripley y Saga Falabella.

En el marco del Proyecto Biocomercio Andino, actividades como el "Alistamiento Tecnológico" han permitido iniciar el desarrollo de un tercer ingrediente, el Acai *(Euterpe oleracea)* y probar un primer modelo de articulación con la academia y las comunidades proveedoras de los ingredientes nativos.

Adicionalmente la participación en la feria de In-cosmetics 2014 (Hamburgo, Alemania) permitió el acercamiento a empresas que transmitieron su conocimiento entorno a estrategias comerciales del biocomercio, modelos de gestión de investigación, desarrollo, e innovación (I+D+D) y oportunidades de desarrollo de productos innovadores.

Por otro lado la conferencia de la UEBT en abril, de 2014, junto con la exploración del mercado alemán y francés, posibilitó conectarse con actores importantes de toda la cadena de biocomercio del sector de cosméticos (asesores, publicidad, fabricantes, proveedores y entidades de apoyo) siendo determinante para el ajuste y re direccionamiento del mapa de ruta del producto.

En palabras de Julián González Juri, Gerente General de Vhera Lucci:

«Agradecemos al equipo del Proyecto Biocomercio Andino por el liderazgo en la ejecución de este proyecto, el cual se convierte en el punto de partida en la materialización del biocomercio en Colombia. Es necesario seguir trabajando de manera conjunta para superar los obstáculos comerciales, normativos y técnicos para lograr el desarrollo del país, fundamentado en su principal ventaja comparativa: la biodiversidad».

29
pilotos en la región participaron de la Implementación de sistemas de calidad/inocuidad.

Estándares como el Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (HACCP), Buenas prácticas de manufactura (BPM), y normas ISO, fueron algunos de los sistemas que se implementaron, aportando de manera directa en la competitividad de las empresas y posibilitando su acceso a mercados más exigentes.

76
Pilotos fueron beneficiados para la definición de sus estrategias comerciales.

Las empresas participaron de actividades como el desarrollo de marcas, imagen corporativa, empaques, desarrollo de páginas web, estrategias de promoción entre otras. De igual forma, 90 pilotos fueron apoyados para la elaboración de planes de bionegocios. A partir de estas actividades, se desarrollaron herramientas concretas que aportan de manera directa en la definición de las estrategias empresariales, permitiendo planificar de manera exacta las actividades y prácticas a realizar para lograr el éxito económico.

La Reserva Encenillo en Colombia, por ejemplo, una iniciativa privada de ecoturismo, definió el plan de negocios y de mercadeo como prioridad en su mapa de ruta para la toma de decisiones.

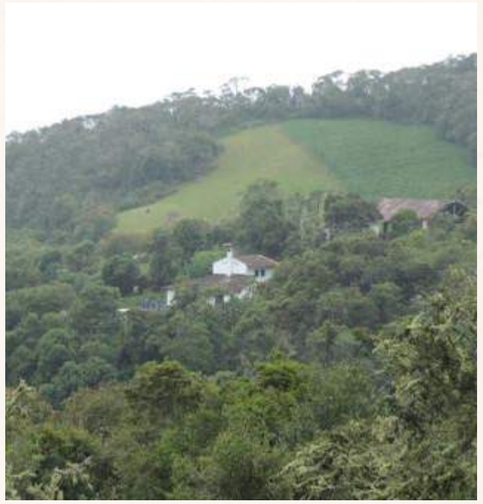
Reserva Biológica Encenillo, una oportunidad para conservar y usar la biodiversidad andina

La Reserva Biológica Encenillo es una iniciativa de conservación de biodiversidad del bosque altoandino de Encenillo adelantada por la Fundación Natura. La Reserva está localizada en el municipio de Guasca (Cundinamarca) aproximadamente a una hora de Bogotá; actualmente cuenta con 206 ha, más de la mitad de las cuales corresponde a bosque maduro, bosque secundario y subpáramo en buen estado de conservación además, del valioso legado arquitectónico de una explotación y transformación de roca caliza que funcionó desde tiempos ancestrales hasta finales del siglo pasado.

A partir de 2007 la reserva abre sus puertas al público interesado en experiencias de recorridos e interpretación en ambientes naturales. Para el efecto, la reserva ha dispuesto una zona provista de una red de senderos para que los visitantes recorran los bosques, admiren su belleza florística y faunística y amplíen su conocimiento en diversos temas de interés ambiental.

Los aportes económicos que hacen los visitantes contribuyen significativamente al sostenimiento y restauración de la reserva. En el transcurso del primer semestre de 2014 la reserva ha recibido 1.833 visitantes, más de las dos terceras partes de ellos estudiantes.

La gestión de la conservación de la biodiversidad en una reserva natural entraña un desafío permanente para lograr su sostenibilidad. En tanto, es una necesidad el desarrollo de competencias administrativas y comerciales aplicables a la gestión de la reserva. Es así como el Proyecto Biocomercio Andino en Colombia trabajó en la reserva temas relacionados con la formulación del plan de negocio para la Reserva Encenillo, planeación de mercadeo y ventas, generación de herramientas para planeación financiera, renovación de vallas de orientación y acceso a la Reserva Encenillo y participación en una misión exploratoria de turismo de naturaleza en Ecuador. Con estas actividades, se buscó desarrollar capacidades para generar la sostenibilidad económica de la reserva.



Para Carlos Francisco Castillo, Director de la Reserva Biológica Encenillo:

«El apoyo recibido por el Proyecto Biocomercio Andino, ha significado escalar la gestión de turismo de naturaleza de las Reservas de la Fundación Natura, y en particular, la Reserva Encenillo, a un enfoque de producto y calidad de servicio, que aprovecha el potencial de la Reserva para ofrecer a los clientes experiencias satisfactorias, producto de un esfuerzo de calidad consciente y deliberado».

Es así como a partir de la implementación de diferentes prácticas en la gestión de las empresas piloto, se buscó incidir en un aumento del cumplimiento de los principios de biocomercio e internalización del concepto como un modelo de gestión viable y exitoso para las iniciativas que usan recursos de la biodiversidad nativa bajo prácticas sostenibles.

C. LOGROS EN LAS CAPACIDADES DESARROLLADAS

De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD (2009), una capacidad fuerte, generada y sostenida localmente, es esencial para el éxito de cualquier empresa vinculada con el desarrollo. Sin tal capacidad, la integridad de los logros del desarrollo puede verse comprometida y los avances pueden no quedar bien arraigados y resultar ilusorios, aislados de las capacidades que ya existen y vulnerables a las dificultades, cada vez más graves y complejas, que enfrenta el mundo en la actualidad[26].

Teniendo en cuenta lo anterior, la ejecución del Proyecto Biocomercio Andino propendió por el desarrollo y fortalecimiento de capacidades como desafío central del enfoque metodológico propuesto por CAF.

Con base en este enfoque, el Proyecto reforzó en sus unidades ejecutoras y aliados públicos y privados, diversas habilidades tanto individuales como colectivas, **aportando directamente en la capacidad de respuesta de los actores a las oportunidades del mercado,** así como a estímulos que el Proyecto ofreció. Algunas de las principales capacidades desarrolladas, tanto en la fase de preparación como de ejecución, se muestran a continuación:

A. Fase de preparación:

Capacidad para identificar y seleccionar beneficiarios de inciativas relacionadas con biocomercio.

Las unidades ejecutoras, a partir de un análisis crítico, definieron criterios y metodologías para la selección de iniciativas que realizan uso de recursos de la biodiversidad nativa, para implementar principios de biocomercio. Para ello, se desarrollaron herramientas de selección como: (1) Fichas de recolección de información; (2) Guías para aplicación de proyectos piloto; y (3) Matrices para verificación del cumplimiento de principios y criterios de biocomercio.

Así mismo, se generaron capacidades para identificar necesidades de fortalecimiento con base en la verificación del cumplimiento de los principios de biocomercio, y el posterior establecimiento de planes de trabajo en pro de la implementación de prácticas de sostenibilidad dentro de la gestión empresarial. Esto posibilitó realizar intervenciones acertadas, que redundaron en cambios sistémicos.

Capacidad para articular plataformas multisectoriales de diálogo y colaboración.

Las unidades ejecutoras, en colaboración con los gobiernos y otros aliados, condujeron el mapeo de actores clave en diferentes niveles, permitiendo el refuerzo de instancias de diálogo y colaboración, reforzando la gobernanza del Proyecto, así como el debate alrededor del tema. Estas plataformas de colaboración permitieron arraigar e interiorizar entre los actores, los siete principios del biocomercio, facilitando el debate, reconociendo sus oportunidades y desafíos individuales y colectivos.

B. Fase de ejecución:

Capacidad para conducir procesos de acompañamiento y asesoría técnica enfocados en el refuerzo de competencias.

Las intervenciones del Proyecto estuvieron orientadas a fortalecer tanto las competencias de los actores claves relacionados con el biocomercio en cada país, como los aspectos ambientales, sociales y económicos, basados en necesidades y demandas identificadas.

26. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD, 2009. (en línea) http://www.undp.org/content/dam/undp/library/capacitydevelopment/spanish/Capacity_Development_A_UNDP_Primer_Spanish.pdf

Para ello, se generaron procedimientos y herramientas, y se definieron actividades para aportar al fortalecimiento de prácticas sostenibles y generar un ambiente favorable para que las iniciativas que realizan uso de productos y servicios nativos, puedan desarrollarse e incursionar en los mercados de forma competitiva.

De esta forma las unidades ejecutoras y los aliados desarrollaron capacidades para realizar procesos de acompañamiento y esquemas de capacitación ajustados a las características del biocomercio en los países logrando la formación en esa temática de gestores públicos y privados con capacidades para tomar decisiones.

Capacidad para formar redes de conocimiento.

El Proyecto Biocomercio Andino, a lo largo de su ejecución, generó gran cantidad de información relacionada con las diferentes intervenciones. Tal información debió contar con una estrategia correcta de difusión y comunicación dirigida a los diferentes actores interesados. Es por ello que se definieron diversos mecanismos de comunicación y se identificaron aliados claves, generando una red de conocimiento, lo que facilitó la accesibilidad y el intercambio de información, generando dinámicas que perduran más allá del tiempo de ejecución del Proyecto.

De esta manera, las unidades ejecutoras desarrollaron la capacidad de organizar redes de conocimiento que se articulen a la solución de problemáticas contextualizadas a los diferentes niveles de intervención del biocomercio.

Capacidad en gestión de fondos y acceso a financiamiento de biocomercio.

Uno de aspectos más críticos que buscó resolver el Proyecto fue el acceso al financiamiento de las empresas de biocomercio. Para ello, las unidades ejecutoras desarrollaron capacidades para la gestión de fondos destinados a mejorar los aspectos financieros de las empresas. Basado en lo anterior, se realizó un mapeo de identificación de las principales opciones para las iniciativas que hacen uso de recursos de la biodiversidad nativa en Colombia, Ecuador y Perú. De forma paralela, se definieron lineamientos para la generación de nuevas fuentes de financiamiento dirigido a iniciativas enfocadas en esa modalidad, que ofrecieran condiciones adaptadas a las necesidades de las empresas.

En el caso de Colombia y Ecuador, CORPEI y el Fondo Biocomercio desarrollaron capacidades para la estructuración, evaluación y seguimiento de fondos destinados a las empresas de biocomercio en sus países.

Capacidad para identificar y abrir mercados, a través del diseño de estrategias comerciales para productos de biocomercio.

Con el fin de establecer canales adecuados para potencializar el comercio sostenible de productos derivados de la biodiversidad nativa con valor agregado, que se refleje en un incremento en ventas para las empresas piloto, el Proyecto desarrolló estudios de mercado, planes de gestión empresarial, de calidad, de negocios, y brindó la asesoría técnica para el diseño e implementación de estrategias comerciales, fomentando prácticas como la investigación, el desarrollo de productos, la obtención de sellos, entre otras, dentro de la gestión empresarial. Como resultado, se crearon nuevas capacidades para brindar soporte, identificando los mecanismos idóneos que permitieran generar mayor competitividad en el acceso a los mercados para las iniciativas de biocomercio.

Capacidad para asesorar y formular políticas públicas relacionadas con el biocomercio.

A partir de la generación de documentos y propuestas técnicas desarrolladas como insumo para mejorar el ambiente de negocios en la región, mediante la revisión, ajuste e inclusión de normativas relacionadas con el comercio sostenible, fue posible dinamizar varios procesos vinculados con la operatividad de las actividades de biocomercio en los países. Así, las unidades ejecutoras desarrollaron capacidades para asesorar a los tomadores de decisiones en la identificación de necesidades de ajustes normativos y regulatorios a partir del trabajo con los proyectos piloto, que redundaron en la formulación de políticas acordes con las características de las dinámicas de biocomercio.

La capacidad es desarrollo:

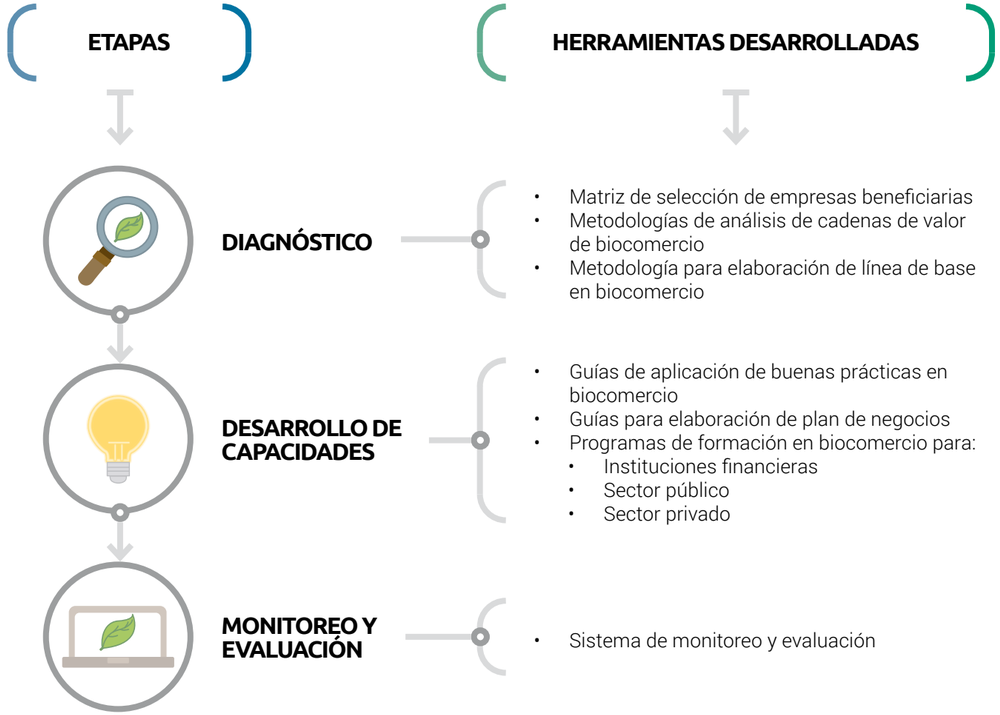
El desarrollo de capacidades se refiere a las transformaciones que empoderan a las personas, los líderes, las organizaciones y las sociedades. Si algo no lleva a un cambio que sea generado, guiado y sostenido por los beneficiarios a quienes está destinado, no puede decirse que haya mejorado las capacidades, aun cuando haya servido para un propósito válido de desarrollo PNUD, 2009.

Con la implementación del Proyecto en los tres países participantes, se logró promover una visión unificada del biocomercio en la región, creando una masa crítica de recursos humanos con capacidades individuales fortalecidas. De la misma manera, se instalaron capacidades colectivas, fortaleciendo alianzas para maximizar los recursos y la efectividad de las acciones priorizadas por el Proyecto, a favor del biocomercio en la región.

D. LOGROS EN LAS HERRAMIENTAS DESARROLLADAS

De acuerdo con el enfoque metodológico del Proyecto, en torno al desarrollo inclusivo para la intervención y el fortalecimiento de las cadenas de valor de biocomercio en la región, se desarrollaron ocho herramientas, las cuales fueron usadas durante las diferentes etapas de intervención, permitiendo: **1)** Realizar un diagnóstico de las empresas de biocomercio **2)** Desarrollar capacidades y **3)** Monitorear y evaluar los impactos generados.

Se busca que estas herramientas generadas y usadas de manera exitosa en la ejecución del Proyecto, puedan ser adoptadas por los actores de fomento del biocomercio en la región, para su replicabilidad, hacia el desarrollo de acciones de manera articulada entre las diferentes intervenciones de fomento.



El Proyecto desarrolló tres etapas para el trabajo de fortalecimiento sobre las cadenas de valor:

A. Etapa de diagnóstico

Con el fin de analizar la situación y tendencias de las actividades de biocomercio en los países, que permitieran finalmente priorizar y definir las cadenas y pilotos a intervenir, fue necesario desarrollar tres tipos de herramientas claves para:

1. Aplicar y seleccionar empresas beneficiarias: Se trata de Instrumentos de elegibilidad, para la selección de las iniciativas que serían apoyadas, de acuerdo con criterios concretos, según los objetivos del Proyecto. Fue así, como cada país, desarrolló las siguientes herramientas:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Formulario de registro de iniciativas beneficiarias.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Selec-benef-Formulario-Inscripcion-inicial2.xlsx
Ecuador	Bases para la Aplicación de Proyectos Piloto.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Selc.-benef_-Base-aplicacion-de-Proyectos-Piloto.pdf
	Manual Operativo para el Fondo PPP Biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Selc.-benef_Manual-Operativo-Fondo-PPP.pdf
	Bases para el Concurso Bioideas.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Selc.-benef_Bases-Concurso-Bio-Ideas.pdf
Perú	Bases de convocatoria y formulario de registro de beneficiarias.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Selec-benef_-Bases-convocatoria-2.zip

Las herramientas desarrolladas para la aplicación y selección de beneficiarios, incluyeron mucha información que permitió establecer una línea de base completa de las mismas. Sin embargo, las herramientas acá presentadas tienen un enfoque amplio. Se sugiere poder definir parámetros para dirigir la convocatoria de las beneficiarias de acuerdo con el objetivo de la intervención, seleccionando determinadas cadenas de valor, eslabones, regiones, entre otras prioridades de intervención.

2. Analizar y definir las cadenas de valor: Las herramientas desarrolladas, en este caso, tuvieron la finalidad de identificar los sectores o cadenas de valor a ser trabajadas en la intervención, de acuerdo con el contexto nacional y de mercado existente. Para ello, cada unidad ejecutora desarrolló las siguientes herramientas:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Herramientas para diagnóstico inicial de las iniciativas medición de PyC.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Analiz-CV_Formatos.rar
Ecuador	Metodología y herramientas para diagnóstico inicial de las iniciativas biocomercio para el sector ingredientes naturales para la industria farmacéutica y cosmética.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Analiz-CV-Metod-Diag-ingredientes-Naturales.pdf
	Metodología y herramientas para diagnóstico inicial de las iniciativas biocomercio para el sector turismo sostenible.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Analiz-CV-Metod-Diagnostico-Turismo-Sostenible.pdf
	Perfil actualizado del sector turismo sostenible.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Linea-base-BC_-Matriz-verificacion-PyC-Peru.xlsx
Perú	Guia explicativa para evaluación y selección de proyectos piloto	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Linea-base-BC_-Matriz-verificacion-PyC-Peru.xlsx

El análisis de las cadenas de valor es un paso importante para identificar y seleccionar aquellas iniciativas acordes con los objetivos de la intervención. Para ello, se establecieron criterios objetivos relacionados con las características de las empresas y los contextos ambientales, sociales y económicos existentes. La mayor dispersión de iniciativas empresariales entre sectores, regiones, eslabones, supone una exigencia técnica y logística mayor.

