

# PAN-AMAZON CHALLENGE

## EXECUTIVE REPORT



► Açai, Brasil

# Pan-Amazon Challenge

## *El buen vivir para el desarrollo*

AmazonBeEco es un proyecto financiado por BID Lab, el laboratorio de innovación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Fondo Verde del Clima (GCF) y el Instituto Conexões Sustentáveis (Conexsus). Su objetivo es fomentar un modelo de bioeconomía en la región panamazónica, priorizando prácticas sostenibles y apoyando a las comunidades locales. La iniciativa busca enfrentar problemas históricos como la deforestación, la pérdida de biodiversidad y el impacto climático asociados al desarrollo convencional. Promueve el crecimiento inclusivo de bionegocios comunitarios que valoran la biodiversidad, las prácticas tradicionales y el uso sostenible de la tierra. Además, busca empoderar a las comunidades, mejorar sus medios de vida y contribuir a una sociobioeconomía que combine equilibrio ecológico y equidad social.

En este contexto, Conexsus coordina el proyecto con actividades diseñadas para generar datos integrales sobre diversos aspectos de la sociobioeconomía, incluidos los marcos regulatorios e institucionales, las estructuras de los bionegocios comunitarios, la madurez organizacional, los ecosistemas financieros y las oportunidades de mercado. Para ello, Conexsus trabajó en alianza con los cinco socios territoriales del proyecto: IC Foundation en Colombia, Los Aliados en Ecuador, National Coordinating Coalition en Guyana, NESsT en Perú, y Amazon Conservation Team en Surinam.





► Piña, Ecuador.

Cada actividad de mapeo aborda una dimensión específica de la sociobioeconomía, empleando metodologías adaptadas para garantizar consistencia, precisión y conocimientos prácticos en los países del proyecto. En un futuro, los resultados guiarán las intervenciones del proyecto, orientarán las recomendaciones de políticas y contribuirán al desarrollo de una plataforma regional unificada que aumente la visibilidad y la colaboración dentro del ecosistema de la bioeconomía.

En esta primera etapa, el proyecto recopiló información para conocer el contexto de cada país. Con base en la adaptación de las herramientas y metodologías utilizadas de Conexsus, se identificaron redes, soluciones y desafíos de la socio economía, lo que reveló dónde aún hay espacio para crecer. Analizar el nivel de madurez organizacional, el dinamismo económico, las principales cadenas de valor, las alianzas establecidas y los recursos financieros accesibles, entre otros aspectos, permite comprender con mayor claridad los retos para impulsar el ecosistema de bionegocios comunitarios.

# La Panazonia

## *El corazón verde del planeta*

En la Amazonia late la selva tropical más grande del mundo, un refugio que, de acuerdo a la WWF, alberga más del 10 % de toda la biodiversidad global<sup>1</sup>. Cubre más del 40 % del continente sudamericano, incluyendo parte de territorios de Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, Guayana Francesa, Guyana, Perú, Surinam y Venezuela. Según WWF, allí viven más de 400 pueblos indígenas y comunidades tradicionales, cuya vida y cultura dependen del equilibrio del ecosistema amazónico<sup>2</sup>. Su conservación no solo es clave para frenar el cambio climático y proteger la biodiversidad, sino también vital para la supervivencia de miles de personas que dependen directamente de sus tierras, bosques y ríos.

### ***Protagonistas del cambio***

La “bioeconomía de la sociobiodiversidad” (“bioeconomía”, de aquí en adelante) surge como una estrategia que combina el desarrollo económico y la conservación ambiental. A diferencia de los modelos tradicionales centrados en la explotación industrial y predatoria de recursos, este enfoque aprovecha el conocimiento ancestral, prioriza la equidad, el arraigo territorial, la conservación de los bosques y de su biodiversidad asociada, como la regeneración ecológica.

---

<sup>1</sup> [https://wwf.panda.org/es/sobre\\_la\\_amazonia/](https://wwf.panda.org/es/sobre_la_amazonia/)

<sup>2</sup> [https://wwf.panda.org/discover/knowledge\\_hub/where\\_we\\_work/amazon/vision\\_amazon/living\\_amazon\\_initiative222/protected\\_areas\\_and\\_indigenous\\_territories/](https://wwf.panda.org/discover/knowledge_hub/where_we_work/amazon/vision_amazon/living_amazon_initiative222/protected_areas_and_indigenous_territories/)



En la Amazonía, los bionegocios comunitarios son aquellos formados y liderados por comunidades tradicionales, poblaciones indígenas y agricultores familiares, contribuyendo a la conservación de los ecosistemas, a la generación de empleo y al bienestar de las comunidades locales. Cooperativas y asociaciones gestionan proyectos de agroforestería, de manejo forestal, de pesca artesanal y de sistemas alimentarios sostenibles. Cada iniciativa fortalece el buen vivir de pueblos indígenas, comunidades tradicionales y agricultores familiares, integrando la producción y la sostenibilidad bajo un propósito común: promover un desarrollo que preserve la Amazonía.



► Açaí, Brasil

# Mapeos

## *Conocer y fortalecer*

En esta primera etapa, el proyecto AmazonBeEco realizó cuatro mapeos en los que recopiló información que permite comprender el contexto de la sociobioeconomía de cada uno de los seis países. Se utilizó una metodología mixta y multifuente que combinó una revisión exhaustiva de documentación, normativas y literatura especializada, junto con encuestas estructuradas y entrevistas a integrantes de bionegocios, actores clave y expertos.

Los socios de cada país debieron alinearse con los objetivos y metas generales del proyecto, para garantizar una recolección de datos consistente y completa. Para ello, se sugirieron herramientas que permitieran apoyar la recolección estructurada de datos, su análisis y visualización: como por ejemplo el análisis PESTLE (Político, Económico, Social, Tecnológico, Legal y Ambiental).

Los datos del ecosistema de bionegocios (mapeo 2) en Colombia, Ecuador, Guyana, Perú y Surinam fueron recopilados en 2025, en el marco de las acciones iniciales del AmazonBeEco en cada uno de estos países. En el caso brasileño, en cambio, fueron utilizados datos recolectados por el programa “Desafío Conexsus”, implementado por Conexsus en Brasil, entre 2018 y principios del 2020.





► Mapeo, Brasil.

De esta manera, se reunieron las bases de datos de ambos esfuerzos, lo que permite tener una visión agregada y amplia del ecosistema de bionegocios en la Panamazonia. Los mapeos 1, 3 y 4 presentan datos exclusivamente derivados del esfuerzo de mapeo en Brasil, Colombia, Ecuador, Guyana, Perú y Surinam hecho en el AmazonBeEco.

Al fin y al cabo, entre los números grandes, se identificaron 3.203 bionegocios, de los cuales 730 fueron caracterizados. Además, se mapearon 211 regulaciones, 375 actores de la sociobioeconomía, 96 actores financieros y 15 cadenas de valor. Esta amplia y diversa base de datos fortalece el acceso a información sobre la bioeconomía en la Panamazonía, haciendo espacio para que futuras políticas y programas de soporte a este ecosistema movilicen las informaciones aquí presentadas de manera estratégica.

La información presentada en las siguientes secciones se desprende de los datos proporcionados por las personas que participaron en los mapeos realizados en cada uno de los seis países incluidos en el relevamiento.



► Chontaduro, Colombia

## Mapeo 1

### *Contexto Institucional y Regulatorio*

En este primer mapeo se buscó entender cuáles son las condiciones actuales en materia política, social, económica y legal, a partir de un análisis integral y estructurado del contexto regulatorio e institucional que influye en el desarrollo de la sociobioeconomía en cada país.

El mapeo permitió una comprensión integral, estructurada y práctica, incluyendo la dinámica de los factores externos que influyen en el desempeño y la coordinación de las instituciones clave. También se identificó actores clave en el ámbito público, social y financiero para el desarrollo de la sociobioeconomía.





► Taller de innovación, Putumayo, Colombia

## Colombia

### *Marco regulatorio*

De acuerdo al mapeo, aunque desde 2018 la bioeconomía ha sido reconocida como una estrategia nacional para su desarrollo en la Amazonía, con un marco jurídico amplio y sólido, este se presenta fragmentado y sin una ley marco que facilite la articulación entre los sectores productivos, las autoridades ambientales y los distintos niveles de gobierno. En particular, el desarrollo de la bioeconomía fue reconocido como una estrategia nacional a través del CONPES 3934 (Política de Crecimiento Verde).

Respecto a la región amazónica, la Sentencia STC-4360 de 2018 declaró a la Amazonía como sujeto de derechos. Además, existen regulaciones para las concesiones forestales campesinas en baldíos de la Ley 2ª de 1959, priorizando zonas amazónicas de alta deforestación.



## Actores clave

### → Público

El Departamento Nacional de Planeación (DNP) se consolida como un núcleo articulador de la bioeconomía mediante la formulación de documentos de política. El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MinAmbiente) lidera las políticas de negocios verdes y ocupa el nodo central en la red nacional, confirmando la fuerte ambientalización inicial de la bioeconomía. El fomento y la ejecución es por parte del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MinAgricultura), el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), y la Agencia de Desarrollo Rural (ADR). Actores críticos para el acceso a mercados formales, como el INVIMA y el ICA (Instituto Colombiano Agropecuario), velan por la sanidad y la inocuidad.

### → Investigación

Instituciones como el Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas (SINCHI) y Agrosavia generan el conocimiento técnico-científico que fundamenta la innovación.

### → Cooperación y ONGs

Organizaciones como GIZ, PNUD, WWF, Gaia Amazonas y el BID Lab aportan financiación, metodologías y acompañamiento en terreno, asumiendo roles cuasi institucionales en la implementación de proyectos.

### → Privado

Se destacan empresas como Natura Cosméticos, que ha desarrollado modelos de biocomercio justo con comunidades locales para el aprovisionamiento de ingredientes naturales.



► Cacota y copoazú, Colombia / Açai, Colombia / Taller innovación, Putumayo, Colombia.





► Sumaco, Archidona, Sacha Laran, Ecuador.

## Ecuador

### *Marco regulatorio*

El país no cuenta con una política de bioeconomía y tampoco existe un reglamento para su aplicación. Sin embargo, desde el 2020, el Estado ecuatoriano ha mostrado una creciente apertura hacia la bioeconomía como eje de desarrollo sustentable. A través del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE), el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca (MPCEIP), se está construyendo de manera participativa una Estrategia Nacional de Bioeconomía (ENB). El lanzamiento del “Libro Blanco de la Bioeconomía del Ecuador” en 2024 fue un hito importante.

### *Actores clave*

#### → Público

El Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) es clave en el fomento, la regulación y el control del aprovechamiento





sostenible de la biodiversidad. El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) es el encargado de formular, coordinar y ejecutar las políticas relacionadas con el desarrollo agropecuario y rural. La Secretaría Técnica de la Circunscripción Territorial Especial Amazónica (STC-TEA) tiene la potestad de planificar y financiar proyectos de desarrollo sostenible para la Amazonía, a menudo a través de los Gobiernos Autónomos Provinciales (GADs). Es importante señalar que a inicios del mes de agosto 2025, el gobierno del Ecuador decidió reducir el tamaño del Estado y para esto fusionó algunas instituciones públicas, entre ellas el MAATE, que actualmente está pasando a ser absorbido por el Ministerio de Energía y Minas, por lo que los avances que se han dado en temas de Bioeconomía podrían verse afectados seriamente.



#### → Academia e Investigación

La Universidad Regional Amazónica Ikiam (IKIAM), que cuenta con una incubadora de bioemprendimientos, es un nodo estratégico para la transferencia de conocimiento.

