



Amazonía Indígena

Derechos y Recursos (AIRR)



FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS INDÍGENAS AMAZÓNICOS



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



DERECHO
AMBIENTE Y
RECURSOS
NATURALES

NESST



Organización Nacional de los
Pueblos Indígenas de la
Amazonia Colombiana



1. Introducción	4
2. Ubicación de los Emprendimientos Indígenas	5
3. Términos y herramientas utilizadas	6
4. Resultados regionales	9
4.1. Ventas	9
4.2. Clientes comerciales	10
4.3. Capital apalancado	11
4.4. Evaluación comparativa de capacidades de los Emprendimientos Indígenas	12
4.5. Programas de capacitación para el fortalecimiento de los Emprendimientos Indígenas	13
5. Resultados en Brasil	14
5.1. Ventas	16
5.2. Clientes comerciales	18
5.3. Fortalecimiento de capacidades	19
5.4. Financiamiento adicional recaudado	20
5.5. Fichas de los Emprendimientos Indígenas de Brasil	21
5.5.1. COOPAITER	22
5.5.2. Associação Indígena Kawaiwete	26
5.5.3 Instituto Munduruku	30
5.5.4. Associação Bebô Xikrin do Bacajá (ABEX)	34
5.5.5. Casa de Cultura Karajá	38
5.5.6. Associação Indígena Xavante Ripá de Produtividade e Etno-desenvolvimento (AIRE)	42
5.5.7. Associação de Moradores Agroextrativistas e Indígenas do Tapajós (AMPRAVAT)	46
6. Resultados en Colombia	50
6.1. Ventas	52
6.2. Clientes comerciales	54
6.3. Fortalecimiento de capacidades	55
6.4. Financiamiento adicional recaudado	56
6.5. Fichas de los Emprendimientos Indígenas de Colombia	57
6.5.1. Arte Colibrí Artesanías	58
6.5.2. Centro Etnoartístico Achalay	62
6.5.3. Econawa	66
6.5.4. Bioingredientes Amazónicos (Bioincos)	70
6.5.5. COMAIJI	74
6.5.6. Asociación Shinyak	78
7. Resultados en Ecuador	82
7.1. Ventas	84
7.2. Clientes comerciales	86
7.3. Fortalecimiento de capacidades	87
7.4. Financiamiento adicional recaudado	88
7.5. Fichas de los Emprendimientos Indígenas de Ecuador	89
7.5.1. Asociación de Mujeres Cofánes de Dureno (Arte Suku)	90
7.5.2. Asociación de Producción Alimenticia Andi Wayusa Guayusa (ASOPROANWA)	94
7.5.3. Asociación Shuar Cultural Center	98
7.5.4. Centro de Turismo Comunitario Ila Kucha	102
7.5.5. Asociación Challuwa Mikuna	106
7.5.6. Empresa Comunitaria El Pilchi Lodge y Mandi Wasi	110



8. Resultados en Perú	114
8.1. Ventas	117
8.2. Clientes comerciales	120
8.3. Fortalecimiento de capacidades	122
8.4. Financiamiento adicional recaudado	123
8.5. Fichas de los Emprendimientos Indígenas de Perú	124
8.5.1. Asociación Forestal Indígena Madre de Dios (AFIMAD)	125
8.5.2. Cooperativa Agraria Kemito Ene	130
8.5.3. Asociación de Mujeres Productoras Charapi	135
8.5.4. Asociación Social de Pescadores Artesanales de Paiche Puitsatawarakana Kukama (Aspappuku)	139
8.5.5. Asociación Bosque de las Nuwas	143
8.5.6. Asociación de Mujeres Organizadas Choco Warmis	147
8.5.7. Cooperativa de Servicios Múltiples Shipibo Konibo Xetebo (KOSHICOOP)	151
8.5.8. Asociación de Productores de Plantas Medicinales Ampik Sacha	155
8.5.9. Asociación de Manejo de Bosques Naturales Esperanza (AMBNE)	159
8.5.10. Frutiawajún SAC	163



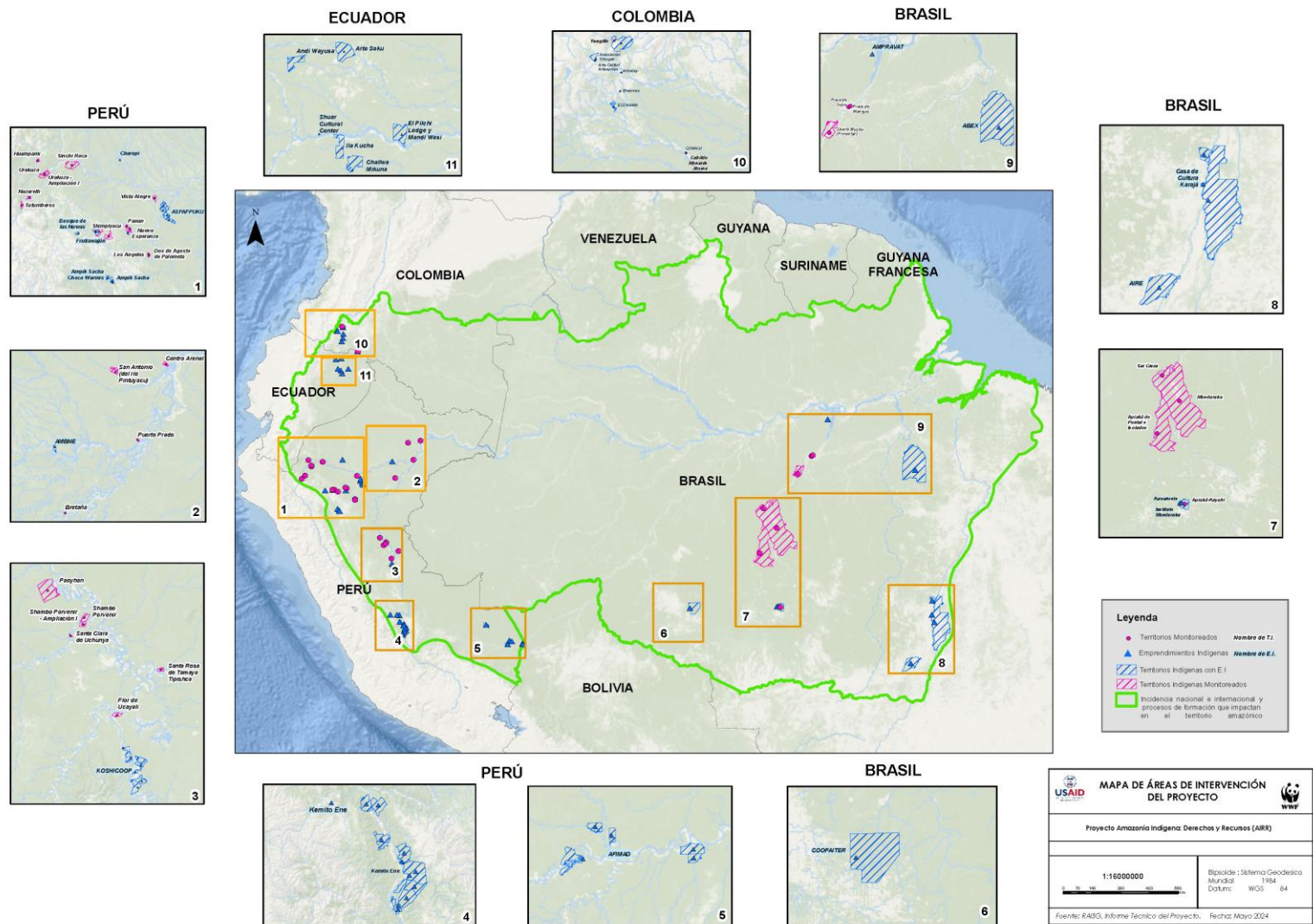
Este documento, presenta los resultados obtenidos en el fortalecimiento de emprendimientos indígenas amazónicos en el marco del proyecto Amazonía Indígena: Derechos y Recursos (AIRR por sus siglas en inglés), con el cual, buscamos mejorar la participación de los Pueblos Indígenas en el desarrollo económico sostenible a nivel cultural, político y ambiental. Partimos de la premisa que los avances en el desarrollo sostenible son posibles si se valora y cuida la biodiversidad, y a los Pueblos Indígenas de la región Amazónica.

Los resultados que obtuvimos en el proyecto AIRR contribuyeron a mejorar las capacidades tanto de las Organizaciones Indígenas (OOII) como de líderes y lideresas, a la mejora de la vigilancia y protección de los territorios indígenas, y a fortalecer la incidencia de las OOII en espacios de toma de decisiones a nivel nacional e internacional. Así mismo, contribuimos a que los Pueblos Indígenas tengan mayor capacidad de participación eficaz en las negociaciones en el marco de la economía indígena y que los emprendimientos indígenas (EI) obtengan beneficios económicos, promuevan la seguridad alimentaria y aumenten su bienestar. Estos resultados aportan a reducir los impactos sobre los territorios indígenas y las personas, aportando así a la conservación de los territorios indígenas y el bienestar de los Pueblos Indígenas.

El trabajo con los EI se realizó con el liderazgo de dos ONG (NESSt y WWF) y con una alta participación en la toma de decisiones por parte de las OOII nacionales de Brasil, Colombia, Ecuador y Perú: (Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira-COIAB-, Organización de Pueblos Indígenas de la Amazonia Colombiana-OPIAC-, Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonía Ecuatoriana-CONFENIAE- y la Asociación Interétnica de Desarrollo de la Selva Peruana-AIDASEP-), así como de las OOII sub nacionales o federaciones base de las nacionales según la localización del EI.



Ubicación de los emprendimientos indígenas



Términos y herramientas utilizadas

En el marco del proyecto AIRR, se apoyó el fortalecimiento de capacidades de 29 Emprendimientos Indígenas (EI), pertenecientes a los cuatro países participantes, en Brasil se apoyaron siete EI, seis en Colombia, seis en Ecuador y diez en Perú, pertenecientes a los sectores artesanal, agroforestal, acuicultura, agricultura, turismo y aprovechamiento de recursos forestales no maderables (PFNM). Los resultados se enfocan en los logros obtenidos en: *ventas, clientes, capacidades, capital apalancado, aportes a la conservación* a nivel regional, nacional y por cada uno de los emprendimientos, presentando una ficha descriptiva para cada uno de ellos, en la que además se destaca el contexto, los cambios más significativos, testimonios y recomendaciones.

A continuación, se detallan algunas consideraciones previas para la lectura de este documento, las cuales permiten tener una visión de los diferentes aspectos que constituyen el trabajo de fortalecimiento realizado en el marco del proyecto AIRR. Estos aspectos están relacionados con los términos utilizados, la descripción de las herramientas empresariales que se brindaron a los EI, el trabajo realizado para evaluar los aportes a la conservación y mitigación de impactos sociales y ambientales, los materiales de mercadeo producidos para su presentación en diversos espacios nacionales e internacionales, y los planes de inversión formulados por cada EI para ser ejecutados en el marco del proyecto:

Ventas

Se consideró a la venta como la entrega, registrada formal e informalmente, de dinero a cambio de determinado bien o servicio que oferta un vendedor, a un precio estipulado.

Clientes

Dada la variedad de sectores económicos y modelos de negocio que abarcan los 29 EI, consideramos un cliente de la siguiente manera:

-  Toda persona jurídica o natural que adquiere productos/servicios del emprendimiento de manera regular. Se establece una relación por medio de un compromiso, el cual puede ser escrito o de palabra, e incluye una compra y/o un intercambio entre ambas entidades, por ejemplo: supermercados, tiendas, agencias de turismo, distribuidores, etc.
-  Personas o entidades privadas que realizan actividades de promoción/publicidad en favor del emprendimiento, sea por encargo remunerado o gratuito por una alianza de intercambio de servicios.

Capacidades

Para medir la mejora en capacidades empresariales, hemos elaborado una lista de 23 documentos y herramientas fundamentales para la correcta gestión y funcionamiento de una empresa o emprendimiento. En los gráficos que se presentan a lo largo del documento, se comparan las herramientas que tenía el emprendimiento antes y después del proyecto; así como el grado de desarrollo de las mismas. Es importante aclarar que la lista no es exhaustiva y algunas herramientas son más necesarias que otras, dependiendo del estado actual del emprendimiento y de su modelo de negocio. En la siguiente tabla se muestra la lista de documentos y herramientas con su función y la dimensión que abarca de la empresa.

Términos y herramientas utilizadas

Documentos y herramientas empresariales para la mejora de capacidades de los 29 EI

No.	Dimensión	Documento/Herramienta	Función
1	Organización y liderazgo	Organigrama funcional	Describe las áreas e instancias claves de toma de decisión en una organización.
2		Documento descriptivo de las operaciones y funciones	Detalla los cargos y funciones fundamentales para la operación de la organización.
3	Estrategia y modelo de negocio	Modelo Canvas	Descripción sintética del modelo de negocio.
4		Mapa estratégico	Representación visual de la estrategia, objetivos y acciones relevantes de la organización.
5		Documento de diseño de estrategia de internacionalización	Detalla un esquema inicial para lograr el acceso a mercados internacionales.
6		Memorando de Inversión	Documento que resume lo relevante de una empresa para atraer financiadores.
7	Gestión comercial	Lista de clientes	Describe las principales características de los clientes actuales y potenciales.
8		Plan de comunicaciones	Describe la estrategia de la organización para el buen relacionamiento con actores y aliados claves.
9		Plan de marketing	Describe la estrategia de mercadeo de lo(s) producto(os)/servicio(s) que ofrece la organización.
10		Materiales de difusión digital e impreso	Diversos elementos (imágenes, videos, volantes, tarjetas, etc.) para la promoción de la organización y de sus productos/servicios.
11		Diseño de marca de nueva línea de producto	Descripción del logo y manual de imagen para una nueva línea de producto de la empresa.
12		Catálogo de productos/servicios	Lista detallada de todos los productos/servicios ofrecidos.
13		Registro de Marca	Documento que valida el nombre o la marca de una empresa ante la autoridad competente.
14		Guía Comercial	Detalla el paso a paso para la consecución de nuevos clientes
15	Gestión contable y financiera	Registro de ventas de cada producto/servicio	Formato para llevar el control de las ventas.
16		Modelo Financiero	Descripción matemática y estadística de la realidad económica de una empresa, usada para analizar y predecir su desempeño.
17		Registro de inventario	Formato para llevar control de los bienes producidos y almacenados.
18		Formato de ingresos y egresos	Tabla para llevar el control del flujo de efectivo.
19		Formato de elaboración de presupuesto	Esquema para elaborar un presupuesto anual de la organización
20	Gestión operativa	Formato de costeo y determinación de precio	Esquema para calcular el costo y precio de los productos o servicios ofertados.
21		Cuadro logístico / Cadena de Suministro	Descripción amplia de toda la cadena de valor del bien/servicio.
22		Mapa de procesos de cada línea de productos/servicios	Descripción del flujo de procesos para la producción de producto/servicio.
23		Lista de proveedores / distribuidores	Detalla principales características de los proveedores/distribuidores.

Planes de inversión

Desde el proyecto apoyamos con financiamiento a los 29 EI para mejorar condiciones habilitantes que los ayuden a superar las barreras para sus negocios. Cada EI elaboró un plan según sus necesidades y los montos destinados (establecidos en las convocatorias y proceso de selección). Otorgamos \$461,914 USD que los emprendimientos invirtieron en la compra de diversos tipos de equipos, materiales y construcciones, para mejorar procesos y contar con más herramientas de mercadeo. En cada una de las 29 fichas de los EI, podrán encontrar el detalle del monto entregado por el proyecto AIRR para su fortalecimiento.

Material de mercadeo y participación en ferias

Desde el proyecto implementamos varias acciones de comunicación para mejorar la visibilidad de los emprendimientos indígenas y apoyarlos en marketing, ya que algunos carecían de identidad de marca o materiales promocionales. Se realizaron vídeos profesionales para cada emprendimiento, destacando sus cualidades, valor ancestral y cultural. Además, mejoramos o creamos junto con ellos una identidad de marca (logotipo) para sus emprendimientos, capacitándolos también en técnicas de promoción y ventas. Acompañamos estas acciones con la elaboración de portafolios y fichas para los EI a fin de ayudar a su relacionamiento con potenciales inversionistas y clientes, aumentando la confianza y autoestima de los mismos emprendedores y mejorando la efectividad de sus estrategias de difusión.

Asimismo, los emprendedores se capacitaron en el uso de redes sociales y páginas web para llegar a más clientes a nivel nacional e internacional. Estas actividades les permitieron gestionar su propia comunicación y marketing, presentando sus productos de manera más efectiva y auténtica, lo cual pusieron en práctica a través de la participación en eventos y ferias comerciales, ampliando aún más el alcance de los emprendimientos, impulsando sus ventas y abriendo paso para llegar a nuevos mercados.