3. Generar una línea de base en biocomercio de las empresas en cada país: Se desarrollaron metodologías de medición del cumplimiento de los principios de biocomercio en los países, con el fin de establecer las características iniciales de la gestión empresarial de las iniciativas, para identificar necesidades de fortalecimiento y diseñar planes de intervención acordes con las necesidades:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Guia de verificación de PyC de biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Linea-base-BC-Guia-aplicacion-encuesta-PyC.pdf
Ecuador	Matriz de verificación de PyC de biocomercio para turismo sostenible.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Linea-base-BC-Matriz-PyC-turismo.xls
	WMatriz de verificación de PyC de biocomercio para ingredientes naturales.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Linea-base-BC_Matriz-PyC-Ingredientes-Naturales.pdf
	Herramienta Interactiva de Evaluación biocomercio para turismo sostenible.	Disponible únicamente en versión digital. Formato CD en Corpei y CAF
	Manual para la verificación de actividades de turismo sostenible en el marco de los PyC.	Disponible únicamente en versión digital. Formato CD en Corpei y CAF
Perú	Matriz de verificación de PyC de biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Linea-base-BC_-Matriz-verificacion-PyC-Peru.xlsx

La matriz de verificación de biocomercio fue la herramienta fundamental para medir el grado de incorporación de los principios de biocomercio en las empresas que hacen uso de la biodiversidad nativa, pudiéndose usar como una herramienta de monitoreo y avance, con su medición periódica. Por ello, es importante que los criterios de evaluación utilizados sean coherentes para que se incluyan todos los posibles sectores de trabajo (como productos agrícolas, no maderables o ecoturismo). Tales características fueron incluidas en la matriz de Ecuador.

B. Etapa de desarrollo de capacidades productivas y de gestión

Para el fortalecimiento y el desarrollo de capacidades en los diferentes actores relacionados con las cadenas de valor en los países, se generaron guías a manera de manuales y de programas de capacitación, con el fin de delimitar pautas de trabajo y reforzar los conocimientos en biocomercio. Para ello. Se desarrollaron dos tipos de guías y tres tipos de programas de formación:

4. Guías para la aplicación del biocomercio: Buscan establecer lineamientos para la implementación de prácticas sostenibles que aporten en el cumplimiento de los principios de biocomercio, y que sirvan como pautas a seguir y que puedan ser incorporados por las iniciativas empresariales. A través del desarrollo y la trasferencia de tales guías, se generaron nuevos conocimientos y capacidades, que resultaron en la aplicación de prácticas de sostenibilidad:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Herramienta para la implementación de buenas prácticas ambientales en iniciativas de biocomercio para la cadena de cacao y tubérculos andinos.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/11/Herramienta-Biocomercio_color_baja.pdf
	Manual de medidas sanitarias y fitosanitarias, asociadas a los productos de biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Aplic-BC-Manual-medidas-sanitarias-y-fitosanitarias.pdf
	Protocolos de aprovechamiento para flora silvestre no maderable (Vainilla – Chamba –Jagua).	http://biocomerciocolombia.com/docs/biocomercio_andino/Componente%203/Pilotos%20apoyado%20para%20lanzar%20al%20mercado/Protocolos/PROTOCOLOS-FINAL.pdf
	Guía de tintes y lanas (Al rescate del conocimiento tradicional) – Guía práctica de tintes naturales y fieltro de lana.	http://biocomerciocolombia.com/docs/biocomercio_andino/Guia%20tintes%20y%20lanas.pdf

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Ecuador	Manual de procedimientos administrativos para el manejo sostenible de la vida silvestre.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Aplic-BC-Manual-proced-admin_vidasilvestre.pdf
	Guía de consejos prácticos para la aplicación de PyC de biocomercio en turismo sostenible.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/11/Guia-final-Aplicacion-pyc-Biocomercio-turismo.pdf
	Saberes y prácticas andinas.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Aplic-BC-Manual-de-manejo-de-alpacas-en-Ecuador-ok.pdf http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Aplic-BC-Saberes-practicas-andinas.pdf
	Guía de Buenas Prácticas para el Manejo de la especie Sangre de Drago - *Croton lechler.*	Versión en físico de todas las guías disponibles en CORPEI y CAF
	Guía de Buenas Prácticas para el Manejo de la especie Ungurahua- *Oenocarpus bataua.*	
	Guía de Buenas Prácticas para el Manejo de la especie Ishpink - *Ocotea quixos.*	
	Guía de Buenas Prácticas para el Manejo de la especie guayusa - *Ilex guayusa.*	
	Palmas Ecuatorianas: biología y uso sostenible.	
	Instructivo electrónico acceso a recursos genéticos.	Aplicación web se incluirá en los portales CHM y SIB que está desarrollando el MAE.

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Perú	Libro de biocomercio	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Aplic-BC-libro-biocomercio.pdf
	Lineamientos de prácticas: (a) Acuerdos de entendimiento (b) Sistema interno de control (c) Mapas de zonificación (d) Código de ética (e)Costos de producción	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Lineamientos.rar

Los documentos elaborados a manera de guías, son buenas herramientas para la generación de nuevas capacidades técnicas de manejo bajo parámetros de sostenibilidad de los actores involucrados. Se constituyen en una buena base para ser usada en el futuro. Sin embargo, debido al dinamismo que caracteriza los procesos ecosistémicos, las guías deben ser actualizadas de manera periódica, con el objetivo de que se ajusten a las condiciones actuales y puedan ser herramientas acertadas.

5. Guías para la elaboración de plan de bionegocios: Buscan establecer lineamientos para la elaboración de planes, que establezcan la ruta a seguir en la implementación exitosa de una idea de bionegocio de manera sostenible y competitiva. En cada país se desarrolló:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Herramienta plan de negocios.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Plan-de-neg-herramienta-Colombia.rar
	Plan de mercadeo.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Aplicacion-PN_Plan-de-mercadeo.pdf
Ecuador	Manual para la elaboración de plan de bionegocios.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Plan-neg-Manual-para-elaboracion-Plan-Bionegocios-ok.pdf
Perú	Manual para la elaboración de plan de bionegocios.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/12/ManualBionegocios.pdf

Los modelos de planes de bionegocios elaborados por el Proyecto, incluyen los parámetros de biocomercio para ser incorporados dentro de la gestión empresarial. Se trata de una herramienta útil, que deberá incluir un mecanismo de implementación eficiente, así como considerar la actualización periódica del mismo, de manera que se convierta en una herramienta para la toma de decisiones de la iniciativa empresarial.

6. Programas de formación en biocomercio. El Proyecto Biocomercio Andino, respondiendo al enfoque de desarrollo de capacidades para mejorar la toma de decisiones, promover la adopción del biocomercio como modelo de uso de los recursos y generar condiciones más favorables para el acceso al financiamiento en torno al desarrollo de actividades empresariales de biocomercio, desarrolló programas de capacitación específicos para diferentes actores.

Dichos planes fueron importantes en la medida en que establecieron las pautas y enmarcaron las actividades de intervención posteriores, redundando en los impactos anteriormente nombrados. Es así como se diseñaron programas para diferentes actores claves en los países:

- **Instituciones financieras**
- **Sector público**
- **Sector privado**

De esta manera, cada país desarrolló programas de capacitación para generar conocimientos según cada público objetivo:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Capacitación en biocomercio a entidades financieras.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-sect-fin_Creditos-institucionales-Corporacion-PBA1.pdf
	Guía para la toma de decisiones de autoridades ambientales sobre el aprovechamiento de productos de la flora silvestre no maderable.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-publ_-Guia-orientar-toma-de-desiciones-PNNF.pdf
	Documento de discusión y construcción conjunta: Principio de distribución justa y equitativa de beneficios en ámbitos distintos del acceso a recursos genéticos y conocimiento tradicional, desde el enfoque de cadenas de valor de biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-publ_Distrib-beneficios-ambito-acceso-recursos-geneticos-y-con.-tradicional.pdf
	Módulos de capacitaciones en tres Corporaciones Autónomas (planes de negocio, planes de mercadeo, sistemas de seguimiento a empresas, aspectos organizativos y financieros, cadena de valor).	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-priv-Modulos-capacitacion.rar
Ecuador	Lineamientos para el fondo de financiamiento de iniciativas biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-sect-finan-Lineam-fondo-financiamiento-Iniciativas-de-Bioc.pdf
	Malla curricular de capacitación sobre normativa a funcionarios de entidades relacionadas con las normativas de uso y aprovechamiento de la biodiversidad.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-sect-publ_-Malla-curricular.pdf
	Programa de capacitación sobre biocomercio para integradores, socios estratégicos y otros actores.	http://www.biocomercioecuador.ec/recursos/biblioteca-biocomercio/PRODUCTOS-DEL-PROYECTO-BIOCOMERCIO-ANDINO-GEF-CAF/CURSO-1-BIOCOMERCIO/
	Plan de capacitación sectorial para iniciativas del sector turismo sostenible e industria farmacéutica y cosmética.	http://www.biocomercioecuador.ec/recursos/biblioteca-biocomercio/PRODUCTOS-DEL-PROYECTO-BIOCOMERCIO-ANDINO-GEF-CAF/CURSO-2-BIOCOMERCIO/
	Programa de capacitación en gestión empresarial sostenible con base en PyC de biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capacitacion-sect-privado.rar
Perú	Diseño de módulos de capacitación a entidades financieras biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-sect-financiero.rar
	Manual de capacitación en biocomercio para entidades públicas - Contrapartida MINAM.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-publ-capacitacion-bioc-Minam.pdf
	Curso de introducción al biocomercio para sector privado.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Capc-priv-Curso-introduccion-al-Bioc.pdf

Los programas de formación son efectivos mecanismos de trasferencia de conocimientos. Los contenidos desarrollados en los países fueron utilizados de manera positiva, generando el interés de los actores para implementar y promover la sostenibilidad. Se debe considerar la utilización de lenguajes acordes con el público objetivo y contenidos prácticos, para lograr la consolidación de los conocimientos.

C. Etapa de monitoreo y evaluación

Con el fin de determinar el cumplimiento de las metas e impactos generados a partir de las diferentes intervenciones sobre las cadenas de valor priorizadas, el Proyecto contó con un sistema de monitoreo y evaluación, que fue la guía para que los países midieran sus avances en sus actividades, definiendo parámetros de medición, periodos y formatos de reporte óptimos, indicadores de impacto y monitoreo, entre otros. El sistema de monitoreo tuvo como objetivo:

- **Identificar progresos y fallas en el logro de los objetivos del Proyecto para cada país y a nivel regional**
- **Retroalimentar las actividades y procesos de gestión del Proyecto**
- **Detectar cambios en el cumplimiento de principios y criterios de biocomercio por parte de las iniciativas apoyadas y su influencia en la conservación de la biodiversidad.**

El manual del sistema de monitoreo y evaluación se encuentra disponible en:

http://**biocomercioandino.org**/wp-content/uploads/2015/04/manual_sistema_MyE_bioandino.pdf

Todas las herramientas desarrolladas y utilizadas por las Unidades Ejecutoras Nacionales y sus aliados durante las diferentes fases de ejecución del Proyecto se encuentran a disposición en la plataforma regional de conocimiento www.biocomercioandino.org, para que puedan ser usadas, adaptadas y actualizadas por los aliados del biocomercio en la región.

E. PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO Y RED

El Proyecto desarrolló cuatro tipos de productos de conocimiento relacionados con la generación de nuevos conocimientos y el desarrollo de capacidades para el afianzamiento del biocomercio entre los actores: (1) Estudios de mercado (2) Videos (3) Estudios normativos y regulatorios (4) otros.

1. Estudios de mercado: Los estudios de mercado permitieron establecer la viabilidad y condiciones de acceso de las empresas a los mercados objetivo, caracterizando la demanda para hacerla más competitiva. Es una herramienta fundamental para las empresas, ya que permite determinar las características y canales de comercialización más adecuados para el posicionamiento de los productos. Se desarrollaron los siguientes estudios de mercado:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Análisis sectorial ACAI	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/12/1.ANALISIS-SECTORIAL-ACAI.pdf
	Análisis sectorial sacha Inchi	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/8.ANALISIS-SECTORIAL-SACHA-INCHI.pdf
	Análisis sectorial Observación de aves	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/7.ANALISIS-SECTORIAL-OBS.-AVES.pdf
	Análisis sectorial ñame	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/6.ANALISIS-SECTORIAL-nAME.pdf
	Análisis sectorial flores tropicales y follajes	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/5.ANALISIS-SECTORIAL-FLORES-Y-FOLLAJES.pdf
	Análisis sectorial copoazu	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/4.ANALISIS-SECTORIAL-COPOAZU.pdf

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Análisis sectorial cacao	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/3.ANALISIS-SECTORIAL-CACAO-FINO-Colombia.pdf
	Investigación comparativa de mejores prácticas de observación de aves en Colombia	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estud-merc-Analisis-Observacion-de-Aves.pdf
	Dimensionamiento y caracterización de la demanda y consumo de la arracacha y tubérculos andinos en Colombia	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estud-merc-Dimens-y-consumo-de-Arracacha-y-tuberculos.pdf
	Ingredientes naturales para la industria cosmética y farmacéutica	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estud-merc-investigacion-ingredientes-naturales-para-industria-cosmetica.pdf
	Dimensionamiento de oferta desde Colombia para cacao fino y de aroma en grano para exportación hacia Estados Unidos, Francia, Países Bajos, España, Bélgica, Inglaterra, Alemania e Italia	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estud-merc-Dimens-oferta-para-Cacao-Fino-en-Grano-para-exportacion.pdf
	Dimensionamiento de la demanda de flores y follajes tropicales en el mercado nacional y exploración de nuevos canales de comercialización en Colombia.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estud-merc-Dimens-demanda-de-flores-y-follajes-tropicales-en-Col.pdf
Ecuador	Estudio de mercado para Palo Santo (*Bursera graveolens*).	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudio-de-mercado-Palo-santo.pdf
	Estudio de mercado y plan de negocios para el comercio de Tortugas Charapas en las Comunidades ubicadas en el Yasuní y Cuyabeno.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudi-mercad-comercio-Tortugas-Charapas-Comunid-Yasun-Cuyabeno.pdf

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Ecuador	Estudio de mercado de bebidas frías y calientes en el Ecuador a partir de la especie nativa Guayusa (*Ilex guayusa*).	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudio-mercado -bebidas-frias-calientes-Ecuador-Nativa-Guayusa.pdf
	Estudio de mercado sobre plantas ornamentales nativas.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudio-mercado-sobre-plantas-ornamentales-nativas.pdf
	Estudio de mercado sobre microorganismos nativos para mejorar productividad del sector agrícola.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudio-mercado-microorganismos-nativos-productividad-agricola..pdf
	Estudio de mercado para el desarrollo del aviturismo en la provincia del Guayas.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudio-de-Mercado-Aviturismo-Guayas.pdf
Perú	Estudio de mercado de cosméticos con base en productos naturales para Estados Unidos.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/12/ESTUDIO-DE-COSMETICOS-NATURALES-EE.pdf
	Perfil sectorial de ecoturismo.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/12/Perfil-sectorial-de-ecoturismo.pdf
	Omega – 3 Foods and Beverages in the U.S, Functional and Natural Ready to Drink Beverages in the U.S.	Versión en físico en Promperú Y CAF
	Energy Drinks, Sport Drinks, Functional Waters, RTDA Tea and Coffees.	
	Yogurt Drinks and Smoothies and Natural.	
	Organic Foods and Beverages in the U.S.	

Los estudios de mercado son importantes para la definición de estrategias comerciales acordes en las iniciativas empresariales, tomando decisiones basadas en información concreta de tendencias y datos de mercado. Se deben considerar estrategias de difusión de los estudios realizados, buscado beneficiar a la mayor cantidad de iniciativas posibles, maximizando el impacto de los estudios realizados.

2. Videos: Se trata de un mecanismo efectivo para mostrar de manera visual el modelo de gestión de biocomercio y lograr sensibilización respecto a los impactos positivos que se generan por esta actividad en los países. Las UEN desarrollaron 15 videos:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Video institucional 2013.	http://biocomercioandino.org/gestion-de-conocimiento/videos/#sthash.boyphCmh.HcA7ZVqX.dpbs
	Video Corpocaldas 2013.	
	Video Institucional Biocomercio Colombia - Mayo 2014.	
	Video Cacao – 2014.	
Ecuador	Video Documental del Biocomercio en Ecuador No. 1 que incluye entrevistas con socios, beneficiarios y actores del Biocomercio en Ecuador.	
	Video Biocomercio en Ecuador para promoción en Ferias.	
	Video Documental del Biocomercio en Ecuador No. 2 que incluye entrevistas con socios, beneficiarios y actores del Biocomercio en Ecuador.	
	Video Corto sobre Biocomercio en Ecuador.	
Perú	Biocomercio, una oportunidad para trascender.	
Perú	Biocomercio, una oportunidad para trascender: Quinua.	
	"Perú, productos naturales: Plantas medicinales".	
	Perú, productos naturales: Quinua.	
	Perú, productos naturales: Sacha Inchi.	
	Biocomercio Andino: Sacha inchi.	
	Perú, productos naturales: Castañas.	
CAF	CAF-Biocomercio y Biodiversidad -español	
	CAF-Biocomercio y Biodiversidad-Inglés	
	CAF-Proyecto Biocomercio Andino-Final	

3. Estudios normativos y regulatorios: Se generaron otros documentos técnicos adicionales, relacionados con aspectos regulatorios y normativos, como aporte al mejoramiento de la gobernanza generando un ambiente favorable de negocios para las iniciativas empresariales en la región. Éstos fueron:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Análisis Legal de Biocomercio	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estud-norm-Analisis-Legal-de-Biocomercio.pdf

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Colombia	Desarrollo de la propuesta de selección y ruta institucional, de frutos amazónicos y plantas medicinales, en el contexto de la regulación de la unión europea - Ruta novel food.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estud-norm-Desarr-propuesta-seleccion-y-ruta-instit-frutos-amaz-y-plantas-medicinales.pdf
	Guía legal ambiental de Ecoturismo en Colombia.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/guia_ecoturismo_completa.pdf
	Guía legal ambiental de aprovechamiento de productos maderables y no maderables del bosque en Colombia.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/PMNM_Completo.pdf
	Guía legal ambiental de aprovechamiento de fauna silvestre y pesca sostenible.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2014/10/FaunaPesca_Completo.pdf
Ecuador	Identificación de incentivos y barreras al desarrollo de mercados en materia de la biodiversidad y diagnóstico de la normativa nacional e internacional.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/identif-incentivos-y-barreras.pdf
	Propuestas de Reformas Legales y Regulatorias que faciliten las actividades de biocomercio.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudio-normativo-Propuestas-Reformas-Legales-y-Regulatorias.pdf
	Propuesta de Normativa de Manejo Sostenible de Productos Forestales No Maderables PFNM en el Ecuador.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Estudio-normativo-manejo-PFNM.pdf
	Propuesta de normativa de manejo y comercialización de orquídeas en el Ecuador.	En desarrollo. Próximamente en web del Proyecto Ecuador
	Propuesta de normativa de manejo y comercialización de la paja toquilla en Ecuador.	

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Perú	Documento técnico de Evaluación del monto de compensación de la ley 27811.	Versión en físico en Promperú y CAF
	Barreras legales en productos naturales y suplementos nutricionales.	
	Grass sacha inchi aceite.	
	Novel food sacha inchi aceite.	
	Documento técnico presentado por Perú ante comité de medidas sanitarias y fito sanitarias de la OMC por novel food.	
	Norma técnica lúcuma codex.	

