

Conversatorio sobre los retos de las economías de los bosques

Quito, abril 2025



1 - Introducción



Este documento ha sido publicado en versión digital e impresa por la Fundación Ecuatoriana de Estudios Ecológicos, EcoCiencia.

Por favor, cite este documento de la siguiente manera: **EcoCiencia, 2025. Tejiendo Rutas de Sostenibilidad: Diálogo sobre los Retos de la Economía del Bosque. Quito, Ecuador.**

Propuesta conceptual: Ana María Acosta, Elizabeth Riofrío, Paola Carrera, y Rossana Manosalvas (Fundación EcoCiencia).

Facilitación: Martha Echavarría (EcoDecisión).

Sistematización: Melany Sánchez (Fundación EcoCiencia).

Fotografía: Daniel Chamba (Fundación EcoCiencia).

Revisión y edición: Rossana Manosalvas, Carmen Josse y Paola Carrera (Fundación EcoCiencia).

Diagramación: Aquattro.

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente este documento, siempre y cuando se cite y reconozca los créditos de la publicación de la manera especificada.

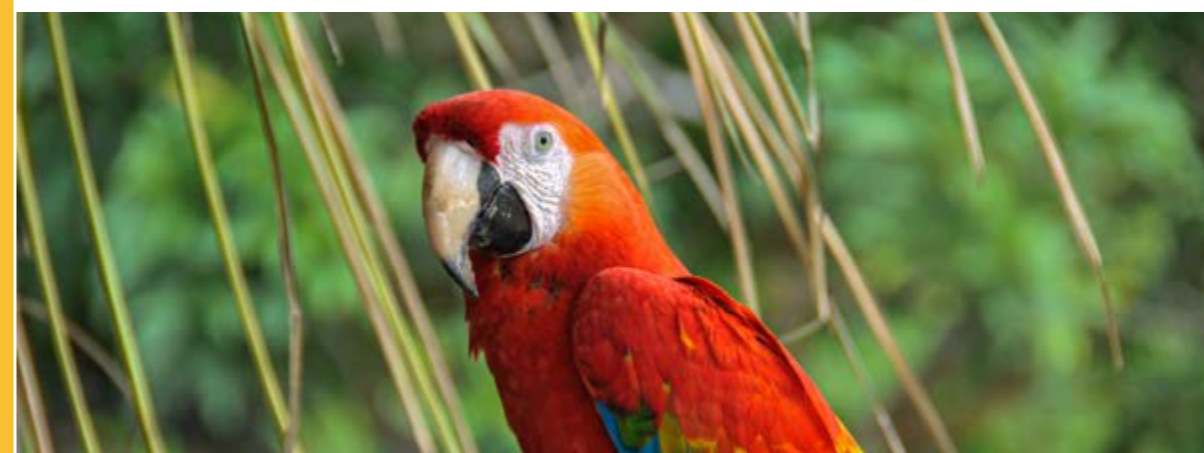
Este documento se ha realizado con el apoyo de la República Francesa, a través de la Agencia Francesa para el Desarrollo (AFD) y el Proyecto TerrIndígena, y de la Cooperación Noruega a través del proyecto Acciones por la Amazonía, ejecutados por la Fundación EcoCiencia.

Este documento presenta la sistematización del desayuno de trabajo “Tejiendo Rutas de Sostenibilidad: Diálogo sobre los Retos de la Economía del Bosque” que tuvo lugar en Quito, el 22 de abril de 2025, y que buscó como objetivo generar un espacio de diálogo para reflexionar sobre los desafíos y oportunidades de la bioeconomía amazónica, a partir de tres experiencias de emprendedores aliados.

Estuvieron presentes 30 representantes de instituciones del sector público, organizaciones de la sociedad civil, empresa privada y organismos de cooperación internacional. En representación del sector público participaron delegados de las carteras de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), ProEcuador, y el Gobierno Autónomo Descentralizado de Pastaza. Las organizaciones de la sociedad civil incluyeron a la Fundación EcoCiencia, Fundación Pachamama, Asociación de Mujeres Waorani del Ecuador (AMWAE), Asociación Waorani de Cacao (ASOWAOCA), Asociación Agroartesanal Wiñak y Corporación Chakra. Por parte de la empresa privada asistieron representantes de las empresas Valenco y Quini Ecuador. Finalmente, desde la cooperación internacional se contó con la participación de organismos como la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GIZ), la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD), la Fundación CODESPA y el Centro de Comercio Internacional (ITC) a través del Proyecto NEXT.