#### → Comunidades y Representación Indígena

La Corporación Chakra/Grupo Chakra es una red de productores y organizaciones comunitarias muy integrada con actores institucionales. La Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana (CONFENIAE) es una organización regional que representa a cerca de 1.500 comunidades y se posiciona como un nodo de representación indígena.

#### → Financieros

En materia financiera existe la Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias (CONAFIPS), el Fondo de Inversión Ambiental Sostenible (FIAS), fondos concursables como los de la STC-TEA, del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), los fondos concursables de bosque y fincas (FFF) y Bionegocios Ecuador.



► Lago Agrio, Ecuador / Coca-orellana, Ecuador / Achiote, Ecuador.

# Guyana

## *Marco regulatorio*

En Guyana, la Estrategia de Desarrollo Bajo en Carbono (LCDS) 2030 es el marco de política robusto para el desarrollo sociobioeconómico. Se enfoca en mantener la cobertura forestal e incorpora un mecanismo para asignar el 15 % de los ingresos del mercado de carbono a las comunidades indígenas. La ley fundamental para los derechos indígenas es la Amerindian Act 2006.

## *Actores clave*

### → **Público**

El Ministerio de Finanzas controla las corrientes de financiación. La Oficina de Pequeñas Empresas (Small Business Bureau) proporciona apoyo directo a las empresas. El Ministerio de Asuntos Amerindios es la autoridad principal para los derechos indígenas y los procesos de titulación de tierras. La Agencia de Protección Ambiental (EPA) y la Comisión Forestal de Guyana regulan el acceso y el uso de los recursos.

### → **Comunidades y representantes indígenas**

Los representantes indígenas y comunitarios son actores fundamentales en la implementación de la LCDS 2030, que asigna ingresos del mercado de carbono a sus comunidades.

### → **Financieros**

El Fondo de Innovación Rupununi (Rupununi Innovation Fund) es un modelo exitoso administrado por el Guyana Bank for Trade & Industry.





► Kemito Ene, Satipo, Perú.

## Perú

### *Marco regulatorio*

Perú cuenta con la Política Nacional de Bioeconomía, aprobada en 2021. Existe también un Plan Nacional de Desarrollo de Capacidades en Bioeconomía. Algunos de los principales recursos legales identificados mapeados fueron: Estrategia Nacional de Biocomercio, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía (Ley 27037) y Ley de Protección de los Conocimientos Colectivos de los Pueblos Indígenas Vinculados a los Recursos Biológicos.

Sin embargo, según el mapeo, el marco regulatorio actual presenta aún muchas brechas, ya que no existe un conjunto normativo robusto que permita el despliegue de programas que no dependan de la voluntad política del gobierno de turno, sino que respondan a una prioridad del país y que tenga una visión a largo plazo.



A nivel de la región amazónica, la Política Nacional de Bioeconomía busca promover el uso sostenible de la biodiversidad e integrar a comunidades locales y nativas en cadenas de valor sostenibles. Además, la Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía busca promover el desarrollo sostenible e integral de la Amazonía.

## Actores clave

### → Público

El Ministerio del Ambiente (MINAM) es la entidad con mayor participación y liderazgo en materia de sociobioeconomía, promoviendo los Eco y Bionegocios. También el país cuenta con ministerios sectoriales: el Ministerio de Agricultura y Riego (MIDAGRI) y el Ministerio de Producción (PRODUCE) despliegan programas que fomentan el desarrollo de cadenas productivas sostenibles.

### → Comunidades indígenas

La Asociación Interétnica de Desarrollo de la Selva Peruana (AIDESEP) es un actor clave en la representación nacional de las comunidades nativas.

### → Sociedad Civil y ONGs

Organizaciones como AIDER, CEDIA y NAB Perú trabajan en el desarrollo sostenible y el fomento del ecosistema de emprendimientos.

### → Cooperación Internacional

Actores como el Global Green Growth Institute (GGGI), la FAO, el BID y GIZ financian y apoyan técnicamente la implementación de iniciativas.

### → Sector Privado

Empresas como Natura son eslabones clave en las cadenas de valor del bosque para la compra de insumos de recursos forestales no maderables.

► Kemito Ene, Satipo, Perú / Taropoto, San Martín, Perú / Kemito Ene, Satipo, Perú.



# Surinam

## *Marco regulatorio*

El país carece de una estrategia nacional que integre las cadenas de valor de base biológica, la agricultura sostenible y la innovación. Y si bien cuenta con estrategias relevantes como la Estrategia de Desarrollo Verde y la Estrategia y Plan de Acción Nacional sobre la Biodiversidad (NBSAP), su implementación sigue siendo limitada debido a vacíos en las regulaciones operativas, las asignaciones presupuestarias y los mecanismos de seguimiento y evaluación. Esta subutilización reduce su efectividad para fomentar un entorno propicio para el crecimiento de la sociobioeconomía.

A nivel de la región amazónica, la Socio-Bioeconomy Policy incluye el desarrollo de estándares de certificación locales e involucrando a las Comunidades Indígenas y Tribales. La Environmental Framework Act (2020) proporciona la base legal para la gobernanza ambiental.

## *Actores clave*

### → Públicos

La Foundation for Forest Management and Supervision (SBB) supervisa el uso sostenible y el monitoreo de los recursos forestales. Otros ministerios relevantes son el de Finanzas, Desarrollo Regional y Medio Ambiente (ROM) y Política de Tierras y Manejo Forestal (GBB).

### • Academia

Instituciones como CELOS (Centre for Agricultural Research in Suriname) realizan investigaciones valiosas sobre la biodiversidad y el uso de recursos naturales.

### → ONGs

Organizaciones como el Amazon Conservation Team (ACT) desempeñan un papel vital en el empoderamiento comunitario y el desarrollo de capacidades.

### → **Financieros**

El National Development Bank (NOB) y Finabank son mencionados como proveedores de préstamos para organizaciones que operan en el sector.

### → **Sector Privado**

Constituyen el grupo más grande de partes interesadas, reflejando una fuerte participación empresarial y de base en el ecoturismo, productos forestales no maderables y medicina tradicional.

## **Desafíos**

### *Desafíos económicos*

#### ***Barreras persistentes***

El mapeo del contexto de la bioeconomía en la panamazónica evidencia una serie de limitaciones compartidas por todos los países que, si no se abordan, inciden de manera significativa en el futuro de los bionegocios.

De acuerdo con el relevamiento, estas limitaciones comparten un rasgo común: la falta de mecanismos de apoyo que se ajusten a la realidad de la Panamazonía y a la escala de producción que pueden alcanzar los negocios en estas comunidades.

En la Amazonía panamazónica, el acceso al financiamiento constituye una de las barreras más persistentes. La banca formal ofrece productos que no se ajustan a sus necesidades, ya sea por las altas exigencias, la falta de garantías o la limitada capacidad técnica que tienen los bionegocios para elaborar los planes financieros exigidos. A esto se suma la poca disponibilidad de microcréditos rurales y el desconocimiento o la inaccesibilidad de incentivos económicos existentes, lo que restringe las posibilidades de inversión y crecimiento.





► Caquetá, Colombia.

La infraestructura deficiente y los altos costos operativos también profundizan las desigualdades económicas en la región. Las comunidades cuentan con dificultades en la logística: carreteras en mal estado, conectividad insuficiente y elevados costos que encarecen los productos bioeconómicos y reducen su competitividad. Además, la limitada disponibilidad de tecnología y los bajos niveles de productividad dificultan el acceso a equipos y procesos que permitan escalar la producción o agregar valor.

Los bionegocios también se ven afectados por una articulación débil con los mercados y por barreras regulatorias que no responden a la realidad amazónica. La dependencia de intermediarios, la falta de estándares consistentes de calidad y la ausencia de mecanismos locales de certificación obstaculizan la inserción en cadenas de valor justas y sostenibles. Al mismo tiempo, los procesos de formalización son complejos y costosos, y la incertidumbre sobre la tenencia de la tierra limita la posibilidad de atraer inversiones y acceder a financiamiento, generando un entorno que desincentiva la consolidación de estos emprendimientos comunitarios.

## Desafíos sociales

### **Brechas sociales**

La vulnerabilidad social en la región panamazónica evidencia que las iniciativas de sociobioeconomía enfrentan obstáculos importantes que limitan tanto la participación como el desarrollo comunitario. Entre los principales se encuentran el acceso limitado a educación de calidad, y a servicios básicos e infraestructura. Estas brechas, profundas y de larga data, reducen la capacidad de las comunidades locales para integrarse plenamente en modelos económicos sostenibles, lo que termina afectando la equidad y la viabilidad a largo plazo de la sociobioeconomía.

En la Amazonía ecuatoriana, las cifras son alarmantes, con un 44% de pobreza extrema y un 67,77% de pobreza por ingresos. A su vez, la limitada intervención estatal se traduce en un acceso desigual a servicios básicos esenciales, como agua potable y saneamiento, electricidad, conectividad digital, salud y educación. Por ejemplo, en Colombia, de acuerdo a la Encuesta de Calidad de Vida 2023-2024<sup>3</sup>, el 54% de los hogares de la región Orinoquía-Amazónica presenta bajo logro educativo, mientras que en Perú, la carencia de estos servicios condiciona la baja competitividad de los emprendimientos comunitarios.

### **Sobre la tierra**

El problema de la tenencia de la tierra y los derechos de propiedad constituye una barrera transversal, generando inseguridad jurídica para comunidades indígenas, nativas y campesinas. En Perú, una abrumadora mayoría de encuestados (83 %) indicó que los derechos de propiedad no están definidos ni protegidos, y solo alrededor del 30 % de las comunidades nativas cuentan con títulos formalizados. En Colombia, el 64 % de las instituciones reportó que estos derechos

---

<sup>3</sup> DANE, ECV (2023, 2024). Encuesta Calidad de Vida 2023: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2023/> <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ECV/bol-ECV-2023.pdf>  
Encuesta Calidad de Vida 2024: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2024/> <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ECV/bol-ECV-2024.pdf>

tampoco están claramente definidos. En Suriname, la situación es similar: la mayoría de los derechos de propiedad están indefinidos, y la ausencia de reconocimiento legal de los derechos colectivos de los pueblos indígenas los deja vulnerables. Esta falta de titulación y la inseguridad territorial dificultan el acceso a financiamiento y limitan la capacidad de las comunidades para realizar inversiones a largo plazo en actividades bioeconómicas sostenibles.

El problema se agrava por la superposición de derechos en los territorios comunales, con concesiones mineras, forestales o petroleras otorgadas por el Estado muchas veces sin consulta ni consentimiento. Este fenómeno tiene raíces históricas, como en Ecuador, donde la colonización agraria generó conflictos al adjudicar tierras ya ocupadas por comunidades indígenas. Además, la titulación enfrenta retrasos significativos en países como Guyana, donde un líder comunitario reportó que tierras estaban siendo entregadas a compañías mineras. En última instancia, esta inseguridad legal y territorial puede derivar en conflictos socioambientales e incluso en la criminalización de líderes comunales que defienden sus territorios.

## *Desafíos culturales y políticos*

### *Inequidades*

Las dinámicas de género influyen de manera significativa en la participación dentro de los contextos de la sociobioeconomía. Aunque las mujeres muestran un alto nivel de involucramiento, enfrentan barreras estructurales que limitan su acceso a recursos, capacitación y oportunidades de liderazgo, lo que afecta el éxito y la sostenibilidad de sus emprendimientos.

En Perú y Ecuador, estas desigualdades se manifiestan en dificultades para acceder a recursos productivos y programas de formación, restringiendo su capacidad de influir y desarrollarse plenamente en proyectos comunitarios. En Suriname, además de estas barreras, el análisis refleja que las mujeres afrontan cargas domésticas y familiares que dificultan su compromiso y participación en actividades de liderazgo y toma de decisiones, consolidando obstáculos que impiden un desarrollo equitativo dentro del ecosistema.