4. Otros productos: Se generaron otros productos de conocimiento adicionales, tales como:

País	Herramienta	Ubicación en Línea
CAF	Biocomercio Andino: quince historias de éxito en Colombia, Ecuador y Perú.	http://biocomercioandino.org/gestion-de-conocimiento/publicaciones/#sthash.KET24Kyh.dpuf
	Andean Biotrade: fifteen success stories in Colombia, Ecuador and Peru	http://biocomercioandino.org/gestion-de-conocimiento/publicaciones/#sthash.KET24Kyh.dpuf
	Biocomercio Andino: propuesta de valor	https://drive.google.com/file/d/0B6m2VtucIAiqTmEzMDZteUlWUEU/view

País	Herramienta	Ubicación en Línea
CAF	La biodiversidad. El patrimonio por descubrir de los países andinos	http://biocomercioandino.org/gestion-de-conocimiento/publicaciones/#sthash.KET24Kyh.dpuf
	Biocomercio en la Subregión Andina. Oportunidades para el desarrollo	http://biocomercioandino.org/gestion-de-conocimiento/publicaciones/#sthash.KET24Kyh.dpuf
Colombia	Memoria de sistematización del proyecto	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/otro-prod-memoria-proyecto-colombia.pdf
	Herramienta emperador: permite a las iniciativas empresariales de biocomercio, conocer la situación financiera de su empresa mediante reportes automáticos que permitirán la toma de decisiones de manera más acertada.	http://www.biocomerciocolombia.com/proyectos/2013-10-13-07-19-09/biocomercio-andino/construccion-de-capacidades?id=65
Ecuador	Memoria sistematización del proyecto	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Otro-prod-Memoria-proyecto-Ecuador.pdf
	Base de datos de especies de flora silvestre comercializadas.	http://www.biocomercioecuador.ec/recursos/base-de-datos-flora
	Base de datos de especies de fauna silvestre comercializadas.	http://www.biocomercioecuador.ec/recursos/base-de-datos-fauna
	Criterios para determinar las categorías de manejo de especies de flora silvestre sujetas a comercialización en el Ecuador.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Otro-prod-Criterios-Categoria-Flora.pdf
	Documento de identificación de fauna silvestre más comercializada en Ecuador.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/documento-de-identificacion-de-fauna-silvestre-comercializadas.pdf

País	Herramienta	Ubicación en Línea
Ecuador	Caracterización Bioecológica de Fauna marina en Islote el Pelado para Piloto BIOELITE.	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/Otro-prod-Caracterizacion-bioecologica-de-fauna-marina.pdf
	Libro "Historia de la Comunidad Kichwa Añangu".	Disponibles versión digital formato CD en CORPEI y CAF
	Libro "Sabor de mi Ecuador".	
	Libro "Fotografías submarinas".	
Perú	Memoria sistematización del proyecto	http://biocomercioandino.org/wp-content/uploads/2015/04/otro-prod-Memoria-proyecto-Peru.pdf
	Software de identificación de fuentes de financiamiento para iniciativas empresariales de biocomercio en Perú.	http://www.biocomercioandino.pe/matriz-de-productos-financieros/matriz-de-productos-financieros.aspx

La Red

CAF, como ejecutor regional del Proyecto Biocomercio Andino y encargado de generar estrategias de réplica, instaló plataformas multisectoriales, reforzando el diálogo a nivel macro, meso y micro, con 24 organizaciones en la región que ofrecen servicios en desarrollo empresarial para biocomercio.

Los sistemas de información instalados por el Proyecto dinamizaron a más de 400 mil usuarios que pudieron acceder a información relacionada con la gestión sostenible de los recursos bajo parámetros de biocomercio.

Se creó en LinkedIn el grupo temático Biocomercio Andino, que cuenta con más de 160 participantes. Así mismo, se desarrolló la plataforma regional de conocimiento www.biocomercioandino.org, que contiene la recopilación de todas las publicaciones y herramientas desarrolladas por el proyecto, como herramientas que permitirán dar sostenibilidad a los conocimientos y capacidades desarrolladas en el capital humano y las organizaciones, generando espacios de discusión e intercambio de experiencias que promuevan las dinámicas de desarrollo del biocomercio en América Latina.

A su vez, cada país desarrolló su plataforma web, en la cual se encuentra disponible toda la información generada:

COLOMBIA

http://www.
biocomerciocolombia.com/

ECUADOR

http://www.
biocomercioecuador.ec/

PERÚ

http://www.
biocomercioandino.pe/

Sección 3.
Aprendizajes

IV. Lecciones Aprendidas y Recomendaciones

El Proyecto Biocomercio Andino supuso un desafío importante, debido a la naturaleza de su intervención multisectorial y multipaís de manera paralela. Se trató de una iniciativa pionera en la región que afrontó y superó retos durante su ejecución, arrojando importantes resultados y aprendizajes claves a considerar para futuras intervenciones comprometidas con la conservación y uso sostenible de la biodiversidad en la región.

Además de las lecciones relacionadas con las temáticas de trabajo del Proyecto presentadas en el capítulo de resultados, a continuación se detallan las lecciones aprendidas y recomendaciones generales y las buenas prácticas aplicadas, que por su eficacia, podrían hacer parte de proyectos futuros, considerando las fases de preparación y ejecución de proyecto:

FASE DE PREPARACIÓN

- Estructura
- Metodología
- Propuesta de monitoreo y evaluación
- Propuesta de gestión financiera
- Establecimiento de plataformas de gobernanza

FASE DE EJECUCIÓN

- Gestión administrativa
- Gestión técnica con proyectos piloto
- Gestión del conocimientos
- Apalancamiento de recursos de cofinanciamiento
- Refuerzo de capacidades

A. FASE DE PREPARACIÓN

La fase de preparación involucró la definición de diferentes aspectos para la puesta en marcha del proyecto, de cada uno de los cuales se derivan lecciones aprendidas y recomendaciones:

Estructura

La formulación y puesta en marcha del Proyecto, implicó un largo proceso de preparación, lo cual supuso cambios en los presupuestos, planes operativos y cronogramas originalmente definidos. Esto trajo consigo dos consecuencias importantes:

a) El contexto de desarrollo del Proyecto sufrió cambios al momento de la ejecución, en aspectos como los actores claves y las condiciones estimadas de la línea de base.

b) Tiempo de ejecución corto, teniendo en cuenta los objetivos trazados.

Para futuras intervenciones, se debe contar con una línea de base actualizada de acuerdo con el contexto en que se desarrollará la ejecución, con el fin de maximizar la eficiencia de los impactos que se busca alcanzar dentro del tiempo con que se cuenta.

Para el caso de proyectos regionales, es clave definir acciones regionales trasversales, sobre las cuales las UEN puedan aportar desde las gestiones nacionales, aumentando de esta forma el impacto conjunto y las oportunidades de intercambio de conocimiento/ experiencias. De la misma manera, se deben considerar los tiempos requeridos para la evaluación, aprobación y formalización de acuerdos necesarios para el arranque, y el inicio de actividades, los cuales pueden limitar el tiempo de ejecución efectiva.

Metodología

El PBA contó con ejecutores de diferente naturaleza (públicos, privados y púbico-privados) en tres países diferentes. En tanto, cada UEN tuvo diferentes tipos de limitaciones para la ejecución de los seis componentes y el cumplimiento de los objetivos previstos debido a la naturaleza misma y recursos disponibles de las instituciones, las cuales debieron haberse considerado previamente. Para poder enfrentar esto, es indispensable:

- Considerar desde la preparación del proyecto los medios requeridos para la obtención de los objetivos trazados, teniendo en cuenta los tiempos de ejecución de las actividades, recursos físicos y humanos disponibles, naturaleza de los ejecutores y posibles imprevistos.
- Contemplar desde un inicio un coordinador con un equipo técnico ejecutivo y operacional de tiempo completo, con experiencia previa en los temas a abarcar.
- Identificar y articular socios estratégicos que puedan contribuir y asumir la ejecución de algunas de las actividades de acuerdo con la experiencia específica de cada institución.

A pesar de lo anterior, los objetivos fueron cumplidos y los indicadores sobrepasados ampliamente, gracias principalmente a la articulación de actores clave en cada uno de los temas de trabajo, para la formación de redes de conocimiento efectivas para el fomento del biocomercio en los países, aprovechando las capacidades y experiencias de cada una de las organizaciones articuladas.

Así mismo, la identificación de las necesidades y el diagnóstico previo de las iniciativas para definir el tipo de intervención y apoyo que brindaría el Proyecto, fue una estrategia efectiva para la definición de la lógica de la intervención, de manera consensuada con las empresas beneficiarias y organizaciones aliadas, logrando una mayor apropiación y participación en los procesos de implementación.

Propuesta de monitoreo y evaluación

El Sistema de Monitoreo y Evaluación es clave para medir la eficacia de la intervención realizada. Es importante considerar:

- El sistema debe ser implementado desde el inicio del proyecto. En el Proyecto Biocomercio Andino, el sistema de monitoreo permitió seguir un plan de actividades que condujo a los resultados y sus indicadores. Los reportes e informes periódicos reflejaron los avances de la ejecución de actividades y el desempeño financiero, permitiendo conocer las desviaciones y ejercer decisiones de ajuste.
- Debe fortalecer la gestión del proyecto, definiendo una estrategia de trasferencia hacia los usuarios, de forma que se cree valor.

- Debe incluir herramientas ágiles y amigables para el registro de avances.
- Es necesario contar con manuales operativos y de procesos, los cuales deben ser implementados con interlocución del coordinador regional del proyecto, para que éste pueda tomar decisiones, y dar lineamientos que se implementen en las UEN.
- Se debe considerar la medición de una línea de base sólida con miras a la medición de impactos, más allá de la medición del cumplimiento de actividades y outputs.
- Es deseable lograr la homologación de los instrumentos de monitoreo y evaluación de los diferentes organismos de cooperación, construyendo bases únicas que eviten la duplicidad de esfuerzos en el levantamiento de la información.
- Contar con un equipo técnico dedicado al monitoreo y evaluación de las iniciativas, generando capacidades en las regiones, para el levantamiento de información y evaluación de avances.
- Es importante considerar reuniones periódicas de planificación estratégica en términos técnicos, considerando el enfoque de manejo adaptativo que caracteriza las dinámicas del biocomercio.

Propuesta de gestión financiera

Respecto a la planificación y gestión financiera se debe considerar:

- Se identificó como buena práctica que la gestión financiera debe contar con controles y procedimientos específicos y unificados para todas las UEN, estimulando el planeamiento y la coordinación entre las UEN.
- Considerar las variaciones en las tasas de cambio en el tiempo, que afectan directamente las ejecuciones
- Debe ser flexible para la asignación final de las actividades, las cuales pueden sufrir variaciones con el transcurso de la ejecución.
- La asignación presupuestal debe responder al alcance esperado, considerando todos los aspectos técnicos y de recursos humanos requeridos para las ejecuciones.

Establecimiento de plataformas de gobernanza

Las plataformas de gobernanza son importantes debido a que se presentan como espacios de discusión y toma de decisiones respecto a las intervenciones que se planea realizar. Las plataformas son así mismo, parte de un proceso más amplio del desarrollo de capacidades de dialogo, colaboración y formación de alianzas entre los actores participantes. Es indispensable para ello:

- Definir plataformas interinstitucionales específicas de acuerdo con la naturaleza de las UEN y socios, con actores participantes con roles definidos y sesiones periódicas.
- Lograr la articulación público-privada para la definición de las acciones a realizar.
- Empoderar a las comunidades locales en los procesos de gobernanza, para la validación de la propuesta con los diferentes actores.
- Articulación de actores claves. Los primeros esfuerzos en la fase de preparación de los proyectos, deberían considerar la búsqueda y establecimiento de alianzas con socios que aporten técnica y financieramente a la adecuada ejecución del Proyecto. Dentro de la articulación de actores, la socialización periódica de los avances es importante para promover la participación activa de los socios.

B. FASE DE EJECUCIÓN

La fase de ejecución involucra el desarrollo de varios aspectos importantes en cuanto a para la coordinación de los recursos disponibles para llevar a cabo el plan de gestión previsto durante la planificación. Abarca temas como:

Gestión administrativa

Este aspecto es relevante porque determina la eficacia y eficiencia en el manejo de los recursos, con impacto en la buena ejecución del trabajo y cumplimiento de plazos y compromisos. Para ello, es importante:

- Contar con una estructura de personal adecuada, con continuidad durante el tiempo de ejecución.
- Es relevante que las UEN conozcan y pongan en prácticas los procesos y procedimientos definidos en los manuales administrativos, a través de los manuales operativos de ejecución.
- Considerar la naturaleza de la entidad ejecutora de los fondos, conociendo el funcionamiento interno de la entidad, con el fin de asegurar que los procedimientos y trámites sean acordes con los tiempos de ejecución requeridos.

En el caso de la UEN de Perú (PROMPERU), se presentaron períodos de ejecución más lentos que las demás UEN, debido a las políticas de Contratación del Estado, que involucran mayores procedimientos. A pesar de ello, PROMPERU logró todos los objetivos y metas trazadas de manera exitosa gracias a la disposición de adaptación y apoyo de la entidad frente a los procesos y requerimientos del Proyecto.

Gestión técnica con proyectos piloto

Tratándose el biocomercio de la comercialización de productos y servicios de la biodiversidad nativa, es indispensable la articulación de iniciativas privadas a la gestiones de la cooperación. Para el caso del Proyecto, el trabajo con las empresas piloto permitió medir y analizar los impactos generados a través de la gestión realizada sobre el acceso a mercados, financiamiento e información, convirtiéndose en un mecanismo adecuado para determinar los aportes generados por la intervención. De acuerdo con la experiencia de trabajo con las 216 empresas en los 3 países, se derivan las siguientes recomendaciones que se deben tener en cuenta para el trabajo con proyectos piloto de biocomercio:

- Manejar la selección e integración de nuevos proyectos piloto, como parte de la estrategia de escalabilidad del proyecto, aplicando entre las iniciativas seleccionadas, las herramientas y conocimiento acumulado en etapas anteriores.
- Contar con procesos de acompañamiento y asesoría durante la implementación, debido a que de ellos depende el logro de los objetivos y la superación de dificultades que se puedan presentar en el camino.
- Aplicar una visión estratégica, sea por la formación de clusters, de redes de conocimiento o experiencia técnica, para la selección de las iniciativas piloto que fueran a integrar el proyecto, recordando que la mayor dispersión supone mayores costos financieros, administrativos y técnicos.
- Definir criterios para la selección de los proyectos piloto, acordes con el interés de la intervención tales como regiones, cadenas de valor, eslabones, importancia comercial entre otros.
- Considerar los costos para las visitas y acompañamiento en campo para las iniciativas empresariales.

- Estimular la generación de espacios de intercambio de experiencias entre las iniciativas piloto a lo largo de la ejecución utilizando intereses específicos asociados a las cadenas de valor.

- En el ámbito de análisis del modelo de negocios de biocomercio, la herramienta de principios y criterios de biocomercio es eficiente para la medición de impactos. Sin embargo, requiere ser ajustada para que sea versátil en la medición de iniciativas que trabajan diferentes orígenes de materia prima (recolección, zoocría, cultivo), servicios, y niveles de eslabones de la cadena de valor.

- Se deben considerar además de los indicadores cuantitativos de desempeño de las actividades, componentes e impacto, otros indicadores complementarios, que permitan identificar cambios en la distribución de los ingresos a lo largo de la cadena de valor, buscando evidencias de una distribución más justa y equitativa.

- Así mismo, integrar indicadores que evidencien otros cambios cualitativos potenciados por el proyecto en otros aspectos complementares que permitan dimensionar la influencia del proyecto dentro de un contexto de cambio sistémico integral. Aquí se puede destacar el análisis de aspectos asociados al género, la salud, educación, capital social, capital humano, grado de acceso a servicios financieros, etc.

Gestión del conocimiento

Atendiendo las diferentes etapas del proyecto y actividades de intervención, el Proyecto generó herramientas, estudios, publicaciones, videos, redes de conocimiento y otras informaciones fundamentales para sensibilización de los actores interesados frente a temas clave del biocomercio, así como para la escalabilidad y replicabilidad del proyecto en el ámbito de los países beneficiados.

Este conocimiento es la base para el desarrollo de nuevas capacidades en los actores del biocomercio en la región, que deben conducir a la trasformación de la base productiva. Respecto a la gestión del conocimiento, es pertinente considerar:

- Contar con mecanismos de comunicación que facilite la diseminación continua de herramientas, buenas prácticas y resultados alcanzados a lo largo de la ejecución del proyecto, desde su inicio.

- Establecer sistemas de transferencia de conocimientos efectivos, acordes con los intereses de los diferentes públicos objetivo (académico, empresarial, de crédito, gubernamental, cooperantes).

Fortalecer procesos participativos para el desarrollo y fortalecimiento de capacidades, más allá de los procesos de capacitación formal, que lleven a la internalización de los conceptos y prácticas.

- Contar con la participación activa de los usuarios de la información generada. Cuanto más se involucren las empresas en los procesos de desarrollo de productos del conocimiento, mayor será el impacto y la utilidad de los instrumentos y productos diseñados.

- Visualizar el trabajo conjunto entre los países participantes para potencializar los resultados e impactos en el ámbito regional.

- Realizar un esfuerzo en el desarrollo de materiales de comunicación bilingues, favoreciendo el intercambio de conocimiento fuera de la región, posibilitando nuevas alianzas y aprendizajes.

- Definir una estrategia de comunicación acorde con los objetivos que se buscan cumplir, la cual debe ser implementada desde el inicio del Proyecto.

- Destinar un presupuesto específico y acorde con los alcances previstos.

- Considerar el uso de diferentes mecanismos de comunicación, que permitan trabajar con varios tipos de públicos (académico, empresarial, de crédito, gubernamental, cooperantes), para la implementación de estrategias sinérgicas en pro del desarrollo sostenible.

Apalancamiento de recursos de cofinanciamiento

El Proyecto Biocomercio Andino logró un apalancamiento exitoso, superando en 46% el cofinanciamiento de aportes de las UEN, las organizaciones aliadas y los proyectos piloto beneficiarios. Esto se logró teniendo en cuenta los aportes de las diferentes fuentes. Se debe considerar:

- El modelo de cofinanciamiento con los proyectos piloto genera un mayor compromiso e interés de las empresas, en el cumplimiento de sus compromisos y ejecución de las actividades de fortalecimiento, siendo ésta una estrategia exitosa.
- Debido a que algunos recursos apalancados tienen determinadas restricciones de uso según la fuente de finamiento, es prudente considerar el apalancamiento de varias posibles organizaciones, que puedan participar y portar en el desarrollo de las diferentes actividades propuestas.

Refuerzo de capacidades

El refuerzo de capacidades fue clave para el Proyecto, como uno de los principios de intervención, generando habilidades individuales y colectivas para la superación de los obstáculos que se presentan tanto a nivel macro y meso como a nivel micro, así como entre las propias UENs.

El conocimiento generado, las capacitaciones y la asesoría ofrecidas por el proyecto a través de las UEN, fueron elementos esenciales para el desarrollo de capacidades de los beneficiarios logrando un efecto transformador.

Aquí vale la pena destacar:

- La realización de alianzas entre UEN con organizaciones que cuentan con experiencia técnica específica en áreas clave del biocomercio, con el fin de asegurar la calidad en la oferta de servicios de capacitación y asesoría técnica ofrecidos.
- El estímulo a plataformas de diálogo y colaboración multisectorial y por sectores como elemento clave para el refuerzo del capital social, la identificación de trabas al sector y la búsqueda compartida de soluciones.
- Revisión y discusión de resultados de estudios de inteligencia de mercado y análisis sectoriales entre los beneficiarios, buscando la internalización del conocimiento en los procesos de planificación y toma de decisiones.
- La incorporación de una perspectiva de desarrollo de competencias que va más allá de la realización de capacitaciones y talleres, ofreciendo asesoría con base en un compromiso con la internalización de buenas prácticas de biocomercio.

V. Conclusiones

El Proyecto realizó una importante contribución para la promoción del biocomercio en la región Andina, sirviendo como una importante referencia para América Latina, sustentada en los impactos y cambios generados sobre las políticas públicas, el acceso a los mercados y financiamiento y el fortalecimiento de las cadenas de valor. Se generaron nuevas capacidades en los aliados públicos y privados en Colombia, Ecuador y Perú, quienes a través del efecto multiplicador, podrán dar continuidad a los procesos iniciados, continuando con la tarea de promoción del biocomercio en la región.

Teniendo en cuenta los resultados y aprendizajes derivados de la ejecución del Proyecto Biocomercio Andino a lo largo de 4 años, desde un punto de vista sistémico, se concluye:

- El biocomercio es un modelo de negocios válido para el desarrollo sostenible en América Latina. A partir de la ejecución del Proyecto, se pudo validar la eficiencia del biocomercio como un modelo coherente con las políticas de adaptación al cambio climático, prioridad global en la actualidad, y efectivo para el desarrollo sostenible, teniendo en cuenta los impactos logrados a favor de la conservación de la biodiversidad, a partir de las 282,569 hectáreas manejadas bajo criterios de sostenibilidad.

- De la misma manera, sobresale el potencial d el biocomercio para la generación de beneficios sociales a través de la inclusión y conexión de iniciativas comunitarias con emprendimientos más competitivos, promoviendo mejores prácticas de gestión operativa y administrativa y generando nuevas dinámicas de desarrollo local.