Durante el evento, tres organizaciones amazónicas compartieron sus experiencias de trabajo y aprendizajes en el impulso de iniciativas productivas sostenibles a través de sus representantes. Estas iniciativas generan alternativas económicas desde sus propias visiones, saberes y formas de organización, en armonía con sus territorios y culturas.

Este espacio permitió compartir ideas, reconocer esfuerzos y limitaciones, y pensar de forma conjunta en cómo fortalecer este tipo de iniciativas productivas sostenibles. Además, se buscó comprometer acciones concretas que permitan avanzar de forma articulada hacia una misma dirección.



2- Objetivo general

Generar un espacio de diálogo e intercambio entre actores del sector público, privado y organizaciones de la sociedad civil, en torno a los desafíos y oportunidades de la bioeconomía amazónica, a partir de las experiencias impulsadas desde los territorios.

3- Objetivos específicos

- Visibilizar iniciativas productivas sostenibles lideradas por organizaciones indígenas amazónicas, como AMWAE, WIÑAK y ASOWAOCA, para que sirvan como los casos de estudio de base para el conversatorio durante el encuentro.
- Establecer compromisos y acciones conjuntas que fortalezcan las conexiones entre el territorio, las políticas públicas y el mercado.

4- Metodología

El encuentro se desarrolló en dos momentos complementarios.

Primero, representantes de tres asociaciones amazónicas -la Asociación de Mujeres Waorani de la Amazonía Ecuatoriana (AMWAE), la Asociación Agroartesanal WIÑAK y la Asociación Waorani de Cacao (ASOWAOCA) presentaron la historia de sus organizaciones y sus logros, su modelo de trabajo comunitario, los productos que elaboran y los beneficios generados en sus territorios. Así también presentaron los principales desafíos que enfrentan al operar como negocios sostenibles en la Amazonía.

Luego se abrió un espacio de diálogo con todos los actores invitados, incluyendo representantes del sector público, privado, cooperación y organizaciones de la sociedad civil. En este intercambio, los participantes reflexionaron sobre los retos estructurales que enfrenta la bioeconomía en la región y propusieron posibles rutas de acción desde sus respectivos campos de trabajo, con miras a fortalecer las iniciativas locales y generar condiciones más favorables para su desarrollo.

5- Conversatorio

En esta sección, se presenta un resumen de las intervenciones y contribuciones realizadas durante el evento, divididas en temas clave, que surgieron de las presentaciones y discusiones.

A continuación, se detallan los aspectos más relevantes:

a) Análisis de logros

- Todas las asociaciones hablan que hay una gran participación de parte de las mujeres y las familias en la producción de cacao y



de productos elaborados a base de fibra de chambira, guayusa y otros productos de la chakra amazónica.

- Las organizaciones trabajan incansablemente para lograr buenos productos, comercializarlos y entregar el beneficio económico a sus asociados. Las tres experiencias que se presentaron han alcanzado sus metas en lo organizativo, productivo y la calidad de los productos, a pesar de altos costos de producción.
- Las ONG, la cooperación internacional y algunos programas del Estado acompañan a estos procesos.

b) Desafíos de la bioeconomía amazónica desde distintos sectores:

Las tres asociaciones coincidieron en señalar que el principal desafío que enfrentan sigue siendo la **comercialización** de sus productos. Este obstáculo ha sido identificado desde sus inicios y continúa siendo un punto crítico en su desarrollo. **La falta de canales de distribución, el acceso limitado a mercados nacionales e internacionales, y la falta de capacitación en marketing y posicionamiento de productos han dificultado el crecimiento de estas iniciativas.**

Es muy importante entender qué tipo de desarrollo quieren las comunidades. Es necesario saber cómo quieren participar en el mercado, pero siempre respetando su forma de vida. Esto es clave para poder diseñar acciones que realmente les sirvan y estén en línea con lo que necesitan.

También se debe precautelar que los derechos sobre los **conocimientos ancestrales de los pueblos indígenas y comunidades**, así como los de **propiedad intelectual** se protejan a lo largo de las cadenas de producción de la bioeconomía.