La dinámica de género en la Guyana desempeña un papel importante en los patrones de participación en la economía de la agricultura rural y la asociada a la biodiversidad del bosque. Aproximadamente el 32% de las mujeres son propietarias de negocios asociados principalmente a actividades de la agricultura, bosques y pesca. Este porcentaje podría estar señalando una relativa mejora en la participación de las mujeres en los negocios; sin embargo, las altas tasas de fracaso, comparadas con la de los hombres emprendedores, muestran, por un lado, que las barreras de género aún son persistentes y que, por otro lado, a esto se suman otros factores estructurales, como la falta de acceso al crédito y el acceso a mercados, que impactan la sostenibilidad de sus negocios.

En cuanto a los jóvenes, los mapeos muestran que su situación — incluyendo participación, educación y patrones de migración— constituye un componente social crítico para el desarrollo del sector. En Perú, la migración rural-urbana está disminuyendo la presencia de jóvenes en las comunidades, lo que genera una ruptura generacional en las prácticas tradicionales de uso sostenible del territorio. Se pierde el conocimiento tradicional y el sentido de pertenencia cultural, debilitando la base social de la sociobioeconomía. A su vez, en la región Orinoquía-Amazonía de Colombia, aunque no se centra solo en jóvenes, la Encuesta de Calidad de Vida 2023-2024 reportó que el 54 % de los hogares presenta bajo logro educativo, y más del 23 % registra rezago escolar. Estos indicadores de precariedad educativa impactan directamente en las oportunidades futuras de los jóvenes.

### ***Pérdida de saberes***

Los bionegocios cuentan con una alta participación de pueblos originarios. Sin embargo, los informes por país evidencian que el conocimiento tradicional, aunque valorado, se está debilitando debido a factores internos y externos. Uno de ellos es la mencionada migración juvenil y la pérdida generacional. Otro factor es la influencia de la tecnología y la educación formal, que en algunos casos desplaza el aprendizaje tradicional y reduce el interés de las nuevas generaciones por las prácticas ancestrales, como ocurre en Colombia.

A esto se suma la presión económica y la homogeneización productiva, que en Ecuador ha transformado históricamente la estructura social y económica, afectando usos ancestrales y costumbres locales. En Perú, actividades como la minería y los monocultivos generan conflictos internos y priorizan ingresos inmediatos sobre sostenibilidad, acelerando la pérdida del conocimiento tradicional.

Además, la falta de reconocimiento y remuneración del conocimiento ancestral limita los incentivos para su conservación y aplicación. En Colombia, la bioeconomía se configura como un instrumento estratégico para la construcción de paz, al unir la conservación ambiental con el desarrollo rural y el reconocimiento de los saberes ancestrales. Sin embargo, pese a la valoración discursiva del conocimiento tradicional, este sigue siendo periférico y carece de mecanismos de protección o integración en cadenas de valor. En Suriname, la ausencia de marcos legales y apoyos institucionales impide que las comunidades preserven y apliquen activamente sus saberes.



► Kemito Ene, Satipo, Perú.

### *Fragilidad institucional*

La bioeconomía en la región panamazónica enfrenta importantes desafíos derivados de la inestabilidad política, la fragmentación normativa y la falta de continuidad en el apoyo gubernamental, lo que limita la existencia de un entorno regulatorio y financiero estable. Esta fragilidad se refleja en la percepción de una estabilidad social débil, afectando la cohesión comunitaria, la participación local y la resiliencia de las iniciativas de bioeconomía.

La volatilidad política y la discontinuidad institucional dificultan la planificación a largo plazo, la inversión y la implementación sostenida de proyectos. Los frecuentes cambios de gobierno y la incertidumbre institucional ponen en riesgo los avances logrados en los distintos países de la región. Además, la fragmentación normativa, la escasa coordinación interinstitucional y la limitada voluntad política reducen la formalización de bionegocios, restringen el acceso a recursos y servicios básicos, y aumentan la vulnerabilidad frente a conflictos sociales, afectando la competitividad y sostenibilidad de las iniciativas comunitarias.

Respecto a los avances normativos, el análisis de la región panamazónica identifica obstáculos legales e institucionales significativos. Entre estas dificultades se encuentran trámites complejos y costosos para los pequeños productores, vacíos en la normativa laboral y tributaria, y mecanismos insuficientes para proteger el conocimiento tradicional. Esta situación limita la efectividad de la regulación, complica la formalización de bionegocios y contribuye a la persistencia de la informalidad y la precariedad laboral en el sector rural amazónico.

## Oportunidades

### *Factores habilitantes institucionales*

- La Bioeconomía: Se posiciona como una vía para diversificar la economía nacional, reducir la dependencia del petróleo y promover



el uso sostenible de la biodiversidad, reconociendo el potencial de la Amazonía como solución climática y de desarrollo económico sustentable, de manera simultánea.

- **Marcos Legales y Estratégicos:** La mayoría de los países cuenta con leyes fundamentales de protección de la biodiversidad, códigos ambientales y estrategias nacionales de crecimiento verde o desarrollo bajo en carbono.
- **Gobernanza Territorial e Indígena:** Existen leyes y decretos que reconocen la autonomía de los pueblos indígenas, sus derechos colectivos y su papel fundamental en la gestión de los recursos naturales.
- **Sistemas de investigación regional:** La presencia de institutos científicos, universidades y centros de investigación especializados en la Amazonía puede generar el conocimiento técnico necesario para la innovación en productos biológicos.
- **Estructuras de planificación específicas:** La creación de secretarías técnicas o consejos dedicados exclusivamente a la planificación y financiamiento de la región amazónica puede permitir una gestión más focalizada en los temas asociados a la promoción de la bioeconomía.

## *Ventanas de oportunidad*

- **Alineación con compromisos globales:** El cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y los acuerdos internacionales sobre cambio climático (Acuerdo de París) sitúan a la Amazonía como una prioridad para el financiamiento climático global.
- **Sistemas de conocimiento tradicional:** Estos constituyen activos estratégicos que, una vez agregados en estrategias de negocios y de innovación, pueden fortalecer de manera significativa los medios de vida de las comunidades.

- Nuevos mecanismos financieros: Expandir el acceso a capital adecuado por parte de los bionegocios, a través de mecanismos financieros de impacto, sobretodo por medio de estrategias de blended-finance, mezclando capital filantrópico con otras fuentes de capital (de impacto, comercial, climático y público), de tal modo que sea posible para estos bionegocios acceder a recursos de bajo costos y adaptados a su realidad.
- Paz y desarrollo rural: En contextos específicos, la bioeconomía se percibe como una herramienta para la construcción de paz y la sustitución de economías ilícitas por modelos de desarrollo legal y sostenible.
- Compromiso local: La innovación comunitaria en ecoturismo, agricultura sostenible y productos naturales ofrecen modelos escalables para el desarrollo. También para generar redes para la certificación, aseguramiento de la calidad y preparación para la exportación.

## *Puntos de entrada para una mejor coordinación*

- Saneamiento de la tenencia de la tierra: Acelerar la titulación y seguridad jurídica del territorio es el paso previo indispensable para que las comunidades puedan acceder a créditos y realizar inversiones de largo plazo.
- Plataformas de diálogo multisectorial: Crear o fortalecer mesas técnicas donde interactúen los sectores de ambiente, agricultura, comercio y finanzas para reducir la fragmentación normativa y evitar la duplicidad de esfuerzos.
- Financiamiento adaptado: Diseñar instrumentos financieros (créditos verdes, fondos rotatorios) con requisitos simplificados y tasas ajustadas a los ciclos de producción biológica de las comunidades rurales.

- **Simplificación de trámites y certificación:** Establecer rutas de formalización progresiva y ventanillas únicas que adapten las exigencias sanitarias, tributarias y comerciales a la pequeña escala de los bionegocios amazónicos.
- **Integración del conocimiento tradicional:** Formalizar la protección de los saberes ancestrales y asegurar que las comunidades participen de manera equitativa en los beneficios derivados de su uso comercial.
- **Infraestructura digital y tecnológica:** Invertir en conectividad y energías renovables descentralizadas para reducir los costos logísticos y permitir el procesamiento local de productos con mayor valor agregado.

El segundo mapeo se enfocó en identificar y analizar los bionegocios, evaluando sus características estructurales, sistemas de producción, redes de apoyo y dinámicas socioeconómicas dentro de las comunidades. Cada país realizó un relevamiento detallado, para detectar y caracterizar bionegocios, recolectando información sobre número de socios o integrantes y su naturaleza jurídica. También se registraron datos sobre las características de las poblaciones que los lideran, así como sobre el género y la edad de los participantes, los productos estratégicos y las alianzas existentes.

Este enfoque integral permitió comprender las dinámicas socioeconómicas y ambientales de cada territorio, y orientar estrategias que promuevan el desarrollo sostenible, la equidad social y la conservación de la biodiversidad en la Amazonía.





► Cacao, Colombia.

## Mapeo 2

### *Bionegocios y sus ecosistemas*

## Brasil

### ***Zonas mapeadas***

El estudio abarcó los estados de Acre, Amazonas, Amapá, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Rondônia y Tocantins.

### ***Bionegocios***

Se identificaron 396 cooperativas y asociaciones vinculadas a la bioeconomía en los territorios mapeados.

### ***Socios o integrantes***

En cuanto a su base social, el 63% de las organizaciones cuenta con hasta 100 socios.

### ***Productos estratégicos***

Una parte significativa de las organizaciones trabaja en cadenas de valor de productos forestales no maderables (PFNM), tales como el açaí, la castaña de Brasil, semillas y otros productos del bosque, representando el 64% de los casos analizados.

Asimismo, el 43% participa en cadenas de valor vinculadas a la agricultura familiar, incluyendo café, miel y diversas frutas.

Las actividades asociadas a la artesanía están presentes en el 28% de las organizaciones, mientras que la pesca forma parte de las actividades del 25% de los bionegocios mapeados.

### ***Mercado y comercialización***

La mayoría de las organizaciones comercializa directamente sus productos en mercados públicos, alcanzando el 70% de los casos. En menor medida, el 35% logra establecer relaciones comerciales con minoristas y apenas el 20% consigue vincularse comercialmente con la industria. El acceso a financiamiento sigue siendo limitado, ya que solo el 10% de los bionegocios reporta haber accedido a este tipo de recursos.

## Ecuador

### ***Zonas mapeadas***

El estudio abarcó las provincias amazónicas de Napo, Pastaza, Sucumbíos, Orellana y Zamora-Chinchipe.

### ***Bionegocios***

Se recabó información inicial de más de 180 bionegocios activos. Este listado se redujo a 101 bionegocios asociativos luego de cruzar información de existencia legal. Finalmente, 17 bionegocios asociativos fueron seleccionados para participar en el proceso de fortalecimiento del proyecto.

### ***Socios o integrantes***

Del total de los 101 bionegocios mapeados, un tercio contaba con entre 11 a 20 socios jurídicos y el otro tercio entre 21 a 50 socios jurídicos. Es decir, que más de la mitad de los bionegocios no supera los 50 asociados, mientras que unos 10 bionegocios contaron con más de 100 socios. Sin embargo, solamente el (61%) de los socios venden sus productos de manera regular, una situación que se explica por la existencia de intermediarios. Existe una alta representación de comunidades indígenas y campesinas.

### ***Mujeres y jóvenes***

Los bionegocios promueven roles de liderazgo y decisiones participativas, con fuerte presencia femenina y juvenil. De los 17 bionegocios seleccionados suman un total de 869 socios (362 hombres y 507 mujeres). Se contabilizaron 119 jóvenes (20-30 años) como socios activos. Aunque existe un alto riesgo de disminución de este número debido a que los jóvenes siguen abandonando el campo en búsqueda de oportunidades.