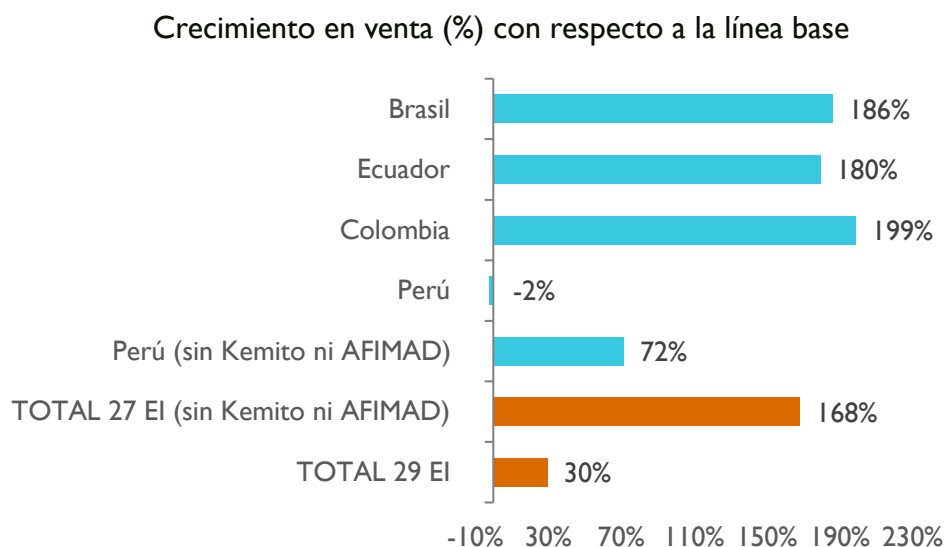
Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales

En esta sección encontrarán, por cada EI, la información relacionada con la mitigación de impactos y sus aportes a la conservación de los ecosistemas amazónicos. La evaluación, mitigación y monitoreo de los potenciales impactos ambientales y sociales, derivados de las actividades de los emprendimientos, se realizó mediante Planes de Mitigación y Monitoreo Ambiental (EMMP) y Reportes de Mitigación y Monitoreo Ambiental (EMMR). El EMMP define un plan de acción con medidas específicas para mitigar impactos ambientales y sociales identificados en la evaluación ambiental del proyecto e incluye indicadores de monitoreo, frecuencias y asigna responsables. Por su parte, el EMMR reporta anualmente el progreso en la implementación de esas medidas de mitigación, documentando el estado, problemas encontrados, acciones correctivas y lecciones aprendidas. Lo anterior, permite incorporar efectivamente la mitigación y monitoreo de impactos ambientales y sociales a lo largo de la vida del proyecto, para prevenir daños y salvaguardar la sostenibilidad ambiental.

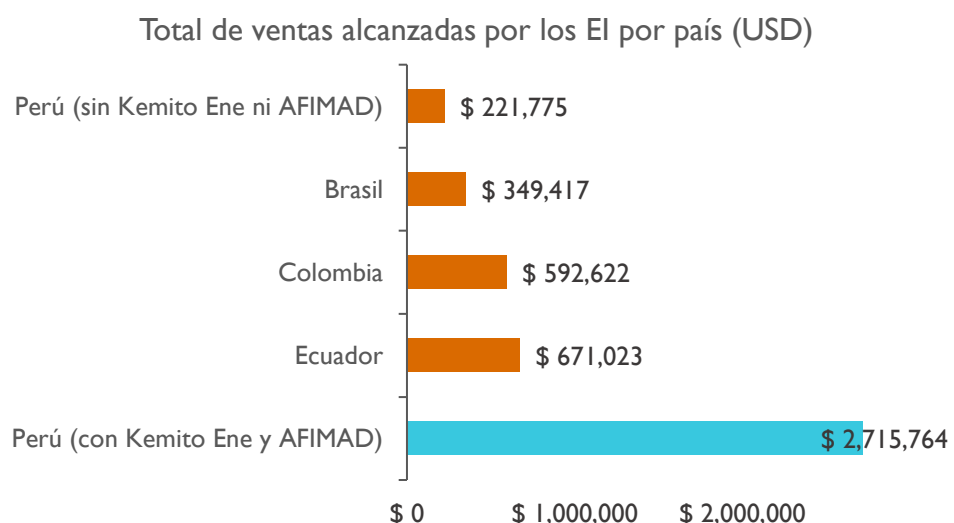
Por otro lado, para identificar las áreas de manejo mejorado y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, se utilizó la herramienta de mapas parlantes. Esta es una herramienta para implementar medidas efectivas de conservación, en donde las mismas comunidades participan en los procesos de mapeo y documentación, adquiriendo un rol protagónico en la identificación del manejo sostenible de sus recursos naturales. A partir de esta información, se pueden formular planes de manejo adaptados a las condiciones locales y a las especies aprovechadas, garantizando así la sostenibilidad ambiental.

Resultados obtenidos en las ventas de los EI

Como dato global, el porcentaje de crecimiento promedio en ventas de todos los 29 EI de Brasil, Colombia, Ecuador y Perú, desde el inicio del proyecto hasta el 2024, es de 30%. El monitoreo de ventas alcanzadas de los emprendimientos fue variable. En el caso de Brasil y Perú, las ventas fueron monitoreadas hasta septiembre del 2023, mientras que el monitoreo de los EI de Colombia y Ecuador logró cifras del primer y segundo trimestre del 2024. En el lapso del proyecto se observan importantes crecimientos o caídas repentinas, de acuerdo con la dinámica de cada EI y el sector al que pertenecen, así como a factores externos como la pandemia, el entorno macroeconómico regional y global, entre otros. La siguiente gráfica muestra el crecimiento promedio de las ventas de todos los EI y su desglose por país:



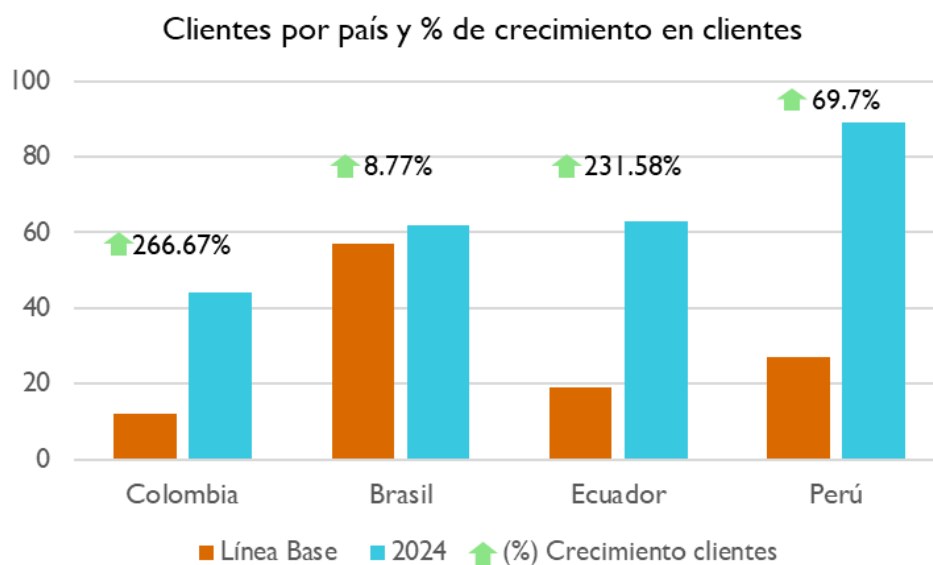
El porcentaje de venta de Brasil está calculado respecto a la línea base que se obtuvo en el año 2021, y los demás países respecto al 2020. El crecimiento es amplio y positivo para todos los países y EI, excepto para cinco emprendimientos, los cuales reportan una disminución en el último monitoreo realizado. Los emprendimientos Kemito Ene y AFIMAD (de Perú), son los dos EI que más influyeron de manera negativa en el cálculo de este indicador, pues siendo empresas exportadoras, se vieron afectados por la crisis global y las guerras. Por otro lado, el tamaño de sus ventas, genera datos atípicos respecto a los demás EI, lo cual se observa en el siguiente gráfico. En las secciones de cada país se analiza con detalle el comportamiento de este indicador por cada EI.





Resultados obtenidos en el número de clientes comerciales

El número de clientes y su evolución varía bastante de acuerdo con el sector en el que se desarrolla cada EI, su madurez y el modelo de negocio. En general, los emprendimientos de artesanías y de turismo tienen menos clientes comparados con los que aprovechan un Producto Forestal No Maderable (PFNM). En el caso de Brasil, pese a que hay 7 EI, presentó un número considerable de clientes desde el inicio del proyecto y durante su desarrollo, comparado con Colombia y Ecuador que tienen 6 EI respectivamente. Esto es debido a que varios de los emprendimientos en Brasil comercializan la castaña, un PFNM, a una amplia red de clientes. Durante la vida del proyecto, los EI de cada país presentaron un aumento en sus clientes, destacando los incrementos alcanzados por los EI en Colombia y Ecuador, en donde aquellos dedicados a la venta de productos procesados a partir de PFNM y del sector artesanal, obtuvieron el mayor incremento.



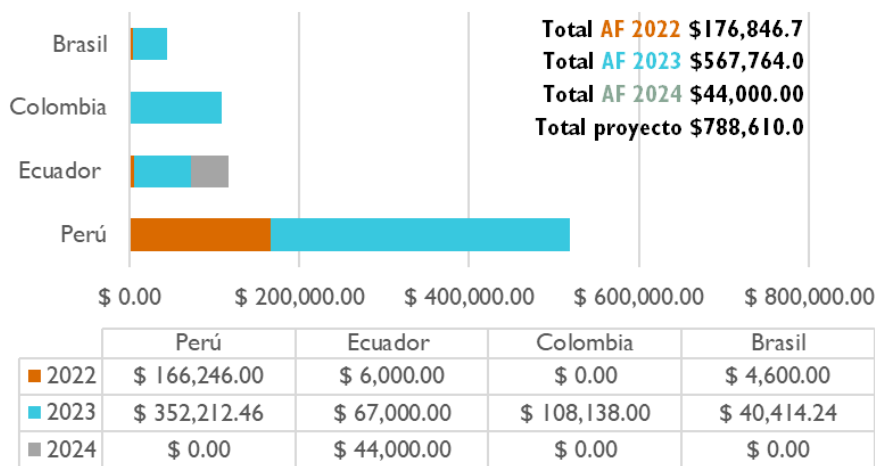
Los cuatro países tuvieron incrementos en diversas proporciones a lo largo del proyecto, respecto a su línea base, que parte en el 2021. Brasil presentó el menor porcentaje de incremento en clientes, aunque ya contaba con clientes consolidados por parte de los EI dedicados a la comercialización de la castaña, sin embargo, el mayor aumento se presentó en el sector artesanal, de manera similar a Colombia y Ecuador. De manera general, observamos que los esfuerzos del proyecto resultaron en mejores negociaciones, lo cual ha tenido un impacto positivo en ventas. También se obtuvieron avances en el logro de mejores clientes y términos de contratos. El incremento de clientes no necesariamente se traduce en mayores ingresos. El análisis de las razones por las cuales los EI pudieron aumentar o disminuir el número de clientes se puede observar en las siguientes secciones.



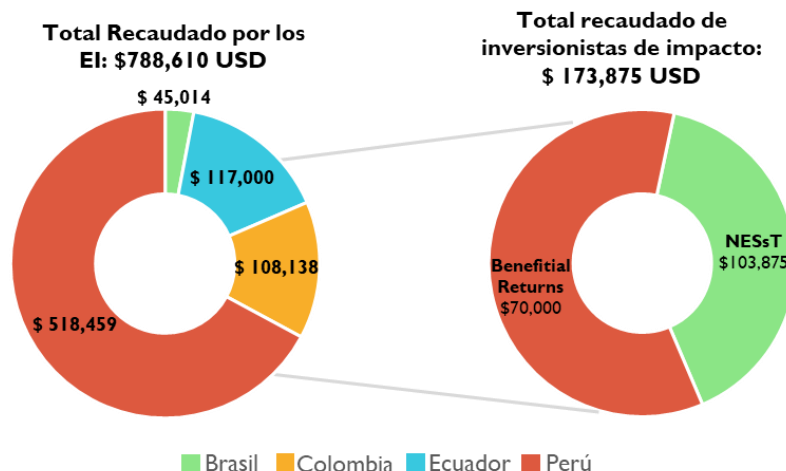
Evaluación del capital apalancado por los EI

En total se apalarcaron \$ 788,610 dólares en 16 de los 29 (55%) EI del proyecto, superando nuestra meta inicial de financiamiento adicional (\$500,000), este resultado se explica principalmente por las capacidades del equipo de gestión de cada emprendimiento y su nivel de desarrollo actual o madurez. Por otro lado, los apoyamos para elaborar sus memorandos de inversión en el cual se identifica el estado actual de su negocio y el costo de continuar mejorando en cuanto a: equipo, desempeño del EI, análisis financiero, desempeño social y ambiental, riesgos y medidas de mitigación y oportunidades de inversión.

Capital adicional apalancado por país 2021-2024



En Colombia y Perú, se presentó el mayor número de EI en un grado avanzado de desarrollo, los cuales apalarcaron la mayor cantidad de recursos. Sin embargo, este factor no fue determinante para la consecución de capital adicional, puesto que en Brasil, a pesar de tener el menor valor de capital apalancado y los emprendimientos con menor grado de madurez, seis de los siete EI participantes pudieron obtener capital adicional. Por otro lado, la naturaleza del capital apalancado corresponde en un 65% a donaciones y un 35% a créditos por parte del estado e inversionistas de impacto. Identificamos y contactamos a inversionistas de impacto en cada país con el fin de darles a conocer los negocios de los EI y conseguir su interés para invertir en ellos. Evidenciamos que aún hay brechas para que los EI accedan a fondos de los inversionistas de impacto y, por lo tanto, son pocas las oportunidades disponibles. Pese a lo anterior, cinco de los 29 EI (AFIMAD, Arte Colibrí, Bioincos, Kemito Ene y ABEX) lograron obtener capital proveniente de inversionistas de impacto, lo que representa un 22% del total de capital apalancado, otras fuentes de capital corresponden a un 27% del estado y el 51% de organismos de cooperación.



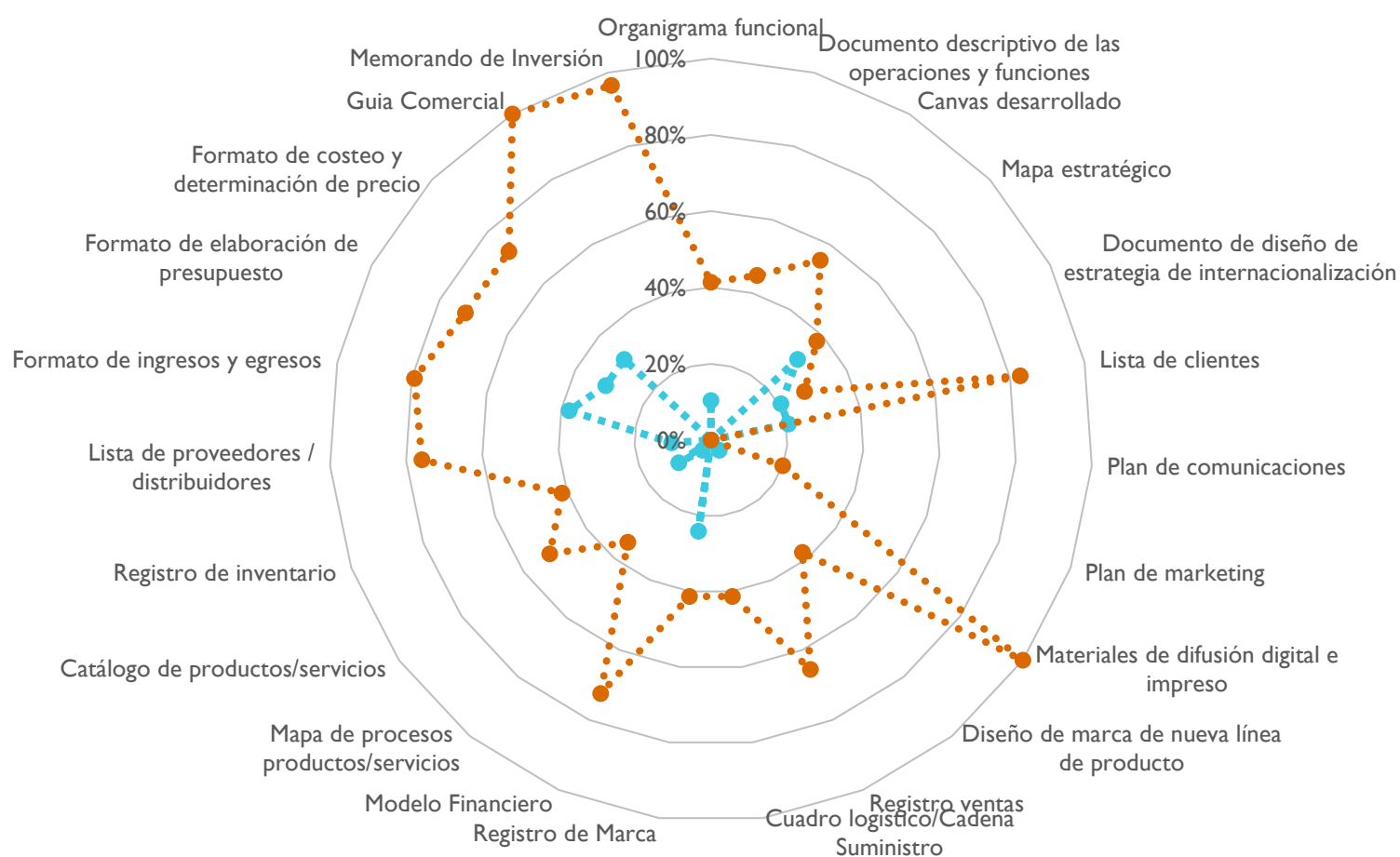


Evaluación comparativa de capacidades de los EI

Al inicio del proyecto identificamos las capacidades que requerían mejorar los EI. Realizamos capacitaciones (virtuales y presenciales) y asesoramiento personalizado para fortalecerlos. En total llevamos a cabo 42 capacitaciones para el fortalecimiento empresarial y fortalecimos las habilidades de 587 personas (55% mujeres) pertenecientes a los 29 emprendimientos indígenas. Estas capacitaciones abarcaron diversos temas clave tanto para el desarrollo empresarial como para la sostenibilidad ambiental y social. Para evidenciar el impacto en las capacidades empresariales de los EI, realizamos una evaluación comparativa de la aplicación y uso de las 23 herramientas y documentos clave de la gestión empresarial, al inicio y al final del proyecto, para cada uno de los 29 EI. Los resultados de ese proceso de fortalecimiento se observan en el siguiente gráfico:

Capacidades empresariales de los EI en los cuatro países

■ Antes del proyecto ● Final del proyecto



Gracias al proyecto, los 29 EI mejoraron sus capacidades empresariales, no solo gracias a las capacitaciones sino a la construcción conjunta de herramientas y documentos claves para la gestión. Analizamos el cambio en 23 de dichas herramientas para comparar su avance antes del proyecto y al final de este. A manera de resumen, encontramos que el 40% de los EI no conocían ninguna de las 23 herramientas. La Herramienta más conocida era el formato de ingresos y egresos, que era usada sólo por 11 de los 29 EI. Al cierre del proyecto más del 60% de los EI cuenta con otras herramientas claves para su gestión como: formato de elaboración de presupuesto, de costeo, de ingresos y egresos, modelo financiero, lista de clientes y proveedores. Destaca el hecho de que el 100% de los EI, después del acompañamiento empresarial, cuenta con materiales de difusión y una guía comercial, elementos claves para su crecimiento en ventas. Adicionalmente, 28 de los 29 EI cuentan con un memorando de inversión para el relacionamiento con financiadores. Las herramientas con bajo nivel de asimilación (menor al 50%) son aquellas que no eran comunes al modelo de negocio de todos los EI (como el cuadro logístico) o cuyo desarrollo no llegó a completarse o no eran apropiadas para el estado actual de los EI.



Programas de capacitación para el fortalecimiento de los EI

Temas de las capacitaciones para el fortalecimiento empresarial y número de participantes por país

Gestión financiera (Brasil, Colombia, Ecuador, Perú)	Levantamiento de procesos (Colombia, Ecuador, Perú)	Gestión comercial (Perú, Ecuador y Colombia)		
Capacitación en temas legales (Colombia, Ecuador, Perú)	Contabilidad (Colombia, Ecuador, Perú)	Gestión empresarial para ampliar cartera de clientes (Colombia, Ecuador, Perú)		
Gestión operativa (Brasil)	Computación (Ecuador)	Planes de negocios (Brasil)		
Comunicación empresarial (Brasil, Colombia, Ecuador, Perú)	Desarrollo de estrategia de marketing y marketing digital (Ecuador)	Manejo de página web y redes sociales (Ecuador)		
Diseño textil y uso de maquinaria textil (Ecuador)	Diseño y elaboración de artesanías (Ecuador)	Talleres de producción (Brasil)		
Inglés básico enfocado en el turismo (Ecuador)	Gastronomía tradicional (Ecuador)	Aviturismo (Ecuador)		
Evaluación y seguimiento del impacto social y ambiental (Brasil)	Salvaguardas sociales y ambientales (Perú).	Gobernanza empresarial (Perú)		
Total de capacitaciones		42	Personas capacitadas en Brasil	198
% de indígenas capacitados		95%	Personas capacitadas en Colombia	11
Número total de personas capacitadas		587	Personas capacitadas en Ecuador	139
			Personas capacitadas en Perú	239

Brasil

En **Brasil**, los siete emprendimientos indígenas fortalecidos pertenecen a siete Pueblo Indígenas de los Estados de Mato Grosso y Pará:



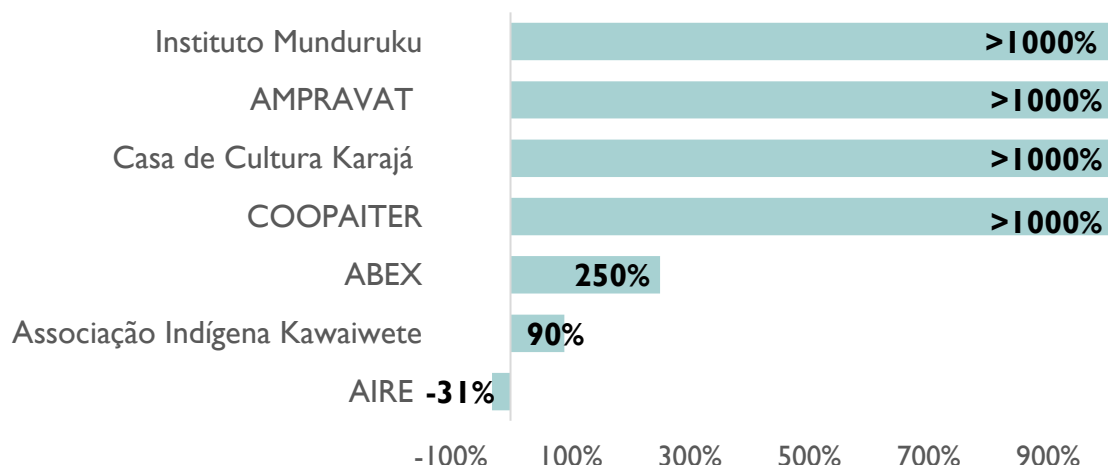


Resultados obtenidos en las ventas

En Brasil, el total de ventas de los siete emprendimientos tuvieron un crecimiento de 186% al final del proyecto en el 2024, respecto a la línea base. Seis iniciativas aumentaron sus ventas, mientras que **AIRE** fue la única que presentó un decrecimiento en ventas. El aumento de las ventas por parte de los emprendimientos con mayores promedios de ventas entre 2021 y 2024, se debió a la posibilidad de contar con asesores técnicos dedicados a organizar la comercialización y el acceso a oportunidades de financiamiento y de mercado, realizando la redacción de proyectos, organizando la participación en ferias y eventos sobre sociobiodiversidad, y fomentando las reuniones con socios, en otras estrategias. Así como a mejores cosechas, en términos de cantidad y calidad, en el caso de aquellos El dedicados al aprovechamiento de Productos Forestales No Maderables (PFNM).

Las iniciativas indígenas **AIRE**, **AMPRAVAT** y **Casa de Cultura Karajá**, registraron los valores promedio de ventas más bajos, los cuales oscilan entre 1.100 y 2.300 dólares anuales. Esto es debido a que sus ventas son de acuerdo con la demanda de los pocos clientes logrados, además de no haber aumentado la producción y comercialización de sus productos en el último año. Sin embargo, el porcentaje de incremento en ventas es mayor al 1000% debido que iniciaron prácticamente en cero. Adicionalmente, existen otros factores que restringieron el incremento de las ventas en algunos emprendimientos y que deben ser considerados para apuntar al fortalecimiento de este tipo de iniciativas: 1) la concentración de funciones en una sola persona, limitando capacidades de gestión (**Casa de Cultura de Karajá**); 2) ubicaciones remotas respecto a centros urbanos, que dificultan los procesos de comercialización (**AMPRAVAT** y **AIRE**); 3) barreras en el idioma y en el acceso a internet (**AIRE**); 4) problemas internos de gobernanza (**Instituto Munduruku**) y 5) exceso de procesos burocráticos (**AMPRAVAT** e **Instituto Munduruku**).

Porcentaje de incremento en ventas por El a 2024



Por su parte, el Instituto Munduruku cambió su forma de vender, pasando a conformar una cooperativa en el territorio para la venta de sus productos. La implementación de este tipo de estrategias permite obtener beneficios en cuanto a los precios y condiciones de venta, acceso a economías de escala para la oferta de sus productos, menores costos de operación, proyectarse para acceder a nuevos mercados y mejores herramientas para la negociación con proveedores, lo que claramente favorece el fortalecimiento de esta iniciativa.





Resultados obtenidos en las ventas

En el marco del proyecto, logramos influir en el aumento de las ventas, apoyando a los EI en participación en eventos y ferias y formándolos en gestión comercial, desarrollo de productos, comunicación y marketing. Con los recursos entregados por el proyecto, emprendimientos como **AIRE y ABEX** adquirieron nuevos equipos y lograron un aumento en la producción y comercialización de sus productos. Por su parte, la **Asociación Indígena de Kawaiwete** compró maquinaria con los recursos de capital de trabajo que regresaron, lo que favoreció el aumento de su producción y comercialización.

Por otro lado, una de las barreras para los EI era lograr llegar a clientes e inversionistas, para superarla mejoramos la visibilidad de los EI en las páginas de las organizaciones indígenas y generar material audiovisual para promover sus actividades y productos, así como un portafolio de emprendimientos indígenas de Brasil. Estos materiales audiovisuales y guías comerciales buscan la diversificación y aumento de clientes en el corto plazo. Además, apoyamos su participación en eventos y ferias locales. Para la generación de condiciones de soporte, posicionamiento en espacios de discusión y alianzas estratégicas, apoyamos a las OOII en el análisis y definición del concepto de economía indígena en los cuatro países. En Brasil se abrió la discusión y se enriquecieron los conceptos dentro de las OOII.

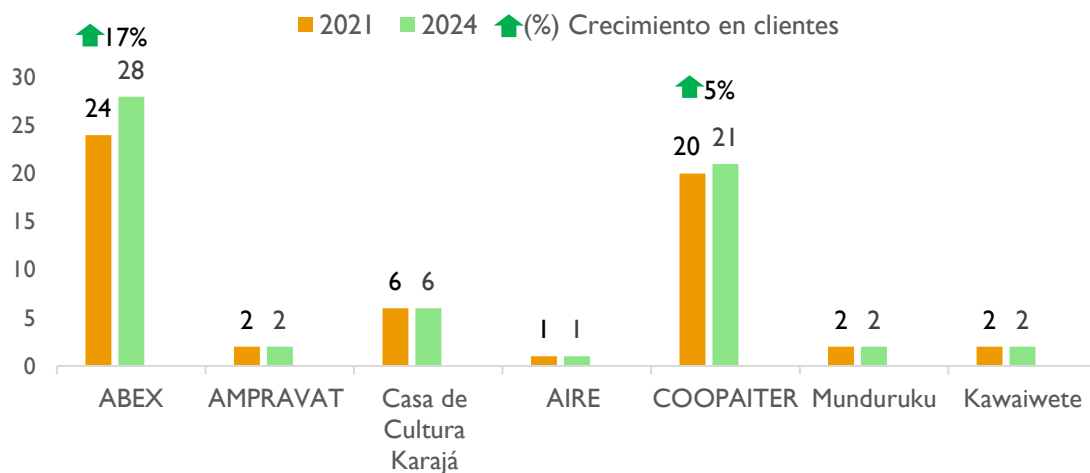




Resultados obtenidos en el número de clientes comerciales

El crecimiento del número de clientes respecto a la línea base ha tenido una tendencia estable, pasando de 57 clientes comerciales en 2021 a 62 en 2024. Esta variación del 8.77%, se debe a que **ABEX** y **COOPAITER** tuvieron un aumento en sus clientes comerciales para la cadena de artesanía. Por otro lado, este porcentaje de incremento puede ser el menor frente a Colombia, Ecuador y Perú, debido a las mismas situaciones limitantes que inciden en las ventas: concentración de las funciones de gestión en una sola persona, distancia respecto a centros poblados, barreras en el idioma, problemas de gobernanza y burocratización.

Cientes por EI y porcentaje de crecimiento en clientes



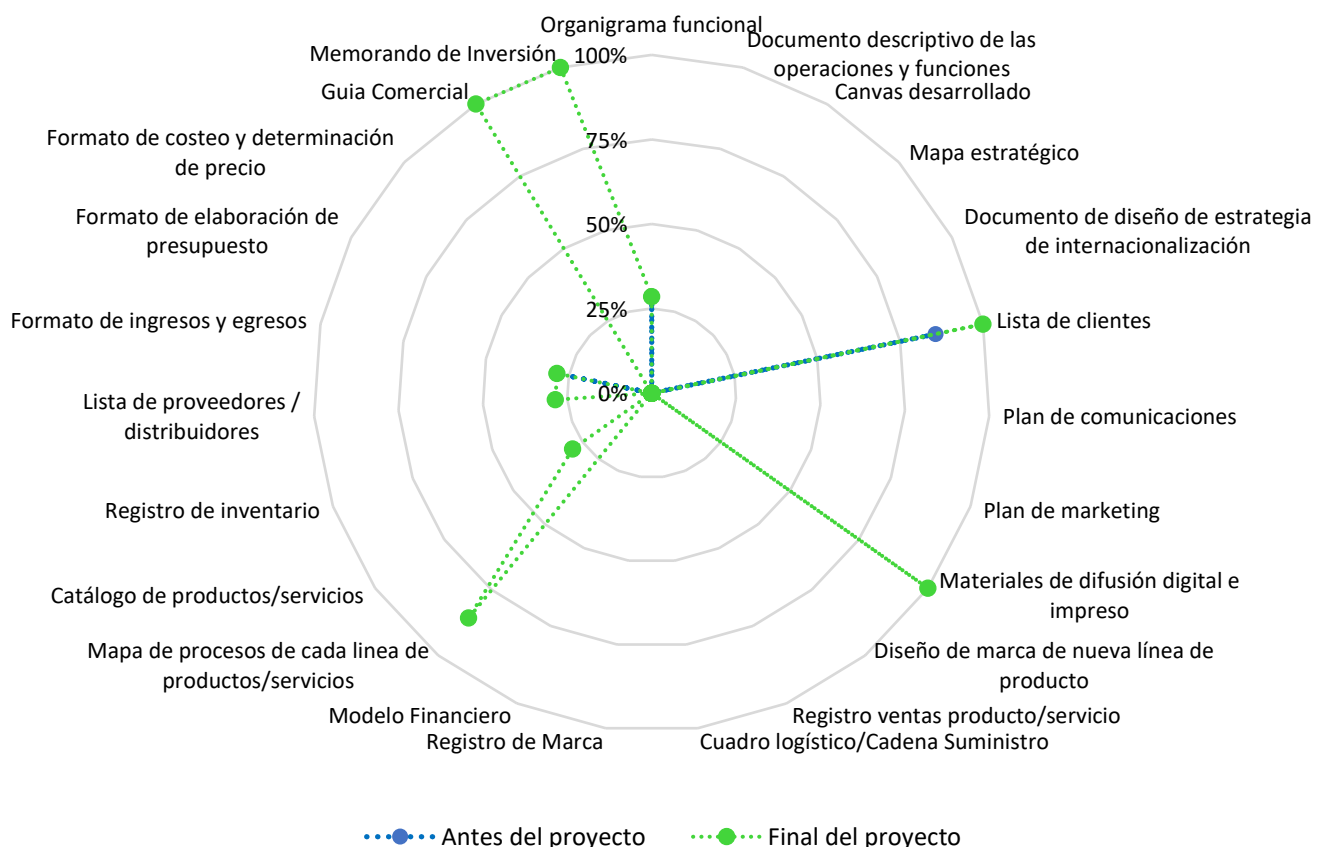
Socias de AMPRAVAT durante encontro de iniciativas económicas en Brasil ©NESST



Resultados obtenidos en el fortalecimiento de capacidades

En Brasil, previo al proyecto, existía una baja aplicación por parte de los EI de las herramientas que caracterizan una correcta gestión empresarial. Prácticamente ningún EI se encontraba aplicando estas herramientas de gestión, solo algunos hacían uso de la lista de clientes y el organigrama funcional. Al cierre del proyecto, el 100% de los EI están usando 3 herramientas y formatos que no tenían antes del proyecto: memorando de inversión, guía comercial y materiales publicitarios. Otras herramientas claves como mapa de procesos, formato de ingresos y egresos, registros de inventario y la lista de proveedores/distribuidores fueron adoptados por algunos EI.