- Las 216 iniciativas piloto, que tuvieron un 65% de aumento promedio en ventas, vincularon a 29,600 personas de manera directa en sus cadenas de abastecimiento, las cuales mejoraron su calidad de vida a partir de la generación de nuevas capacidades y conocimientos, promoción de la asociatividad, aumento en ingresos, entre otros. Esto evidencia el importante efecto de distribución de la riqueza del biocomercio así como su contribución directa en la trasformación de la base productiva.

- El proyecto concluye como una iniciativa de US$ 20.8 millones de dólares, habiendo superado la meta prevista inicialmente de co-financiamiento en 46%. Este logro se sustenta, además de capacidad de los ejecutores, en el reconocimiento que el biocomercio ganó en la agenda de los países que integraron el proyecto, así como en sus aliados de la cooperacióninternacional, verificando en el biocomercio cualidades singulares y efectivas para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad. Con este entendimiento fueron movilizadas e integradas organizaciones de la comunidad internacional, de gobierno, sociedad civil y otros aliados en el cofinanciamiento.

282,569
hectáreas manejadas bajo criterios de sostenibilidad.

29,600
personas vinculadas de manera directa en sus cadenas de abastecimiento.

- Las alianzas estratégicas fueron claves para la consecución de los objetivos de forma eficiente y efectiva. Los aliados hicieron posible ampliar la cobertura del proyecto, permitiendo el apoyo a 216 iniciativas. Se establecieron alianzas con actores públicos, privados, gobiernos locales, instituciones académicas y otros organismos para la cooperación técnica y cofinanciamiento de actividades de biocomercio. A través del relacionamiento con los aliados, el Proyecto contribuyó a la difusión e interiorización del concepto del biocomercio, logrando su inclusión en las agendas políticas, en instituciones de formación, en la formación de redes de consultores y en la gestión de las empresas y comunidades en la región.

- Se fortalecieron los proyectos piloto en los países, quienes implementaron el biocomercio como modelo de gestión que ofrece ventajas competitivas, adoptando prácticas de sostenibilidad que redundaron mejor desempeño de ventas (+65%) y en dinámicas de uso sostenible de los recursos y desarrollo local en Colombia, Ecuador y Perú.

- El Proyecto contribuyó a una mayor concienciación y conocimiento de herramientas de sostenibilidad, aspectos administrativos y comerciales entre otros, generando nuevas capacidades dentro de las iniciativas empresariales (ver www.**biocomercioandino**.org). Sin embargo, se requiere aún de organizaciones nacionales y locales, que presten servicios de apoyo básico para las empresas interesadas en la implementación de nuevas prácticas, como certificaciones de calidad, sostenibilidad, entre otros. Así mismo, se requiere mayor investigación, información, y soporte para el desarrollo de una oferta con mayor valor agregado y el acceso a nuevos mercados.

- La innovación es la clave para la generación de valor y aumento de la competitividad en los productos de biocomercio en la región. En tanto, se deben fortalecer los elementos diferenciales, buscando oportunidades en los mercados a través de la investigación aplicada, como las realizadas con éxito por la experiencia del desarrollo de las capsulas de sacha Inchi en Colombia, el fortalecimiento de la línea cosmética de la Fundación Chankuap en Ecuador o el desarrollo de productos nuevos a base de castaña por la empresa Shiwi de Perú, todos ejemplos de investigación aplicada. Es necesario pues, destinar esfuerzos para la investigación e innovación, a través de las alianzas público privadas, que favorezcan el registro de marcas y patentes, la agregación de valor y consecuentemente, el aumento y distribución de los ingresos percibidos.

- Se demostró el interés y capacidad de reacción de las instituciones financieras delante del desafío de desarrollar soluciones para el financiamiento del Biocomercio. Fueron 9 instituciones que concedieron créditos para 33 empresas, posibilitando inversiones significativas con impacto en la competitividad de las empresas.

- Teniendo en cuenta el reconocimiento de la iniciativa Biotrade en la 12ª reunión Conferencia de las Partes en el Convenio de la Diversidad Biológica, como un aliado importante para el cumplimiento de los objetivos de conservación mundial y la consecución de las metas Aichi, el reto de instrumentar el biocomercio de manera prácticas dentro de los modelos de negocios basados en biodiversidad en América Latina sigue vigente. A partir del manejo sostenible y conservación de las más de 282 mil hectáreas, se realizó un aporte en favor de la conservación de los recursos biológicos de los países, que contribuye con el cumplimiento de las metas de biodiversidad de los países.

A partir de la ratificación del protocolo de Nagoya en 51 países partes del CDB, el biocomercio toma relevancia como un modelo que permite poner en práctica aspectos relacionados con la distribución justa y equitativa de los beneficios a partir de la innovación, uso y acceso a los recursos biológicos o genéticos. El desafío en la implementación del protocolo de Nagoya en los países se encuentra aún vigente, frente a la incertidumbre que representa el tema para la empresa peruana. Se trata pues de un tema prioritario que abarcar.

Partiendo del movimiento de trasformación social y económico que el biocomercio propone, sustentado en variables integradoras de sostenibilidad ambiental y social, los miembros participantes en el Proyecto Biocomercio Andino en Colombia, Ecuador y Perú, y las Entidades Cooperantes, GEF, PNUMA y CAF, afianzaron su rol de aliados en la promoción y operatividad de respuestas concretas para la viabilización del desarrollo sostenible en América Latina. El legado, un importante capital de conocimiento que se materializa en redes de comunidades, empresas, profesionales e instituciones de educación, multilaterales y de gobierno, que desarrollaron experiencia en el papel transformador del biocomercio como modelo de negocios que promueve la conservación y uso sostenible de la biodiversidad.

El camino continúa

Las experiencias y resultados sistematizados en esta memoria, son el fruto del emprendimiento de hombre y mujeres andinos. Éstas muestran resultados importantes alcanzados por el proyecto Biocomercio Andino a lo largo de cuatro años de ejecución. Sin embargo, estos productos recorren en contenido y forma, caminos de experiencias que también queremos compartir con la comunidad que busca y practica la sostenibilidad.

Durante el proceso de ejecución, se diseñaron importantes enfoques, principios y herramientas, cuya efectividad ha sido monitoreada en la práctica. Esto nos ha permitido la formación de toda la experiencia técnica que hoy se encuentra disponible en la forma de valioso capital humano y de conocimiento entre los socios y aliados del proyecto, disponibles y accesibles a través dela plataforma regional:

www.biocomercioandino.org

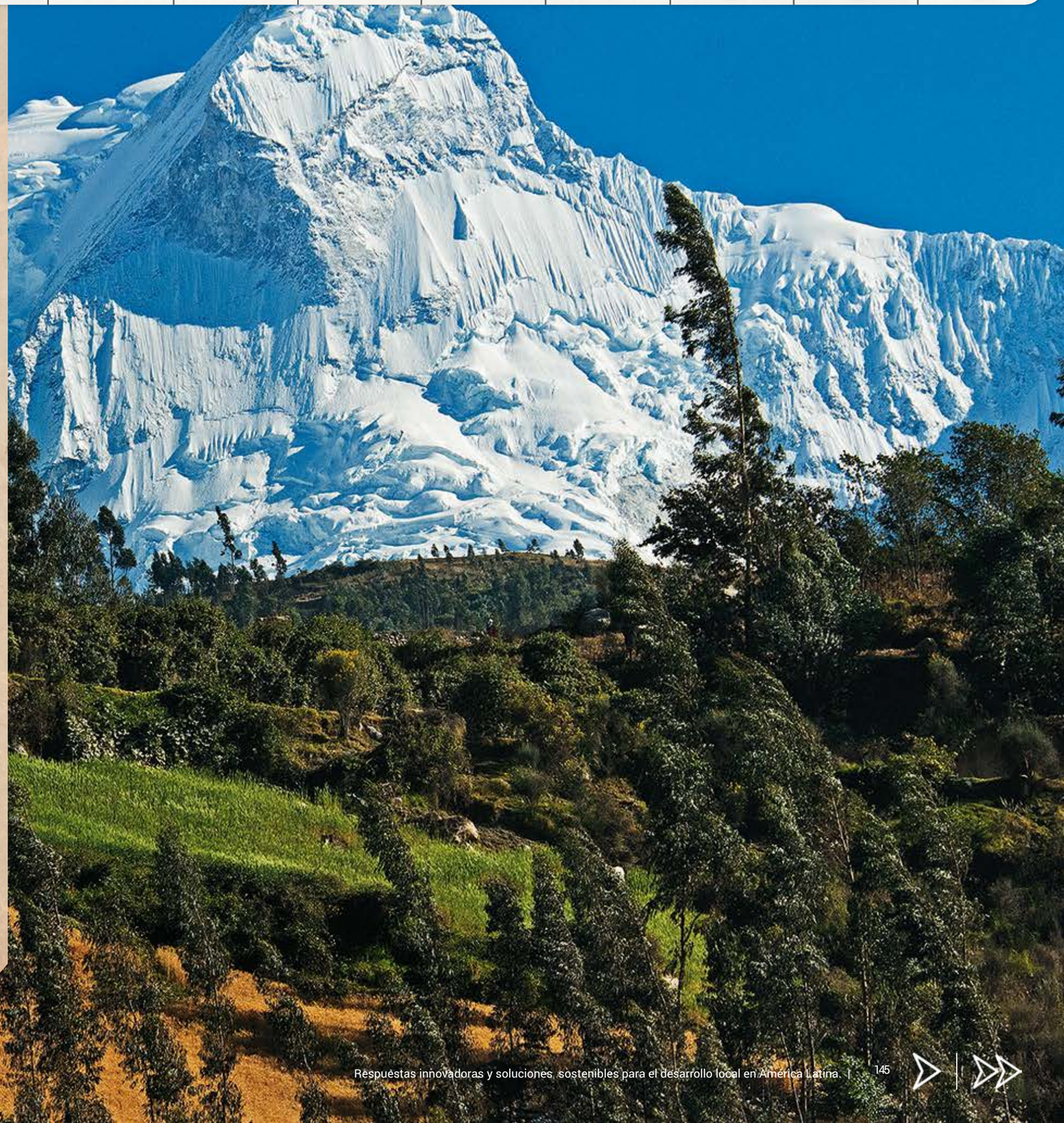
El desempeño del proyecto mostrado por los indicadores de impacto vienen a constatar la viabilidad del modelo de negocios que propone el biocomercio. Hemos verificado en la práctica, que el binomio conservación & desarrollo tiene en el biocomercio una respuesta sólida y adecuada para el contexto social latinoamericano, donde el conservar la biodiversidad y el crecimiento están acoplados por la inclusión social y la sostenibilidad del ingreso y ahorro económicos.

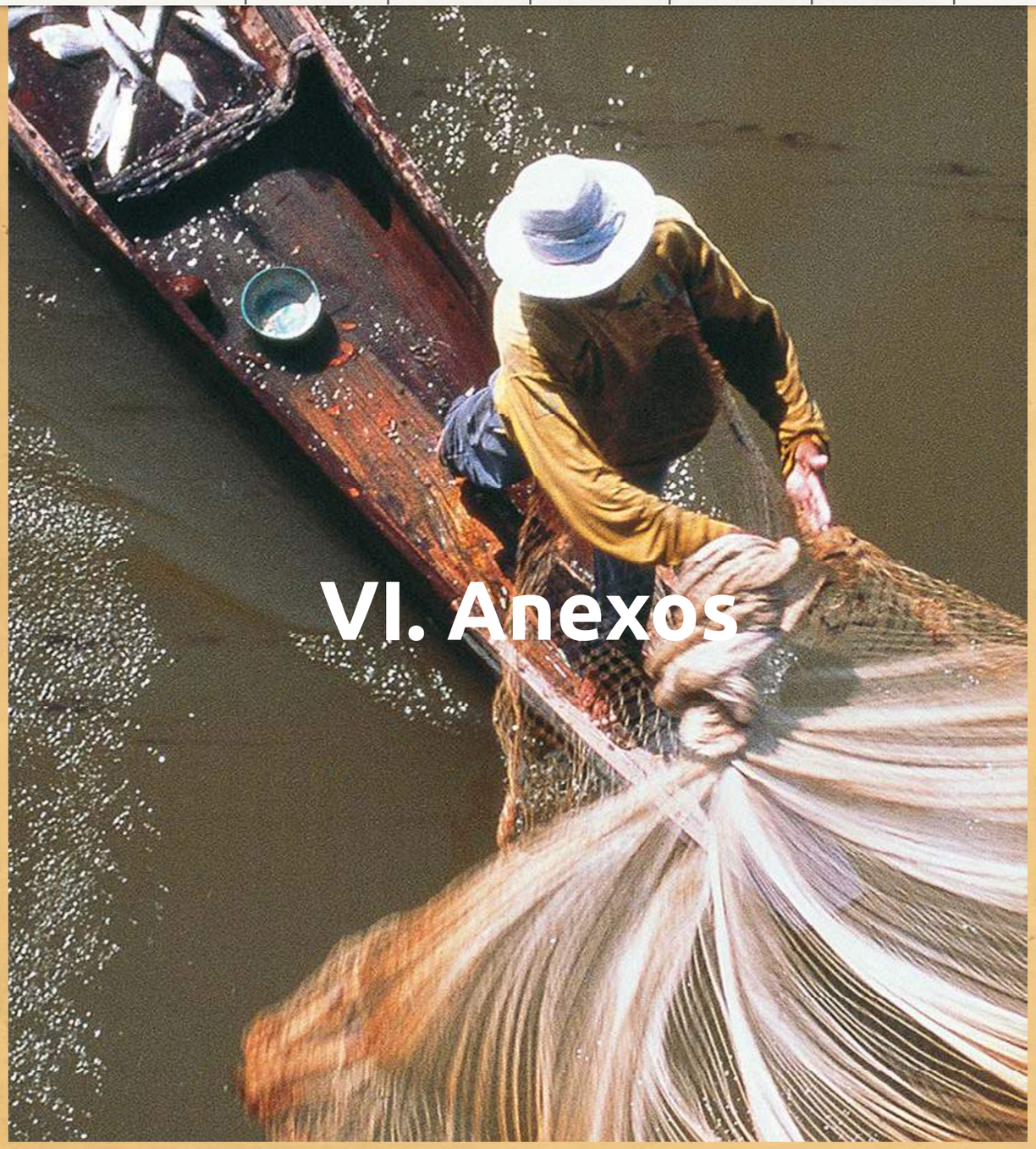
El biocomercio representa por tanto, un modelo que se sustenta en las ventajas comparativas, en este caso en particular, de la mega-biodiversidad que tiene América Latina. Es promoviendo la inversion en innovación, transformación productiva y regulación adecuada, que será posible el desarrollo de nuevas ventajas competitivas.

El mercado mundial de produtos asociados a la biodiversidad, que hoy mueve cerca de US$ 290 mil millones, con crecimiento anual de 19% al año, es un importante estimulo que da sostenibilidad economica a los esfuerzos de colaboración técnica que ha ofrecido CAF, GEF y el PNUMA en el ámbito del Proyecto Biocomercio Andino.

Es mirando hacia ese movimento, que proviene de los campos de cultivo y bosques, sustentado en un proceso más amplio de transformación social y de variables integradoras, como son, entre otras, el conocimiento, la competitividad, la producción, la conservación, el capital natural, el capital social, el ahorro, las causas y efectos del cambio climático y la necesidad de una sociedad inclusiva, que CAF ratifica su rol de aliado del sector publico, del sector privado y de los actores de la sociedad civil, en la promoción y operatividad de respuestas concretas que viabilicen el desarrollo sostenible y la integración en la región, como el biocomercio.

René Gómez-García Palao
Coordinador Unidad de Negocios Verdes





VI. Anexos

Lista por país de contactos y proyectos piloto - 148

Entidades y organizaciones aliadas - 182

Equipos técnicos - 190

Metas Aichi y Proyecto Biocomercio Andino - 194

a) Lista de pilotos por país y contactos **COLOMBIA**

Departamento **Amazonas**

ASOCIACIÓN DE MUJERES COMUNITARIAS DE TARAPACÁ - ASMUCOTAR

Especies nativas trabajadas:
- Camu camu
  Myrciaria dubia

Principales Productos:
- Camu camu

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL AMAZONAS -APAA

Especies nativas trabajadas:
- Araza, copoazu
  Eugenia stipitata
- Cocona
  Theobroma grandiflorum
- Camu camu
  Solanum sessiflorum
- Castaña de caju
  Myrciaria dubia
- Pomaroso, ají
  Myrciaria dubia
- Carambolo
  Syzygium jambos
- *Capsicum spp.*
  Averrhoa carambola

Principales Productos:
- Salsa de ají
- Mermelada

Contacto:
- rimargas@hotmail.com

PARQUE ECOLÓGICO MUNDO AMAZÓNICO

Especies nativas trabajadas:
- Mariposa emperador
  Morpho peleides
- Abarco (arbol maderable)
  Cariniana pyriformis
- Asaí o Naidí
  Euterpe oleracea
- Ave (avistamiento de aves)
  Aulacorhynchus derbianus

Principales Productos:
- *Senderismo*
- *Recorridos guiados*

Contacto:
- www.mundoamazonico.com

TANIMBOCA S.A.S.

Especies nativas trabajadas:
- Abarco
  (árbol maderable)
  Cariniana pyriformis

Principales Productos:
- Serpentario
- Recorridos guiados
- Expediciones en la selva
- Expediciones en río

Contacto:
- www.tanimboca.org

Departamento **Antioquía**

AREWARO -TOURS ECOLÓGICOS Y CULTURALES POR COLOMBIA

Principales Productos:
- Ecoturismo

Contacto:
- www.ecoturismoarewaro.com/web/

ALSEC ALIMENTOS SECOS S.A

Especies nativas trabajadas:
- Asaí,
  Euterpe oleracea
- achiote
  Bixa orellana
- sacha inchi
  Plukenetia volubilis
- araza
  Eugenia stipitata
- borojo,
  Borojoa patinoi
- chontaduro
  Bactris gasipaes
- mil pesos o seje
  Oenocarpus bataua

- **Principales Productos:**
- Asaí
- sacha inchi deshidratados y leofilizados

Contacto:
- alsec.com.co

BOSQUE HÚMEDO BIODIVERSO

Especies nativas trabajadas:
- Jagua o huito
  Genipa americana
- Mil pesos o seje
  Oenocarpus bataua
- Murrapo o Asaí
  Euterpe oleracea

Principales Productos:
- Açaí
- Palmito

Contacto:
- nepame.1@hotmail.com

CABILDO MAYOR INDÍGENA DE CHIGORODÓ - CMICH

Especies nativas trabajadas:
- Algarrobo
  Prosopis spp.

Principales Productos:
- Semillas

Contacto:
- www.emberachigorodo.org

COLOMBIANA DE BIOCOMBUSTIBLES S.A.

Especies nativas trabajadas:
- Sacha inchi
  Plukenetia volubilis
- chía
  Salvia hispanica
- manteona
  Petasites hybridus
- jatropha
  Jatropha curcas

Principales Productos:
- Capsulas de sacha inchi

Contacto:
- www.colbio.com

ECOFLORA AGRO

Especies nativas trabajadas:
- Planta ornamental
  Swinglea glutinosa

Principales Productos:
- Ecoswing

Contacto:
- www.ecofloragro.com/es

ECOFLORA CARES

Especies nativas trabajadas:
- Jagua o huito
  Genipa americana

Principales Productos:
- Extractos vegetales para productos del hogar

Contacto:
- www.ecofloracares.com

ORGANIC EVOLUTION S.A.S.