### ***Naturaleza jurídica***

Se analizaron bionegocios asociativos y comunitarios (excluyendo turísticos netos). Los bionegocios asociativos tienen socios jurídicos y no jurídicos, ya que la legalización de nuevos socios es burocrática y costosa, aunque los no jurídicos tienen voz y voto. Los negocios seleccionados están regidos por la Secretaría de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

### ***Productos estratégicos***

Las principales líneas productivas son café y cacao (vendidos en grano seco o elaborados como café tostado, pasta de cacao, licor de cacao y chocolate). Otros productos relevantes son: guayusa (*Ilex guayusa*), ishpingo (*Ocotea quixos*), sachá inchi (*Plukenetia volubilis*), macambo, artesanías y producción piscícola. La mayoría de los negocios utiliza sistemas agroforestales y existe una predominancia del sistema chakra, lo cual apoya una visión de conservación basada en el conocimiento ancestral.

### ***Alianzas***

Los socios clave incluyen instituciones gubernamentales (MAG, MAA-TE, MIES, GADs, Secretaría Técnica de la Circunscripción Territorial Especial Amazónica), ONGs (GIZ, Fundación Pachamama, Conservación Internacional, WWF), sector privado y centros de investigación. Las alianzas brindan acceso a mercados, capacitaciones, financiamiento no reembolsable, tecnología y certificaciones. Es indispensable que los bionegocios sean acompañados para participar en convocatorias de fondos, como el proyecto estatal “Biocorredor Amazónico”.

### ***Mercado y comercialización***

Los bionegocios con sistemas de gobernanza consolidados (principalmente en cacao y café) han logrado alcanzar mercados internacionales, incluyendo Estados Unidos, Europa y mercados asiáticos. Los otros rubros tienen serias dificultades de acceso a mercados nacionales e internacionales. La comercialización se ve limitada por logística, certificaciones internacionales y sus altos costos. Además, estos negocios mantienen estrategias básicas de comercialización a través de redes sociales, no obstante no cuentan con estrategias sostenibles a largo plazo.

### ***Desafíos y oportunidades***

**Desafíos:** La falta de capital de trabajo es uno de los principales desafíos. En algunos casos, también se presenta escasez de recursos para mejorar la infraestructura, lo que obliga a los socios, principalmente pequeños agricultores, a vender sus cosechas a intermediarios a precios más bajos para obtener ingresos inmediatos. Asimismo, la rotación de líderes (cada 3 o 4 años) genera un retroceso en los procesos de aprendizaje. En general, los socios tienen desconocimiento de las normas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

**Oportunidades:** Es fundamental facilitar el acceso a financiamiento adecuado y ajustado a la realidad (ciclos de producción). Se requiere capacitación en gestión empresarial y fortalecer el relevo generacional para mitigar el abandono del campo. También existe la posibilidad de fortalecer la inclusión social, mejorar la gobernanza y promover la protección de saberes ancestrales como forma de enriquecer el biocomercio.

# Chakra

## Sabiduría ancestral

La región amazónica ecuatoriana constituye un ecosistema único donde convergen una biodiversidad excepcional y sistemas productivos tradicionales milenarios. En este territorio, las formas de distribución de bionegocios han evolucionado a partir de prácticas ancestrales desarrolladas por comunidades indígenas, particularmente por los pueblos Kichwa, Shuar, Achuar y Waorani. Estas comunidades han perfeccionado complejos sistemas agroforestales denominados chakras, que representan el fundamento de la economía rural amazónica contemporánea. Este sistema fue reconocido internacionalmente por la FAO como un Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM).

Las chakramamas, mujeres kichwa que poseen sabiduría ancestral, constituyen el pilar fundamental del sistema. Estas mujeres administran el 80% de las chakras según datos de la FAO (2023).



## Colombia

### ***Zonas mapeadas***

El mapeo detallado se concentró principalmente en los departamentos de Putumayo, Caquetá, Guaviare y Amazonas. También se incluyeron organizaciones en Guainía, Vichada y Meta.

### ***Bionegocios***

A partir de una base inicial de 2.248 registros, se validaron 1.666 organizaciones y se realizó una caracterización detallada de 145 bionegocios comunitarios que entregaron información completa y validada. A partir de este grupo, 41 fueron diagnosticados en profundidad, y 11 fueron preseleccionados para avanzar en el proceso de fortalecimiento.

### ***Socios o integrantes***

El universo total de los 145 bionegocios mapeados agrupa a 9.399 socios. De este total, 7.877 son socios activos. Estas organizaciones generan 145 empleos formales y 675 empleos informales.

### ***Naturaleza jurídica***

El 62% de los bionegocios se constituyeron bajo la figura de asociación. Le siguen las empresas privadas bajo la figura Sociedad por Acciones Simplificada (17%) y las cooperativas (9%). La figura asociativa predomina, confirmando su relevancia en la región.

### ***Mujeres y jóvenes***

El 54% del total de socios son mujeres (5.046 socias). Respecto a la participación de jóvenes, el porcentaje en cargos directivos es limitado. La agenda de activación del proyecto reconoce la necesidad de fortalecer la participación juvenil para asegurar la continuidad y sostenibilidad de los bionegocios.

### ***Productos estratégicos***

Se identificaron líneas productivas diversas, incluyendo: productos no maderables del bosque (PFNM), cacao, turismo, lácteos, pescado, reciclaje, gastronomía, artesanías, caucho, fariña, mercados campesinos, huevos, harina de plátano, cosméticos y frutas amazónicas.

### ***Alianzas***

El ecosistema institucional de la bioeconomía en la Amazonía colombiana se caracteriza por su complejidad y dinamismo, resultado de una arquitectura multiescalar donde convergen actores públicos, comunitarios, privados, académicos y de cooperación internacional. Los actores clave son ONGs y cooperación internacional (USAID, GIZ, WWF, BID LAB), instituciones de investigación (SINCHI, Humboldt), y el sector privado (Natura Cosméticos, Biofix). El soporte de estos actores suele ser fragmentado, de corta duración y centrado en dotaciones básicas o asistencia técnica dispersa.

### ***Mercado y comercialización***

La mayoría de los bionegocios no cuentan con canales de comercialización consolidados. Solo el 20% tiene canales comerciales formales. El valor total de ventas anuales de los 145 bionegocios asciende a \$18.602 millones COP. La mayoría de las organizaciones registran ventas anuales inferiores a \$10 millones (30 organizaciones), seguidas por aquellas que se ubican en el rango de \$10 a \$25 millones (26 organizaciones). Se destacan también 8 organizaciones con ventas entre \$400 y \$900 millones anuales.

### ***Desafíos y oportunidades***

**Desafíos:** La principal brecha es la falta de preparación para acceder a financiamiento (credit-readiness), ya que los instrumentos financieros no están adaptados a la realidad amazónica. Persisten cuellos de botella normativos (fragmentación de trámites y formalización). Los altos costos logísticos y la falta de infraestructura (carreteras, energía) limitan la competitividad. Más del 50% no maneja herramientas básicas de gestión contable.

Oportunidades: Alto potencial productivo y comercial. Se propone la comercialización como eje articulador de la estrategia de fortalecimiento, junto con el diseño de instrumentos financieros adaptados. El interés creciente del mercado, tanto nacional como internacional, por productos amazónicos como los frutos no maderables, el cacao, el caucho, el turismo de naturaleza y las artesanías, confirma el potencial de estas líneas productivas, a pesar de las barreras existentes en trazabilidad, calidad y volumen.



► Colombia.



# Musu Pakarii

## Construir paz

En Colombia destaca que los bionegocios comunitarios contribuyen a la construcción de la paz y el desarrollo social inclusivo. La Asociación Musu Pakarii (Nuevo Amanecer en lengua Inga) está ubicada en el municipio de Puerto Guzmán, en el departamento del Putumayo. Fue fundada en 2016 para apoyar a familias indígenas y comunidades desplazadas por el conflicto armado, mediante alternativas productivas que fomenten la inclusión social y el desarrollo sostenible. Comercializa cacao en grano seco estándar con la Compañía Nacional de Chocolates y cacao certificado orgánico con Kaoka en Francia. Además, transforma cacao en chocolate de mesa con certificación sanitaria y elabora subproductos como golosinas y chocotentación, a base de chontaduro, açai, nibs, clavos y otros frutos amazónicos.

## Guyana

### ***Zonas mapeadas***

El mapeo se realizó en seis comunidades del interior de la Región 8, Montañas Pakaraima, mediante visitas de campo . Adicionalmente, se consultaron a diferentes bionegocios, mediante medios virtuales, de las Regiones 1, 2, 3, 4, 6, 9 y 10. Totalizando así una cobertura de 8 de las 10 regiones de Guyana.

### ***Bionegocios***

Se mapearon inicialmente 78 bionegocios siendo categorizados solamente 15 como Bionegocios Comunitarios. De este número, 12 participaron en un proceso de selección basado en un conjunto de criterios relacionados a las capacidades organizacionales de los bionegocios, del cual resultaron 7 bionegocios seleccionados para recibir apoyo técnico dentro de los componentes 2 y 3 del proyecto.

### ***Socios o integrantes***

El número de miembros económicamente activos varía de 2 a 60, con un promedio de 15 a 30 miembros activos por organización. El 83.3% de los integrantes se identifica como miembro de comunidades indígenas. También hay participación de afrodescendientes (41.7%) e indodescendientes (25%).

### ***Naturaleza jurídica***

De los 12 CBBs seleccionados, 7 están registrados como cooperativas, lo que sugiere una fuerte orientación comunitaria. Otros modelos incluyen sociedades mutuales (friendly societies), compañías sin fines de lucro, incorporadas y no registradas. Sin embargo, la inconsistencia en el registro comercial (solo el 58% está registrado formalmente) subraya las barreras que enfrentan al navegar los sistemas formales.

### ***Mujeres y jóvenes***

Hay una fuerte representación femenina, incluyendo organizaciones totalmente lideradas por mujeres. La participación juvenil varía de 0 a 15, y en algunas organizaciones los jóvenes tienen roles activos, incluso de liderazgo.

### ***Productos estratégicos***

Las operaciones se centran en agroprocesamiento, ecoturismo y artesanías a partir de materiales locales. Los productos sirven a una amplia gama de sectores, siendo los más comunes: alimentos, artesanías y turismo. Otros sectores incluyen cosméticos, farmacéuticos, gastronomía gourmet, energía, construcción y remedios tradicionales.

### ***Alianzas***

De acuerdo a los bionegocios encuestados, las agencias gubernamentales (75%) son los principales socios, seguidas por las ONGs (75%) y el sector privado (50%). Los beneficios más valorados de las alianzas son el acceso a mercados y el financiamiento. El 25% de los negocios reporta necesidades insatisfechas, especialmente en financiamiento y alianzas.

### ***Mercado y comercialización***

Los actores de los bionegocios encuestados señalan que el 42% alcanza el mercado nacional y el 33% alcanza mercados internacionales, aunque esto es principalmente informal (a través de visitantes extranjeros o pedidos online). La exportación formal es mínima, con solo una organización reportando actividad formal (pan de yuca a Barbados). Todas las organizaciones utilizan ventas directas en el sitio, ya sea B2B o directamente a los consumidores, y complementan estas estrategias con otros canales de comercialización, como ferias municipales o locales, programas de compras públicas, intermediarios y grandes cadenas minoristas (empleados por unas pocas organizaciones), así como plataformas de comercio electrónico y redes sociales, aunque estas últimas se utilizan de forma mínima. El 42% no utiliza ninguna marca formal.