Capacidades empresariales de los EI

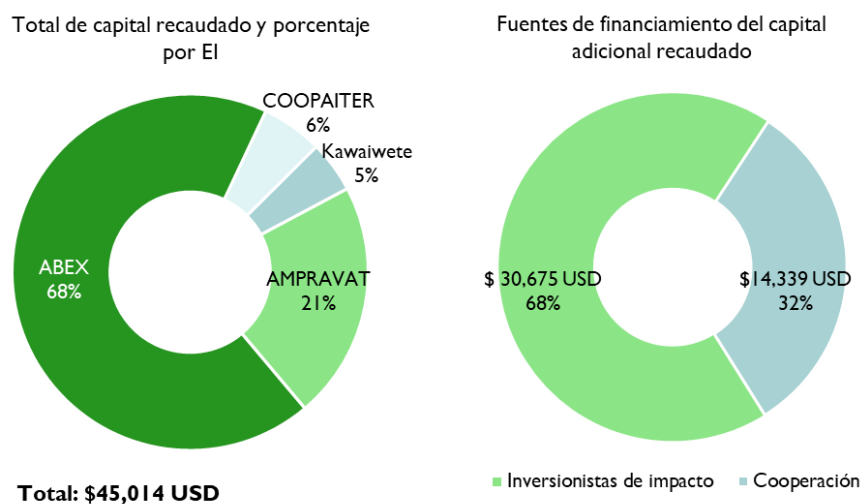


Los cursos de formación aportaron conocimientos efectivos a las iniciativas indígenas. Las sesiones de formación presencial contaron con una gran asistencia de productores que apreciaron la enseñanza de temas relevantes de una forma sencilla, con ejemplos prácticos de su vida cotidiana, llegando a comprender puntos clave de una buena gestión empresarial. En el desarrollo de las herramientas se priorizaron aquellas de mayor relevancia para el crecimiento y la mejora del emprendimiento, según su madurez. Sin embargo, los emprendimientos no siempre contaron con el equipo suficiente y los medios para desarrollar cada uno de estos instrumentos. La ausencia de conexión a Internet para las sesiones virtuales de formación, la baja adaptación y simplificación del lenguaje y los términos técnicos, la falta de mayor formación presencial, la dificultad en la comprensión de la lengua portuguesa en ciertas comunidades y la falta de la traducción correspondiente, fueron factores que incidieron en la dificultad para transmitir y adoptar totalmente las herramientas empresariales.



Resultados obtenidos en el financiamiento adicional recaudado

Cuatro de los siete EI lograron apalancar financiamiento adicional por un total de \$45,014 dólares. Todos recibieron financiamiento en calidad de donación. Aquellas iniciativas mejor organizadas y estructuradas en términos de gobernanza, personal, procesos y gestión tienen mayor facilidad para atraer nuevos inversores, como es el caso de **ABEX** y **AMPRAVAT**, las cuales recibieron la mayor proporción de los fondos. Cuando las iniciativas indígenas cuentan con otros socios, principalmente organizaciones de la sociedad civil o instituciones gubernamentales que las apoyan, se posibilita una evolución más evidente de la empresa y se conecta más estrechamente a los pueblos aislados con las ciudades, la lengua y el acceso a los derechos básicos.



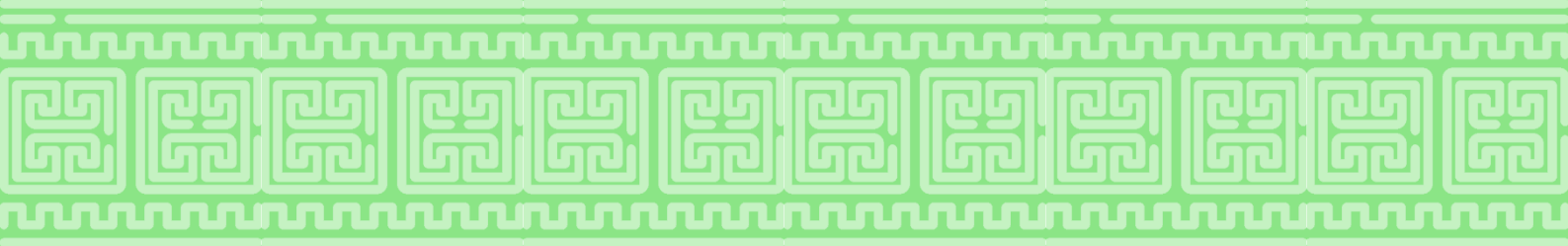
Dos acciones fundamentales del proyecto para el apalancamiento de fondos fueron: 1) la participación de los EI en el Encuentro de Economía Indígena, el cual tuvo una ronda de oportunidades, con la participación de nueve organizaciones, empresas e inversores de impacto y 2) Llevar a los inversionistas a conocer el territorio y ver de cerca la actividad productiva que se desarrolla, lo que facilita la captación de fondos, como fue el caso de **AMPRAVAT**. Por otro lado, posibilitar la participación en ferias y eventos del sector, han ayudado a recaudar fondos para algunas de las iniciativas indígenas más avanzadas en Brasil, como **ABEX**, dedicada a la artesanía y a la recolección de castaña y de babusa y **COOPAITER**, dedicados a la recolección y procesamiento de la castaña.

Apalancar fondos para iniciativas indígenas en una fase tan temprana puede presentar obstáculos, en especial cuando el inversor o la fuente de financiación espera una rendición de cuentas adecuada, un rendimiento financiero y un mayor impacto socioambiental. Debido a lo anterior, los cuatro EI que recibieron financiamiento: **ABEX, AMPRAVAT, COOPAITER y Associação Kawaiwete**, recibieron capital en calidad de donación.

En el caso de los siete EI, necesitan aún mayor desarrollo de capacidades empresariales e incrementar su nivel de ventas, para recaudar fondos de tipo préstamo o crédito por parte de inversionistas de impacto. Sin embargo, este es un camino que ya han comenzado a recorrer, su participación en el proyecto les aportó conocimiento sobre el sistema del emprendimiento y la inversión de impacto, de esta manera, las iniciativas indígenas han podido ver con mayor claridad lo que aún deben mejorar para ser escalables y ganar nuevos clientes y sostenibilidad financiera, independientemente del apoyo externo.

Avances y retos de los Emprendimientos Indígenas

Brasil





Video



Cooperativa de Producao e Desenvolvimento do Povo Indigena Paiter Surui - COOPAITER



Cooperativa indígena creada en 2017 para apoyar al desarrollo socioeconómico del pueblo Paiter Suruí, enfocada en la preservación de su cultura y formas de vida tradicionales vinculadas al bosque.



Su principal cadena de valor es la recolección y procesamiento de la castaña (*Bertholletia excelsa*).



En el marco del proyecto AIRR, la cooperativa pudo aumentar y clasificar de manera óptima su producción gracias a la compra de maquinaria y el mantenimiento de sus equipos. La cooperativa cuenta con socios que muestran un gran compromiso y con un asesor técnico externo, facilitando la organización y fortalecimiento empresarial.



Ubicación:
Sete de Setembro (Mato Grosso)



Sector:
Forestal no maderable (castaña)



Tipo de sociedad
Cooperativa



Pueblos indígenas
Paiter Suruí



Comunidades beneficiadas
20



Fondos entregados por AIRR
Fondos de proyectos complementarios de WWF Brasil



Liderado por
Mujer



Socios
238



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$2,500 USD



Ventajas que hacen especial a COOPAITER



La cooperativa cuenta socios que la apoyan en acciones estratégicas tales como tutoría y formación técnica, canales de comercialización y participación en grandes ferias y eventos de sociobiodiversidad.



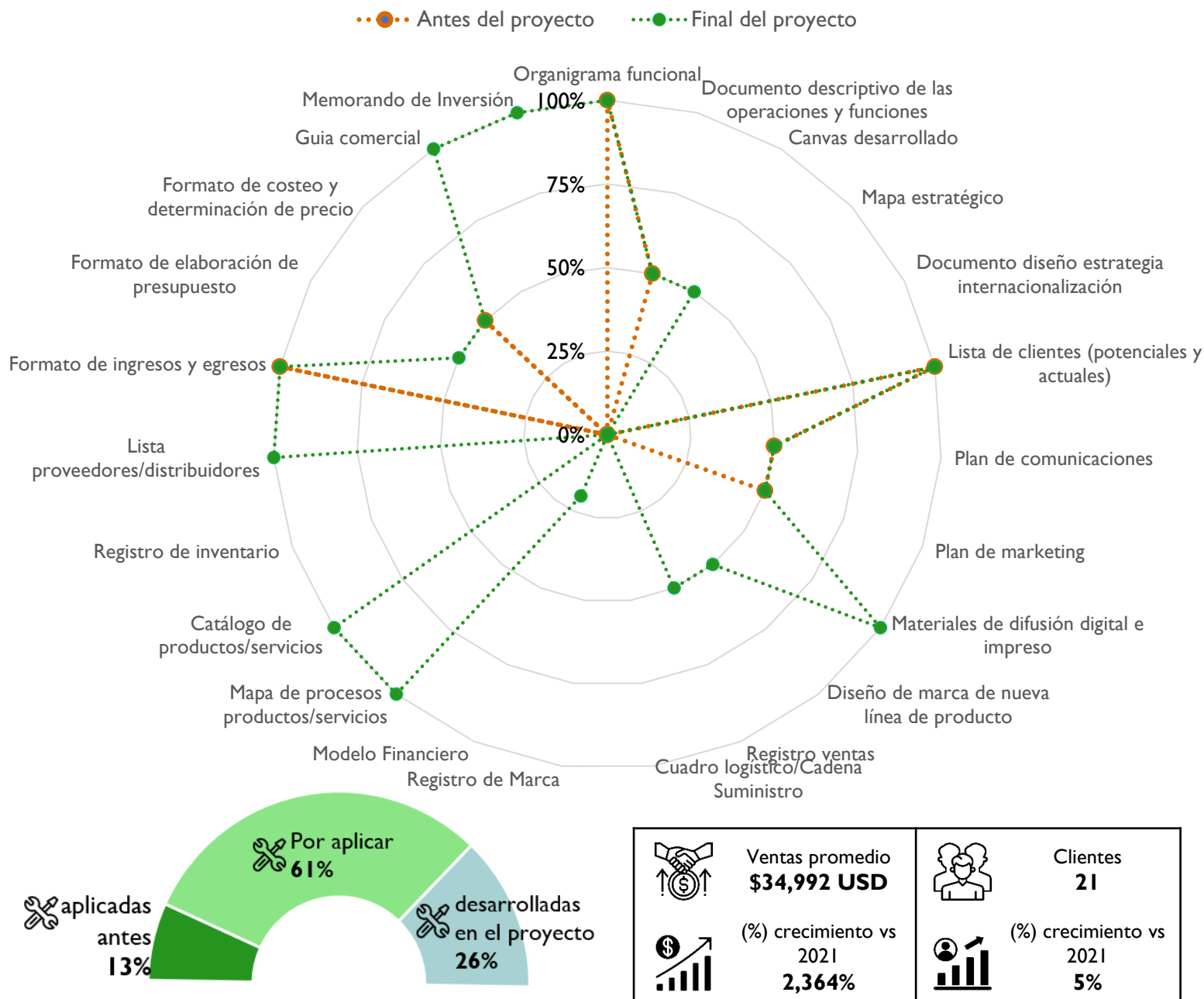
Tiene una marca ya conocida en el mercado.



Cuenta con un asesor técnico que realiza el seguimiento, el diseño, la ejecución y la supervisión de los proyectos. Y los productos tienen una fuerte identidad cultural.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Iniciaron con el registros financieros, un contador y un control de ventas y existencias mensual



Producción: Se mejoro el procesamiento de la castaña gracias a la adquisición de nuevos equipos para la agroindustria.



Ventas y marketing: Aumentó las ventas mediante la participación en ferias y eventos sobre sociodiversidad, y otros canales de comercialización reforzados por los socios.



Estrategia: Recaudación de fondos para desarrollar la producción de café con la marca propia de la cooperativa, adquiriendo maquinarias y equipos. El Café es un producto que hace parte de la cartera de la cooperativa, además de la castaña.

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



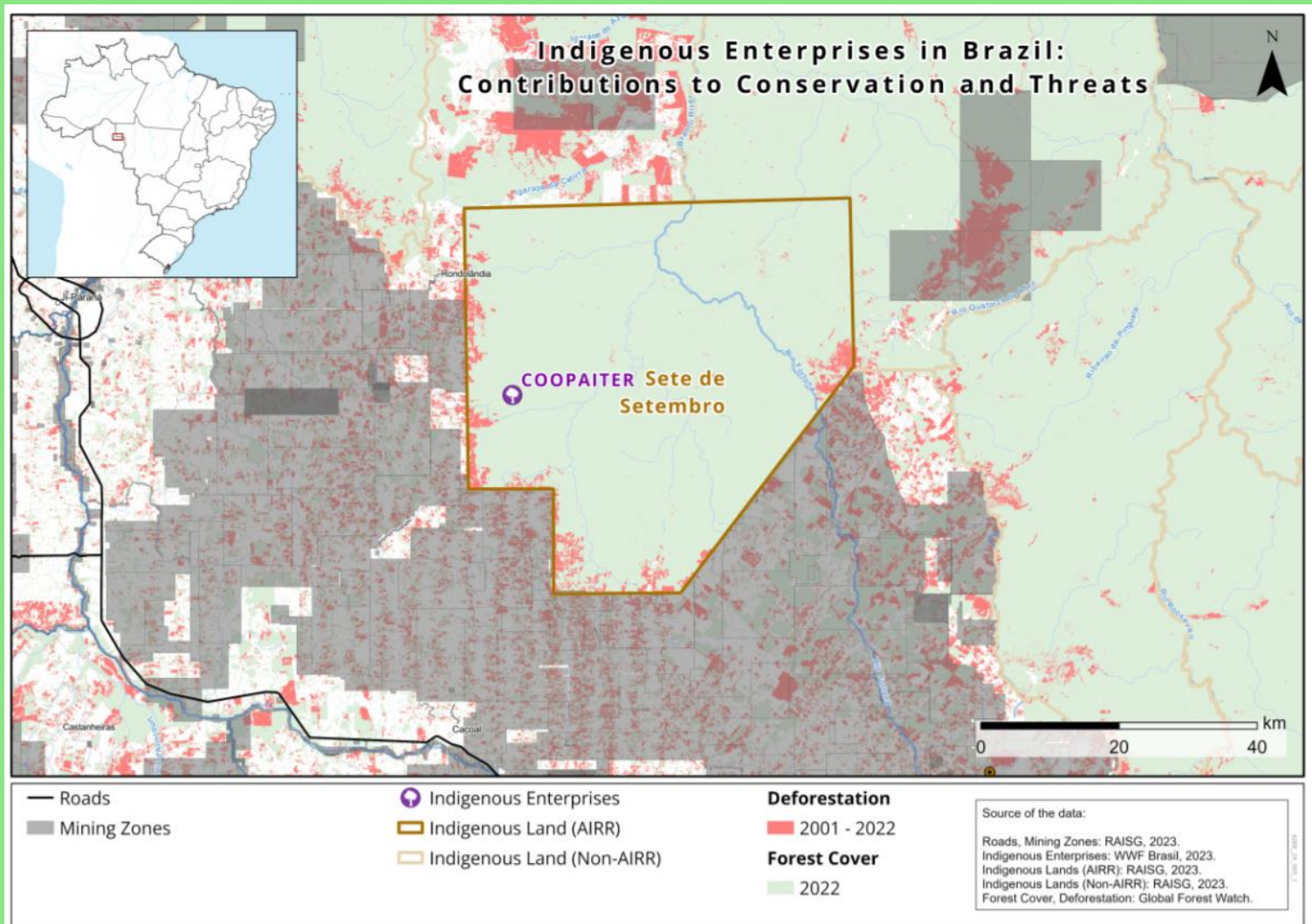
El pueblo indígena Paiter Suruí realiza la extracción de castaña, beneficiando a 20 comunidades en Cacoal - Rondônia. Las prácticas utilizadas son principalmente tradicionales, respetando la regeneración de la castaña (*Bertholletia excelsa*), dejando frutos para la alimentación de la fauna local y asegurando la renovación natural del bosque. La recolección se realiza en los castañales cercanos a las aldeas y es una práctica ancestral y cosechan aproximadamente al 10% de la producción/existencias de castañas.



Por otro lado, COOPAITER ha generado medidas para la inclusión activa de grupos vulnerables, como jóvenes y mujeres. Promueven las prácticas seguras como la adopción de protocolos de seguridad e higiene en la planta de procesamiento de la castaña. Los residuos orgánicos producidos, como las cáscaras, se reutilizan en la quema/secado de los frutos secos. Otros residuos que finalmente se producen se separan para ser entregados a las personas que hacen fertilizantes en compostadores. Además, fomentan la transparencia y participación comunitaria, con lo cual se consideran los intereses de todos los involucrados, fortaleciendo la confianza, reduciendo conflictos entre las partes y desarrollando relaciones más equitativas.