Especies nativas trabajadas:
- Achiote
  Bixa orellana

Principales Productos:
- Colorante de achiote

Contacto:
- www.colorganics.co

PRODUCTOS DEL BOSQUE NAIDÍ

Especies nativas trabajadas:
- Asaí o Naidí
  Euterpe oleracea

Principales Productos:
- Fruto en fresco
- Pulpa de naidí
- Palmitos de naidí

Contacto:
- www.pbnaidi.com

PRODUCTOS ALIMENTICIOS PEPITA S. A. S

Especies nativas trabajadas:
- Asaí,
  Euterpe oleracea
- breva
  Ficus carica
- ají
  Capsicum spp

Principales Productos:
- Conservas

Contacto:
- www.productospepita.com

SABORES Y VIDA

Especies nativas trabajadas:
- Mortiño o agraz
  Vaccinium meridionale

Principales Productos:
- Vinagreta
- Especias
- Mixtura
- Aromáticas

Contacto:
- saboresyvida@gmail.com

TECNACOL S.A

Especies nativas trabajadas:
- Agraz
  Vaccinium meridionale

Principales Productos:
- Leofilisado de agraz

Contacto:
- www.tecnacol.com

Departamento **Amazonas**

COOPERATIVA MULTIACTIVA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA DE ARAUQUITA - COOMPROCAR

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao

Principales Productos:
- Cacao

Contacto:
- http://redcacaotera.co/tienda/tiendaxc/cacao/torta-de-cacao/resto-de-colombia/sabor-a-nuez2013-03-02-06-00-19/cacao-arauquita-detail

Departamento **Atlántico**

COOPERATIVA DEL GRUPO PARTICIPATIVO LOCAL DE REPELÓN PBA - COOGRUPAR

Especies nativas trabajadas:
- NA

Principales Productos:
- NA

Contacto:
- pbarepelon@yahoo.es

Departamento **Bolivar**

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CACAO DE LOS MONTES DE MARÍA - ASPROCAMM

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao

Principales Productos:
- Cacao

Contacto:
- http://neymar-asprocamm-neymar.blogspot.com

ASOCIACIÓN MUNICIPAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES - ASOMUDEPAS

Especies nativas trabajadas:
- Ñame Espino
  Dioscorea rotundata
- Ñame Diamante
  Dioscorea alata

Principales Productos:
- Ñame

Contacto:
- rosamariaquiroz@gmail.com

EMPRESA COMUNITARIA NATIVOS ACTIVOS

Especies nativas trabajadas:
- corales
  Anthozoa

Principales Productos:
- Ecoturismo comunitario

Contacto:
- www.ecohotellacocotera.com

Departamento **Boyacá**

AGRODIVERSIDAD DE TUBÉRCULOS ANDINOS

Especies nativas trabajadas:
- Nabos
  Brassica rapa
- Cubios
  Tropaeolum tuberosum
- Habas
  Vicia faba
- Maiz
  Zea mays
- Ibia
  Rubia cordifolia
- ruba
  Solanum spp.
- Papa
  Arracacia xanthorriza
- Aracacha

Principales Productos:
- Torta de nabo,
- Mermelada natubica,
- Masato de ibia,
- Chicha de ibia,
- Tubérculos en fresco

Contacto:
- lmpf31@terra.com.co

ASOCIACIÓN DE FRUTICULTORES DE LA PROVINCIA DE LENGUPÁ - ASOFRULEN

Especies nativas trabajadas:
- NDA

Principales Productos:
- Guayaba champa

Contacto:
- leonororjuela@gmail.com

ASOCIACIÓN DE INNOVADORES EN PRODUCTOS ANCESTRALES DE BOYACÁ - ASIPABOY

Especies nativas trabajadas:
- Arracacha
  Arracacia xanthorrhiza

Principales Productos:
- Arracacha

Contacto:
- luishelypacasira@hotmail.com

ASOCIACIÓN DE PROSUMIDORES AGROECOLÓGICOS SECCIONAL SORACÁ - AGROSOLIDARIA

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales Productos:
- Semilla de quinua
- Semilla tostada
- Harina cruda
- Harina tostada

Contacto:
- agrosolsoraca@yahoo.es

ASOCIACIÓN ECOTURÍSTICA DE GÛICÁN Y COCUY - ASEGUICOC

Especies nativas trabajadas:
- Frailejón
  Espeletia spp.
- lagarto collarejo
  Stenocercus lache

Principales Productos:
- Ecoturismo comunitario

Contacto:
- www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.02290105

COOPERATIVA INTEGRAL DE PRODUCTORES DE PAPA DE VENTAQUEMADA - COOINPAVEN

Especies nativas trabajadas:
- Papas Nativas
  Solanum spp.

Principales Productos:
- Papa en fresco
- Semilla de papas nativas

Contacto:
- pedrobg7@hotmail.com

CREARCOP - GUACAMAYAS

Especies nativas trabajadas:
- Paja Blanca
  Calamagrostis effusa

Principales Productos:
- Artesanías de guacamayas

Contacto:
- crearcorpltda@yahoo.com

MANAKIN NATURE TOURS

Principales Productos:
- Ecoturismo

Contacto:
- www.manakinnaturetours.com

NATURAR IGUAQUE

Especies nativas trabajadas:
- Frailejón
  Espeletia spp.

Principales Productos:
- Ecoturismo comunitario

Contacto:
- www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.022907

Departamento **Caldas**

FUNDACIÓN ECOLÓGICA GABRIEL ARANGO RESTREPO

Principales Productos:
- Observaciones de aves
- Recorridos especializados

Contacto:
- www.fundegar.com

FRUTAS DOÑA CHUS

Especies nativas trabajadas:
- Guayaba dulce
  Psidium guajava spp.
- Guayaba agria
  Psidium guajava spp.
- Mayacuya
  Passiflora edulis
- Guanabana
  Annona muricata.
- Cacao
  Theobroma cacao.

Principales Productos:
- Pulpa de frutas
- Frutas deshidratas
- Mermeladas

Contacto:
- doñachus@hotmail.com

Departamento **Caquetá**

ASOCIACIÓN DEPARTAMENTAL DE CULTIVADORES DE CACAO Y ESPECIES MADERABLES DEL CAQUETÀ - ACAMAFRUT

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao
- Copoazu
  Theobroma grandiflorum

Principales Productos:
- Cacao seco

Contacto:
- www.acamafrut.amawebs.com

CHAGRA MAGUARÉE

Especies nativas trabajadas:
- cacao macaco
  Theobroma cacao
- cacao copoazu
  Theobroma grandiflorum
- cocona
  Solanum sessiflorum
- ají amaónico
  Capsicum spp.
- uva caimarona
  Pourouma cecropiifolia
- yoco
  Paullinia yoco

Principales Productos:
- Chocolate de arazá
- Ají ahumado
- Arazá de café
- Chocolate de copoaçú
- Confites de arazá
- Salsas

Contacto:
- www.amazoniafruits.com

Departamento **Chocó**

ASOCIACIÓN GRUPO DE RESCATE PLANTAS MEDICINALES

Especies nativas trabajadas:
- Chocho
  Sapindus saponaria

Principales productos:
- Jabones
- Pomadas
- Jarabe medicinal

Contacto:
- johana.cordoba07@yahoo.com.ar

ESTACIÓN BIOLÓGICA AMBIENTAL MICHITÁ

Principales Productos:
- Recorridos guiados

Contacto:
- evalezma06@gmail.com
- georgek1co@yahoo.es

ESTACIÓN SEPTIEMBRE

Especies nativas trabajadas:
- Tortuga caguama
  Caretta caretta
- Ballenas Jorobadas
  Megaptera novaeangliae

Principales Productos:
- Ecoturismo

Contacto:
- www.natura.org.co/general/estacion-septiembre.html

MANO CAMBIADA

Especies nativas trabajadas:
- Tortuga caguama
  Caretta caretta
- Ballenas Jorobadas
  Megaptera novaeangliae

Principales productos:
- ecoturismo

Departamento **Córdoba**

ASOCIACIÓN DE COOPERATIVAS I ORGANIZACIONES DE TIERRALTA Y VALENCIA - ACTIVA G10

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao

Principales Productos:
- Cacao

Contacto:
- activag10@redcacaotera.org

ASOCIACIÓN PLATANERA DE LA COMUNIDAD EL CONSUELO - APCC

Especies nativas trabajadas:
- N.A

Principales Productos:
- N.A

Contacto:
- hemaorac@hotmail.com

COOPERATIVA AGROPECUARIA DE PUERTO ESCONDIDO - COOAGROPUERTOESCONDIDO

Especies nativas trabajadas:
- N.A

Principales Productos:
- N.A

Contacto:
- coagropuertoescondido@gmail.com

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO ALTERNATIVO Y SOSTENIBLE E INTEGRAL DEL ALTO SINÚ - INTEGRASINÚ

Especies nativas trabajadas:
- Cacao seco
  Theobroma cacao

Principales Productos:
- Cacao seco

Contacto:
- ongintegrasinu@gmail.com

Departamento **Cundinamarca**

ASOCIACIÓN CAMPESINA NO NACIONAL DE TRABAJADORES DE LA VEREDA ALIZAL - ASOAGROALIZAL

Especies nativas trabajadas:
- Papa criolla
  Solanum phureja

Principales Productos:
- Papa en fresco
- Semilla de papa

Contacto:
- asoagroalizal@gmail.com

ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES DE GRANADA - ASOAGRA

Especies nativas trabajadas:
- Papa criolla
  Solanum phureja

Principales Productos:
- Papa en fresco
- Semilla de papa

Contacto:
- joaquiniampira393@hotmail.com

BIOPLAZA S.A.S.

Especies nativas trabajadas:
- Coca
  Erythroxylum coca
- Quinua
  Chenopodium quinoa
- Amaranto
  Amaranthus spp.
- Ortiga
  Urtica spp.

Principales Productos:
- Té de coca
- Arepas de quinua
- Quinua tostada
- Quinua instantánea para malteada
- Shampoo
- Fruver

Contacto:
- bioplaza.org

CHINGAZA

Especies nativas trabajadas:
- Frailejon
  Espeletia spp.

Principales productos:
- Ecoturismo

C.I. THE BODY FUEL COMPANY S.A.

Especies nativas trabajadas:
- Acerola
  Malpighia emarginata
- Camu camu
  Myrciaria dubia
- Asaí
  Euterpe oleracea

Principales Productos:
- Bebida con antioxidantes

Contacto:
- www.thebodyfuelco.com

CORPOCAMPO

Especies nativas trabajadas:
- Palma Naidí o Asaí
  Euterpe oleracea

Principales productos:
- Açaí
- Sacha Inchi
- Palmito

Contacto:
- www.corpocampo.com

CORPORACIÓN ECONEXUS / INSITU

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao
- Café
  Coffea arabiga
- Camarón
  Penaeus occidentalis

Principales productos:
- Cacao

Contacto:
- apomd_org@yahoo.es

FARMAVERDE

Especies nativas trabajadas:
- Maíz
  Zea mays
- Fitofarmacia

Principales productos:
- Maíz
- Fitofarmacia

Contacto:
- farmaverde@gmail.com

FUNDACIÓN LABORATORIO DE FARMACOLOGÍA VEGETAL - LABFARVE

Especies nativas trabajadas:
- Chizaca
  Cyperus rotundus
- Alegria
  Impatiens walleriana
- Totumo
  Crescentia cujete
- Ortiga
  Urtica spp.
- Vira vira
  Achyrocline bogotensis

Principales Productos:
- Jarabe de totumo
- Pasiflora en gotas
- Vira vira

Contacto:
- www.labfarve.com

NEYBER

Especies nativas trabajadas:
- Cidrón
  Lippia alba
- Seje
  Oenocarpus bataua
- Copoazu
  Theobroma grandiflorum

Principales Productos:
- Aceite esencial de lippia alba
- Aceite de seje
- Mantequilla de copoazú

Contacto:
- www.neyber.co

RESERVA BIOLÓGICA ENCENILLO

Especies nativas trabajadas:
- Encenillo
  Weinnmania tomentosa

Principales Productos:
- Ecoturismo
- Interpretación ambiental
- Senderismo
- Observación de aves
- Camping

Contacto:
- www.natura.org.co/general/reserva-biologica-del-encenillo.html

TIENDA DE PARQUES

Especies nativas trabajadas:
- Paja toquilla, iraca
  Carludovica palmata
- Werregue
  Astrocuryum standleyanum
- Palo sangre
  Corymbia gummiferaa
- Paja de paramo o paja blanca
  Calamagrostis effusa

Principales Productos:
- Artesanías

Contacto:
- www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/decide.php?patron=01.07

VHERA LUCCI

Especies nativas trabajadas:
- Sacha inchi
  Plukenetia volubilis

Principales Productos:
- Ingredientes cosmeticos

Contacto:
- www.vheralucci.com

WALIWA

Especies nativas trabajadas:
- Nogal
  Juglans regia

Principales productos:
- Productos e ingredientes naturales de tipo cosmético a base de especies nativas

Contacto:
- www.waliwa.com

Departamento **Guajira**

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES ORGÁNICOS DEL MUNICIPIO DE DIBULLA - APOMD

Especies nativas trabajadas:
- cacao
  Theobroma cacao

Principales productos
- Cacao

Contacto:
- apomd_org@yahoo.es

COOPERATIVA DEL GRUPO PARTICIPATIVO LOCAL DE DIBULLA P.B.A. - COOGRUPADI

Especies nativas trabajadas:
- NA

Principales productos:
- NA

Contacto:
- coogrupadi@yahoo.com

Departamento **Guaviare**

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS POR EL CAMBIO ECONÓMICO DEL GUAVIARE - ASOPROCEGUA

Especies nativas trabajadas:
- Asaí
  Euterpe oleracea
- Burití,-cananguchо-moriche
  Mauritia flexuosa
- Seje o mil pesos
  Oenocarpus bataua
- Arazá
  Eugenia stipitata
- Inchi o sacha inchi
  Plukenetia volubilis

Principales productos:
- Pulpas de Borojó
- Cocona
- Piña Nativa y
- Açaí

Contacto:
- asoprocegua@yahoo.es

Departamento **Huila**

ASOCIACIÓN DE OPERADORES TURISTICOS DE LA TATACOA

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  NA

Principales productos:
- Senderismo

Contacto:
- gladis382011@hotmail.com

CORPORACIÓN DE MONITOREO DE LA BIODIVERSIDAD DEL SUR "MASHIRAMO"

Especies nativas trabajadas:
- Oso de anteojo
  Tremarctos ornatus

Principales productos:
- Ecoturismo comunitario
- Sensibilización ambiental
- Monitoreo de fauna silvestre

Contacto:
- www.mashiramo.org

COSMÉTICOS CAFECAO CUIDA NATURALMENTE TU PIEL

Especies nativas trabajadas:
- Industria cosmética / Farmacéutica
  NA

Principales productos:
- Jabón líquido fácil con extracto de rosas
- Gel antibacterial de café
- Mascarilla facial de cacao

Contacto:
- achiraslanena@hotmail.com

Departamento **Magdalena**

ASOCIACIÓN DE AUTORIDADES ARHUACAS DE LA SIERRA - ASOCIT

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao

Principales productos:
- Cacao

Contacto:
- jrestrepo@parquesnacionales.gov.co

ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE ARIGUANÍ - ASOPEPAMA

Principales productos:
- Yuca
- Maíz
- Ñame
- Hortalizas

Contacto:
- asopepama@yahoo.es

Departamento **Nariño**

ASOCIACIÓN DE COMUNIDADES CAMPESINAS ANDINAS DE NARIÑO - TIERRA ANDINA

Especies nativas trabajadas:
- Iraca o paja toquilla
  Carludovica palmata

Principales productos:
- Artesanias en Iraca

Contacto:
- http://tierrandina.org

Departamento **Pasto**

QUILLASINGAS

Contacto:
- puebloquisallingas@yahoo.com

Departamento **Putumayo**

ACEITE DE MIL PESOS MEDICINA DE LA SELVA

Especies nativas trabajadas:
- Palma mil pesos
  Oenocarpus bataua

Principales productos:
- Aceite de mil pesos
- Chocolate

Contacto:
- felipearteaga@hotmail.com

AGROINCOLSA S.A.S

Especies nativas trabajadas:
- Sacha inchi
  Plukenetia volubilis

Principales productos:
- Aceite
- Almendra tostada
- Panelinchis

Contacto:
- agroincolsa.sas@gmail.com

FUNDACIÓN SACHAMATES - TURISYAKO TRAVEL

Especies nativas trabajadas:
- Árbol Achapo
  Cedrelinga cataneoformis
- Chontaduro
  Bactris gasipaes
- Laurel blanco (árbol maderable)
  Cordia alliodora

Principales productos:
- Observaciones de aves
- Senderismo

Contacto:
- http://sachamates.jimdo.com/

INDUSTRIAS ECHZ

Especies nativas trabajadas:
- Sacha inchi
  Plukenetia volubilis
- Ají amazónico
  Capsicum spp.
- Cacao
  Theobroma cacao

Principales productos:
- Aceite de sacha inchi

Contacto:
- www.sachainchicolombia.com

Departamento **Risaralda**

ASOCIACIÓN COMUNITARIA YARUMO BLANCO

Especies nativas trabajadas:
- Mono ahuyador rojo
  Alouata seniculus
- Pava de monte
  Penelope perspicas
- Palma de cera cafetera
  Ceroxilon alpinum
- Comino crespo
  Aniba perutilis

Principales productos:
- Ecoturismo con interpretación ambiental
- Observación de aves
- Guianza

Contacto:
- www.yarumoblanco.co

CORPORACIÓN AMBIENTALISTA LOS TUCANES DEL RAYO - CATURA

Principales productos:
- Interpretación ambiental

Contacto:
- fecomar.anp.@hotmail.com

FUNDACIÓN AMBIENTAL GRUPOS ECOLÓGICOS DE RISARALDA (FUNDAGER)

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible

Principales productos:
- Guianza, alimentación y alojamiento

Contacto:
- grupogeroi@hotmail.com

GUÍAS ALIADOS PARA LA INTERPRETACIÓN AMBIENTAL - GAIA

Principales productos:
- Interpretación ambiental

Contacto:
- lorejama1990@hotmail.com

NATURE TRIPS COLOMBIA

Principales productos:
- Operación turística

Contacto:
- www.naturetrips.co

Departamento **San Andres y Providencia**

ADESTYLE

Especies nativas trabajadas:
- Otros
  Ceiba espinosa

Principales productos:
- Almohada semilla de ceiba

Contacto:
- adestyle@hotmail.com

BLUE LIFE

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  corrales, arrecifes, raya americana, tiburones, tortugas, morenas, peces coralinos, barracudas, delfines

Principales productos:
- Buceo

Contacto:
- bluelifedrive@gmail.com

CENTRO DE BUCEO SIRIUS

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Barrera coralina, tiburones de arrecife, tiburón nadita, cheima, tortuga, langosta, caracol pala

Principales productos:
- Buceo

Contacto:
- siriusdireshop@hotmail.com

COOPERATIVA FISHING AND FAMING

Especies nativas trabajadas:
- Industria Alimenticia
  Pargo rojo, urel, bonito, tiburón, langosta, caracol, sierras

Principales productos:
- Fresco

Contacto:
- rtorresldez@yahoo.com

FELIPE DIVING

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Tiburon gris, pargo pluma, tortuga, corales, chero

Principales productos:
- Buceo

Contacto:
- elpiehaxo@gmail.com

HILL FARM

Principales productos:
- Fruta de pan

Contacto:
- N.A

ISLANDERS ART AND CRAFT

Especies nativas trabajadas:
- Otros
  Concha de mar Totumo Bambú fibras de mar cangrejo reciclaje (productos artesanales)

Principales productos:
- Artesanías

Contacto:
- asoiac2007@hotmail.com

ISLANDER ORGANIC STEW FRUIT

Especies nativas trabajadas:
- Industria Alimenticia
  Ciruela, Ají

Principales productos:
- Dulces
- Conserva en almibar
- Ají casero

Contacto:
- N.D

NONILAND Y HONEYLAND

Especies nativas trabajadas:
- Industria Alimenticia

Principales productos:
- Concentrado de maní

Contacto:
- noniland@solinet.co

RESTAURANTE CARIBBEAN PLACE

Especies nativas trabajadas:
- Industria Alimenticia
  Cangrejo negro, pargo, aceite de coco, miel de abejas

Principales productos:
- Restaurante

Contacto:
- cheffmar@hotmail.com

SAN ANDRES DIVING AND FISHING

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Marlyn, Dorado, atún

Principales productos:
- Pesca deportiva

Contacto:
- sanandresfishing@gmail.com

WEST VIEW

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible

Principales productos:
- Centro de Vacacional, ofrecen caminatas, ver animales d zoocría, bañarse en el mar, bailes típicos y comida