### *Desafíos y oportunidades*

**Desafíos:** Las brechas en infraestructura (carreteras deficientes, energía no confiable) reducen la competitividad, sobre todo en las áreas del interior. Los requisitos bancarios limitan el acceso a capital por falta de garantías inmobiliarias (colateral). Hay poca información, limitada capacidad para acceder a las finanzas y mal mantenimiento de registros. La ausencia de un sistema de mercado unificado conduce a prácticas de precios injustas y falta de previsibilidad. La burocracia y las regulaciones poco claras ralentizan los procesos de negocio.

**Oportunidades:** Fuerte apoyo gubernamental a través de la Estrategia de Desarrollo con Bajas Emisiones de Carbono (LCDS 2030). Acceso a subvenciones y préstamos para PyMEs. Potencial para escalar el mercado de productos orgánicos.



► Taller de metodología.

# Blue Flame Women's Group

## Ellas al mando

El mapeo de bionegocios comunitarios en Guyana indican una marcada presencia femenina en estas iniciativas, incluyendo organizaciones completamente lideradas por mujeres, como el Blue Flame Women's Group de la Región 1. Este grupo constituye un ejemplo destacado de emprendimiento femenino en el hinterland guyanés, dedicado al agroprocesamiento de productos locales —como cacao, yuca y frutas. Su actividad demuestra cómo los bionegocios gestionados por mujeres no sólo impulsan el desarrollo económico comunitario, sino que también fortalecen la seguridad alimentaria, el agregado de valor y la autonomía económica en regiones rurales e indígenas del país.

## Perú

### ***Zonas mapeadas***

El estudio abarcó bionegocios en nueve regiones amazónicas: Loreto, Amazonas, San Martín, Ucayali, Junín, Madre de Dios, Cuzco, Pasco y Puno. Loreto.

### ***Cantidad de bionegocios***

Se analizaron 64 bionegocios en las regiones amazónicas.

### ***Número de socios o integrantes***

Según la encuesta realizada, el número total de socios activos hombres es de 5,145, y el de socias mujeres activas es de 3,901. Más de la mitad de los bionegocios (33) tienen menos de 8 años de operación, lo que indica una etapa temprana de desarrollo y alta necesidad de acompañamiento. El 66% de los bionegocios cuenta con liderazgo indígena, lo que demuestra que este tipo de negocios son una herramienta clave para el desarrollo de los pueblos originarios.

### ***Naturaleza jurídica***

Predominan las asociaciones y comunidades sin fines de lucro (55%). Esto sugiere que muchos bionegocios surgen con motivaciones comunitarias y colaborativas más que comerciales. El 92% ha formalizado legalmente su organización, lo que indica que hay conciencia para trabajar dentro del margen de las leyes peruanas, lo que permitiría acceso a financiamientos y nuevos mercados.

### ***Mujeres y jóvenes***

Hay predominancia de varones (57%) frente a mujeres (43%) entre los socios activos. Sin embargo, 28 de las 64 organizaciones (44%) tienen liderazgo paritario entre hombres y mujeres, evidenciando un avance hacia la igualdad de género en la toma de decisiones. Solo 16 de los 64 bionegocios (25%) reportan involucramiento de jóvenes, lo que muestra una gran brecha generacional.

### ***Productos estratégicos***

Se identifican al menos 12 rubros distintos. El 38% de los negocios aún vende materia prima sin procesar, lo que reduce los márgenes de ganancia. El 62% de los bionegocios evaluados ya apoya la transición de materias primas a productos con valor agregado.

### ***Alianzas***

El ecosistema de aliados está conformado mayormente por ONGs/cooperación internacional (37%) y entidades gubernamentales (29%). Los aliados brindan soporte en comercialización, financiamiento, innovación, gestión empresarial y articulación social.

### ***Mercado y comercialización***

Las ventas totales crecieron un 126% entre 2023 y 2024, indicando un alto potencial de escalabilidad. No obstante, el 74% de las organizaciones aún tiene ventas menores a USD 27,000 (100 mil soles). Respecto a la exportación, 9 negocios lo hacen (14%), principalmente a EE.UU. México y Canadá. El 75% define sus precios según los costos (lógica tradicional), y el 75% no cuenta con contratos comerciales. El 41% no tiene presencia digital y el 95% no usa herramientas tecnológicas comerciales. El 41% no tiene marca registrada, lo que perjudica el posicionamiento de la organización, la diferenciación frente a la competencia y la fidelidad del cliente.

### ***Desafíos y oportunidades***

**Desafíos:** El 28% no lleva registros contables formales. Existe la necesidad de mayor asesoría en logística (dificultad de acceso a rutas amazónicas) y asesoría jurídica avanzada (contratos y propiedad intelectual). El 92% necesita asesoría técnica en ventas y captación de nuevos clientes. El 50% de los bionegocios no recibe apoyo externo debido a la dificultad para encontrar aliados, desconfianza o mucha burocracia.

**Oportunidades:** El crecimiento futuro está condicionado a la capacitación y asistencia en ventas. Existe oportunidad para la digitalización progresiva y el uso de financiamiento innovador (como crowdfunding o tokens verdes). Las comunidades indígenas son el principal grupo beneficiado (45 de 64 bionegocios), principalmente a través de la generación de empleo o como proveedores de insumos.



# Asociación de Artesanas Eto Tsireri

## Cuidar el territorio

En Perú los bionegocios cuentan con un fuerte liderazgo indígena. La Asociación de Artesanas Eto Tsireri está ubicada en la comunidad nativa de Timpía, en la región Cusco, dentro de la zona de amortiguamiento del Santuario Nacional Megantoni y como parte de la Reserva Comunal Matsigenka o Machiguenga. Este colectivo, conformado por 24 mujeres matsigenkas, busca revalorizar los saberes ancestrales y recuperar los recursos naturales necesarios para la producción de sus artesanías. Elaboran cerámicas, tejidos y telares de cintura, bisutería y cestería, entre otras piezas, que suelen exhibirse en ferias como ExpoAmazónica y Ruraq Maki: Nuestra herencia hecha a mano.

## Surinam

### ***Zonas mapeadas***

El mapeo se dirigió a comunidades locales y tradicionales que realizan actividades sociobioeconómicas. Estas comunidades están ubicadas dentro de territorios rurales y forestales, incluyendo pueblos indígenas, afrodescendientes (Maroon) y otros grupos tradicionales.

### ***Cantidad de bionegocios***

Un total de 15 bionegocios participaron en la encuesta.

### ***Número de socios o integrantes***

La mayoría de los encuestados se identifican como grupos vinculados a las economías forestales. De las organizaciones mapeadas, 13 se definen como extractivistas dedicadas principalmente al aprovechamiento de productos forestales no maderables (PFNM). Asimismo, 3 organizaciones se reconocen como comunidades tradicionales y otras 3 como agricultores familiares. Solo una organización se identificó dentro de la categoría de pequeños productores agroforestales, evidenciando una menor presencia de este tipo de iniciativas en el territorio. 10 organizaciones (53%) incluyen miembros indígenas y 9 organizaciones (47%) incluyen miembros afrodescendientes, lo que subraya el papel clave de estas empresas en la inclusión social.

### ***Naturaleza jurídica***

El modelo organizacional más común es la cooperativa, que representa el 67% (10 de los 15 negocios). El 33% restante corresponde a fundaciones (5 organizaciones). Todas las organizaciones están legalmente registradas. Existe una orientación fuerte hacia la gobernanza formal y participativa, donde la mayoría de las decisiones se toman por consenso.

### ***Mujeres y jóvenes***

A pesar de las estructuras de gobernanza existentes, el informe señala que se debería trabajar más para mejorar la inclusión, particularmente creando espacio para la juventud, las mujeres y las voces subrepresentadas dentro de estas estructuras.

### ***Productos estratégicos***

Las actividades se centran en agroforestería, la recolección de productos forestales no maderables y el procesamiento tradicional de bienes naturales. Los productos incluyen: açaí, nueces de Brasil, plantas medicinales, cosméticos naturales y ecoturismo. Los productos se venden como materia prima, mínimamente procesados, semi-procesados o como producto terminado, sirviendo a los sectores de alimentos, productos farmacéuticos y artesanías.

### ***Alianzas***

El actor más activo y accesible en el ecosistema son las ONGs, que brindan apoyo en capacitación, financiamiento y acceso a mercados. Las instituciones gubernamentales se enfocan en soporte normativo y cumplimiento. Sin embargo, más del 50% de los bionegocios considera que sus alianzas no apoyan eficazmente sus necesidades comerciales. La barrera más común para la colaboración es la falta de financiamiento (11 menciones), seguida por la burocracia y la dificultad para encontrar socios (8 menciones cada una).

### ***Mercado y comercialización***

La penetración en el mercado es limitada. La mayoría opera a nivel nacional (47%) y local (33%). Solo 3 de 15 organizaciones (20%) reportaron ventas en mercados internacionales (Países Bajos, Estados Unidos y Guayana Francesa). En cambio, la venta directa es la estrategia dominante y todas las organizaciones comercializan bajo sus propias marcas. Asimismo, existe una brecha significativa en el uso de herramientas de inteligencia de mercado; el 73% (11 organizaciones) no las utiliza.

### ***Desafíos y oportunidades***

Desafíos: El principal obstáculo comercial es el acceso al mercado, seguido por la logística y la limitada conciencia del consumidor. La certificación también es un impedimento significativo. Los registros contables se mantienen, pero son muy básicos, lo que, junto con la falta de conocimientos gerenciales, limita la capacidad administrativa. Además, las cadenas de valor suelen estar dominadas por actores externos, lo que resulta en una distribución desigual de beneficios.

Oportunidades: El potencial de crecimiento es significativo, con un alto interés en capacitación, acceso a financiación y vínculos con el mercado. Existe una base fuerte en las prácticas sostenibles y el conocimiento ecológico tradicional.

# Maroon

## Comercio más justo

En Surinam, los bionegocios contribuyen a los medios de vida locales al ofrecer fuentes de ingresos alternativas que no solo son ambientalmente sostenibles, sino también culturalmente arraigadas. En el extremo sur del interior de Surinam están las comunidades Maroon, que tienen una forma más independiente de usar la tierra. En su perspectiva, la tierra y sus recursos no pueden ser propiedad de una sola persona, sino que simplemente pueden usarse cuando estén disponibles y se necesiten. En este contexto, la regularización de los productos provenientes de bioemprendimientos permiten un comercio más justo e incluso dar valor agregado a los productos de estas comunidades.





► Taller modelo de negocios, Florencia, Caquetá, Colombia.

## Mapeo 3

### *Legislación, mecanismos y actores financieros*

En este mapeo se relevó el ecosistema de financiamiento de la bioeconomía. Se analizó el marco regulatorio que incide en el financiamiento, se identificó y clasificó a los actores públicos, privados y se evaluó su nivel de alineación y accesibilidad. Además, se mapearon los mecanismos financieros existentes —incluidos instrumentos de crédito y modelos híbridos— con el fin de orientar la creación de políticas públicas e instrumentos financieros adecuados.