Estas prácticas no solo generan ingresos para las familias indígenas, sino que también contribuyen a la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales al promover la regeneración del bosque y el respeto por la biodiversidad local.



Conclusiones y recomendaciones

El emprendimiento ha avanzado con la agroindustria para procesar las castañas envasadas al vacío.

Recomendaciones al emprendimiento y a los aliados: reforzar la gobernanza de la cooperativa y un mayor involucramiento de los asociados, así como una formación en cooperativismo y gestión empresarial. También continuar mejorando los controles financieros y administrativos con el fin de sistematizar, automatizar y proporcionar información integrada para un mejor seguimiento de la gestión. En la búsqueda de nuevos mercados, la cooperativa debería utilizar la guía comercial y la lista de clientes y socios potenciales.



“Todos los socios están viendo cómo la cooperativa les está proporcionando mucha alegría al tener un producto que muestra la castaña hecha por la propia comunidad. Además de ser una actividad cultural del pueblo paiter, la cosecha de castañas también está relacionada con la preservación del bosque...porque cuando las familias van a recoger las castañas, están vigilando toda la zona”

Elisangela Suruí, gerente de producción de castaña





Video



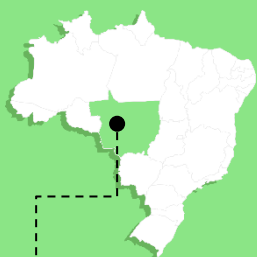
Associação Indígena Kawaiwete



La Asociación Indígena Kawaiwete de Brasil comercializa castañas (*Bertholletia excelsa*) en la región del Alto Tapajós en el estado de Mato Grosso. La actividad de la Asociación busca generar ingresos para las 60 familias dedicadas a la recolección de castañas, así como fortalecer la organización social y las tradiciones del pueblo Kayabi.



En el marco del proyecto, la asociación ha desarrollado sus controles sobre los ingresos y anticipos de capital circulante a los miembros. También han conseguido comprar un barco con el rendimiento del capital invertido en la compra de nueces de Brasil.



Ubicación:
Apiaká-Kayabi (Mato Grosso)



Sector:
Forestal no maderable (castaña)



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Kayabi (Kawaiwete)



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
Fondos de proyectos complementarios de WWF Brasil



Liderado por
Mujer



Socios
533



Mercado objetivo
Nacional



Fondos apalancados:
\$2,100 USD



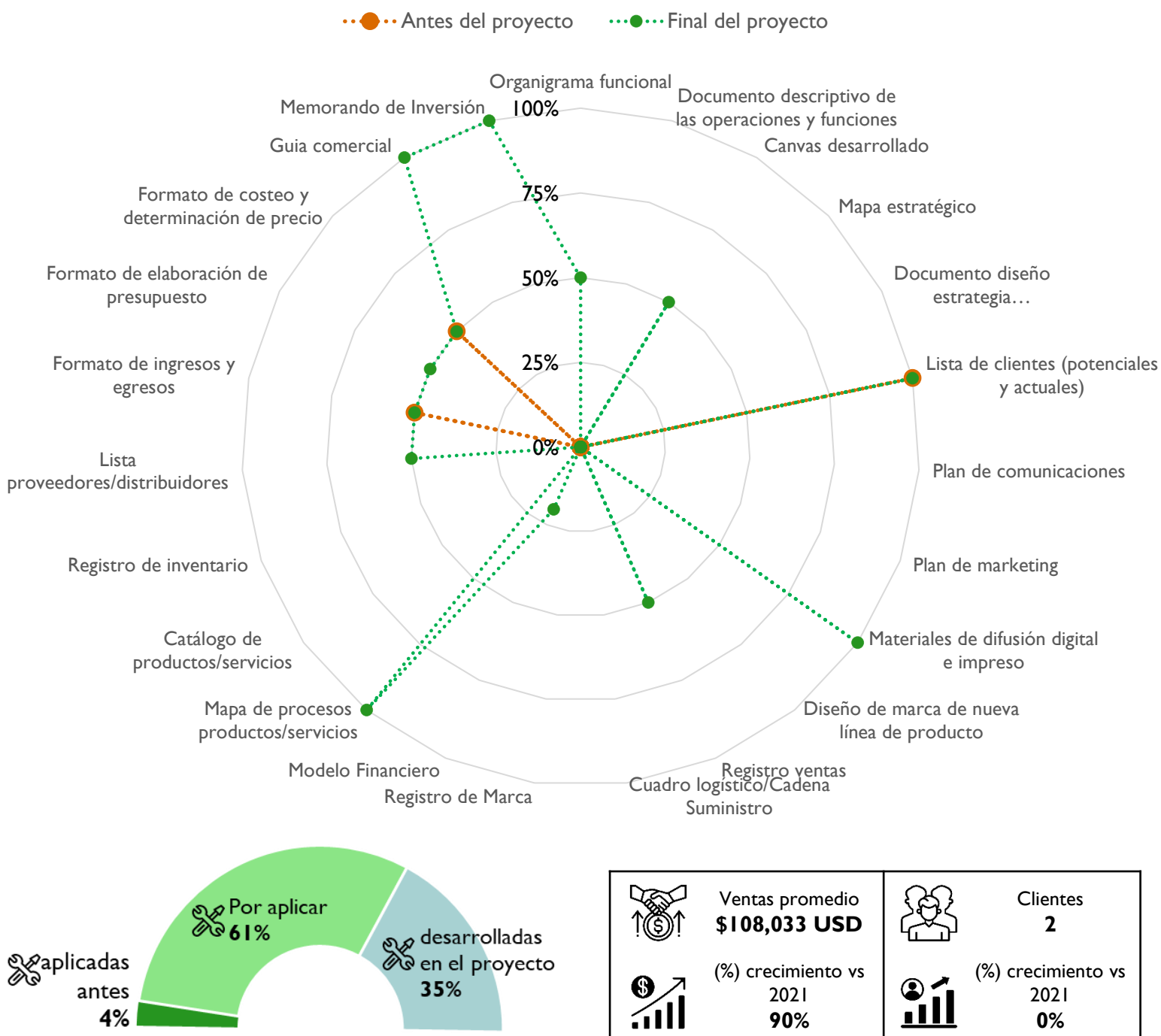
Ventajas que hacen especial a Associação Indígena Kawaiwete



La Asociación tiene un gran potencial para la recolección y procesamiento de la castaña. Sus productos tienen una fuerte identidad cultural.

Resultados e hitos alcanzados

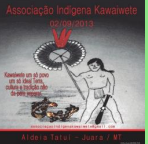
En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados

Contabilidad y finanzas: llevan registros de compras y ventas, y los miembros emiten recibos.

Redes: Participan en la red “Observatorio da Castanha da Amazonia”



Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



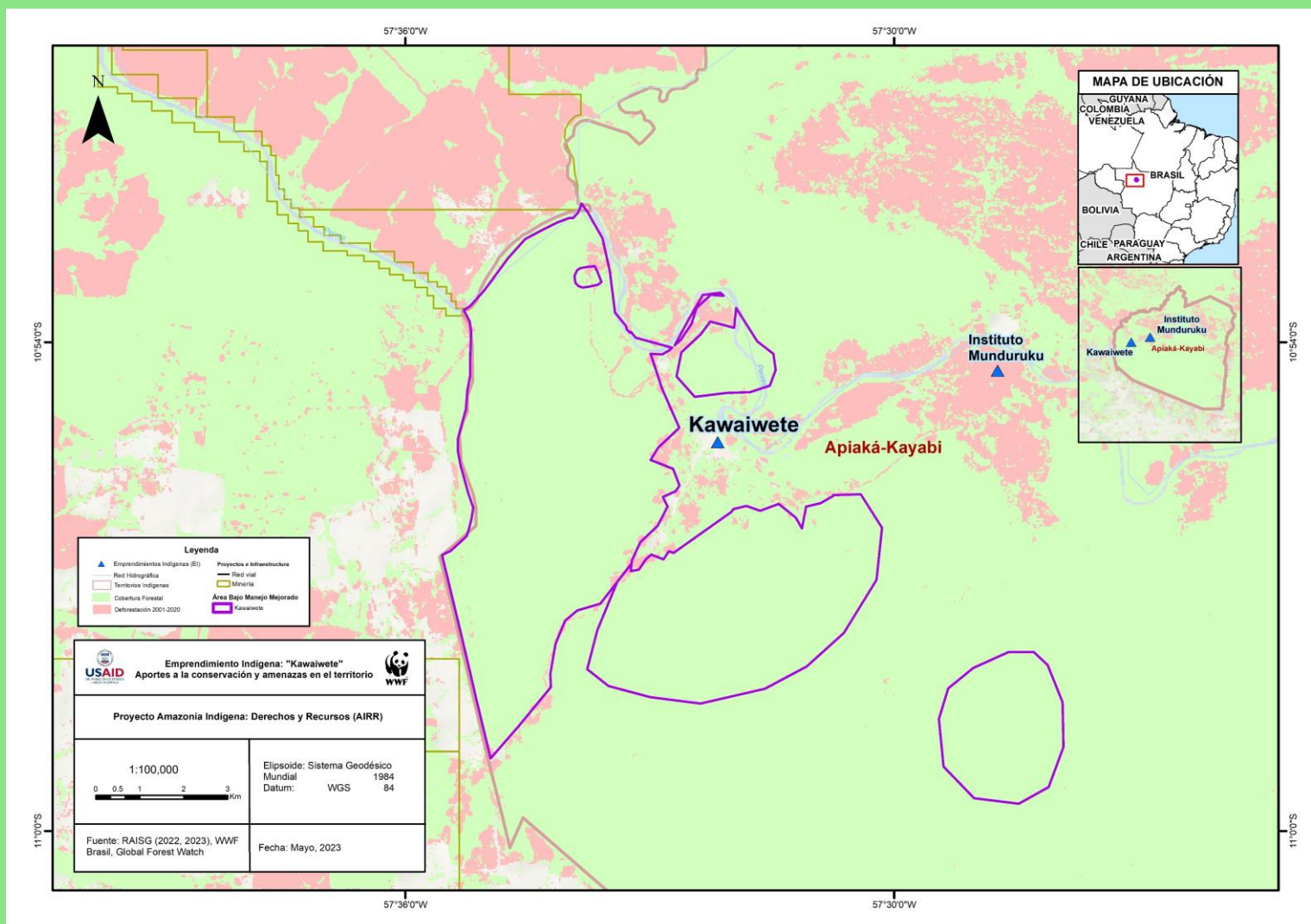
La asociación está comprometida con la conservación y uso sostenible de 6,934 hectáreas, involucrando a 78 familias de la comunidad que residen en la aldea (ver mapa). La actividad de recolección se realiza, tanto en su territorio, como en áreas de tierras privadas vecinas, bajo acuerdos que incluyen la distribución de ganancias con los propietarios. Las prácticas utilizadas son principalmente tradicionales, respetando la regeneración de la castaña y la regeneración natural del bosque.



La asociación ha implementado una serie de medidas de mitigación destinadas a abordar los impactos ambientales y sociales asociados con la recolección y comercialización de castañas. Estas medidas abarcan una amplia gama de acciones, desde el involucramiento activo de mujeres, jóvenes y otros grupos vulnerables en las actividades económicas hasta el fortalecimiento de la cohesión social al involucrar a diversos segmentos de la comunidad, incluir grupos vulnerables y productores menos comprometidos en la cadena de comercialización de las castañas (*Bertholletia excelsa*). Asimismo, han implementado medidas para mejorar la transparencia en el uso de recursos y la distribución equitativa de los ingresos generados por la venta de castañas, promoviendo un desarrollo económico más equitativo. Se realiza un monitoreo constante del volumen de recolección de castañas para evitar la sobreexplotación de esta.



Estas prácticas no solo generan ingresos para las familias indígenas, sino que también contribuyen a la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales al promover la regeneración forestal, el respeto por la biodiversidad local, así como al establecer acuerdos beneficiosos con propietarios de tierras privadas para la gestión conjunta de recursos.



Conclusiones y recomendaciones



El emprendimiento utiliza la asociación como medio de comercialización de la castaña, pero vende al mismo precio que compra, sin tener en cuenta sus costes administrativos y operativos. Necesita reevaluar el precio de su producto sobre la base de un control financiero y administrativo más adecuado que pueda medir los gastos totales en los que incurre.



Necesitan asesoramiento técnico externo que pueda seguir de cerca y orientar la marcha de sus actividades, ayudándoles a elaborar un plan comercial para captar otros clientes. Para ello, deben aprovechar la guía comercial y la lista de clientes y socios potenciales, así como el memorándum de inversión, que describe estas formas de estructurar la empresa en su totalidad.



“El proyecto [AIRR] nos ayudó a organizar a la comunidad. Trabajamos principalmente en recolectar la castaña, y llegábamos a recolectar bastante. Ahora, con la creación de la asociación Kawaiwete podemos venderla y también hemos recaudado fondos para continuar trabajando”

Murai Kayabi, consejo de supervisión y líder indígena





Video



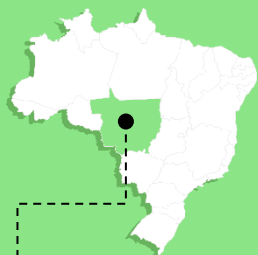
Instituto Munduruku



Junto con la cooperativa COOPEAMUWAYDIP, se dedica al fortalecimiento de la cadena productiva de la castaña (*Bertholletia excelsa*) en la Tierra Indígena Apiaká-Kayabi, en el estado de Mato Grosso.



La iniciativa utilizó recursos del proyecto para el mantenimiento de un nuevo sendero hasta un castañar, así como para adquirir una motocicleta, lo que facilitó a los productores la entrada al bosque, debido a que estaban limitados a los castañares más cercanos.



Ubicación:
Apiaká-Kayabi (Mato Grosso)



Sector:
Forestal no maderable (castaña)



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Mundurukú



Comunidades beneficiadas
3



Fondos entregados por AIRR
Fondos de proyectos complementarios de WWF Brasil



Liderado por
Hombre



Socios
45



Mercado objetivo
Nacional



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial a Instituto Munduruku



Los productos de la Asociación tienen una fuerte identidad cultural.



Cuenta con un asesor técnico que diseña, ejecuta y supervisa los proyectos.



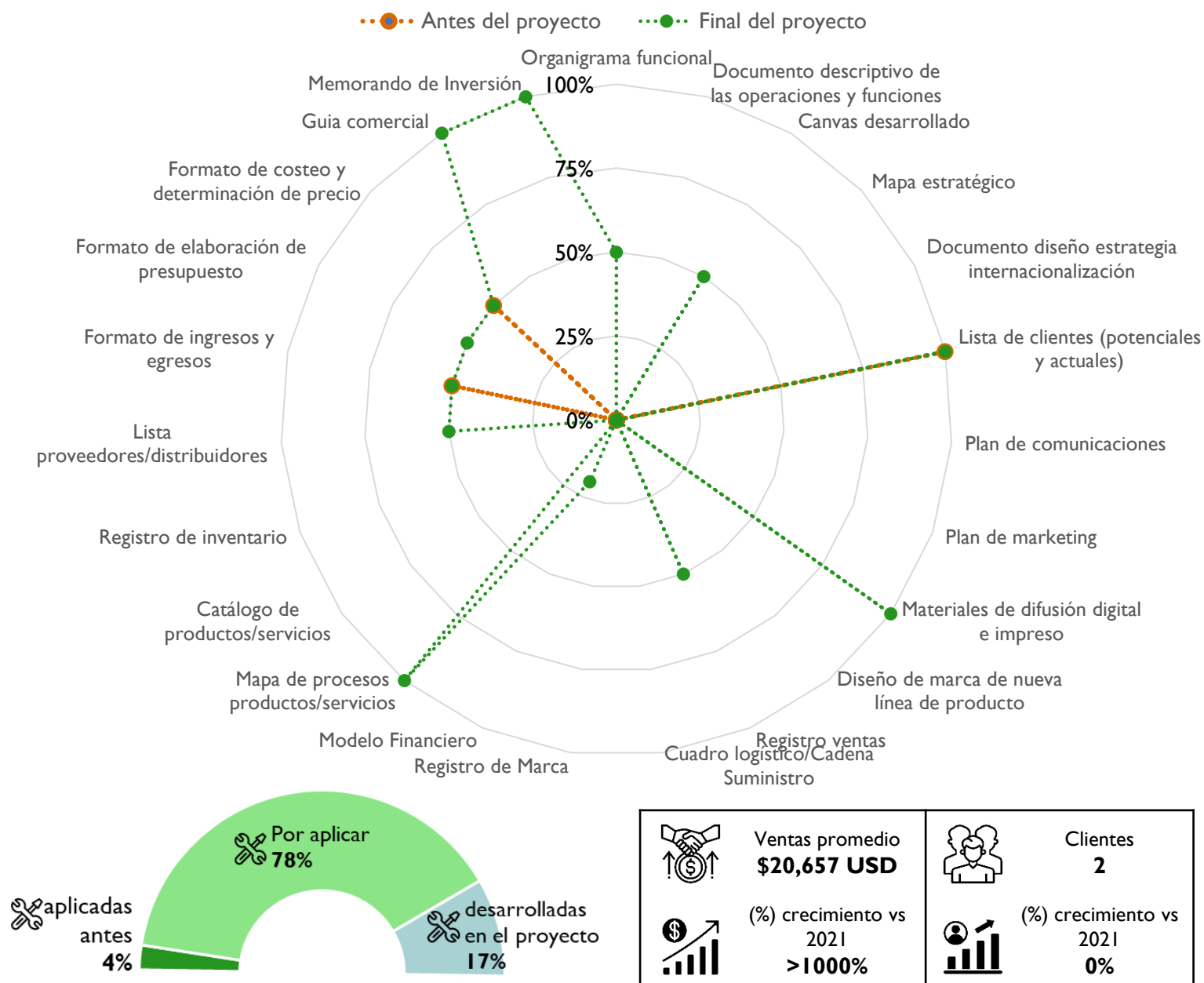
Tienen un mercado garantizado para las castañas.



