

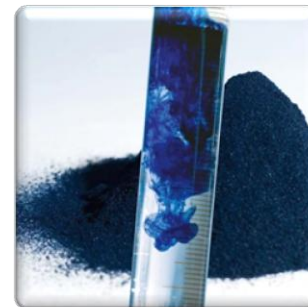
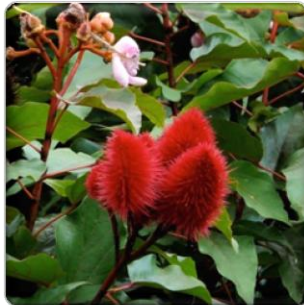
Biodiversidad y desarrollo

José Antonio Gómez

jagomez@biocomerciosostenible.org

“*Colombia tiene una gran oportunidad y un gran reto. Debemos encontrar la forma de sacar ventaja de esta gran riqueza biológica para usarla en nuestro desarrollo en forma sostenible*” Cristian Samper.

2010 AÑO INTERNACIONAL DE LA BIODIVERSIDAD



Colombia un país megadiverso



Bolivia	1400	398	277	204	14000
Colombia	1815	454	520	583	45000
Venezuela	1360	288	293	204	25000
Ecuador	1581	369	374	413	25000
Perú	1703	344	298	241	20000
México	1050	450	717	284	25000
Brasil	1622	524	468	517	55000

Fuentes:

Colombia Biodiversa

Guía Metodológica para el acceso de recursos genéticos Ecociencia – Inicio 2001 en página

Biocomercio – Perú

Instituto de Ciencias Naturales – UN. 2002 Colombia País Megadiverso

Wikipedia


Biotecnología para el usos sostenible de la biodiversidad

CONAF

Gobierno de Chile 2003 Oficina del Plan de uso de terrenos, junta de planificación, 2006



Definición de biocomercio

- 
- Se refiere al conjunto de actividades de recolección o producción, procesamiento y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica (1).
 - 1. Definición acordada por los programas de Biocomercio (PFT), la CAN, la Unctad y la CAF 2004. El término biocomercio fue adoptado durante la VI conferencia de las partes del CDB en 1996.

Áreas estratégicas del biocomercio





Categorías de biocomercio



Ecoturismo



Sistemas agropecuarios que contribuyen a la conservación



Productos naturales



Productos maderables





Principios y criterios



Principio 1 Conservación de la biodiversidad

Principio 2 Uso sostenible de la biodiversidad

Principio 3 Distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso de la biodiversidad

Principio 4 Sostenibilidad socio económica (de gestión, parte productiva, financiera y de mercado)

Principio 5 Cumplimiento de la legislación nacional y acuerdos internacionales ratificados o adoptados

Principio 6 Respeto a los derechos de los actores involucrados en el Biocomercio

Principio 7 Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales





Tendencias de mercado Mundial para productos de la biodiversidad



- El valor total del comercio mundial de productos no maderables se estima que están en el orden de US \$ 11 mil millones de dólares anuales. (www.tropembos.nl)
- Actualmente 32.2 millones de hectáreas en el mundo están cultivadas orgánicamente. (IFOAM, 2009)
- En el 2009 el comercio mundial de orgánicos llegó a los 45 mil millones de dólares (Organic Monitor)
- El mercado de productos orgánicos crece cada año en unos 5 mil millones de dólares
- En 2007, el mercado global de productos saludables y sustentables superó los US\$ 200 mil millones y para el año 2015 la tendencia indica que este número se cuadruplicaría.



Cifras del mercado de biocomercio en Colombia

Ingredientes naturales para la industria farmacéutica, cosmética y alimenticia



- **Plantas medicinales y aromáticas (ingredientes naturales):** En el 2007 vendió en el mercado nacional e internacional 23 millones de dólares en ingredientes naturales. 1246 has cultivadas y 33.000 ton. Cosechadas en el 2008.
- **Frutas nativas :** entre el 2002 y 2006 se comercializaron 4.1 millones de dólares
- **Colorantes** en el año 2008 se exportaron 108 toneladas
- **Extractos (jugos y extractos vegetales)** entre el 2007 y 2008 se exportaron 643 toneladas