Contacto:
- N.D

Departamento **Santander**

RESERVA BIOLÓGICA CACHALÚ

Principales productos:
- Ecoturismo

Contacto:
- www.natura.org.co/general/reserva-biologica-cachalu.html

CORPORACIÓN BUEN AMBIENTE - CORAMBIENTE

Especies nativas trabajadas:
- Chachafruto
  Erytrhina edulis

Contacto:
- www.corambiente.com

Departamento **Sucre**

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MATEO PÉREZ - SAMPUÉS - ASOPROMAPES

Especies nativas trabajadas:
- Ñame
  Dioscorea spp.
- Yuca
  Manihot esculenta

Principales productos:
- Ñame
- Yuca

Contacto:
- asopromapes@yahoo.com

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE NÁPOLES VENECIA

Especies nativas trabajadas:
- Ñame
  Dioscorea spp.
- Yuca
  Manihot esculenta

Principales productos:
- Ñame
- Yuca

Contacto:
- arturoperez0305@yahoo.com

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE YUCA DE LA SIRIA - ASOPROYUS

Especies nativas trabajadas:
- Yuca
  Manihot esculenta

Principales productos:
- Yuca seca

Contacto:
- asoproyus@yahoo.com

Departamento **Tolima**

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROECOLÓGICOS DE LA CUENCA DEL RÍO ANAIMA - APACRA

Especies nativas trabajadas:
- Chachafruto o Balú
  Erythrina edulis
- Arracacha
  Arracacia xanthorriza

Principales productos:
- Galleta de chachafruto
- Torta y confites de chachafruto

Contacto:
- apacra@yahoo.es

ASOCIACIÓN AGROPECUARIA Y DE CHACHAFRUTEROS DEL MUNICIPIO DE IBAGUÉ - AGROCHAC

Especies nativas trabajadas:
- Chachafruto o Balú
  Erythrina edulis

Principales productos:
- Concentrado de chachafruto

Contacto:
- agrochac.org

Departamento **Valle**

ASOCIACIÓN DE CAMPESINOS AGRO - ECOLÓGICOS DE LA ZONA DE AMORTIGUAMIENTO AL PARQUE NATURAL REGIONAL DEL DUENDE - ASODUENDE

Especies nativas trabajadas:
- Guayaba
  Psidium guajava spp.
- Pitahaya
  Selenicereus megalanthus
- Lulo
  Solanum quitoense
- Guanabana
  Annona muricata

Principales productos:
- Mermeladas
- Compotas
- Conservas
- Pulpas
- Fruta fresca

Contacto:
- asoduende830@yahoo.es

MAPALINA

Principales productos:
- Ecoturismo

Contacto:
- mapalina.com

Lista de pilotos por país y contactos **ECUADOR**

Provincias **Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo**

AGRODIAGNOSTIC

Especies nativas trabajadas:
- Trichotic, Beauvetic, Lecanitic, Paecylotic, Bathuti
  Trichoderma sp., Lecanicilium lecanii, Beauveria bassiana, Bacilus thuringiensis, Paecilomyces Lilacinus.

Principales productos:
- Insumos biológicos y microorganismos nativos para sector agrícola

Contacto:
- www.agrodiagnostic.com.ec
- karla@agrodiagnostic.com.ec

Provincia **Chimborazo**

FUNDAMYF (FUNDACIÓN MUJER Y FAMILIA) / RANDYMPAC

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium Quinoa

Principales productos:
- Quinua en grano y elaborados de quinua (harina)

Contacto:
- www.fundamyf.org
- gchavez@fundamyf.org
- melima@fundamyf.org

SUMAK LIFE

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium Quinoa
- Cola de Caballo
  Equisetum bogotense
- Llantén
  Plantago australis

Principales productos:
- Quinua en grano
- Elaborados de quinua (fideos, galletas)
- Infusiones plantas medicionales

Contacto:
- www.sumaklife.com.ec
- pjuelas@yahoo.es

JAMBIKIWA (ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE PLANTAS MEDICINALES DE CHIMBORAZO "JAMBI KIWA")

Especies nativas trabajadas:
- Caballo Chupa, Calaguala, Chancapiedra, Chuquiragua, Guayusa, Chilca, Matico, Sangorache, Valeriana, Llantén
  Equisetum bogotense, phyllantus niruri, lasiocephalus ovatus,, chuquiragua jussieui, ilex guayusa, (baccharis latifolia, ambrosia arborescens, amaranthus hybridus, decusata,muehlenbeckia tamnifolia, bidens andicola, minthostachys mollis, Plantago

Principales productos:
- Plantas nativas deshidratadas para infusiones

Contacto:
- www.jambikiwa.com
- www.nativaecuador.org
- jambikiw@ecnet.ec
- jambikiwa@ch.pro.ec

Provincia
Cotopaxi y Pichincha

SUSPIRO TALLER

Especies nativas trabajadas:
- Alpaca
  Lama pacos
- Chilca
  Baccharis salicifolia

Principales productos:
- Fibras naturales como alpaca
- Tintes naturales provenientes del árbol de capulí , chilca y cochinilla.

Contacto:
- www.suspirotaller.com
- info@suspirotaller.com
- uiobuitronveronica@gmail.com

Provincia
El Oro

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE FRUTAS TROPICALES EL TRIUNFO

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma en grano

Contacto:
- N.D
- aftet2009@hotmail.com

Provincia
Esmeraldas

FUNDACIÓN EQUILIBRIO AZUL

Principales productos:
- Turismo Comunitario
- Conservación de Ecosistemas Costeros y Tortugas Marinas

Contacto:
- www.equilibrioazul.org
- felipe@equilibrioazul.org

Provincia
Guayas

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE TENGUEL

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma en grano

Contacto:
- N.D
- freddy.cabello@unocace.com

Provincia
Guayas / Napo

KAKAW EXPERIENCE

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao
- Manteca de cacao
- Cosméticos en base a cacao
  Raw cacao mask raw cacao massage, raw cacao scrub

Contacto:
- www.facebook.com/kakawexperience
- jl.hanze@kakawexperience.com

Provincia
Galápagos

RED MANGROVEINN

Principales productos:
- Turismo de naturaleza,
- Servicios Turísticos (Alojamiento, Alimentación)

Contacto:
- www.redmangrove.com
- hrodas@redgalapagos.com

Provincia
Imbabura

SUMAK MIKUY

Especies nativas trabajadas:
- Uvilla
  Theobrama Cacao
- Mortiño
  Vaccinium myrtillus

Principales productos:
- Uvilla orgánica y mortiño orgánico, fresco y deshidratados

Contacto:
- www.sumakmikuy.com
- veronicacostap@yahoo.com
- sumakmikuy@gmail.com

FUNDACIÓN SEMILLA AMBIENTAL

Principales productos:
- Turismo Comunitario
- Promoción y desarrollo de proyectos de turismo sostenible

Contacto:
- www.latinoamericaemprende.net
- carlosracines@gmail.com

Provincia
Loja

ILE

Especies nativas trabajadas:
- Congona
  Peperomia galioide
- Ataco
  Amaranthus hybridus

Principales productos:
- Congona
- Ataco

Contacto:
- www.ile.com.ec
- manoloesgo@ile.com.ec
- mespinosa@ile.com.ec

UTPL - ZAPOTILLO - PALO SANTO

Especies nativas trabajadas:
- Palo Santo
  Bursera graveolens

Principales productos:
- Aceites esenciales puros
- Aceites para masajes
- Esencias para Sahumerio
- Materia prima para fitofármacos

Contacto:
- www.utpl.edu.ec
- dflara@utpl.edu.ec

NATURALEZA Y CULTURA

Especies nativas trabajadas:
- Vainillo o Tara
  Caesalpinia spinosa

Principales productos:
- Taninos y gomas de Vainillo
- Tara

Contacto:
- www.naturalezaycultura.org
- bosc1971@hotmail.com
- luisfernando_holguin@yahoo.com

Provincia
Los Ríos

ECAM-CORP. DE AGRICULTORES DEL CANTON MOCACHE

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma en grano

Contacto:
- N.D
- bosc1971@hotmail.com
- luisfernando_holguin@yahoo.com

MUNICIPIO DE BABAHOYO - PUEBLO NUEVO

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma en grano

Contacto:
- lram1507@hotmail.com

PEPA DE ORO

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma en grano

Contacto:
- corporacionpepadeoro@yahoo.es
- edgarcarranza21@hotmail.com

RANGUPACORP S.A

Especies nativas trabajadas:
- Sacha Inchi
  Caryodendron orinocense

Principales productos:
- Productos Naturales y Medicinales en base a Sacha Inchi

Contacto:
- www.facebook.com/pages/RANGUPACORP-SA/318479994852124
- felipecornejo53@hotmail.com
- josevera_v@hotmail.com

UNOCACE

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma (En grano, Licor de cacao)

Contacto:
- www.unocace.com
- freddy.cabello@unocace.com

Provincia
Los Ríos / Bolivar

CORAGRICASE-CORP. AGRICOLA CACAOTERA DEL CANTON ECHEANDÍA

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma en grano

Contacto:
- www.facebook.com/pages/CORPORACION-AGRICOLA-CACAOTERA-CORAGRICACE /215082775176805/
- coragricace@hotmail.com
- wgarciaviteri@hotmail.com

Provincia
Manabí

SISACUMA

Especies nativas trabajadas:
- Palo Santo
  Bursera graveolens

Principales productos:
- Aceite Esencial de Palo Santo

Contacto:
- www.sisacuma.com
- www.nativaecuador.org
- marortega@sisacuma.com
- mgt185@yahoo.com

Provincia
Morona Santiago

CETCA

Especies nativas trabajadas:
- Matico
  Aristeguietia glutinosa
- Llantén
  Plantago major
- Ungurahua
  Oenocarpus bataua

Principales productos:
- Plantas nativas deshidratadas para infusiones
- Horchatas
- Aceite esencial de ungurahua

Contacto:
- www.tedelecuador.com
- www.nativaecuador.org
- cetca@tedelecuador.com

FUNDACIÓN CHANKUAP

Especies nativas trabajadas:
- Ungurahua
  Oenocarpus bataua
- Ishpink
  Ocotea quixos Ilex guayusa
- Guayusa
  Croton Lechleri

Principales productos:
- Aceites esenciales,
- Infusiones,
- Productos cosméticos
- Cremas
- Jabones
- Shampoo

Contacto:
- www.chankuap.org
- asosa@chankuap.org

Provincia
Napo

CABAÑAS SAN ISIDRO

Principales productos:
- Aviturismo / Servicios Turísticos (Alojamiento, Alimentación, Turismo de naturaleza, comunitario, otros)

Contacto:
- www.cabanasanisidro.com
- info@cabanasanisidro.com
- carmen@cabanasanisidro.com

HUAO LODGE (WAPONI)

Principales productos:
- Turismo de naturaleza, Turismo comunitario, Servicios turísticos (Alojamiento, Alimentación)

Contacto:
- www.huaorani.com
- manager@tropiceco.com

HUASQUILA LODGE

Principales productos:
- Turismo de naturaleza, Turismo comunitario, Servicios turísticos (Alojamiento, Alimentación)

Contacto:
- www.huasquila.com
- pmaranon@huasquila.com

RUNA TARPUNA

Especies nativas trabajadas:
- Guayusa
  Ilex guayusa

Principales productos:
- Té de guayusa / Infusiones y mezclas

Contacto:
- www.runa.org
- francisco@runa.org

Provincia **Orellana**

CARACHUPA PAKCHA

Principales productos:
- Turismo de naturaleza
- Turismo comunitario
- Servicios turísticos (Alojamiento, Alimentación)

Contacto:
- www.gporellana.gob.ec
- carachupakcha@hotmail.com

COMUNIDAD PASOHURCO

Principales productos:
- Turismo de naturaleza
- Turismo comunitario
- Servicios turísticos (Alojamiento, Alimentación)

Contacto:
- www.gporellana.gob.ec
- sinchiamarun@hotmail.com

FEDERACIÓN ZÁPARA

Principales productos:
- Turismo sostenible

Contacto:
- febpzep@hotmail.com

KAPAWI ECOLODGE & RESERVE

Principales productos:
- Turismo Comunitario / Aviturismo

Contacto:
- www.kapawi.com
- info@kapawi.com
- sustainabletourism@kapawi.com

NAPO WILDLIFE CENTER_ALBERGUE DE LA COMUNIDAD KICHWA DE AÑANGU

Principales productos:
- Turismo de naturaleza
- Turismo comunitario
- Servicios turísticos (Alojamiento, Alimentación)

Contacto:
- www.napowildlifecenter.com
- projects@napowildlifecenter.com

SECOYA LODGE (WAPONI)

Principales productos:
- Turismo de naturaleza
- Turismo comunitario
- Servicios turísticos (Alojamiento, Alimentación)

Contacto:
- www.huaorani.com/secoya_lodge.html
- manager@tropiceco.com

TREK - TIINKIAS

Principales productos:
- Operación Turismo sostenible

Contacto:
- www.trekecuador.com
- info@trekecuador.com
- juancarlos@trekecuador.com

Provincia **Pastaza**

FLORASANA

Especies nativas trabajadas:
- Uña de Gato
  Uncaria tormentosa
- Ungurahua
  Oenocarpus bataua
- Chuchuwasha
  Maytenus macrocarpa
- Sangre de Drago
  Croton lechler
- Guayusa
  ilex guayusa

Principales productos:
- Jarabes
- Tinturas
- Infusiones
- Pomadas

Contacto:
- www.florasana.org
- florasana@andinanet.net

Provincia **Pichincha**

CHOCOLEYENDA CIA. LTDA.

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma
- Licor o pasta de cacao
- Barras de chocolate

Contacto:
- www.chocoleyenda.com
- info@chocoleyenda.com

DISLUB INGALPACA

Especies nativas trabajadas:
- Alpaca
  Lama pacos

Principales productos:
- Tejidos y Prendas confeccionadas con hilo o lana de alpaca
- Edredones rellenos de fibra de alpaca

Contacto:
- www.ingaalpaca.com
- javier.herrera@loft.com.ec

FLOARE

Especies nativas trabajadas:
- Orquídeas
  Orchidaceae spp

Principales productos:
- Orquídeas

Contacto:
- www.floareorchids.com
- dayanamiranda13@hotmail.com
- info@floareorchids.com

FUNDACIÓN BOTÁNICA DE LOS ANDES

Especies nativas trabajadas:
- Varias especies de flora nativa
  Varias especies

Principales productos:
- Investigación, conservación y exhibición de la flora regional nativa
- Plantas nativas ornamentales

Contacto:
- www.jardinbotanicoquito.com
- cjijon@jardinbotanicoquito.com

INAGROFA

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium Quinoa

Principales productos:
- Quinua y elaborados (Inaquinua, Quinua, arroz)

Contacto:
- https://es-es.facebook.com/Inagrofa/wall/
- inagrofa@uio.satnet.net

IROKO

Especies nativas trabajadas:
- Seique
  Cedrelinga cateniformis

Principales productos:
- Puertas de seique y otras maderas tropicales

Contacto:
- www.puerta-madera.com
- info@irokodoors.com

Provincia **Sucumbios**

MASHPI CHOCOLATES

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobrama Cacao

Principales productos:
- Cacao nacional fino o de aroma
- Barras de chocolate
- Nibs de cacao
- Pasta de cacao
- Crema de chocolate
- Chocolate en polvo
- Cascarillas de cacao

Contacto:
- www.chocomashpi.com
- agustinaarcos@hotmail.com

TERRA FÉRTIL

Especies nativas trabajadas:
- Uvilla
  Physalis peruviana

Principales productos:
- Frutas deshidratadas
- Productos secos
- Tés aromáticas
- Vinagres en base a frutas

Contacto:
- www.terra-fertil.com
- dbermeo@terra-fertil.com

TOLTKITO S.A.

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium Quinoa

Principales productos:
- Elaborados de Maíz y Quinua

Contacto:
- www.toltekitos.com
- toltecaecuador@gmail.com

TUCANOPY

Principales productos:
- Turismo de naturaleza
- Servicios Turísticos (alojamiento, alimentación)

Contacto:
- www.tucanopy.com
- tucanopy@yahoo.com.mx
- duarte_silv@yahoo.com.br

WAPONI NUNA (BOLICHE)

Principales productos:
- Turismo de naturaleza
- Servicios Turísticos (Alimentación)

Contacto:
- www.refugiosnuna.com
- manager@tropiceco.com

WIKIRI

Especies nativas trabajadas:
- Ranas nativas
  Ceratophrys stolzmanni
  Gastrotheca riobambae
  Agalychnis spurrelli
  Hypsiboas picturatus
  Dendrobates sylvaticus
  Grillus sp complejo assimilis
  Folsomia candida
  Eisenia foetida
  Galleria melonella
  Tenebrio molitor
  Scolytidae

Principales productos:
- Ranas y Terrarios para mercado de mascotas

Contacto:
- www.wikiri.com.ec
- lolaguarderasv@hotmail.com

Provincia **Santa Elena**

BIOELITE

Principales productos:
- Turismo de Buceo
- Enseñanza de buceo y alquiler de equipos
- Desarrollo de proyectos ecoturísticos y ambientales

Contacto:
- www.bioelite.org
- maritzacardenas@hotmail.com
- bioelitesa@gmail.com

JAMU LODGE (ECUADOR VERDE PAÍS CÍA. LTDA.)

Principales productos:
- Turismo de naturaleza, Servicios Turísticos (Alojamiento, Alimentación)

Contacto:
- www.jamulodge.com
- jamu@ecuadorverdepais.com.ec

SANI LODGE

Principales productos:
- Turismo de naturaleza
- Turismo comunitario
- Servicios turísticos (alojamiento, alimentación)

Contacto:
- www.sanilodge.com
- info@sanilodge.com
- gerencia@sanilodge.com

Lista de pilotos por país y contactos **PERÚ**

Región **Arequipa**

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CULTIVOS ORGANICOS DE LA PROVINCIA DE LA UNIÓN COTAHUASI - APCO

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa
- Kiwicha
  Amaranthus caudatus

Principales productos:
- Granos de quinua y de kiwicha

Contacto:
- presidente.apco@gmail.com

ASOCIACIÓN ESPECIALIZADA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE AEDES

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa
- Kiwicha
  Amaranthus caudatus
- Maíz morado
  Zea Mays L.

Principales productos:
- Granos de quinua y kiwicha, Maíz morado

Contacto:
- http://aedes.org.pe/

Región **Ayacucho**

SOLUCIONES AVANZADAS EN AGRONEGOCIOS WIRACCOCHA DEL PERÚ SAC

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Granos de quinua
- Harina de quinua
- Hojuelas de quinua

Contacto:
- www.wiraccochadelperu.com.pe

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS Y GANADEROS INTI RAYMI

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Granos de quinua

Contacto:
- jograymi20@hotmail.com

Región **Cajamarca**

CAJAMARCA TRAVEL SCRL

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo

Contacto:
- www.cajamarcatravel.com.pe

VILLA ANDINA SAC

Especies nativas trabajadas:
- Aguaymanto
  Physalis peruviana

Principales productos:
- Deshidratado de aguaymanto

Contacto:
- www.villaandina.com

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE TARA - APT

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Quinua en ranos, perlada

Contacto:
- productorestayasanmarcos@gmail.com
- victor.vicoqc@gmail.com

Región **Cusco**

AICACOLOR SAC

Especies nativas trabajadas:
- Achiote
  Bixa orellana L.

Principales productos:
- Achiote

Contacto:
- www.aicasaperu.com/aicacolor/principal.htm

ASOCIACIÓN PLANTAS MEDICINALES Y AROMÁTICAS ANDINAS DEL DISTRITO DE PACARECTAMBO - CUSCO

Especies nativas trabajadas:
- Plantas Medicinales
  Aloysia herrerae Mold
  Equisetum arvense L.
  Menzelia fendleriana
  Minthostachys setosa
  Tagetes pusilla
  Desmodium molliculum
  Cosmos peucedanifolius

Principales productos:
- Filtrantes de plantas medicinales

Contacto:
- www.imagencusco.org
- evd57@hotmail.com

ASOCIACIÓN REGIONAL DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS CUSCO - HUANCARO (ARPAC)

Especies nativas trabajadas:
- Maiz Gigante
  Zea Mayz

Principales productos:
- Maíz blanco gigante del Cusco

Contacto:
- arpac-huancaro@hotmail.com
- e.ramos@avsf.org

COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA CHACO HUAYANAY

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao L.