Cuenta con socios que apoyan las acciones estratégicas de la asociación cubriendo costos logísticos y administrativas, invirtiendo cantidades significativas cada año.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros de ventas mensuales y han mejorado el control de existencias



Organizativo: Los miembros del instituto crearon una cooperativa para facilitar la comercialización de nueces de Brasil y otros productos.



Ventas y marketing: Aumento de las ventas mediante la participación en ferias y eventos y la creación de un sitio web. Las ventas se realizan a través de la cooperativa creada.



Involucramiento en redes: Participa en la "Red Observatório da Castanha da Amazônia".

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



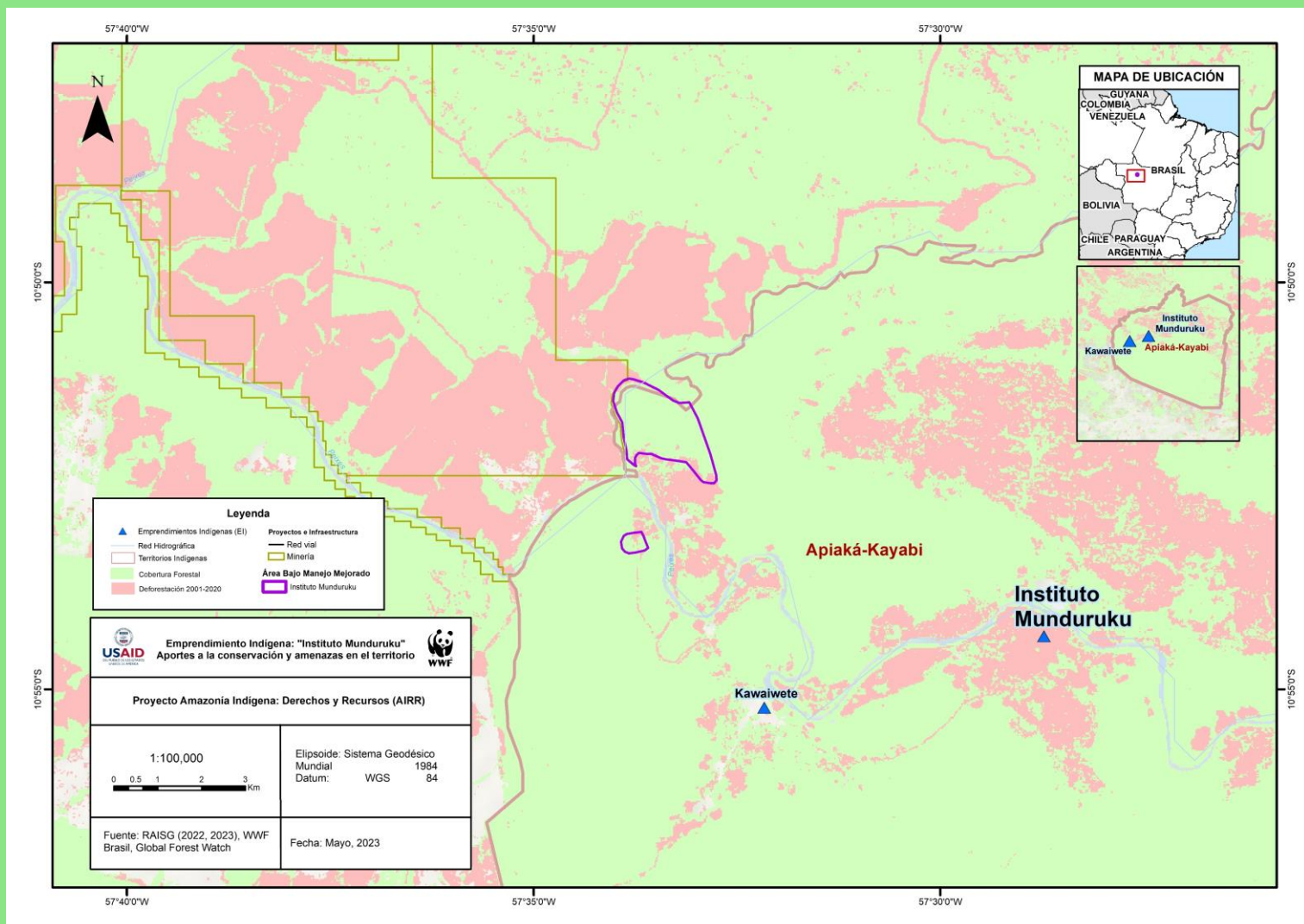
El Instituto Munduruku realiza el manejo mejorado de 322 hectáreas de castaños en la Tierra Indígena Apiaká-Kayabi, en el estado de Mato Grosso (ver mapa). Involucra a 43 familias de la aldea Munduruku, quienes realizan la extracción de la castaña de forma tradicional, implementando buenas prácticas en la colecta y almacenamiento, las cuales fueron aprendidas a través de capacitaciones.



La recolección se lleva a cabo dejando una cantidad razonable de frutos para la regeneración natural y la alimentación de la fauna, además de respetar las áreas de regeneración de nuevos castaños durante la limpieza de senderos. Implementaron otras medidas de mitigación para abordar los posibles impactos ambientales y sociales por las actividades de recolección y comercialización de castaña (*Bertholletia excelsa*). Estas medidas incluyen fomentar la participación equitativa de jóvenes, mujeres y ancianos, establecer mecanismos para evitar la sobreexplotación los castaños y fortalecer la transparencia en la comercialización.



Estas actividades económicas tradicionales, no solo contribuyen a la conservación de los territorios y la biodiversidad, sino que también buscan empoderar a grupos vulnerables, proteger la salud de quienes participan en la actividad, preservar los conocimientos de la comunidad, fomentar la buena gobernanza y garantizar la sostenibilidad de los recursos naturales que son vitales para el bienestar social y económico de toda la comunidad.



Conclusiones y recomendaciones



A lo largo del proyecto, el emprendimiento ha dejado de comprar y vender directamente los productos. En su lugar, sólo actúa como representante de ventas de una cooperativa creada por los mismos miembros. Desempeña el papel de comercializadora de la castaña porque es más conocida en el mercado, pero lo hace gratuitamente y no obtiene un margen de la venta para pagar sus gastos administrativos y operativos.



Actualmente está elaborando un plan de empresa actualizado para el nuevo ámbito de operaciones y busca más asesoramiento técnico para desarrollar y orientar las actividades de gestión, especialmente en lo que se refiere al control financiero y administrativo.

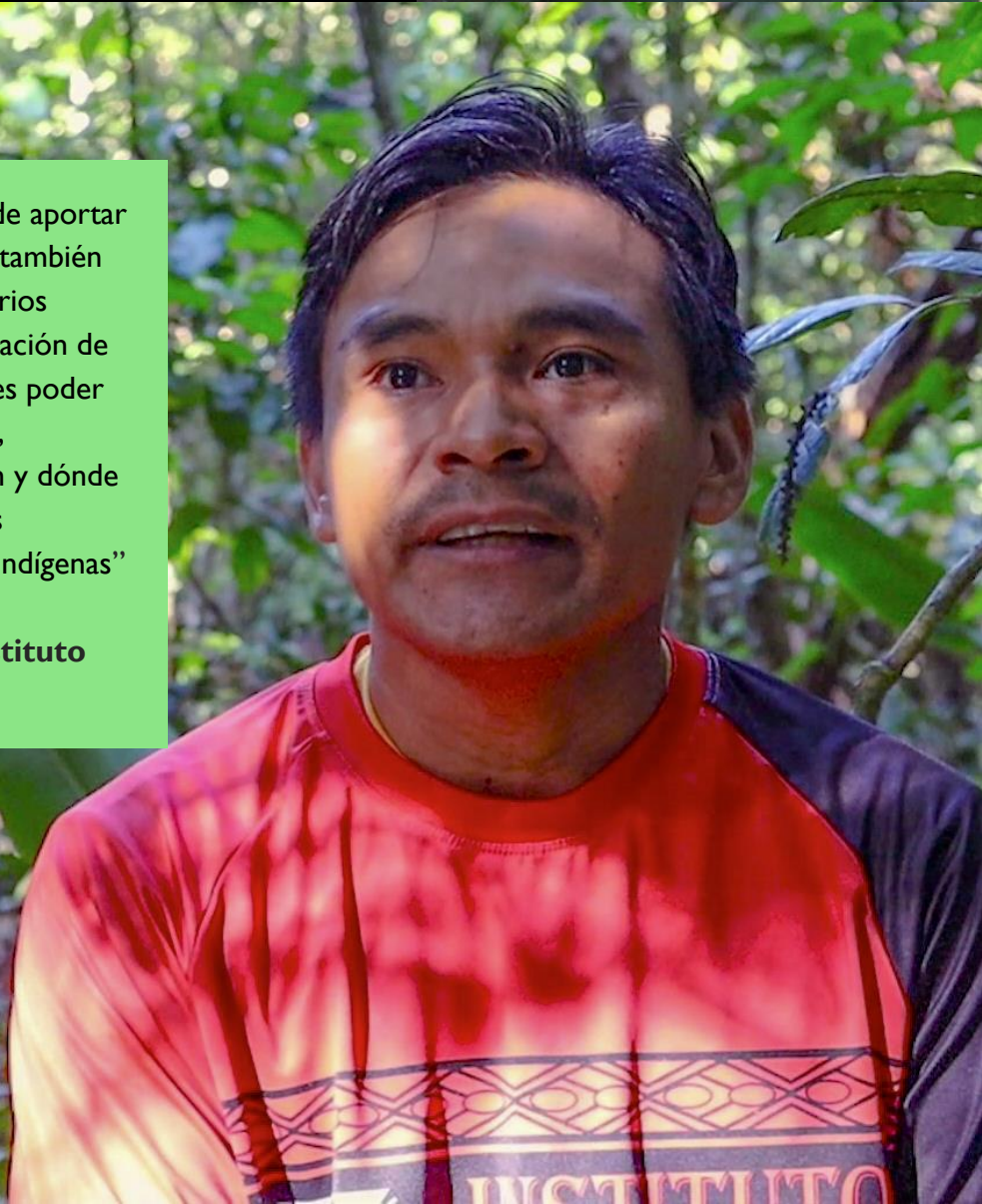


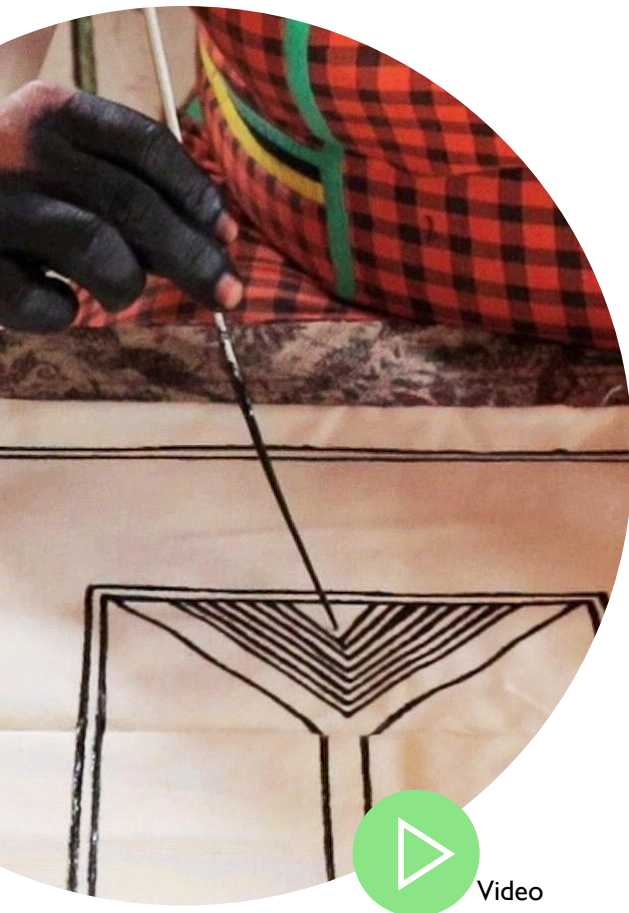
Además, la iniciativa tiene un gran potencial en el desarrollo de la cadena del açaí, pero necesita apoyo para estructurar un plan comercial para esta cadena.



“La producción de la castaña, además de aportar ingresos a nuestros pueblos indígenas, también ayudan a supervisar y vigilar los territorios donde se encuentra la mayor concentración de castaños. Uno de nuestros proyectos es poder inspeccionar y monitorear los bosques, cartografiar dónde hay más producción y dónde hay menos. Tener todas estas variables contribuye a la vigilancia de las tierras indígenas”

Marcelo Munduruku, socio del Instituto Munduruku





Video



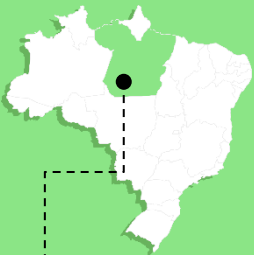
Associação Bebô Xikrin do Bacajá (ABEX)



Es una organización indígena que promueve el etnodesarrollo y la comercialización de artesanías producidas por mujeres artesanas de la Tierra Indígena Trincheira Bacajá en Brasil.



Gracias al proyecto, ABEX ha desarrollado principalmente la cadena artesanal y ahora se prepara para la ampliación. La gobernanza se ha reforzado y ahora incluye a las mujeres en la toma de decisiones. El hecho de contar con un asesor técnico externo facilitó mucho el desarrollo de las actividades del proyecto con la iniciativa.



Ubicación:
Altamira (Pará)



Sector:
Artesanía y moda sostenible



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Mebengokrê Xikrin



Comunidades beneficiadas
21



Fondos entregados por AIRR
\$7,840 USD



Liderado por
Mujer



Socios
1350



Mercado objetivo
Nacional



Fondos apalancados:
\$30,675 USD



Ventajas que hacen especial a ABEX



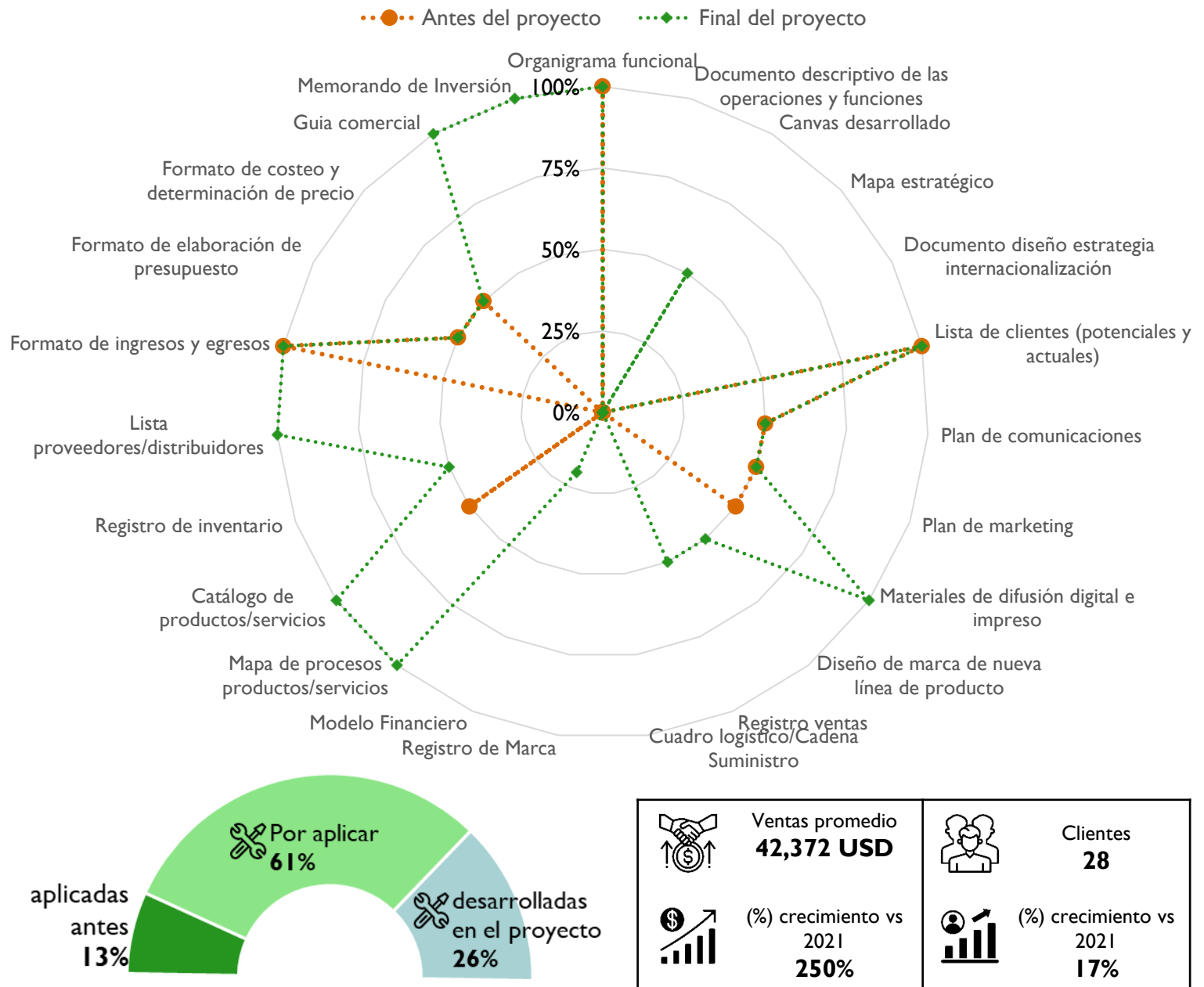
Los productos de la Asociación tienen una fuerte identidad cultural. Cuenta con un asesor técnico que diseña, ejecuta y supervisa los proyectos.