Preferencias de los consumidores

- La salud es el factor que más está influenciando las tendencias de consumo en Europa.
- Los consumidores están incrementando la compra de productos saludables que tengan beneficios especiales para el corazón, los huesos, el sistema inmunológico y la prevención contra el cáncer.
- los consumidores demandan nuevos jugos y néctares exóticos. Particularmente bebidas funcionales, como jugos y néctares con adición de vitaminas, calcio, soya y omega 3, se vuelven más populares.
- Productos orgánicos y bajo esquemas de comercio justo



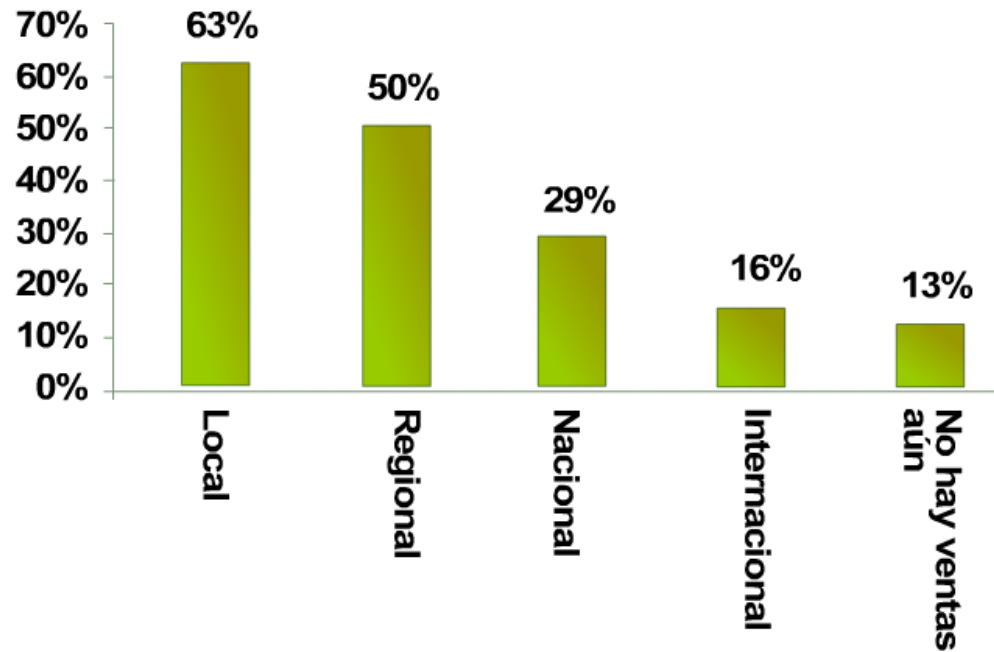
- ECO FASHION
- Organic
- Natural Dying
- Ethically Produced
- Slow Fashion
- Fair Trade
- Vegetarian/Animal Free