Wiñak:

250  socios

725  familias agricultoras certificadas

60%  mujeres

- **Comercialización justa y equitativa:** el desafío persiste en cómo establecer relaciones comerciales más equitativas que beneficien realmente a las comunidades. Se subrayó la importancia de asegurar que una parte significativa del valor generado permanezca en manos de las asociaciones y productores, valorando su dedicación de tiempo, **y no en los intermediarios**, fortaleciendo así la sostenibilidad y autonomía económica de estas iniciativas locales. A esto se suma la importancia de una buena estructura de precios **y alcanzar volúmenes suficientes para cubrir costos**.
- **Consumo local y soberanía alimentaria:** otro de los desafíos planteados fue la necesidad de fortalecer el consumo interno de productos amazónicos. Aunque suele hablarse mucho del acceso a mercados internacionales, también es crucial posicionar estos productos en el mercado nacional, especialmente en regiones como la Sierra y la Costa, donde aún son poco conocidos y se ignora el potencial que tienen los productos amazónicos. Aquí es importante desarrollar **productos innovadores** que sean llevados al mercado nacional e internacional a través de campañas que eduquen al público consumidor.
- **Inteligencia comercial:** esto significa conectar producción con mercado, encontrar las reales oportunidades de comercialización de estos productos. Es necesario fortalecer la inteligencia comercial para identificar los nichos de consumo, potenciar su publicidad, y así evitar que los emprendimientos queden estancados por falta de acceso a mercados. Es importante desarrollar productos orientados a un nicho de consumo que valore la sostenibilidad: se puede apuntar a mercados internacionales donde sí se consumen estos productos. No obstante, también se reafirmó la necesidad de fomentar el consumo local, aún poco desarrollado en el país, debido a la falta de conciencia sobre el valor de los productos amazónicos.
- **Acceso a crédito:** se subrayó el rol crítico de la banca de desarrollo y las cooperativas, las cuales deben transformarse en actores activos que acompañen los procesos de inversión productiva con financiamiento inteligente y asistencia técnica, y no limitarse únicamente a otorgar créditos.



Amwae:

4000 familias beneficiadas

70 comunidades

- **Educación financiera:** el acceso a servicios financieros (donaciones o créditos bancarios) es un desafío clave para las organizaciones de la Amazonía, y se presenta tanto desde la oferta como desde la demanda. Un aspecto fundamental es la educación financiera que debe extenderse no solo a las familias, sino también a los administradores de las organizaciones y asociaciones para asegurar un mejor manejo de su economía y recursos, transparencia, que tengan liquidez y capacidad de pago a sus asociados. Así se pueden evitar endeudamientos y falta de capacidad de pago a los créditos otorgados.
 - **Política pública a favor de la bioeconomía:** se subrayó el vínculo entre bioeconomía, soberanía alimentaria y salud pública. En ese sentido, se remarcó la falta de políticas públicas que promuevan el consumo responsable y saludable, así como el aprovechamiento de la biodiversidad y agrobiodiversidad que existe en nuestro país. Por ejemplo, los desayunos escolares deberían incluir productos de las asociaciones en la región amazónica.
- Se resalta la falta de marcos legales claros** para la bioeconomía que está limitando el potencial de exportación y comercialización de productos de la chakra como la pulpa de morete, guayusa y vainilla. Esto no alimenta los indicadores que se impulsan desde el MAATE, con el Libro Blanco de la Bioeconomía, para que se vea reflejado en que ya hay un aporte concreto de la bioeconomía al PIB del Estado.
- **Gobernanza de la bioeconomía/ Mesa colaborativa de bioeconomía:** es necesario consolidar esfuerzos dispersos a través de una mesa colaborativa que permita la **gobernanza de la bioeconomía**, especialmente en la Amazonía. Aunque diversas organizaciones, los gobiernos provinciales y municipales y asociaciones están trabajando de manera independiente, la clave está en unirse para generar un impacto real, no solo a nivel de proyectos individuales, sino en una estructura más amplia que integre a todos los actores.

Además, se compartió la necesidad de crear una normativa provincial para la bioeconomía, porque las leyes nacionales no se aplican bien en la región.

Para avanzar, es clave que cada provincia cuente con una política pública (Ordenanza) con presupuesto y un equipo técnico que trabaje junto con otras organizaciones y el Estado.

- **Vialidad y transporte fluvial de los productos:** mejorar la conexión entre las comunidades remotas y los mercados, especialmente con una infraestructura fluvial y vial bien planificada para poder sacar los productos desde zonas alejadas en la Amazonía.
- **Certificaciones:** se abordaron los desafíos que implican las certificaciones, en particular las orgánicas, que requieren de inversiones significativas que muchas asociaciones no pueden asumir sin apoyo externo o no pueden mantener en el largo plazo. Esto dificulta el competir en mercados internacionales donde los estándares de calidad y certificaciones son más exigentes.
- **Desmitificar los acuerdos comerciales:** se destacó la importancia de desmitificar los acuerdos comerciales porque se convierten en herramientas que permiten abrir oportunidades reales para productos de pueblos indígenas, como la inclusión de partidas arancelarias específicas.
- **Ausencia de información:** la falta de información sobre bioeconomía de la Amazonía, sobre lo que ya se ha hecho, qué ha fallado y qué ha funcionado, limita la incidencia y el diseño de políticas públicas. Se hizo un llamado a fortalecer la coordinación entre instituciones.
- **Necesidad de tiempo para que bioemprendimientos maduren:** los proyectos de cooperación internacional suelen tener plazos estrictos, lo que no siempre es realista para iniciativas que requieren un mayor tiempo para consolidarse. El tiempo debe ser considerado un factor clave al evaluar la sostenibilidad de los bioemprendimientos, para ajustar expectativas y metas a largo plazo.