Tienen un mercado garantizado para las castañas. Cuenta con socios que apoyan las acciones estratégicas de la asociación cubriendo costos logísticos y administrativas, invirtiendo cantidades significativas cada año.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Involucramiento en redes: Participa en la “red de comedores terra do meio” para la comercialización de la castaña, en la “red Origens Brasil” para el comercio ético de sus productos y en la “red Observatório da Castanha da Amazônia”.



Contable y financiero: Cuentan con registros de ventas mensuales y han mejorado el control de existencias



Organizativo: La asociación incluyó a mujeres en la junta directiva; creó un comité de mujeres para tomar decisiones sobre la cadena de artesanía y aceite de babasú; y así consiguió una mayor visibilidad para las mujeres.



Ventas y marketing: Aumento de las ventas mediante la participación en ferias y eventos y la creación de un sitio web .

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



La actividad económica principal de ABEX se centra en la producción artesanal de pulseras, bolsos, camisetas y telas con diseños tradicionales. Esta labor utiliza insumos como telas, cuentas, pinturas y maquinaria de coser, los cuales no provienen directamente del bosque amazónico. Al no hacer uso de productos forestales maderables o no maderables, y al tener una actividad de bajo impacto ambiental, ABEX no ha requerido delimitar áreas específicas para un manejo mejorado de los recursos naturales en su territorio.



ABEX, implementó acciones concretas como fomentar la participación activa y la comunicación transparente con los miembros y artesanos, y se promovió la inclusión de grupos vulnerables en las actividades económicas. Asimismo, se establecieron criterios éticos para distribuir equitativamente las materias primas: telas, abalorios/cuentas y pinturas acrílicas, utilizadas en sus artesanías.



Además, se adoptaron medidas para mejorar la transparencia en la facturación y el uso de recursos. Desde una perspectiva ambiental, se implementaron medidas para el manejo de residuos sólidos. Aunque se generan en poca cantidad, buscan la reutilización de los botes de pintura usados y los restos de telas, para evitar su disposición como residuos sólidos. Esta iniciativa, promueve el etnodesarrollo y la preservación de su patrimonio cultural. El fortalecimiento de sus cadenas productivas contribuye a su subsistencia en armonía con su territorio amazónico, al uso sostenible de recursos locales y a la conservación de la biodiversidad.



Conclusiones y recomendaciones

ABEX necesita desarrollar su propio plan de negocio para cada cadena de valor que produce y comercializa: castaña, aceite de babasú y artesanía, y debe utilizar como base la información contenida en el memorando de inversión.

También necesita mejorar sus controles financieros y administrativos, sistematizándolos e integrándolos con los controles de ventas, inventario y capital circulante.

Otro punto crucial para que ABEX alcance el umbral de rentabilidad y sea financieramente sostenible es reevaluar el precio de todos sus productos de venta para incluir los costos administrativos, logísticos y comerciales de la asociación, además de los costos de producción que ya tiene en cuenta.



“Las mujeres de Xikrin trabajamos juntas, pintamos las telas y hacemos bolsas para vender. Aprendimos a pintar sobre la tela y ahora queremos hacer más productos... Nosotras, las menire [mujeres], hacemos los bolsos, los pendientes y los cordones que enviamos [para vender] a ABEX. Es muy importante dar a las mujeres Xikrin la fuerza para trabajar más, apoyarlas pues es una iniciativa económica propia [la artesanía y aceites] de la comunidad”

Ngrenhkarati Xikrin, artesana y representante de las menire



Video



casa de cultura Iny

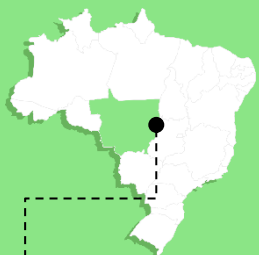
Casa de Cultura Karajá



Asociación indígena creada en 2002 que apoya a las comunidades del pueblo Iny-Karajá en la generación de ingresos a través de la venta colectiva de artesanías elaboradas con recursos naturales extraídos de forma tradicional en tres Tierras Indígenas (TI) en Mato Grosso y Tocantins: Parque Indígena do Araguaia, TI Tapirapé- Karajá y TI São Domingos.



Gracias a su participación en el proyecto, la asociación ahora cuenta con su propio bote para distribuir las artesanías en los otros pueblos y han contratado a un joven de la localidad, formado para realizar conexiones comerciales a través de medios digitales.



Ubicación:
São Felix do Araguaia
(Mato Grosso)



Sector:
Artesanía



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Karajá



Comunidades beneficiadas
9



Fondos entregados por AIRR
\$6,800 USD



Liderado por
Hombre



Socios
100



Mercado objetivo
Nacional



Fondos apalancados:
\$0



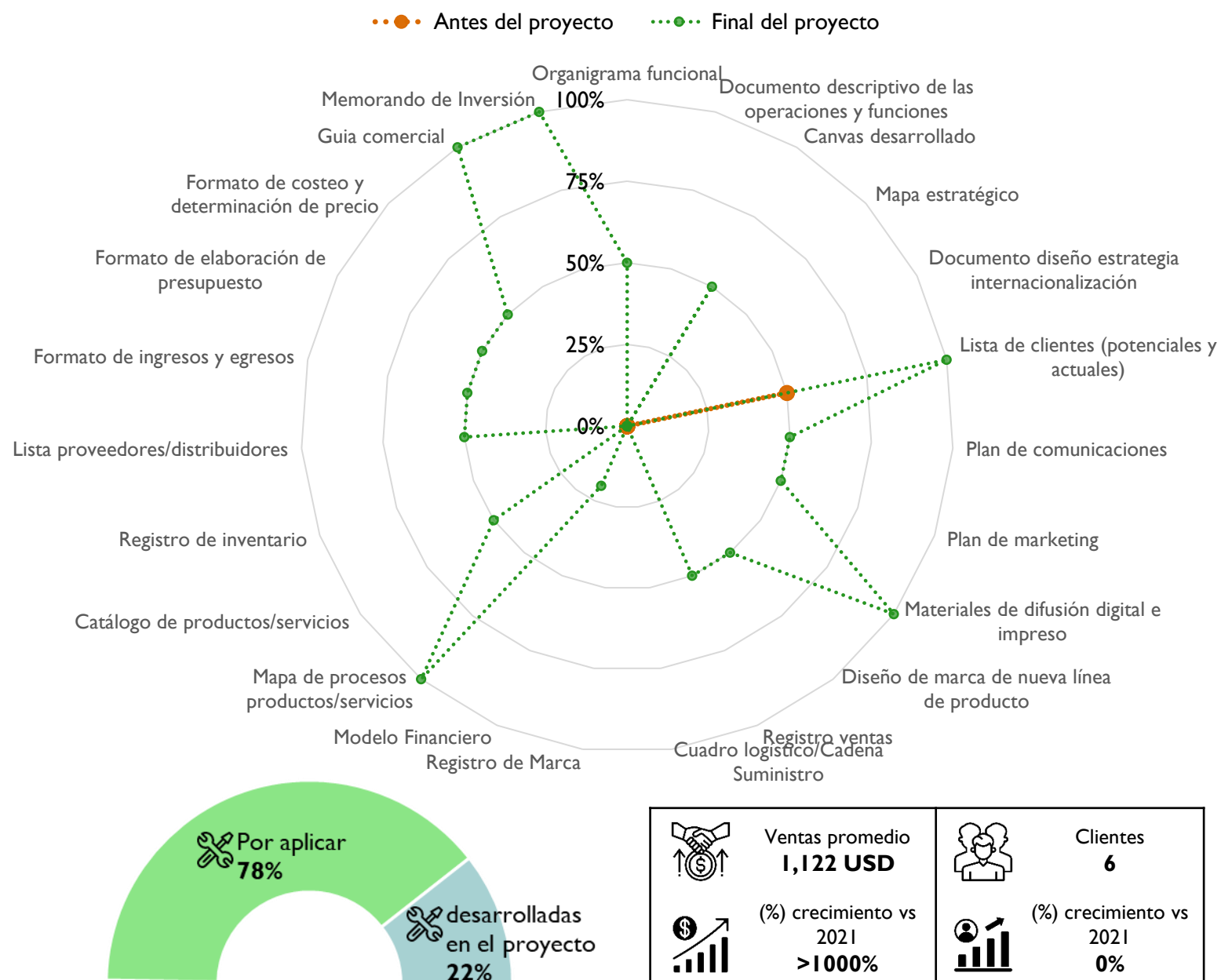
Ventajas que hacen especial a Casa de Cultura Karajá



La asociación tiene una fuerte identidad cultural en las artesanías producidas y comercializadas. Cuenta con una amplia cartera de clientes, desde tiendas de artesanía hasta museos y centros culturales. Participan mujeres indígenas en puestos directivos.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Ventas y marketing: La asociación participa cada año en un gran número de ferias de artesanía, gracias al apoyo recibido de las instituciones gubernamentales de la región.



Producción: La logística de adquisición de artesanía para la venta ha mejorado gracias a la embarcación obtenida con los recursos del proyecto.



Redes: Fuerte participación en ferias de artesanía regionales, estatales y nacionales.

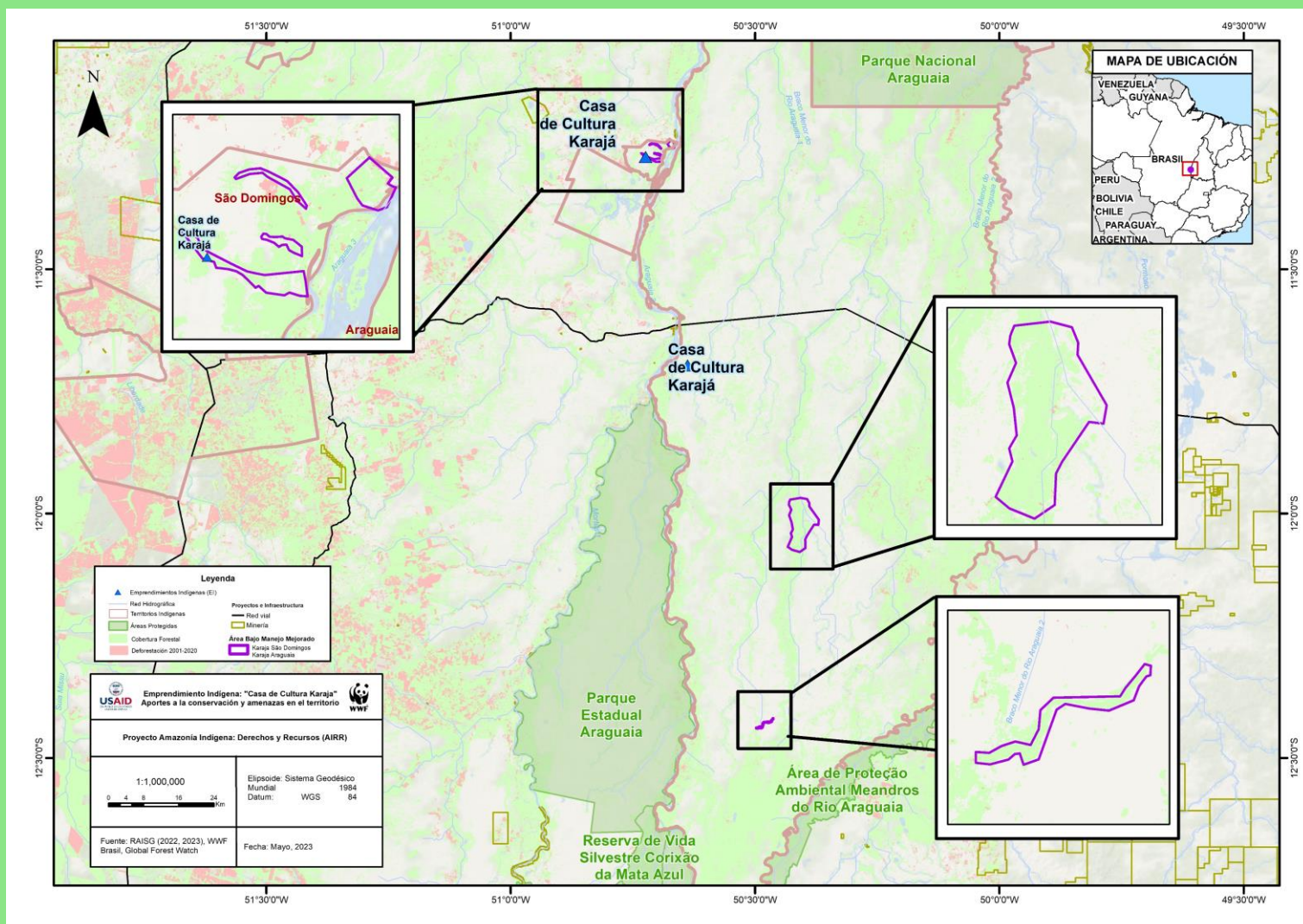
Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



Las actividades desarrolladas por la Asociación Casa de Cultura Karajá, abarcan áreas mejoradas que suman un total de 5,821 hectáreas en tres territorios indígenas: Parque Indígena do Araguaia, Tierra Indígena Tapirapé-Karajá y Tierra Indígena São Domingos (ver mapa). En estas áreas, más de 50 familias de 19 comunidades indígenas están involucradas en la recolección de fibra vegetal y semillas de buriti (*Mauritia flexuosa*), barro, plumas de Jaburu (*Jabiru mycteria*) y otros, para realizar diversas artesanías. Las áreas para la recolección se gestionan anualmente y rotan. Hay zonas que se utilizan en determinadas temporadas debido a la disponibilidad de recursos. Los artesanos tienen sus propias prácticas y costumbres para recolectar recursos de manera que no pongan en peligro la reproducción y/o disponibilidad del burití.

Por otro lado, incluyeron promover la participación de los grupos vulnerables (mujeres, jóvenes y ancianas), la comunidad de la aldea Fontoura en el Parque Indígena Araguaia cuenta con el mayor número de artesanías vinculadas a la asociación, entre ellas mujeres jóvenes, mujeres y ancianas en un total de 280.

Al asegurar la continuidad en el uso de técnicas ancestrales de los Karajá, que respetan los ciclos naturales y evitan el agotamiento de las especies, se hace un aporte significativo a la conservación. Garantizando el manejo sostenible de los recursos y una participación más equitativa de todos los miembros de la comunidad en las actividades económicas. Estas medidas no solo protegen el medio ambiente, sino que también fortalecen la cohesión social y promueven un desarrollo más sostenible para la comunidad Karajá.



Conclusiones y recomendaciones

Con el proyecto, los miembros del emprendimiento han mejorado el funcionamiento del negocio, aún hay carencias en varias áreas para el desarrollo de la iniciativa, empezando por la gobernanza, actualmente cuenta con dos personas al frente de la asociación, asumiendo todas las funciones.