Como síntesis del análisis, se presenta a continuación una tabla comparativa que recoge los principales hallazgos por país. Con base en estos, se formularon recomendaciones estratégicas a nivel regional orientadas a facilitar la implementación de mecanismos financieros innovadores que promuevan el desarrollo sostenible, la inclusión y la conservación en los territorios amazónicos.

| País     | Oportunidades del marco regulatorio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Barreras del marco regulatorio                                                                                                                                                                                                                                                      | Mecanismos financieros priorizados y justificación                                                                                                                                                                                                                                              | Observaciones clave                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| BRASIL   | Brasil cuenta con un marco robusto que respalda la bioeconomía, los derechos indígenas y la conservación. Iniciativas recientes del gobierno brasileño y del Banco Nacional de Desarrollo (BNDES) impulsan con enfoque hacia la bioeconomía (ejemplo: Ecoinvest y Fundo Clima). En los últimos años, entidades de la sociedad civil y fondos de impacto avanzaron en el desarrollo de mecanismos innovadores de apoyo a la bioeconomía. | Persisten desigualdades territoriales, superposición normativa y barreras fiscales que dificultan la inclusión de comunidades tradicionales. La capacidad institucional varía significativamente entre estados, afectando la implementación uniforme de políticas.                  | Se priorizaron el fondeo de preparación, PSA, bonos de biodiversidad y canjes de deuda, aprovechando el ecosistema financiero avanzado del país. Estos instrumentos permiten escalar inversiones combinando capital público, privado y climático.                                               | Brasil lidera en diversidad de mecanismos y madurez institucional. Para lograr mayor inclusión, debe adaptar los instrumentos a territorios con menor capacidad operativa y avanzar en gobernanza intercultural.                                                    |
| COLOMBIA | El país ha avanzado significativamente en el reconocimiento de la bioeconomía como motor de desarrollo sostenible, con instrumentos como la Taxonomía Verde, las Sociedades BIC y el Decreto de PSA. Existen oportunidades para fortalecer este ecosistema mediante la creación de ventanillas únicas, ajustes normativos adaptados a contextos rurales y la participación de comunidades indígenas y campesinas.                       | Persisten desafíos como la fragmentación institucional, la débil articulación intersectorial y la existencia de normas poco adaptadas a la realidad de los biobnegocios comunitarios. El acceso a beneficios fiscales y financieros sigue siendo limitado para las MiPymes rurales. | Se priorizaron líneas especiales de crédito y PSA debido a su potencial de escalabilidad, respaldo institucional (Finagro, Findeter, Banco Agrario) y alineación con políticas públicas existentes. Ambos mecanismos ya cuentan con pilotos y estructuras operativas en territorios amazónicos. | Colombia se destaca en la región por su ecosistema financiero verde emergente y experiencia en bonos temáticos. Sin embargo, debe mejorar la conexión entre el nivel nacional y los actores territoriales para escalar efectivamente los biobnegocios comunitarios. |

| País    | Oportunidades del marco regulatorio                                                                                                                                                                                                                                           | Barreras del marco regulatorio                                                                                                                                                                                                                                  | Mecanismos financieros priorizados y justificación                                                                                                                                                                                                                                                                             | Observaciones clave                                                                                                                                                                                                                              |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ECUADOR | El marco legal reconoce derechos colectivos y promueve el uso sostenible de la biodiversidad. Instrumentos como la Taxonomía de Bioeconomía de CONAFIPS y el programa BASE apoyan el financiamiento de bionegocios amazónicos a través de cooperativas y fondos de cobertura. | La implementación enfrenta dificultades como trámites administrativos complejos, baja articulación institucional y limitada consulta previa efectiva. Existen debilidades en la capacidad técnica y financiera de los gobiernos locales y entidades operadoras. | Se priorizaron la financiación basada en ingresos, los PSA y las líneas de crédito especiales por su alineación con la economía popular, la conservación comunitaria y el enfoque territorial. Estos instrumentos se ajustan a las capacidades variables de los bionegocios amazónicos y permiten mitigar riesgos financieros. | Ecuador ha mostrado liderazgo en innovación con el canje de deuda por naturaleza y un enfoque participativo en su estrategia bioeconómica. El desafío principal es consolidar la gobernanza y mejorar la articulación entre niveles de gobierno. |
| GUYANA  | Guyana ha logrado posicionarse como pionero en mecanismos de carbono con la venta de créditos ART-TREES, destinando beneficios directos a comunidades. Su marco reconoce el CLPI y permite generar incentivos por desempeño a escala nacional.                                | Persisten conflictos por títulos de propiedad, trámites burocráticos prolongados y capacidades técnicas limitadas en zonas rurales. El acceso efectivo a los recursos generados requiere resolver barreras legales y fortalecer la institucionalidad local.     | Se priorizaron el fondeo de preparación, los PSA y las líneas de crédito adaptadas, ya que permiten conectar pagos basados en desempeño con instrumentos accesibles para comunidades rurales. Estos mecanismos son compatibles con las estructuras comunitarias existentes y pueden escalarse con apoyo técnico.               | Guyana tiene una posición estratégica por su acceso a mercados de carbono. Debe aprovechar esta ventaja para estructurar esquemas financieros híbridos que combinen ingresos climáticos con desarrollo comunitario.                              |

| País    | Oportunidades del marco regulatorio                                                                                                                                                                                                                                                                         | Barreras del marco regulatorio                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Mecanismos financieros priorizados y justificación                                                                                                                                                                                                                                                                      | Observaciones clave                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PERÚ    | Cuenta con una arquitectura normativa robusta que reconoce a los bionegocios, promueve las finanzas verdes y regula el acceso y reparto de beneficios. Su taxonomía verde y las políticas de inclusión financiera abren oportunidades para atraer capital climático y escalar cadenas de valor sostenibles. | La implementación enfrenta obstáculos como trámites complejos, requisitos fiscales restrictivos, fragmentación institucional y escasa presencia del Estado en territorios amazónicos. Las organizaciones comunitarias tienen dificultades para cumplir con los criterios exigidos por los programas financieros. | Se priorizaron el fondeo de preparación, PSA y las líneas de crédito adaptadas, considerando su pertinencia para contextos rurales y el rol de cooperación internacional en su financiación. Estos instrumentos permiten combinar asistencia técnica, incentivos por desempeño y crédito adaptado a realidades locales. | Perú tiene un gran potencial para liderar en innovación financiera verde si logra integrar mejor sus instrumentos y mejorar la articulación público-privada. Casos como Biocrédito y las iniciativas de Profonampe son modelos prometedores para escalar. |
| SURINAM | Dispone de incentivos fiscales y un marco favorable a la inversión forestal sostenible. Su participación en programas como Amazonia Forever le permite acceder a asistencia técnica y financiera internacional.                                                                                             | La ausencia de una ley ambiental, débil gobernanza y falta de reconocimiento de derechos comunitarios crean incertidumbre para los inversionistas. La institucionalidad es incipiente y poco adaptada a las necesidades del sector comunitario.                                                                  | Se priorizó el fondeo de preparación y las líneas especiales de crédito como medios para fortalecer capacidades locales y estructurar proyectos viables. Son instrumentos esenciales en un contexto donde el ecosistema financiero está aún en fase de consolidación.                                                   | El país requiere avanzar en legislación ambiental y marcos de gobernanza más inclusivos. Las oportunidades de financiamiento dependerán de mejoras regulatorias y del fortalecimiento institucional a nivel local.                                        |



## Recomendaciones

### *Fortalecer la coordinación multiactor y la gobernanza territorial*

Se propone crear plataformas de coordinación interinstitucional con enfoque territorial que integren a gobiernos, entidades financieras, cooperación internacional, sector privado y comunidades. Su fin es alinear programas, compartir información y diseñar soluciones financieras adaptadas a los bionegocios comunitarios, operando como mesas técnicas o consejos con respaldo institucional.

- **Establecer un vehículo de asistencia técnica permanente y territorial**

Para superar las barreras de acceso al financiamiento, se recomienda un mecanismo de asistencia técnica que brinde formación, apoyo en modelos de negocio, asesoría para la formalización y herramientas de medición de impacto. Su presencia territorial permitiría responder a las realidades socioculturales y productivas, fortaleciendo la viabilidad y bancabilidad de los bionegocios.

- **Aplicar un enfoque flexible según el nivel de madurez del ecosistema**

La implementación debe ajustarse al desarrollo institucional y financiero de cada territorio. En contextos incipientes se prioriza sensibilización y pilotos; en ecosistemas más consolidados, instrumentos financieros estructurados y mecanismos de inversión privada. Este enfoque facilita la asignación estratégica de recursos y el aprendizaje entre regiones.

- **Diseñar mecanismos de mitigación de riesgo y esquemas de financiamiento combinado, incluyendo un Wholesaler Fund regional**

Se recomienda crear instrumentos como garantías, líneas de primera pérdida y seguros adaptados, complementados con esquemas de blended finance. Un Wholesaler Fund regional permitiría canalizar recursos concesionales a través de intermediarios locales, reducir riesgos y movilizar inversiones hacia bionegocios comunitarios.

- **Posicionar a los bionegocios comunitarios como una oportunidad estratégica de inversión**

Se sugiere una estrategia de marketing territorial que destaque su valor ambiental, social y económico, dirigida a inversionistas, cooperación, compradores y consumidores. Esto incluye narrativas claras, casos de éxito, participación en foros y posibles sellos o marcas territoriales para aumentar su visibilidad y atractivo en mercados diferenciados.



► Aceite de productos amazónicos, Villa Garzón, Putumayo, Colombia.



► Mermelada y ají amazónico, Florencia, Caquetá.

## Mapeo 4

### *Oportunidades comerciales*

En este cuarto mapeo se realizó un análisis de las oportunidades de mercado para fortalecer los bionegocios comunitarios en cada uno de los países, priorizando cadenas de valor clave y oportunidades comerciales a nivel nacional e internacional. Como resultado del análisis, se identificaron oportunidades comerciales, actores estratégicos y diversas barreras que influyen en el desarrollo de estos bionegocios.

La región panamazónica comparte retos estructurales y una vasta riqueza en biodiversidad, lo que genera oportunidades comerciales transversales que pueden ser capitalizadas mediante estrategias comunes. A continuación, se presentan cinco oportunidades comerciales, basadas en la demanda global y en las necesidades de mercado identificadas:

### **1. Mercado global para ingredientes naturales, superalimentos y biocosmética**

Existe una alta demanda internacional por productos funcionales, ingredientes naturales y superalimentos con criterios éticos de producción y trazabilidad comprobada. Los mercados de consumo global, especialmente en la Unión Europea, Estados Unidos, y Asia (Corea del Sur, Japón), valoran activamente los insumos amazónicos.

### **2. Comercialización de productos forestales no maderables (PFNM) y artesanías**

La explotación sostenible de PFNM y la producción de artesanías en semillas y fibras naturales representan una oportunidad para diversificar la oferta y generar ingresos comunitarios.

### **3. Los consumidores buscan experiencias alimentarias audaces y extraordinarias**

Existe un grupo de consumidores que están buscando creaciones únicas con ingredientes que puedan sustituir a los derivados de síntesis química y valoran la documentación que respalde su origen natural y sus propiedades bioactivas/funcionales. Esto genera oportunidades específicas para productos amazónicos en mercados que priorizan "Healthspan Plans", "Precision Wellness" y "Eco Logical".

### **4. Valor agregado de los saberes tradicionales de los pueblos originarios.**

Los pueblos originarios y las comunidades tradicionales son actores fundamentales de la sociobioeconomía amazónica, ya que su cultura e historia aportan un valioso potencial comercial.





► Taller innovación, Florencia, Caquetá.

## 5. Desarrollo del ecoturismo y el turismo de naturaleza vivencial

El turismo es un bionegocio importante y con potencial de escalamiento en la Amazonía, siempre que se vincule a la cultura y la biodiversidad. El enfoque está en ofrecer experiencias auténticas y regenerativas que demuestren un impacto positivo.