Principales productos:
- Licor, pasta y otros derivados del Cacao

Contacto:
- cacchacohuayanay@hotmail.com

COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA MARANURA LTDA

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao L.

Principales productos:
- Cacao en grano

Contacto:
- gerencia@cafemaranura.com

COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA MATEO PUMACAHUA L

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao L.

Principales productos:
- Cacao en grano

Contacto:
- cac.mateopumacaucha@hotmail.com

COOPERATIVA SOL NACIENTE

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao L.

Principales productos:
- Derivados del Cacao

Contacto:
- clivasa@yahoo.es

COOPERATIVA AGRARIA VALLE SAGRADO

Especies nativas trabajadas:
- Maiz Gigante
  Zea Mayz

Principales productos:
- Sancks de Maíz blanco gigante del Cusco

Contacto:
- cecvsi@agrovas.com

LA CHOLITA FÁBRICA DE CHOCOLATES S.A.

Especies nativas trabajadas:
- Cacao, chocolates
  Theobroma cacao L.

Principales productos:
- Chocolate

Contacto:
- www.chocolateslacholita.com
- www.cuscoalimentosandinos.com/la-cholita/

INKA TERRA ASOCIACIÓN

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo

Principales productos:
- Té

Contacto:
- www.inkaterra.com

PRODUCTOS ALIMENTARIOS MISKY SAC

Especies nativas trabajadas:
- Sauco
  Sambacus Nigra
- Aguaymanto
  Physalis peruviana L.

Principales productos:
- Sauco
- Aguaymanto

Contacto:
- www.productosmisky.com

PROYECTO PARQUE DE LA PAPA / ASOCIACIÓN PARA LA NATURALEZA Y DESARROLLO SOSTENIBLE ANDES

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo

Principales productos:
- Papa

Contacto:
- www.andes.org.pe
- www.parquedelapapa.org

ULTIMATE VOYAGES EIRL

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo

Principales productos:
- Ecoturismo

Contacto:
- www.ultimatevoyages.com/aboutus.html

Región **Huancavelica**

FRUCTUS TERRUM S.A.

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Quinua en grano

Contacto:
- www.fructusterrum.com

Región **Huánuco**

AGROINDUSTRIAS HUAYLLACAN SAC

Especies nativas trabajadas:
- Aguaymanto
  Physalis peruviana
- Sauco
  Sambacus Nigra

Principales productos:
- Aguaymanto
- Saúco

Contacto:
- http://wayuperu.com/es/

ASOCIACIÓN TECNOLÓGICA Y DESARROLLO - TECNIDES

Especies nativas trabajadas:
- Papa nativa
  Solanum tuberosum

Principales productos:
- Papa Tumbay

Contacto:
- tecnides@hotmail.com

CENTRO DE INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DEL ABUSO DE DROGAS - CEDRO

Especies nativas trabajadas:
- Cuy
  Cavia porcellus

Principales productos:
- Cuy

Contacto:
- www.cedro.org.pe

Región **Junín**

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MACA DEL VALLE DEL MANTARO-APROMAC

Especies nativas trabajadas:
- Maca
  Lepidium meyenii Walp
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Gelatinizada de maca
- Granos de quinua

Contacto:
- apromacv@yahoo.es

COOPERATIVA AGRARIA ECOLÓGICA CACAOTERA VALLE RÍO ENE

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao

Principales productos:
- granos de cacao

Contacto:
- coopavre2010@yahoo.com.pe

COOPERATIVA AGROPECUARIA DE SERVICIOS VALLE DEL CUNAS LTDA

Especies nativas trabajadas:
- Maca
  Lepidium meyenii Walp

Principales productos:
- Maca gelatinizada

Contacto:
- www.biocunas.com

CULTIVOS ORGÁNICOS DOÑA ROMILDA SRL

Especies nativas trabajadas:
- Aguaymanto
  Physalis peruviana

Principales productos:
- Aguaymanto fresco y deshidratado

Contacto:
- gabyfaura@yahoo.com

EMPRESA AGRARIA ECOLÓGICA CAFETALERA CHANCHAMAYO HIGHLAND COFEE SAC

Especies nativas trabajadas:
- Maracuyá
  Passiflora edulis
- Cocona
  Solanum sessiliflorum
- Sauco
  Sambucus nigra
- Guanabana
  Annona muricata L.
- Papayita silvestre
  Carica quercifolia

Principales productos:
- Jugos o nectares
- Mermeladas
- Deshidratados
- Pulpas

Contacto:
- http://highlandproducts.com.pe/

Región **La Libertad**

BOREAL ALIMENTOS SAC

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Quinua en grano

Contacto:
- boreal382@hotmail.com

Región **Lima**

INVERSIONES JALLPA SAC/ CHAXRAS

Principales productos:
- Gastronomía

Contacto:
- www.chaxrasrestaurante.com

Región **Lima / Junín**

ECOANDINO SAC

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao

Principales productos:
- Harina de cacao
- Nibs cacao
- Baba de cacao
- Mantequilla de cacao
- Licor de cacao,
- Cacao beans

Contacto:
- ecoandino.com

Región **Lima / Amazonas**

OLIVOS DEL SUR SAC

Especies nativas trabajadas:
- Sacha Inchi
  Plukenetia Volubilis Linneo

Principales productos:
- Derivados de Sacha Inchi

Contacto:
- www.olivosdelsur.com

Región **Lima / Arequipa**

WIBGUS S.A.C.

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Barras energética
- Galletas
- Granola en base a quinua

Contacto:
- www.wibgus.com/es/

Región **Lima / Ayacucho**

MOLINOS Y ASOCIADOS SAC

Especies nativas trabajadas:
- Tara
  Caesalpinia spinosa

Principales productos:
- Goma de Tara

Contacto:
- www.molinosasociados.com

Región **Lima / Huaral**

PERUVIAN MACA SAC

Especies nativas trabajadas:
- Setas nativas
  Pleurotus ostreatus

Principales productos:
- Seta ostra

Contacto:
- http://www.pemasac.com

Región **Lima / Piura**

ALGARROBOS ORGÁNICOS DEL PERÚ SAC

Especies nativas trabajadas:
- Lucuma
  Pouteria lucuma

Principales productos:
- Lucuma en polvo

Contacto:
- www.algarrobosorganicos.pe
- proyectos@algarrobosorganicos.pe

Región **Lima / Puno**

APLEX TRADING SAC

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Granos de quinua,
- Harina de quinua
- Hojuelas de quinua

Contacto:
- www.aplexperu.com

Región **Lima / San Martín**

AGROINDUSTRIAS OSHO S.A.C.

Especies nativas trabajadas:
- Sacha Inchi
  Plukenetia Volubilis L.

Principales productos:
- Aceite extra virgen
- Harina Extruida
- Snack salado, natural,

Contacto:
- www.agroindustriasosho.com
- mnavarrograu@agroindustriasosho.com

Región **Lima / Yauyos**

DINAMIKA BUSSINES SAC

Especies nativas trabajadas:
- Plantas medicinales
  Averrhoa carambola
  Adiatum sp
  Psoralea glandulosa
  Minthostachys mollis
  Chenopodium ambrosioides
  Uncaria Tomentosa

Principales productos:
- Filtrantes de plantas medicinales

Contacto:
- www.sunkatea.com/espanol/

Región Loreto

INKA NATURA WORLD PERÚ EXPORT SAC

Especies nativas trabajadas:
- Frutos amazónicos
  Euterpe oleracea
  Mauritia Flexuosa.
  Myrciaria Dubia

Principales productos:
- Tintes, extractos de frutos amazónicos

Contacto:
- www.inkanatural.com
- www.inkanatural.com

Región Madre de Dios

ACEITES Y DERIVADOS AMAZÓNICOS SAC

Especies nativas trabajadas:
- Ají
  Capsicum sp.

Principales productos:
- Salsa picante

Contacto:
- www.madreselva.pe

ARAPAIMA GIGA SAC

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo

Principales productos:
- Servicio de alquiler de botes dentro del Lago Sandoval

Contacto:
- letis.carmen@gmail.com

COMERCIAL FOODS CORPORATION SAC

Especies nativas trabajadas:
- Castaña
  Bertholletia excelsa H.B.K.

Principales productos:
- Castaña entera

Contacto:
- comercialfoodscorporation@hotmail.com

COMERCIO ALTERNATIVO DE PRODUCTOS NO TRADICIONALES Y DESARROLLO EN LATINOAMÉRICA PERÚ - CANDELA PERÚ

Especies nativas trabajadas:
- Castaña
  Bertholletia excelsa H.B.K.

Principales productos:
- Castaña cubierta de chocolate orgánico

Contacto:
- www.candelaperu.net

INDUSTRIAS ALIMENTICIAS AMAZÓNICAS EIRL

Especies nativas trabajadas:
- Copoazú
  Theobroma grandiflorum.
- Cocona
  Solanum sessiliflorum
- Carambola
  Averrhoa carambola

Principales productos:
- Néctar,
- Mermelada
- Pulpa

Contacto:
- inala9000@yahoo.com

MANU TAMBOPATA TRAVEL SAC

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo.

Principales productos:
- Servicio de paquetes de ecoturismo a la Reserva Nacional de Tambopata y al Parque Nacional del Manu en Madre de Dios.

Contacto:
- lady@manutambopatatravel.com
- coordinadora@manutambopatatravel.com

MORIKUE SRL

Especies nativas trabajadas:
- Castaña
  Bertholletia excelsa H.B.K.

Principales productos:
- Castaña entera

Contacto:
- morikue.srl@gmail.com

SANDOVAL LAKE LODGE S.A.

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo

Principales productos:
- Servicio de alojamiento y alimentación

Contacto:
- www.inkanatura.com/sandovallakelodge/

SHIWI SAC

Especies nativas trabajadas:
- Castaña
  Bertholletia excelsa H.B.K.

Principales productos:
- Chips de castaña con Sal, Finas Hierbas, Ají Panca, Ajo
- Mantequilla de castaña Natural y con chocolate.

Contacto:
- www.shiwi.pe

TAMBO BLANQUILLO SAC

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo

Principales productos:
- Servicio de paquetes de ecoturismo al Parque Nacional del Manu en Madre de Dios

Contacto:
- http://tamboblanquillo.com/es/

Región Piura

ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO PIURA - APROCAP

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao.

Principales productos:
- Cacao en grano

Contacto:
- www.approcap-peru.org
- approcap@yahoo.es
- gerardo5566@hotmail.com

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE MANGO DEL VALLE DEL ALTO PIURA - APROMALPI

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao

Principales productos:
- Cacao en grano

Contacto:
- apromalpi@apromalpi.org.pe

INKA TERRA PERU SAC

Especies nativas trabajadas:
- Turismo sostenible
  Ecoturismo.

Principales productos:
- Pesca vivencial artesanal y pesca deportiva

Contacto:
- pvega@inkaterra-asociacion.org

PROCESOS AGROINDUSTRIALES SAC

Especies nativas trabajadas:
- Aguaymanto
  Physalis peruviana L

Principales productos:
- Aguaymanto fresco

Contacto:
- procesosagroindustriales.com
- luchollanos@outlook.com

Región Puno

AVENDAÑO TRADING COMPANY SAC

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Granos de quinua

Contacto:
- www.avendacom.com

COOPERATIVA AGRO INDUSTRIAL CABANA LTDA

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa
- Cañihua
  Chenopodium pallidicaule

Principales productos:
- Granos de quinua
- Harina de quinua
- Hojuelas de quinua

Contacto:
- www.coopaincabana.com

PERU WORLD WIDE SAC

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Granos de quinua
- Harina de quinua
- Hojuelas de quinua

Contacto:
- www.peruworldwide.net

QUECHUA FOODS SAC

Especies nativas trabajadas:
- Quinua
  Chenopodium quinoa

Principales productos:
- Granos de quinua y Harina de quinua

Contacto:
- www.quechuafoods.com

Región **San Martín**

AGROINDUSTRIAS HORIZONTE VERDE S.A.C.

Especies nativas trabajadas:
- Sacha Inchi
  Plukenetia Volubilis L.

Principales productos:
- Semilla Tostada

Contacto:
- dortega@agrohorizonteverde.com

AMAZON HEALTH PRODUCTS SAC

Especies nativas trabajadas:
- Sacha Inchi
  Plukenetia Volubilis L.

Principales productos:
- Aceite extra virgen
- Harina
- Snack salado, natural

Contacto:
- www.amazonhp.com

INDUSTRIAS MAYO SAC

Especies nativas trabajadas:
- Cacao
  Theobroma cacao.

Principales productos:
- Productos terminados
- Chocolateria comercial

Contacto:
- www.orquideaperu.com
- tdamian@orquideaperu.com

SHANANTINA SAC

Especies nativas trabajadas:
- Sacha Inchi
  Plukenetia Volubilis L.

Principales productos:
- Aceite extra virgen
- Harina, mantequilla
- Snack salado, natural picante y acaramelado

Contacto:
- www.shanantina.com
- shanantina@gmail.com

TAKIWASI

Especies nativas trabajadas:
Plantas medicinales*Plukenetia Volubilis L.*

Principales productos:
- Tintes
- Extractos medicinales

Contacto:
- www.laboratorio.takiwasi.org
- investigacion@takiwasi.com

b) Entidades y organizaciones aliadas COLOMBIA

ANDI

www.andi.com.co

Jaime Concha
Director Ejecutivo
jconcha@andi.com.co

Juliana Giraldo
Coordinadora Clase Mundial
jgiraldo@andi.com.co

BIOINTROPIC

www.biointropic.com

Claudia Betanur
Directora
director@biointropic.com

CAR

www.car.gov.co

Martha Carrillo Silva
Subdirectora de Gestión Social
mcarrillos@car.gov.co

CORPOAMAZONIA

www.corpoamazonia.gov.co

Tatiana Muchavisoy Rodriguez
Coordinadora de negocios verdes
tatiana-mr@hotmail.com

CORPOCALDAS

www.corpocaldas.gov.co

Luis Alfonso Botero Gómez
Coordinadora de mercados verdes y biocomercio
luisbotero@corpocaldos.gov.co

MADR

www.minagricultura.gov.co

Doris Rodríguez
Coordinadora de la cadena de plantas aromáticas y medicinales
doris.rodriguez@minagricultura.gov.co

Helen Mier
Secretaria Técnica Nacional de la cadena de plantas aromáticas y medicinales
cadena.aromaticas@minagricultura.gov.co

MADS

http://www.minambiente.gov.co

Alejandra Torres
Directora Oficina Asuntos Internacionales
atorres@mianambiente.gov.co

Laura Bermúdez
Asesora Oficina Asuntos Intencionales
lbermudez@minambiente.gov.co

Luis Eduardo Quintero
Asesor Oficina Asuntos Internacionales
lquintero@minambiente.gov.co

Neider Eduardo Abello Aldana
Jefe Oficina de Negocios Verdes y Sostenibles
nbello@minambiente.gov.co

Ana Karina Quintero
Asesor Oficina de Negocios Verdes
aquintero@minambiente.gov.co

Carlos Rodríguez
Asesor Oficina de Negocios Verdes
carrodriguez@minambiente.gov.co

María Constanza Ramírez
Coordinadora Nacional proyecto de Conocimiento Tradicional y Agrodiversidad PNUD Colombia - Subdirección de Educación y participación
maconstanzaramirez@gmail.com

Klaudia Cardenás
Asesora del proyecto Conocimiento tradicional
texintle@gmail.com

Luz Helena Escobar Martínez
Abogada contratista dirección de Bosques - acceso a recursos genéticos
hescobar@minambiente.gov.co

PARQUES NACIONALES

www.parquesnacionales.gov.co

Carlos Mario Tamayo
Subdirector
carlos.tamayo@parquesnacionales.gov.co

Carolina González
Asesora
cgonzalez@parquesnacionales.gov.co

PATRIMONIO NATURAL

www.patrimonionatural.org.co

María Claudia Fandiño
Coordinadora Proyecto incentivos a la Conservación
mfandino@patrimonionatural.org.co

PROEXPORT

www.proexport.com.co

Shirley Gómez Ruíz
Subdirectora Desarrollo Estratégico Internacional
sgomez@proexport.com.co

Julia Natalia Correa
Asesora Desarrollo Estratégico Internacional
jcorrea@proexport.com.co

Enrique Stellabatti
Vicepresidente de Promoción de Turismo
estellabatti@proexport.com.co

Andrés Díaz
Asesor Turismo y Naturaleza
adiaz@proexport.com.co

Entidades y organizaciones aliadas ECUADOR

PTP

www.ptp.com.co

Camilo Montes
Gerente del programa de transformación Productiva

camilo.montes@ptp.com.co

Camila Toro
Jefe marco Normativo y Regulatorio

camila.toro@ptp.com.co

Erika Velásquez
Coordinadora del sector de cosméticos

erika.velasquez@ptp.com.co

UNAD

www.unad.edu.co

Gonzalo Jiménez Bermúdez
Decano Ecaen

gonzaloe.jimenez@unad.edu.co

CAF ECUADOR

www.caf.com/es/paises/ecuador

Bernardo Requena
Director CAF Ecuador

brequena@caf.com

Mauricio Velásquez
Ejecutivo Principal Ambiente

mvelasquez@caf.com

CORPEI CAPITAL

www.corpei.org.ec

Luis Montoya
Director

lmv.capital@corpei.org.ec

Ma Fernanda Alava
Coordinador De Inversiones De Corpei Capital

mfam.capital@corpei.org.ec
epc.capital@corpei.org.ec

COMET BITS

www.facebook.com/CometBits/info

Andrés Granda
Gerente

info@cometbits.com

Luis Bajaña
Gerente

lbajana@gmail.com

CTT-USFQ CENTRO DE TRANSFERENCIA Y TECNOLOGÍA DE UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

http://www.usfq.edu.ec/investigacion_y_creatividad/ctt/Paginas/default.aspx

Victor Viteri
Director Administrativo

ctt@usfq.edu.ec

Veronica Leon
Técnico Proyectos

vleon@usfq.edu.ec
ctt@cttusfq.com

ECOCIENCIA FUNDACIÓN ECUATORIANA DE ESTUDIOS ECOLÓGICOS

www.ecociencia.org

Michael Bliemsrieder
Director Ejecutivo

direccion@ecociencia.org

Janeth Teran
Directora Administrativa Financiera

administracion@ecociencia.org

ECOFONDO

www.ecofondoecuador.com

Danilo Silva
Forestación, Reforestación. Corredor De Influencia Del Ocp, Conservación Y Proyectos Productivos Vinculados A La Conservación

danilosilva@ecofondoecuador.com

FCEN-PUCE FACULTAD DE CIENCIAS EXACTAS Y NATURALES DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

www.puce.edu.ec

Hugo Navarrete
Decano FCEN

hnavarrete@puce.edu.ec

Maria Cecilia Fernández
Asistente Administrativa

mcfernandezb@puce.edu.ec

FECD-FONDO ECUATORIANO DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

www.fecd.org.ec

William Hernández
Director Ejecutivo

whernandez@fecd.org.ec

Diana Baquero
Oficial De Proyectos

dbaquero@fecd.org.ec

FEDES- FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y SOCIAL

ND

Roberto Beltrán Zambrano
Director Ejecutivo

roberto.beltran@fedes.ec

Diego Lara
Director de Transferencia de Tecnología y Extensión en UTPL

dflara@utpl.edu.ec

Alexandra Torres
Responsable Convenio Corpei -FEDES

jatorres2@utpl.edu.ec

GAD GUAYAS GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS

www.guayas.gob.ec/turismo

Gisella Párraga
Dirección de Turismo

gisellaparraga@hotmail.com

GIZ AGENCIA DE COOPERACIÓN ALEMANA

www.giz.de

Claudia Mayer
Coordinadora ProCamBio

claudia.mayer@giz.de

Sonia Lehmann
Proyectos GIZ PPP y ProCamBio

slehmann@gizecuador.org.ec

GRUPO FONTAINE

www.grupofontaine.com

Miguel Rendón Fontaine
Gerente

miguelrendon@grupofontaine.com

MAE - MINISTERIO DEL AMBIENTE

www.ambiente.gob.ec

Francisco Prieto
Subsecretario de Patrimonio Natural (Encargado)