Asowaoca:

9  comunidades

96  socios

90%  mujeres

c) Roles en las soluciones:

Sector	Aporte
Sector Público	<ul style="list-style-type: none"> - Promover el intercambio de buenas prácticas entre pueblos indígenas y otros sectores. - Dotar de herramientas técnicas y productivas para mejorar la competitividad de los bioemprendimientos. - Incentivar el consumo saludable en el mercado nacional. - Impulsar certificaciones de calidad para facilitar el acceso a nuevos mercados. - Apoyar a las mancomunidades y GAD en la creación y fortalecimiento de políticas públicas locales. - Desarrollar marcos normativos que regulen y fomenten la bioeconomía amazónica.
Sector Privado	<ul style="list-style-type: none"> - Promover el acceso a financiamiento inteligente para asociaciones que incluya no solo crédito productivo, sino también educación financiera, capacitación y acompañamiento técnico. - Enfocar los esfuerzos en el mercado: identificar las necesidades del cliente y adaptar los productos a esa demanda. - Asegurar una buena estructura de precios y considerar el volumen necesario para alcanzar puntos de equilibrio. - Fortalecer la calidad del producto para competir a nivel nacional e internacional.



<p>Cooperación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar y financiar modelos de transporte accesible y verde que mejoren la infraestructura logística en territorios amazónicos. - Aprovechar los acuerdos comerciales (tales como el iTLC) como herramientas para visibilizar y posicionar productos de pueblos indígenas en mercados internacionales. - Promover modelos endógenos que incluyan procesos como la alfabetización financiera. - Identificar aliados estratégicos en el sector privado que puedan apoyar en el desarrollo, mejora y comercialización de los productos.
<p>ONG</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar una iniciativa de gobernanza de la bioeconomía como base para regular, orientar e incidir. - Posicionar a las ONG como actores clave en la bioeconomía, respaldados por su experiencia y trabajo sostenido en territorio. - Promover políticas públicas que favorezcan la bioeconomía en la Amazonía y que faciliten la certificación de productos provenientes de la chakra amazónica. - Fomentar la asociatividad como estrategia para articular esfuerzos entre sectores y avanzar de forma conjunta. - Valorar la innovación y fortalecer modelos de negocio B2B (de empresa a empresa).



6- Conclusiones generales

Uno de los principales retos identificados fue lograr una mayor y mejor comercialización de los productos amazónicos, que no se ha logrado hasta ahora debido a múltiples factores que van desde la falta de datos hasta las limitaciones en infraestructura, acceso a mercados, etc.

No obstante, se plantearon varios caminos posibles para enfrentar estos desafíos:

- Entre ellos, se destacó la inteligencia comercial, que abarca aspectos clave como la identificación de mercados, preferencias de los consumidores, mejoras en la presentación del producto, y estrategias de posicionamiento de la mano de la empresa privada.
- También se evidenció la importancia de conectar lo que ocurre en territorio con las dinámicas de los mercados de consumo, reconociendo que muchos de estos productos en el mercado nacional no son valorados o conocidos, llevando a ver al mercado internacional como el único camino.
- Los actores coincidieron en que la asociatividad es una herramienta fundamental.
- Una estrategia clave para posicionar y dar sostenibilidad a los productos amazónicos es trabajar de forma coordinada, desde la experiencia y capacidades de cada sector (comunitario, público, privado, sociedad civil).

Acuerdos:

Todos los actores y las asociaciones presentes se comprometieron a continuar trabajando de manera conjunta en espacios de diálogo, donde se pueda compartir y abordar los retos y soluciones que enfrentan los bioemprendimientos amazónicos. Se subrayó la importancia de que estas mesas no solo sean espacios de intercambio, sino que también conduzcan a acciones concretas que puedan materializarse en el corto y mediano plazo.



En colaboración con



FONDS FRANÇAIS POUR L'ENVIRONNEMENT MONDIAL

FINANCIADO POR:



Norad



NICFI