## Principales hallazgos por países

| País   | Ventajas Competitivas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Productos estratégicos                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Cadenas de Valor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Potenciales Compradores                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Oportunidades de Exportación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Canales de Distribución                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| BRASIL | Brasil posee una de las mayores riquezas biológicas del planeta, consolidándose como un territorio estratégico para una economía basada en la sociobiodiversidad. Sus bionegocios incorporan saberes locales e innovación tecnológica, además de contar con un marco institucional fortalecido por la creación, en 2023, de la Secretaría Nacional de Bioeconomía y políticas subregionales pioneras como el PlanBio en Pará. La capacidad de generar rastreabilidad y certificaciones de origen (como FSC, Orgánico y FairTrade) otorga a sus productos un alto valor en mercados éticos y regenerativos. | Açaí (pulpa, polvo y aceite de semilla), el cacao (amêndoas finas, nibs y chocolate de origen), la castanha-do-Brasil (amêndoas, harina y snacks premium) y los óleos vegetales (especialmente Copaíba, Andiroba, Murumuru y Buriti). También destacan fitoterápicos y bebidas artesanales con identidad territorial. | Las cadenas presentan distintos niveles de complejidad: el açaí combina una base extractivista con alta sofisticación industrial; el cacao se enfoca en sistemas agroforestales y la tendencia bean-to-bar; la castanha es la más tradicional y estructurada en áreas protegidas; y la copaíba destaca por su uso en cosmética y farmacología, aunque requiere mayor estandarización técnica. | Se concentran en industrias de alimentos funcionales y superfoods, el segmento de cosmética natural y vegana (clean beauty), y mercados de chocolates finos y gourmet. Destacan empresas nacionales como Natura y otros y compradores internacionales B2B en sectores de perfumería y bienestar, además de canales institucionales mediante compras públicas como el PNAE y PAA. | El mercado internacional es altamente receptivo a productos amazónicos en Estados Unidos (principal importador de açaí y castaña), Alemania, Francia, Reino Unido, Japón, Bélgica y Portugal. Las oportunidades residen en el acceso a nichos de alto valor que exigen certificaciones como Rainforest Alliance, COSMOS o FDA y que valoran el impacto socioambiental positivo y el bosque "en pie". Parte del gobierno, como la APEX, ha direccionado iniciativas específicas de fomento a la exportación de productos de la bioeconomía. | La comercialización se realiza a través de contratos directos con empresas, e-commerce ético y plataformas digitales colaborativas como Bioconex o Negócios pela Terra. La distribución internacional se apoya en redes de comercialización solidaria, hubs de exportación y la participación en ferias mundiales especializadas, superando barreras logísticas mediante el uso de redes como Origens Brasil. |

| País     | Ventajas Competitivas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Productos estratégicos                                                                                                                                                                                             | Cadenas de Valor                                                                                                                                                          | Potenciales Compradores                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Oportunidades de Exportación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Canales de Distribución                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| COLOMBIA | Colombia es uno de los países más biodiverso con un marco normativo que avanza hacia la bioeconomía. El cacao amazónico se encuentra bien posicionado como producto fino de aroma, y el caucho natural presenta un alto potencial como insumo verde para diversas industrias.                                                                                                              | Frutos amazónicos, como açai, copoazú, canangucha, sachá inchi, camu, arazá y cacay; el cacao amazónico; las artesanías elaboradas con fibras y semillas naturales; el caucho natural; y el turismo de naturaleza. | Productos forestales no maderables, frutos amazónicos; el turismo de naturaleza; las artesanías; el cacao amazónico; y el caucho.                                         | A nivel nacional, las principales empresas interesadas corresponden a las industrias de cosmética, alimentos y turismo. En el ámbito internacional, destacan países interesados en ingredientes naturales —especialmente de Estados Unidos y Europa— así como compradores de cacao provenientes de Estados Unidos, México y Ecuador. | Alta demanda de cacao fino de aroma en mercados gourmet (Bélgica, Suiza, Japón). Frutos amazónicos con alto potencial en industria cosmética y nutracéutica (EE. UU. UE, Corea). El mercado de cosmética natural superará los US \$25 mil millones para 2025. Turismo de naturaleza con demanda creciente por destinos biodiversos. Demanda sostenida de caucho natural para productos técnicos y sostenibles. | Ferias internacionales especializadas (Biofach, SIAL, Natural Products Expo), y nacionales (Bioexpo, Chocoshow, Alimentec). Plataformas de comercio electrónico (Amazon, HandMade, Novica, Etsy, Mercado Libre). Venta directa, distribuidores y tiendas especializadas.   |
| ECUADOR  | Es uno de los principales productores y exportadores de cacao y guayusa. Cuenta con la diversidad genética única del cacao fino de aroma. El sistema agroforestal tradicional Chakra fue reconocido por la FAO como Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial, ofreciendo una ventaja competitiva única en mercados internacionales que valoran la autenticidad y sostenibilidad. | Cacao en grano y elaborados de cacao, derivados de café, plátano fresco, guayusa, macambo (cacao blanco), especies nativas como paiche amazónico, artesanías y cosméticos naturales                                | Agricultura; alimentos y bebidas, como superalimentos y snacks; productos forestales no maderables; acuícola y pecuario; artesanías y cosméticos naturales; y ecoturismo. | En el ámbito nacional incluye supermercados, puntos de venta especializados, el sector HORECA y diversas fábricas o procesadoras.<br><br>En el ámbito internacional considera importadores especializados, tiendas especializadas y procesadores de chocolate.                                                                       | El mercado europeo está libre de aranceles para el cacao en grano y preparaciones. Alta demanda internacional por cacao fino de aroma. La guayusa funcional se posiciona como bebida energética natural. Las exportaciones de productos orgánicos certificados crecieron un 74% en 2024 respecto al año anterior                                                                                               | Distribución tradicional (uso de intermediarios, centros logísticos clave en Tena, Nueva Loja, Puyo, Macas y Zamora), plataformas de comercio digital (Mercado Libre, Compra con Propósito, Supermaxi), ferias y eventos comerciales (EXPO AMAZONÍA 2025, La Taza Dorada). |

| País   | Ventajas Competitivas                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Productos estratégicos                                                                                                                                                                                            | Cadenas de Valor                                                                                                                                                             | Potenciales Compradores                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Oportunidades de Exportación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Canales de Distribución                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GUYANA | Condición HFLD (High Forest Cover, Low Deforestation), que respalda su posición en servicios ambientales. generación de ingresos por créditos de carbono (\$237.5 millones anuales con potencial de \$4.000 a \$5.000 millones). marco político claro (Estrategia LCDS 2030) que integra conservación y desarrollo económico. | Madera (Greenheart, Purpleheart), PFNM (nibbi, balata, aceites esenciales, frutos amazónicos), agro-procesados (condimentos verdes, salsas de pimienta, casabe, concentrados de frutas, chips de plátano, miel).  | Sector maderero, productos forestales no madereros, productos agro-procesados, créditos de carbono, artesanías y ecoturismo.                                                 | EE. UU. (madera, agroprocesados, PFNM), China e India (madera y materias primas), Unión Europea (madera certificada, PFNM procesados). Regionales (Caribe): compradores de agro-procesados. A nivel nacional: mayoristas (Distribution Services Limited), cadenas minoristas (Bounty Supermarkets), entidad estatal de promoción (New Guyana Marketing Corporation). | Expansión en nichos de alimentos étnicos y orgánicos en EE. UU.. La UE demanda productos con certificaciones de manejo forestal sostenible. El Caribe es un mercado natural y accesible (CARICOM).                                                                                                                                                                                              | Exportadores y comercializadores directos. Ferias y eventos comerciales (promovidos por GOInvest y Guyana Marketing Corporation). mercados comunitarios y circuitos cortos (para PFNM y artesanías).                                                                                  |
| PERÚ   | La Amazonía peruana es uno de los territorios de mayor riqueza biológica y cultural. Perú se ha posicionado como proveedor estratégico en cadenas como cafés de especialidad, cacao fino de aroma y castaña orgánica. El origen silvestre y sostenible de la castaña amazónica es una ventaja competitiva única.              | Café, cacao, castaña amazónica o nuez de Brasil, sacha inchi, jengibre y aguaje. Biocomercio en cosmética y cuidado personal (aceite de aguaje, manteca de coipoazú, manteca de huicungo) y ecoturismo amazónico. | Productos cultivados, productos forestales no maderables, productos funcionales y nutracéuticos, biocosmética y cuidado personal, acuícola y pecuario, ecoturismo amazónico. | A nivel nacional, compradores industriales (Natura, Aje-group, Fuxion Biotech, Alicorp), distribuidores mayoristas locales (Santa Natura, Fitosana, Inkana), Exportadores directos (Machu Picchu Foods). A nivel internacional: importadores especializados (Amazon Health Products, Vision International), intermediarios comerciales/ Brokers (OLAM, Volcafé).     | Alta demanda internacional por cafés especiales. Creciente demanda por cacao orgánico y sostenible en Suiza, Alemania, Francia y EE. UU. Perú es el segundo exportador mundial de castaña amazónica. El jengibre peruano es valorado internacionalmente por su alto contenido de gingerol. El Aguaje tiene un alto potencial en la industria cosmética en Asia (Corea del Sur, Japón) y Europa. | Distribución tradicional (mercados intermedios como Satipo, Iquitos; centros logísticos en Lima/Callao). Plataformas de comercio digital (marketplaces nacionales como Juntos, Rappi, Mercado Libre, y plataformas propias). Ferias y eventos comerciales (Perú Natura, Ginger week). |



| País     | Ventajas Competitivas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Productos estratégicos                                                                                    | Cadenas de Valor                                                                         | Potenciales Compradores                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Oportunidades de Exportación                                                                                                                                               | Canales de Distribución                                                                                   |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SU-RINAM | Es uno de los países más verdes del mundo, con más del 90% de cobertura forestal, siendo un sumidero de carbono vital. Posee una riqueza de flora y fauna crítica para la conservación de la biodiversidad. Sus comunidades tradicionales tienen un gran conocimiento etnobotánico. Hay un interés creciente en productos orgánicos, de comercio justo y de origen amazónico. | Cacao, nueces y aceites, miel, artesanía de madera y productos forestales no maderables, açai, y turismo. | Turismo Nacional, Piña (Ananas), Miel, Artesanía, Aceites y Nueces, Hierbas Medicinales. | Los sectores más prometedores para la exportación de negocios de base comunitaria (CBBs) son cacao, nueces y aceites, miel, artesanía de madera y PFNM, açai y turismo. Hay canales de exportación existentes y emergentes hacia la UE. El chocolate (ej. Tan Bun Skrati) está en el mercado europeo. La industria de cosméticos exporta principalmente a la diáspora en Países Bajos y Bélgica. | Compradores nacionales: supermercados y minoristas nacionales, mercados públicos (como Central Market y Combe Market), y restaurantes. Otros: exportadores y comerciantes. | Distribución tradicional, plataformas de comercio digital, ferias regionales y otros eventos comerciales. |

# Productos de la sociobioeconomía

*Todo para crecer*



## Brasil Caucho nativo

El caucho nativo fue uno de los primeros productos explotados comercialmente en la Amazonía brasileña, estando detrás de los procesos de colonización de la región y de sistemas productivos basados en regímenes de trabajo precarios y degradantes. No es casualidad que esta actividad haya perdido protagonismo en las últimas décadas. Sin embargo, recientemente determinadas iniciativas han retomado esta actividad productiva a partir de contratos de comercialización responsables, acceso a crédito adecuado y asistencia técnica, con énfasis en la provisión del producto a grandes empresas del sector de neumáticos y calzado.

En términos coyunturales, Brasil aún produce menos caucho del que demanda anualmente para el consumo industrial, lo que abre espacio para impulsar el caucho nativo simultáneamente como una actividad productiva que fomente la conservación ambiental y que genere ingresos de manera sostenible y justa para las comunidades involucradas.





## Colombia

### Cacao amazónico

El cacao amazónico es un producto con alto potencial comercial y estratégico. Su principal fortaleza radica en la calidad reconocida internacionalmente, ya que gran parte del cacao colombiano está clasificado como “fino de sabor y aroma” por la Organización Internacional del Cacao (ICCO). Este cacao es altamente valorado en mercados gourmet y premium (como Suiza, Alemania, Francia, Estados Unidos, y Japón), que buscan variedades nativas, trazabilidad, y narrativas de origen vinculadas a la sostenibilidad y prácticas agroforestales.