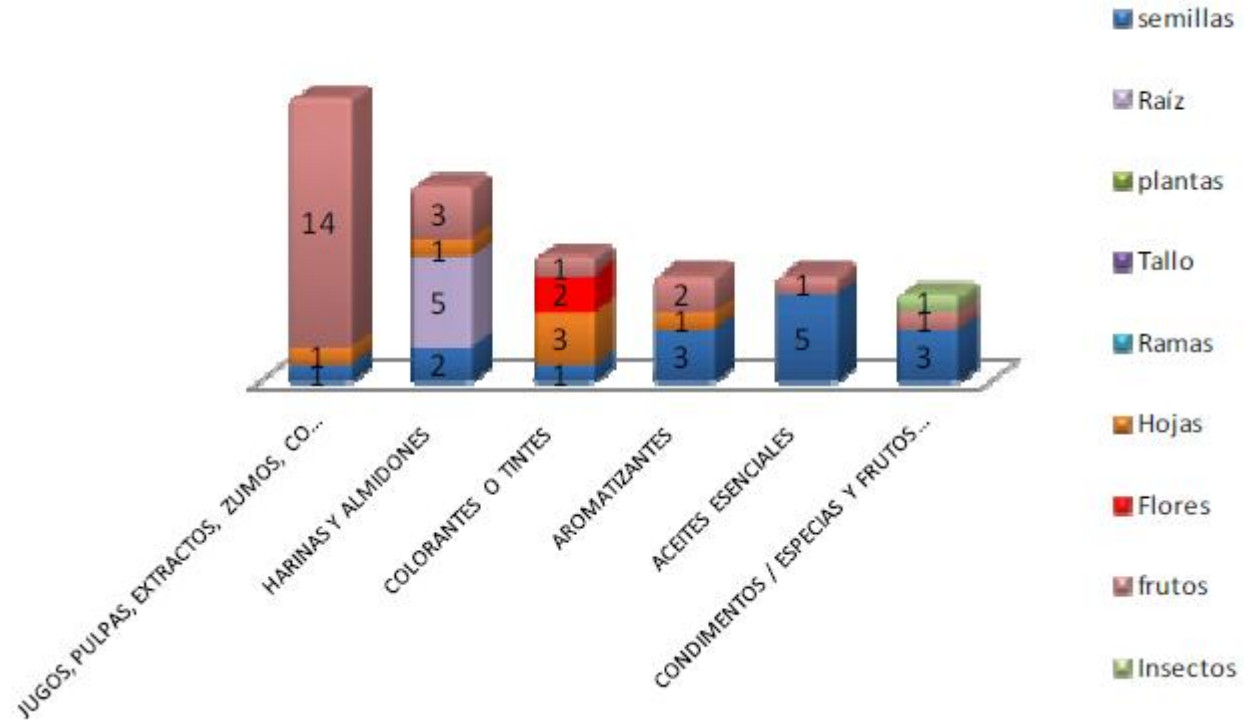
Las revistas norteamericanas Vogue y Vanity Fair, dedicaron ediciones a la llamada “Moda Verde”; mientras que Style.com la catalogó como una de las pautas mas fuertes para el 2010. La semana de la Moda de New York 2008 se inauguró con un desfile Be Eco Chic.

Mercado Nacional



Fuente: 100 iniciativas de biocomercio sostenible en Colombia.
Lozada P. & Gómez J. 2005. Instituto Humboldt

Ingredientes Naturales nativos de uso alimenticio



Legiscomex 2006 (La cadena de valor de ingredientes naturales de biocomercio para las industrias farmacéutica, alimenticia y cosmética)



No. de especies utilizadas tradicionalmente como alimenticias en Colombia

Región	No. De Sp,	Autor
Amazonas	200	Cárdenas & López 2000
Norte del Amazonas (Guaviare)	76	Cárdenas & López 2000
Pacífico Sur	81	Caballero 1995
Pacífico Norte	86	Gómez, 1996
Región andina	42	Arango, 2004
Cuenca del Orinoco	51	Acero, 2005

Frutas nativas una alternativa

- El consumo de frutas frescas en la UE para el año 2006 fue de 77 millones de toneladas.
- En el año 2006, la UE importó frutas tropicales por 1803 millones de euros, equivalentes al 9% de las importaciones totales de frutas en Europa
- El total de importaciones de jugos de fruta por la UE alcanzó aproximadamente 8,1 millones de toneladas, representando un valor de € 5.000 millones de euros.



Frutas comestibles en Colombia

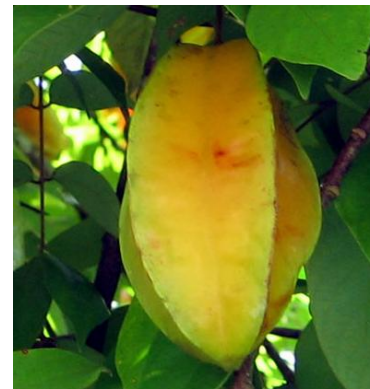
Cerca de 3000 frutas
comestibles se reportan para las
zonas tropicales del mundo;
200 en Colombia
(Castañeda 1991)



Cocona (*Solanum sessiliflorum*)



Arazá (*Eugenia stipitata*)



Copoazú (*Theobroma grandiflorum*)