francisco.prieto@ambiente.gob.ec

RAINFOREST ALLIANCE

www.rainforest-alliance.org/es

Mark Donahue
Director

mdonahue@ra.org

Verónica Muñoz
Gerente De Turismo Sostenible

vmunoz@ra.org

UCSG UNIVERSIDAD CASA GRANDE

www.casagrande.edu.ec

Daniel Valenzuela
Director Gestión Universitaria y Marketing

dvalenzuela@casagrande.edu.ec

UEA UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

www.uea.edu.ec

Julio César Vargas Burgos
Rector

rectorado@uea.edu.ec

UNOCACE UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS CACAOTERAS

www.unocace.com

Víctor Hugo Bajaña
Presidente

victor.bajana@unocace.com

Freddy Cabello
Director

freddy.cabello@unocace.com

UPS UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

www.ups.edu.ec

Javier Herrán
Rector

rector@ups.edu.ec

Pablo Coba
Coordinador

pcoba@ups.edu.ec

UTPL UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

www.utpl.edu.ec

Diego Lara
Gerente Educación Continua Loja

dflara@utpl.edu.ec

SAMBITO SOLUCIONES AMBIENTALES TOTALES

www.sambito.com.ec

Gustavo Manrique
Presidente

gmsambito@gmym.com
gmym@gmym.com

Bianca Dager
Directora Corporativa

bdsambito@gmym.com

SECRETARIA GENERAL DE LA COMUNIDAD ANDINA- PROGRAMA BIOCAN

www.comunidadandina.org/biocan/programa.htm

Guillermo Rengifo
Administrador Financiero Programa BioCan

grengifo@comunidadandina.org

Entidades y organizaciones aliadas **PERÚ**

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT (GIZ)

www.giz.de/en/worldwide/400.html

Luis Rosa-Pérez
Coordinador "Proambiente"

luis.rosa-perez@proambiente.org.pe

MINISTERIO DEL AMBIENTE

http://www.minam.gob.pe/diversidadbiologica/problematica/biocomercio/

Maria Luisa del Rio
Asesora del viceministerio

mldelrio@minam.gob.pe

Vanessa Ingar
Especialista Dirección General de Diversidad Biológica

vingar@minam.gob.pe

Jose Alvarez Alonso
Director de Diversidad Biológica

jalvarez@minam.gob.pe

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR

www.mincetur.gob.pe/newweb/

Carla Paredes
Dirección Nacional de Comercio Exterior

cparedes@mincetur.gob.pe

Daniel Espinoza
Director Nacional de Desarrollo de Comercio Exterior (e)

despinosa@mincetur.gob.pe

c) Equipos técnicos COLOMBIA

BIOCOMERCIO COLOMBIA

Gustavo Urrea
Director Ejecutivo
gustavo.urrea@biocomerciocolombia.com

Maria Alejandra Chaux
Coordinadora proyecto Biocomercio Andino
machauxe@hotmail.com

Carolina Gomez
Asistente de dirección
carolina.gomez@biocomerciocolombia.com

Liliana Rodriguez-S.
Comunicaciones
lilianaro2000@gmail.com

Ana Marcedes Garzón
Coordinadora Administrativa
agarzonl@fondobiocomercio.com

Nelson Cubillos
Coordinador Financiero
nelson.cubillos@biocomerciocolombia.com

NATURA

Clara Solano
Consultora Fundación Natura
csolano@natura.org.co

PBA

Samanta Arango
Mercadeo
sarango@corporacionpba.org

PLANTTA

Gerardo salcedo
Director Ejecutivo
gerardo.salcedo@corplantta.org

UNIAGRARIA

Iván Barrera
Director instituto de estudios y desarrollo ambiental
eda@uniagraria.edu.co

Equipos técnicos ECUADOR

CEDA - CENTRO DE ESTUDIOS DE DERECHO AMBIENTAL

Daniel Barragán
Director Ejecutivo
info@ceda.org.ec

COMETBITS

Luis Bajaña
Gerente
lbajana@gmail.com

CTT USFQ

Verónica León
Técnico Proyectos
vleon@usfq.edu.ec
ctt@cttusfq.com

CORPEI

Ricardo Estrada
Presidente Ejecutivo
restrada@corpei.org.ec

Giovanni Ginatta
Coordinador Nacional Proyecto Biocomercio Gef-Caf
gginatta@mac.com

María Isabel Proaño
Asistente Administrativa Financiera Proyecto Biocomercio Andino
biocomercio@corpei.org.ec

Paola Betancourt
Consultor Técnico Proyecto Biocomercio Andino
paolabetancourt1@hotmail.com

Ana Carolina Benitez
Consultor Técnico Proyecto Biocomercio Andino
anacarolinabenitez@gmail.com

Katherine Quiroga
Técnico Proyectos
biocomerioquito@gmail.com

Karla Solis
Técnico Proyectos
fernandaks3@hotmail.com

Ma Emilia Porras
Técnico Proyectos
milae_19@hotmail.com

María del Carmen Rodríguez
Asistente Administrativa Financiera Proyecto Biocomercio Gef Caf / Consultor Externo
madelcarmen_rodriguez@yahoo.com

ECOCIENCIA

Mario Larrea
Capacitación del curso de P y C de biocomercio 21 y 22 de junio 2012.
Evaluacion PYC Sumak, Runa, Jambikiwa

mplarreal@yahoo.es

FONTAINE

Miguel Rendón
Gerente

miguelrendon@grupofontaine.com

FOODKNOWLEDGE

Grace De La Torre
Especialista Técnica

gdelatorre@foodknowledge.info

MAE

Teddy Escarabay
Técnico

teddy.escarabay@ambiente.gob.ec
teddybeto@hotmail.com

Karina Ron
Consultor Técnico Proyecto Biocomercio Andino para C1

karina.ron@ambiente.gob.ec
kari_ronv@yahoo.com

NETIBOOK

Vanessa Barbery
Especialista Redes

vanessabarbery@gmail.com
cinthialeonr30@gmail.com

NOTUSLINK

Santiago Tamayo
Director Proyectos

stamayo@notuslink.com

SAMBITO SOLUCIONES AMBIENTALES TOTALES S.A

Bianca Dager
Directora Corporativa

bdsambito@gmym.com

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

Daniel Valenzuela
Director Gestión Universitaria y Marketing

dvalenzuela@casagrande.edu.ec

Equipos técnicos **PERÚ**

PROMPERU

Luis Torres Paz
Director nacional del Proyecto Biocomercio Andino

ltorres@promperu.gob.pe

Ricardo Limo
Subdirector de desarrollo exportador

rlimo@promperu.gob.pe

María del Pilar Alarcón
Coordinador del departamento de comercio sostenible

malarcon@promperu.gob.pe

Guadalupe Amésquita
Especialista en comercio sostenible

gamesquita@promperu.gob.pe

Cynthia García
Coordinadora nacional Proyecto Biocomercio Andino

cgarcia@promperu.gob.pe

Manuel Saavedra
Asistente administrativo Proyecto Biocomercio Andino

msaavedra@promperu.gob.pe

Natalia Quispe
Asistente técnico administrativo

comerciosostenible@promperu.gob.pe

Anthony Yactayo
Asistente técnico administrativo

apoyobca1@promperu.gob.pe

PROMPERU

Ana Lucía Manco
Asistente técnico administrativo

proyectogef-caf1@promperu.gob.pe

Marisela Vega Zuleta
Coordinadora Sistema de monitoreo Proyecto

mariselavega@gmail.com

Rudy Luis Cirineo Ureta
Monitor técnico Madre de Dios

rudylcirineo@gmail.com

Luis Ángel Valdez
Monitor técnico Cajamarca

luis.angel.valdez.u@gmail.com

Ernesto Velarde
Monitor técnico Cusco

netoh_m@hotmail.com

Gabriela Ñaupari
Monitor técnico Puno, Arequipa y Ayacucho

gabrielanaupariv@gmail.com

Francisco Ruiz
Monitor técnico Piura y San Martín

faruiz@jfcorp.com

d) Proyecto Biocomercio Andino y **metas Aichi**

El Proyecto biocomercio Andino, contribuyó al cumplimiento de las Metas Aichi para la biodiversidad, desde una perspectiva general, a través del fomento de los principios de Biocomercio, cuya implementación misma aporta en:

La reducción de la pérdida de los hábitats naturales, promoviendo la conservación de las características de los ecosistemas.

Evitar la extinción de especies en peligro, excluyendo del uso las especies listadas en CITES I y promoviendo la aplicación de la convención.

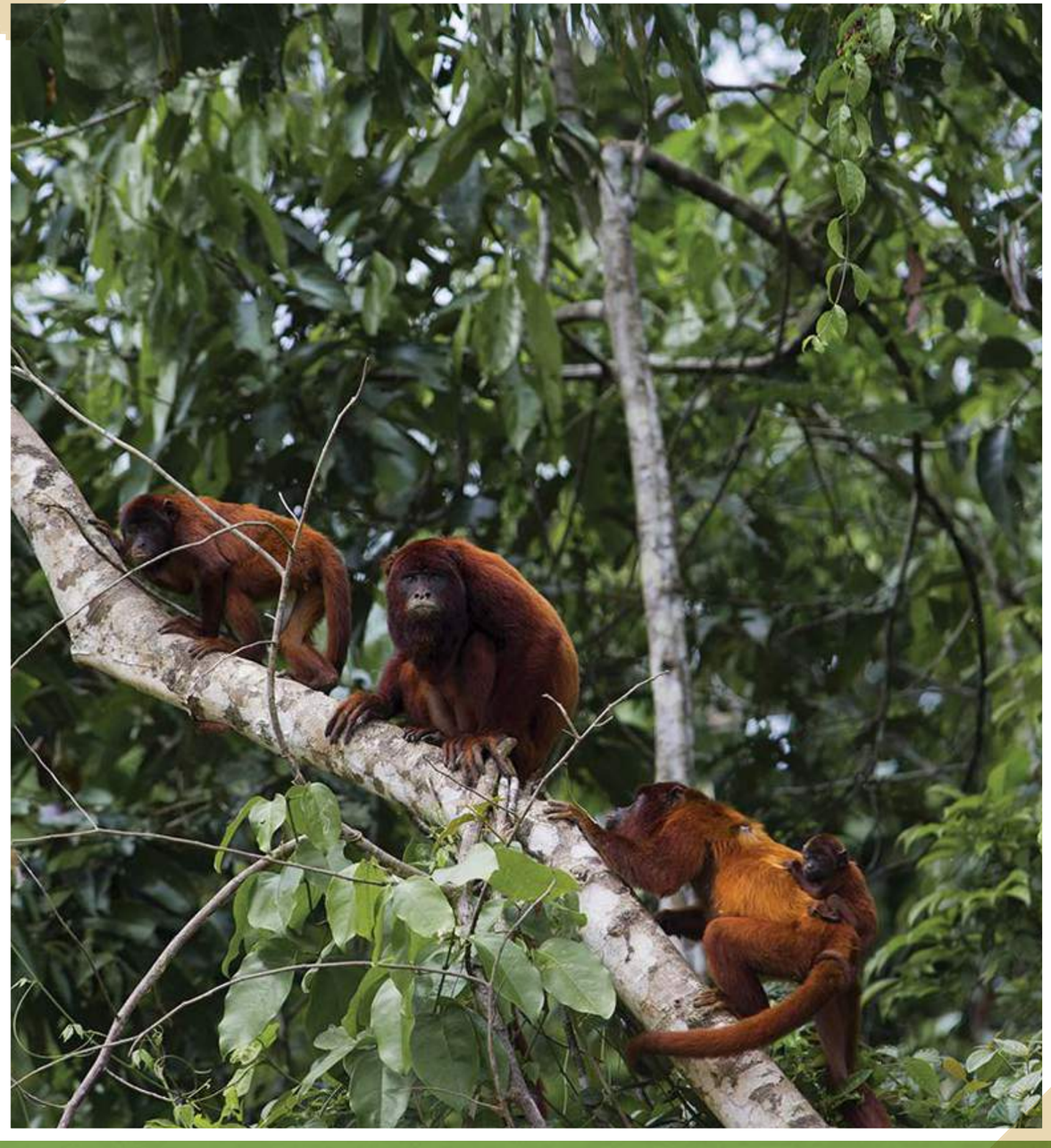
Mantenimiento de la diversidad genética de las especies silvestres y domesticadas.

Respeto por los conocimientos, las innovaciones y las prácticas tradicionales para la utilización de la diversidad biológica, promoviendo una distribución justa y equitativa de los beneficios.

Así mismo, teniendo en cuenta cada uno de los componentes de Proyecto, se realizaron contribuciones en las siguientes Metas Aichi:

Objetivo	Resultados	Productos	Meta Aichi
COMPONENTE 1 **Fortalecimiento de las políticas**	Barreras legales en el sector de biocomercio han sido mejoradas, así como las inconsistencias en la regulación asociadas con el biocomercio.	1.1. Capacitar a instancias públicas y privadas en temas de política y normativas asociadas al Biocomercio. 1.2. Elaborar insumos que apoyen la revisión, ajuste y elaboración de propuestas al Marco Institucional y Legal a nivel nacional. 1.3.Promover espacios que apoyen los procesos de negociación internacional en temas relativos al Biocomercio.	2
COMPONENTE 2: **Acceso a mercados**	Productos andinos de biocomercio han incrementado su acceso a los mercados en Europa, Estados Unidos y Japón	2.1. Realizar las investigaciones de mercado y estudios de mercado. 2.2.Realizar investigaciones biológicas y desarrollo de productos (propiedades de uso y aplicación). 2.3. Elaborar Planes de Manejo Sostenible. 2.4.Diseñar e implementar estrategias de mercadeo y promoción de productos. 2.5. Desarrollar programas de favorecimiento a la calidad y logística.	7 19
COMPONENTE 3: **Fortalecimiento de capacidades**	Capacidad local fortalecida en las áreas de: (i) Incubación, (ii) Administración, (iii) Finanzas, comercio y aspectos fiscales, (iv) Aspectos de mercado y técnicos. Estas capacidades son construidas en todos los niveles desde la extracción hasta el mercado final	3.1. Fortalecer programas de incubación para iniciativas de Biocomercio. 3.2. Ejecutar programas de capacitación y asesoría en elaboración de planes de negocio y otros planes de gestión empresarial para iniciativas de Biocomercio. 3.3. Proveer asesoría técnica para creación y fortalecimiento de iniciativas de Biocomercio y asociaciones. 3.4. Difundir el concepto de Biocomercio a productores y consumidores.	1

Objetivo	Resultados	Productos	Meta Aichi
COMPONENTE 4: Información de Producto y Mercado	Se generó información y puso a disposición de los actores de las cadenas de valor, para el fortalecimiento de las capacidades	4.1. Fortalecer redes y sistemas de información sobre mercados para productos del Biocomercio. 4.2. Difundir información por medios no virtuales sobre productos y mercados a los productores. 4.3. Generar y procesar información que permita tipificar los sectores priorizados en el Proyecto.	1, 19
COMPONENTE 5: Apalancar recursos financieros para iniciativas de biocomercio	Se incrementó el acceso al financiamiento para iniciativas de biocomercio, poniendo a disposición nuevas fuentes para tal fin.	5.1. Crear y/o fortalecer instrumentos financieros dirigidos a iniciativas de Biocomercio. 5.2. Plan de capacitación a instituciones financieras elaborado e implementado. 5.3. Difundir la oferta de servicios financieros actuales a iniciativas de Biocomercio y fortalecerlas para acceder a ellos.	20
COMPONENTE 6: Proyectos Piloto	Más de 282,500 ha trabajadas bajo esquemas de sostenibilidad, implementando principios de biocomercio.	Identificar, seleccionar, proveer asistencia técnica en la ejecución de proyectos piloto para evaluar la viabilidad de iniciativas de Biocomercio.	4, 7



Fotografías

Pág. 3: **Walter H. Wurst** • *Pág.* 6 - 7: **Walter H. Wurst** • *Pág.* 8 - 9: **PROMPERÚ** • *Pág.* 10: CAF • *Pág.* 12 - 13: **Napo Wildlife Center** • *Pág.* 14 - 15 - 16: **PROMPERÚ** • *Pág.* 21: **PROMPERÚ - Flavio Ovalle** • *Pág.* 25 - 27: **PROMPERÚ** • *Pág.* 30 - 31: **Walter H. Wurst** • *Pág.* 32: **PROMPERÚ** • *Pág.* 36 - 37: **PROMPERÚ** • *Pág.* 40 - 41 - 42 - 43: **PROMPERÚ** • *Pág.* 44: **Villa Andina** • *Pág.* 50: **Walter H. Wurst** • *Pág.* 53: **PROMPERÚ - Krist Landauro** • *Pág.* 54: **Peruvian Nature** • *Pág.* 56 - 57: Walter H. Wurst • *Pág.* 58: **Villa Andina** • *Pág.* 60: **PROMPERÚ** • *Pág.* 66 - 67: **Fundación Chankuap** • *Pág.* 68: **PROMPERÚ** • *Pág.* 73: **Sumak Mikuy** • *Pág.* 75: **PROMPERÚ** • *Pág.* 76: **CAF** • *Pág.* 77: **INKANAT** • *Pág.* 78 - 80: **CAF** • *Pág.* 87: **Cabaña San Isidro** • *Pág.* 89: PROMPERÚ • *Pág.* 90 - 91: **Sumak Mikuy** • *Pág.* 92 - 93: PROMPERÚ - **Flor Ruiz** • *Pág.* 94 - 95: **PROMPERÚ - Krist Landauro** • *Pág.* 96 - 97: **Fundación Chankuap** • *Pág.* 98: **Vhera Lucci - Francisco Nieto** • *Pág.* 100 - 101: **Reserva Biológica Encillo - Liliana Rodríguez** • *Pág.* 104: **PROMPERÚ** • *Pág.* 112: **PROMPERÚ - Yayo López** • Pág: 128 - 129: CAF • Pág: 130: PROMPERÚ • *Pág.* 132: **CAF** • *Pág.* 134: **PROMPERÚ - Yayo López** • *Pág.* 136: **UNOCAE** • *Pág.* 138. **CAF** • *Pág.* 140: **Napo Wildlife Center** • *Pág.* 142: **CAF** • *Pág.* 146 - 147: **Walter H. Wurst** • *Pág.* 148: **CAF** • *Pág.* 153: **CAF** • *Pág.* 173: **Sumak Mikuy** • *Pág.* 183: **CAF** • *Pág.* 192 - 193: **CAF** • *Pág.* 194: **Pixabay.com** • *Pág.* 196: **CAF** • *Pág.* 199: **PROMPERÚ** • *Pág.* 200 - 201: Walter H. Wurst.

CAF BANCO DE DESARROLLO DE **AMÉRICA LATINA**

SEDE PRINCIPAL

VENEZUELA
Av. Luis Roche, Torre CAF Altamira,
Caracas

Teléfono: +58 (212) 209.2111 (master)
Fax: +58 (212) 209.2444

E-mail: infocaf@caf.com

COLOMBIA
Carrera 9ª , N° 76-49
Edificio ING, piso 7, Bogotá

Teléfono: +57 (1) 313.2311 (master)
Fax: +57 (1) 313.2787

E-mail: colombia@caf.com

ECUADOR
Av. 12 de octubre N° 25-562 y Cordero
Edificio *World Trade Center*
Torre A, piso 13, Quito

Teléfono: +593 (2) 222.4080 (master)
Fax: +593 (2) 222.2107

E-mail: ecuador@caf.com

PERÚ
Av. Enrique Canaval y Moreyra N° 380
Edificio Torre Siglo XXI, piso 13
San Isidro Lima 27

Teléfono: +51 (1) 710.8511 (master)
Fax: +51 (1) 716.9885

E-mail: peru@caf.com

CAF.America.Latina

AgendaCAF

CAF

CAFenVideo

www.biocomercioandino.org

ISBN: 978-612-46803-2-8