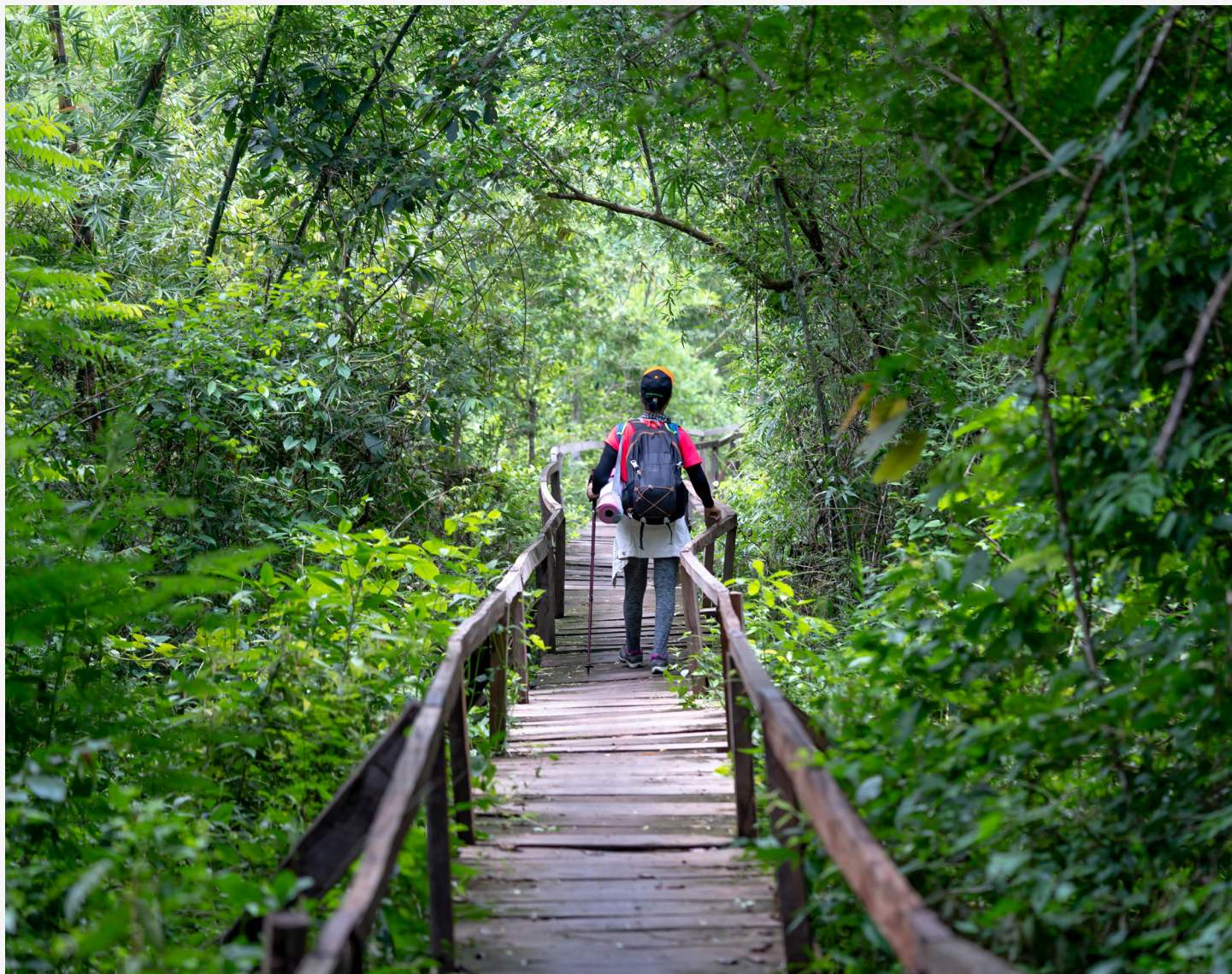


## **Ecuador**

### **Guayusa**

Ecuador es uno de los principales productores de guayusa. En el mundo su comercialización está impulsada por una tendencia hacia infusiones naturales, bebidas funcionales, con trazabilidad y valor ético. El mercado europeo muestra una alta demanda. Específicamente, Alemania y Francia son mercados clave, ofreciendo precios premium para productos orgánicos certificados. La guayusa funcional tiene potencial como bebida energética natural con beneficios para la salud mental, alineada con la tendencia de mercado “Mood Food”.





## Guyana Ecoturismo

En Guyana se han identificado bionegocios comunitarios que aprovechan la vasta biodiversidad y las tradiciones indígenas del país para ofrecer servicios de ecoturismo como una alternativa económica sostenible frente a las prácticas extractivas. Iniciativas como Kako Patasek Eco Lodge, Amerindian Experience y Shulinab Tourism Committee no solo generan ingresos para las comunidades locales, sino que también están estrechamente vinculadas a la conservación ambiental y a la custodia del territorio por parte de las poblaciones indígenas y rurales.





## Surinam

### Miel de abeja artesanal de abeja sin aguijón

Las comunidades indígenas del sur de Surinam han comenzado a producir artesanalmente miel de abejas sin aguijón, conocidas como meliponinas. La apicultura con estos polinizadores inofensivos, nativos de los bosques tropicales y subtropicales de todo el mundo, es una tradición ancestral, especialmente en las aldeas de Kwamalasamutu y Tepu. Allí, Amazone Conservation Team (ACT) apoya la creación de una cadena de valor sostenible, que incluye la identificación de socios y compradores adecuados, así como asistencia técnica en apicultura y recolección de miel. La miel se comercializa externamente, pero también se utiliza localmente por sus propiedades medicinales. La producción anual de miel ha experimentado un notable incremento, pasando de 25 litros a 109 litros en 2024.





## **Perú**

### **Castaña Amazónica**

Perú es el segundo exportador mundial de castaña amazónica, con una reputación ganada en mercados exigentes como EE.UU. Alemania, Reino Unido y Corea del Sur. Su origen silvestre y sostenible, constituye una ventaja competitiva única. Esta condición permite diferenciar el producto en nichos premium y de comercio justo, más sí cuenta con certificaciones. La amplia experiencia organizativa de los recolectores, junto con regulaciones nacionales que promueven la trazabilidad y conservación del bosque, refuerzan su valor en cadenas de suministro responsables. Existen oportunidades en la diversificación de derivados, que podrían potenciar su presencia internacional.

# HOJA DE RUTA

## POTENCIAR LA AMAZONÍA

**El relevamiento realizado en los mapeos es fundamental, ya que traduce las oportunidades y barreras identificadas en acciones estratégicas específicas, estableciendo las bases para el desarrollo de los bionegocios. Su principal importancia radica en la creación de un entorno favorable, sólido y estructurado que apoye a los bionegocios de base comunitaria en toda la Panamazonía.**

### **1. Expandir el acceso a crédito adecuado a través de mecanismos innovadores**

El costo de capital para los negocios comunitarios en la Panamazonía tiende a ser muy alto, además de restrictivo en lo que respecta a las condiciones de acceso. En este sentido, diseñar e implementar mecanismos financieros basados en estrategias de blended finance, combinando recursos pacientes y con menor expectativa de retorno junto con recursos de naturaleza comercial, puede constituir una estrategia relevante para ampliar la oferta de capital adecuado a estos emprendimientos.

Adicionalmente, la creciente arquitectura de fondos e instrumentos nacionales y globales de financiamiento climático aún enfrenta desafíos para financiar de manera directa a los emprendimientos de la bioeconomía amazónica. En este contexto, el desarrollo de coaliciones regionales y de estrategias de formación y acompañamiento empresarial, combinadas con acciones de incidencia ante los instrumentos financieros climáticos y públicos existentes, constituyen acciones clave para destrabar esta fuente potencial de financiamiento para la bioeconomía amazónica.



## **2. Impulsar la transformación local, el valor agregado en origen y la adopción de productos de la biodiversidad amazónica en la industria**

Todos los análisis señalan que la alta concentración de exportaciones en productos poco transformados limita la rentabilidad y es una oportunidad desaprovechada. Se recomienda fomentar la transformación local con valor agregado, especialmente en productos de alta demanda como el cacao (licor, manteca, nibs), sachá inchi (aceites, harinas proteicas) y frutos amazónicos (pulpa congelada, extractos estandarizados).

Para lograr esto, se propone implementar unidades de transformación comunitarias con Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y crear polos de bioindustrialización con acceso a energía limpia e internet.

Paralelamente, los productos de la bioeconomía, en general, aún son poco valorados en términos de su potencial nutricional o industrial, y su uso en procesos industriales de mayor escala sigue siendo limitado, lo que reduce su demanda agregada. Orientar inversiones y esfuerzos del ecosistema de innovación —que actualmente concentra su atención en otros sectores productivos de las matrices económicas de cada país— hacia el desarrollo de tecnologías y nuevos productos basados en insumos de la bioeconomía amazónica será fundamental para incrementar, a largo plazo, la demanda de estos productos y ampliar las oportunidades de mercado para los negocios de la bioeconomía.

## **3. Fortalecer la infraestructura logística y la articulación interorganizacional**

Las limitaciones logísticas (cadenas de frío, infraestructura vial deficiente y altos costos de transporte) son barreras transversales que reducen la competitividad de los productos amazónicos.

Se recomienda articular clústeres logísticos amazónicos e institu-

cionalizar circuitos de comercialización interregional para el intercambio continuo de productos y conocimientos. Es crucial la articulación logística interorganizacional para el uso compartido de rutas, centros de acopio y envíos conjuntos que reduzcan costos y mejoren la seguridad.

Las acciones deben enfocarse en implementar centros de acopio colectivos con cadena de frío en puntos estratégicos y mejorar la infraestructura de transporte (terrestre y fluvial).

## **4. Impulsar el fortalecimiento técnico-comercial de los bionegocios y su ecosistema de soporte**

El desarrollo de bionegocios requiere programas continuos de fortalecimiento empresarial y profesionalización de las organizaciones de base comunitaria. Se recomienda diseñar e implementar planes de negocio estructurados que permitan a las organizaciones identificar su punto de equilibrio y tomar decisiones con base técnica.

Es fundamental la capacitación en ventas y comunicación de valor para que los productores puedan justificar precios premium y comunicar narrativas culturales y de sostenibilidad, como el sistema Chakra en Ecuador. Se propone instituir programas continuados de formación técnica que incluyan gestión, liderazgo joven e inglés comercial.

También se subraya la necesidad de expandir y promover el fortalecimiento de redes de colaboración y la provisión de soluciones estratégicas a las empresas. En general, estas iniciativas cuentan con un número limitado de alianzas, así como con acceso a una gama homogénea y aún algo disfuncional de servicios y soluciones. Articular una gama cada vez más amplia de alianzas, junto con el establecimiento de mecanismos de gobernanza local/regional y la participación de actores sectoriales, es fundamental para activar el ecosistema empresarial de la bioeconomía en la región Panamazónica.

## 5. Ampliar las posibilidades de comercialización con mercados públicos

Existe un gran potencial de cooperación entre los países de la Panamazonía en relación con la promoción de compras públicas de productos de la biodiversidad amazónica. En algunos países, como Brasil, las compras públicas han funcionado como un motor clave para la organización productiva y la generación de ingresos en diversas comunidades amazónicas, constituyendo en muchas de ellas el principal canal de comercialización. Fomentar intercambios para la transferencia de conocimiento entre gestores públicos de los distintos países puede ser un camino efectivo para estructurar sistemas regionales de compras públicas de productos de la bioeconomía, así como para incorporar y adaptar políticas e instrumentos existentes a partir de los aprendizajes derivados de la implementación de mecanismos de compras públicas.