Experiencias del biocomercio a nivel local

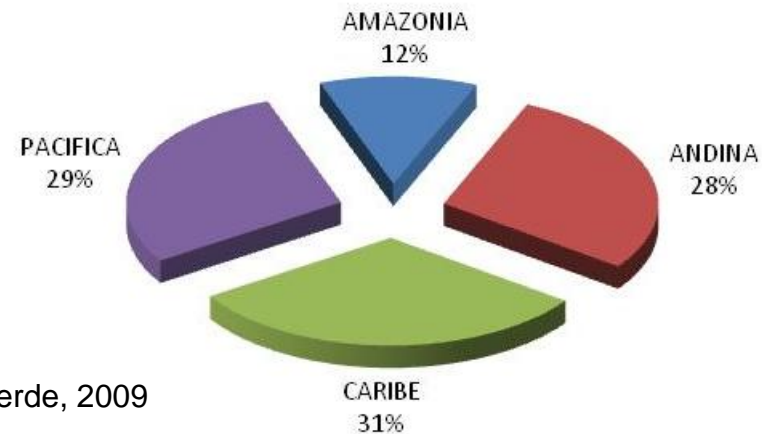


Alianza RCV – CBS

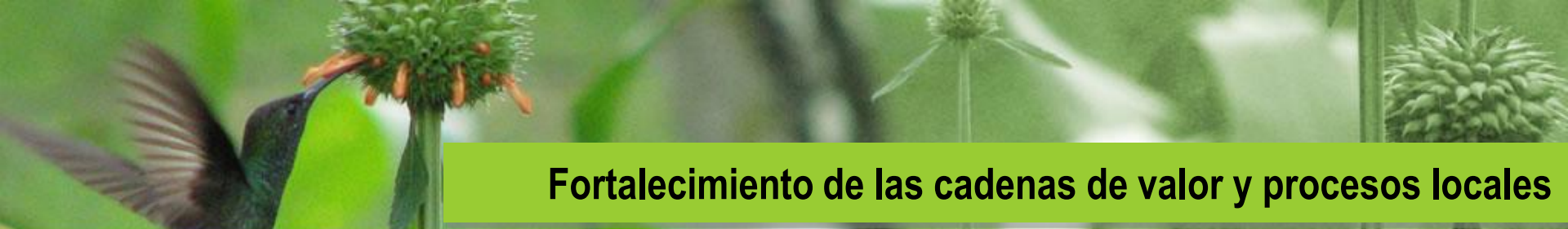
Fortalecimiento de las cadenas de valor

Fortalecimiento de la base comunitaria

Fortalecimiento del mercadeo local de productos de la biodiversidad



Red Colombia Verde, 2009

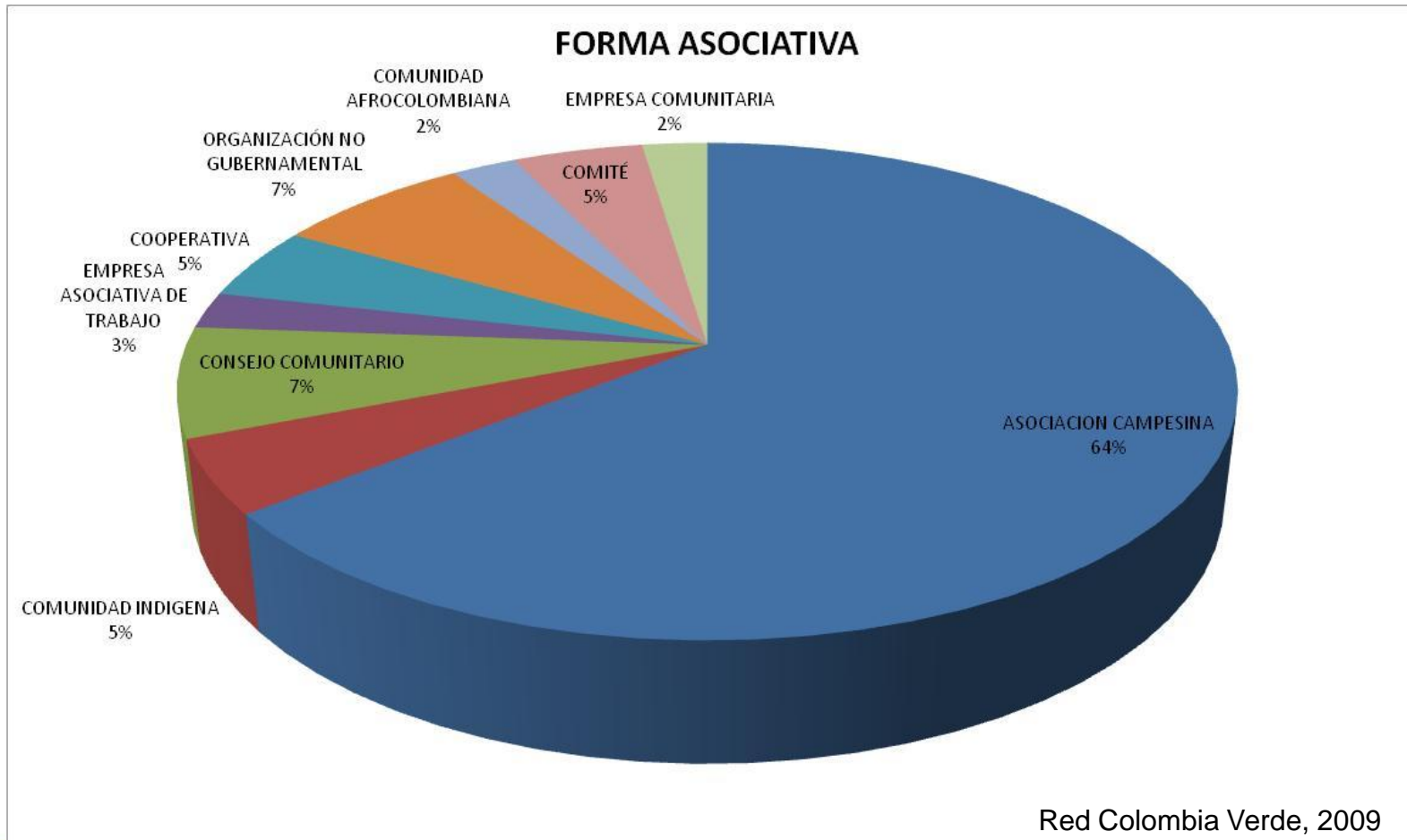


Fortalecimiento de las cadenas de valor y procesos locales

Departamento	Cadenas de valor apoyadas	Empresas y asociaciones de biocomercio v
Tolima	Café	Café Cucuana
	Bananito bocadillo	ASOBAICOTOL
	Gulupa	Frutiexotic
	Pitaya	Frutiexotic
Antioquia	Apícola	Asoapibe
	Panela	Biopanela
Valle	Café	SerraniaAgua
	Cacao	Afranec
	Panela	Aspabol
Amazonas	Frutales amazónicos	Asoprocegua, APAA,
	Cacao	Chocaguan
	Plantas condimentarias	Tulasi
Caribe Seco	Achiote	Coprocojume
	Cacao	Aprocosne
	Café	Eclosierra y OIK
	Ají	Asopepama
	Apícola	Apisierra
Caribe Húmedo	Ñame	Asopromapes
	Yuca	Aproysa, Asoprooyus
	Carne de carnero	Fundsabanas
	Caña Flecha	Fundecosabana
Quibdó	Cadena de Frutas	ANUC
	Plantas aromáticas	Cantón San Pablo, Taná
Nuquí	Ecoturismo	Joví
		Coquí
		Manocambiada
		Termales
Total		30 empresas



Formas asociativas del biocomercio



A large photograph of a hand reaching into clear, rippling water. The BIO expo COLOMBIA logo is overlaid on the bottom left of the image. The logo consists of the word "BIO" in green, "expo" in blue, and "COLOMBIA" in a smaller font below it, all within a white rounded rectangle.

Una Aventura Natural
Neiva, noviembre 18 al 21 de 2010

Feria de Productos y Servicios de la Biodiversidad
Amigables con el Medio Ambiente
IV Versión

**BIOEXPO COLOMBIA 2010
"FERIA DE PRODUCTOS Y
SERVICIOS DE LA BIODIVERSIDAD
AMIGABLES CON EL MEDIO
AMBIENTE"**





“Si algo caracteriza a nuestra naturaleza es su indocilidad y su exuberancia y si algo nos obliga a una relación respetuosa con ella es su doble condición de generosidad y amenaza”

William Ospina

MUCHAS GRACIAS
José Antonio Gómez

Corporación biocomercio Sostenible
[www. biocomerciosostenible.org](http://www.biocomerciosostenible.org)



Corporación biocomercio Sostenible
[www. biocomerciosostenible.org](http://www.biocomerciosostenible.org)