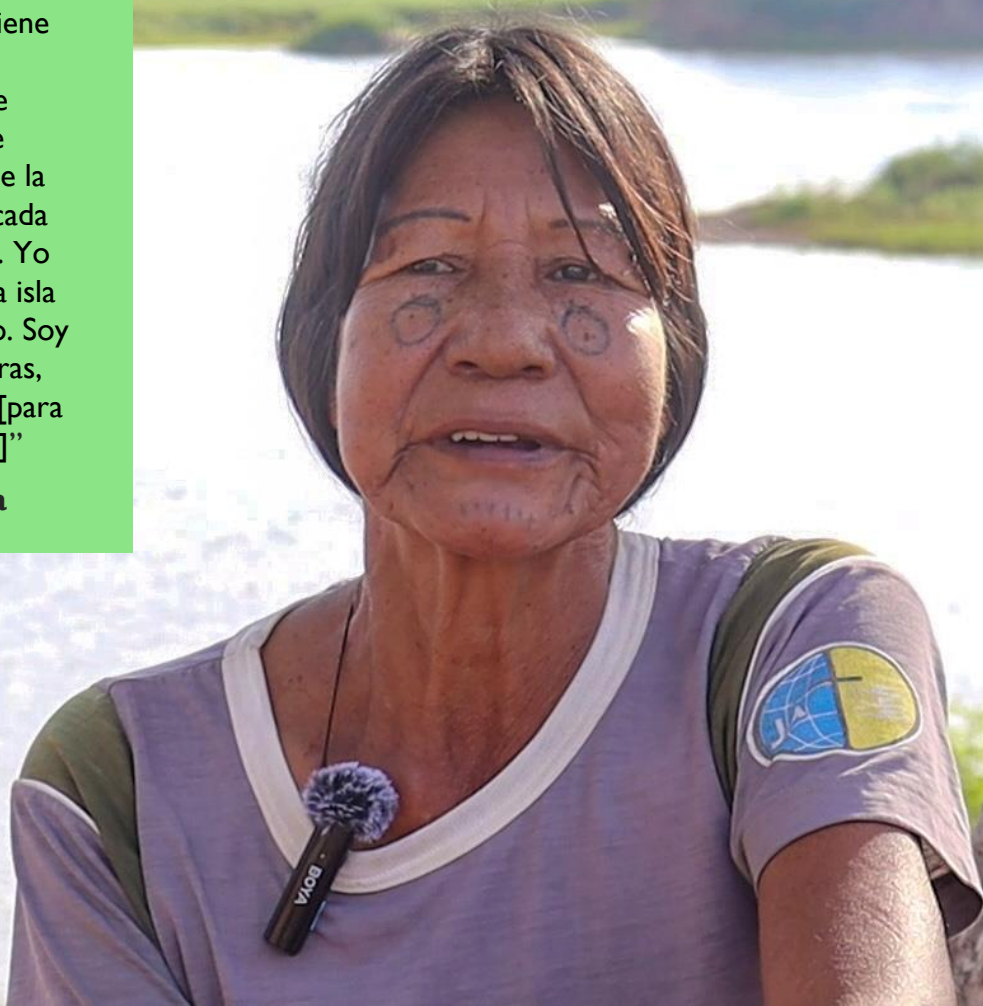
Necesitan elaborar y estructurar un plan de negocio adecuado a sus objetivos de crecimiento. Se recomienda contratar asesoramiento técnico para seguir de cerca y oriente el desarrollo del EI, especialmente en lo que respecta a los controles financieros y administrativos.

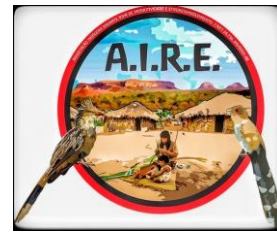
La Casa de Cultura también necesita a alguien que impulse las ventas, elabore un plan comercial basado en la guía comercial facilitada, busque nuevos clientes fijos y reajuste los precios de todos sus productos que estén desfasados en comparación con el mercado.



“La artesanía que hacemos tiene significado. Tiene lo que la naturaleza representa, lo que representa el espíritu, lo que significa celebrar una fiesta de la miel, una estrella diferente, cada uno con un diseño diferente. Yo vivo aquí en la isla Bananal, la isla fluvial más grande del mundo. Soy artesana, hago de todo, esteras, tocados, muñecos de barro [para llevar un ingreso a mi familia]”

Lourdes Karaja, artesana





Associação Indígena Xavante Ripá de Produtividade e Etno-desenvolvimento (AIRE)



Representa a una comunidad de aproximadamente 190 personas del pueblo Xavante en Brasil. Recolectan, procesan, almacenan y comercializan semillas nativas, principalmente de jatobá-da-mata y barú, como parte de sus prácticas tradicionales.



Con el proyecto AIRR, tuvieron acceso a otros espacios de interacción a través de medios digitales y un asesor externo que facilitó el diálogo en portugués.



Video



Ubicación:

Canarama (Mato Grosso) y
Terra indígena Pimentel-
Barbosa



Sector:

Forestal no maderable
(semillas)



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Xavante



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$4,800 USD



Liderado por
Hombre



Socios
89



Mercado objetivo
Nacional



Fondos apalancados:
\$0



Ventajas que hacen especial a AIRE



AIRE lleva a cabo una actividad cultural de su pueblo, la cosecha de semillas forma parte de su cultura alimentaria y de la generación de ingresos.



Cuenta con asesores técnicos que diseñan y supervisan los proyectos, y realizan la gestión comercial.

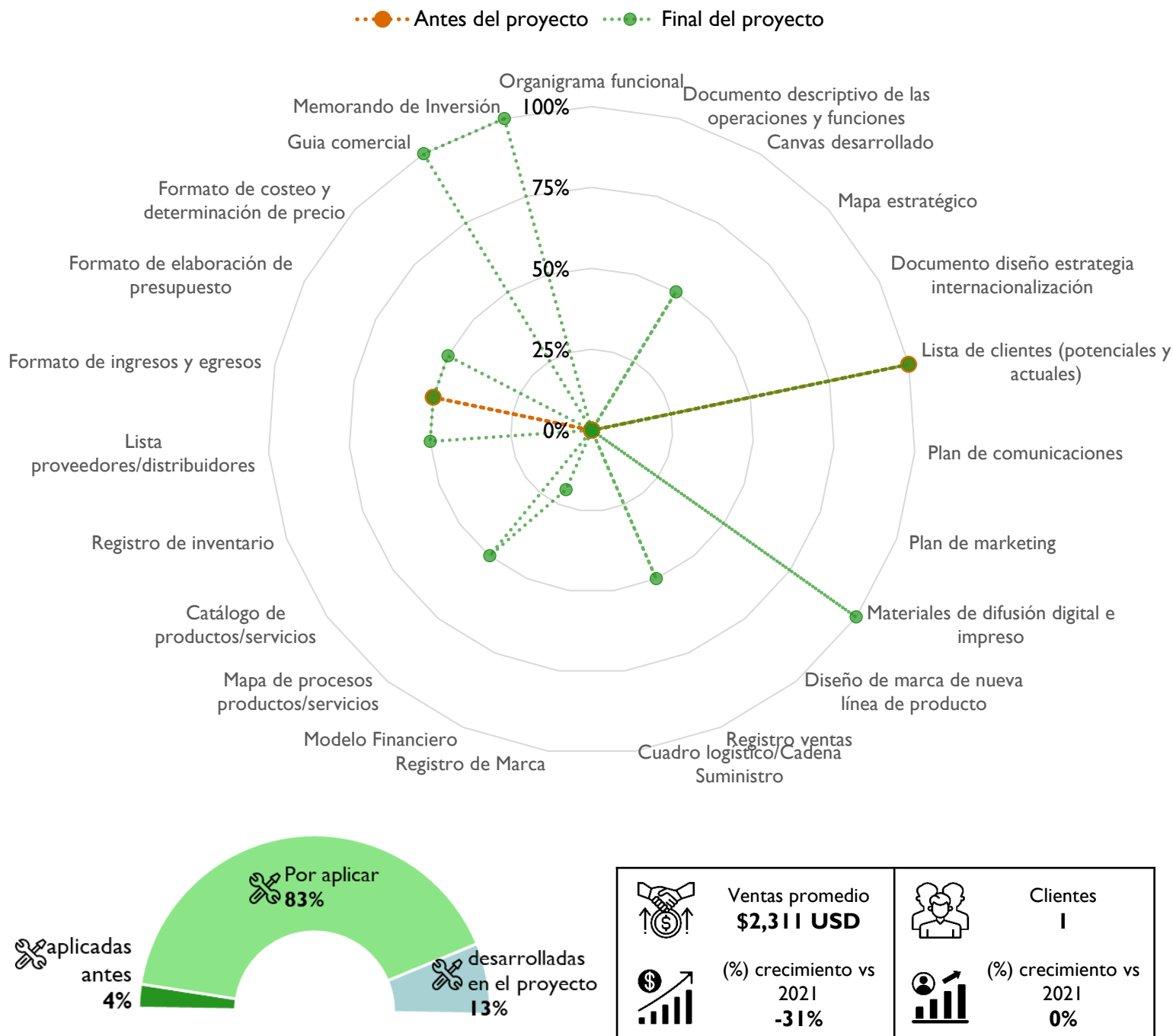


Depende en gran medida de las mujeres como recolectoras de semillas. Disponen de una amplia variedad de especies nativas de semillas para la venta, la plantación y la regeneración del suelo.



Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contabilidad y finanzas: Disponen de registros de ventas



Redes: Participar en la Red de Semillas de Xingu.



Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



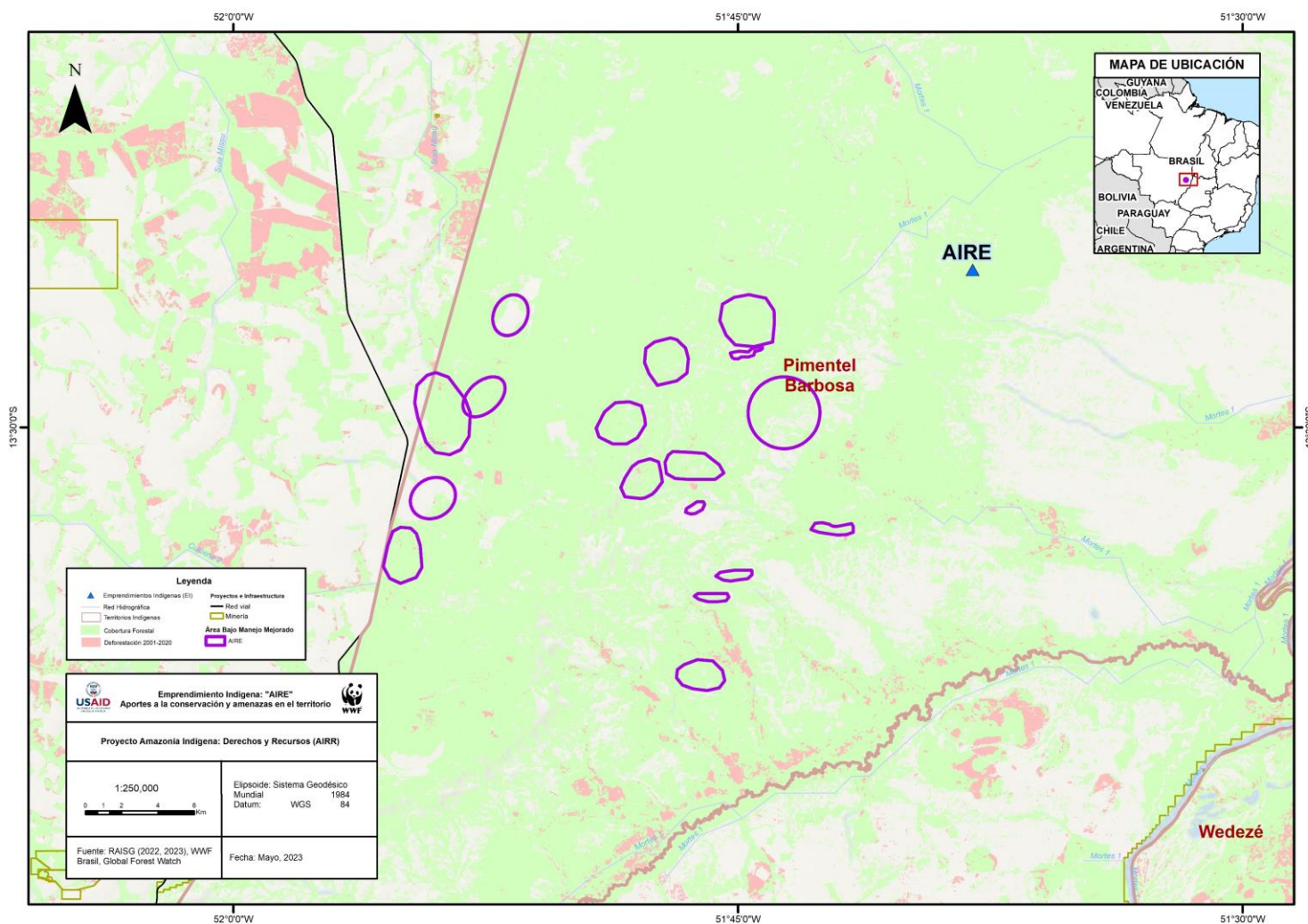
La actividad económica de AIRE abarca un área bajo manejo mejorado, para la recolección de semillas nativas como el barú (*Dipteryx alata*) y el jatobá-da-mata (*Hymenaea courbaril*), de 6.795 hectáreas dispersas en 17 sitios tradicionales de la Tierra Indígena (ver mapa). La extracción se realiza mediante prácticas ancestrales de rotación anual de zonas de recolección, recolectando solo frutos maduros caídos y dejando semillas para la regeneración natural y alimentación de la fauna.



AIRE ha implementado medidas efectivas para mitigar los impactos ambientales y sociales tales como el destinar semillas para reforestación en sistemas agroforestales. Valoriza los conocimientos ancestrales sobre el aprovechamiento de recursos naturales. La alianza con la Red de Semillas del Xingú, permite brindar capacitación, difundir buenas prácticas y apoyar la comercialización. Por otro lado, se ha reconocido la necesidad de fortalecer las capacidades asociativas en gestión, uso de herramientas digitales y elaboración de registros para una mayor transparencia y efectividad.



Estas actividades aportan significativamente a la conservación al promover el manejo sostenible de los recursos del Cerrado, conservar la biodiversidad, generar ingresos compatibles con su cosmovisión, y valorizar los conocimientos tradicionales sobre el aprovechamiento de recursos naturales. Además, fortalecen la defensa territorial frente a amenazas como la expansión agrícola, minería, contaminación e incendios forestales.





Conclusiones y recomendaciones

Pocos miembros de AIRE entienden portugués, lo que dificulta mucho el desarrollo empresarial y el acceso al mercado.

La asociación cuenta con un asesor técnico voluntario que facilita la realización de actividades y el compromiso de AIRE con el público y los socios. Sin embargo, este asesor vive lejos y no siempre está disponible. Por este motivo, se recomienda contratar a un asesor técnico que esté físicamente más cerca, que entienda y hable la lengua xavante, para que proporcione orientación y desarrolle un plan de negocio bien estructurado que tenga en cuenta su realidad. Esta persona, junto con los gestores de AIRE, debería estructurar el control financiero, administrativo, operativo y comercial, y podría utilizar el memorando de entendimiento y la guía comercial como base para toda esta estructuración.

También se sugiere que la asociación establezca una cadena de valor como punto focal para llegar a nuevos mercados: la semilla de baru, que tiene el mayor potencial



“La fruta del barú es nuestra principal fuente de alimento. Los recolectores [de semillas] llevan esta fruta a los niños para enseñarles desde pequeños que este es un alimento natural y nativo [del Cerrado]. Los adultos lo plantan cerca de la comunidad, mientras que las semillas las conservamos para venderlas y plantarlas. Preservar la agroforestería del Cerrado es muy importante porque tenemos diferentes tipos de alimentos que son importantes para la educación alimentaria de los niños. Queremos transmitir estos conocimientos de generación en generación”

Penhiwê Xavante, recolectora de semillas





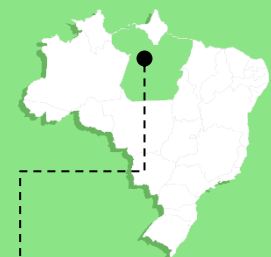
Associação de Moradores Agroextrativistas e Indígenas do Tapajós (AMPRAVAT)



Comunidades indígenas y ribereñas ubicada en la Reserva Extractiva Tapajós-Arapiuns. Se dedican al procesamiento de yuca para la producción de tucupi, harina, vino y mermeladas de frutas, así como la recolección de hongos nativos. Sus productos son vendidos en mercados locales, fomentando la generación de ingresos y el mantenimiento de sus prácticas tradicionales.



Gracias a su participación en el proyecto, cuentan con maquinaria y equipos para la producción, y lograron el recaudo de fondos adicionales para continuar invirtiendo.



Ubicación:
Santarem (Pará)



Sector:
Agricultura



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Tupinambá



Comunidades beneficiadas
6



Fondos entregados por AIRR
\$6,420 USD



Liderado por
Mujer



Socios
100



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$9,739 USD



Ventajas que hacen especial a AMPRAVAT



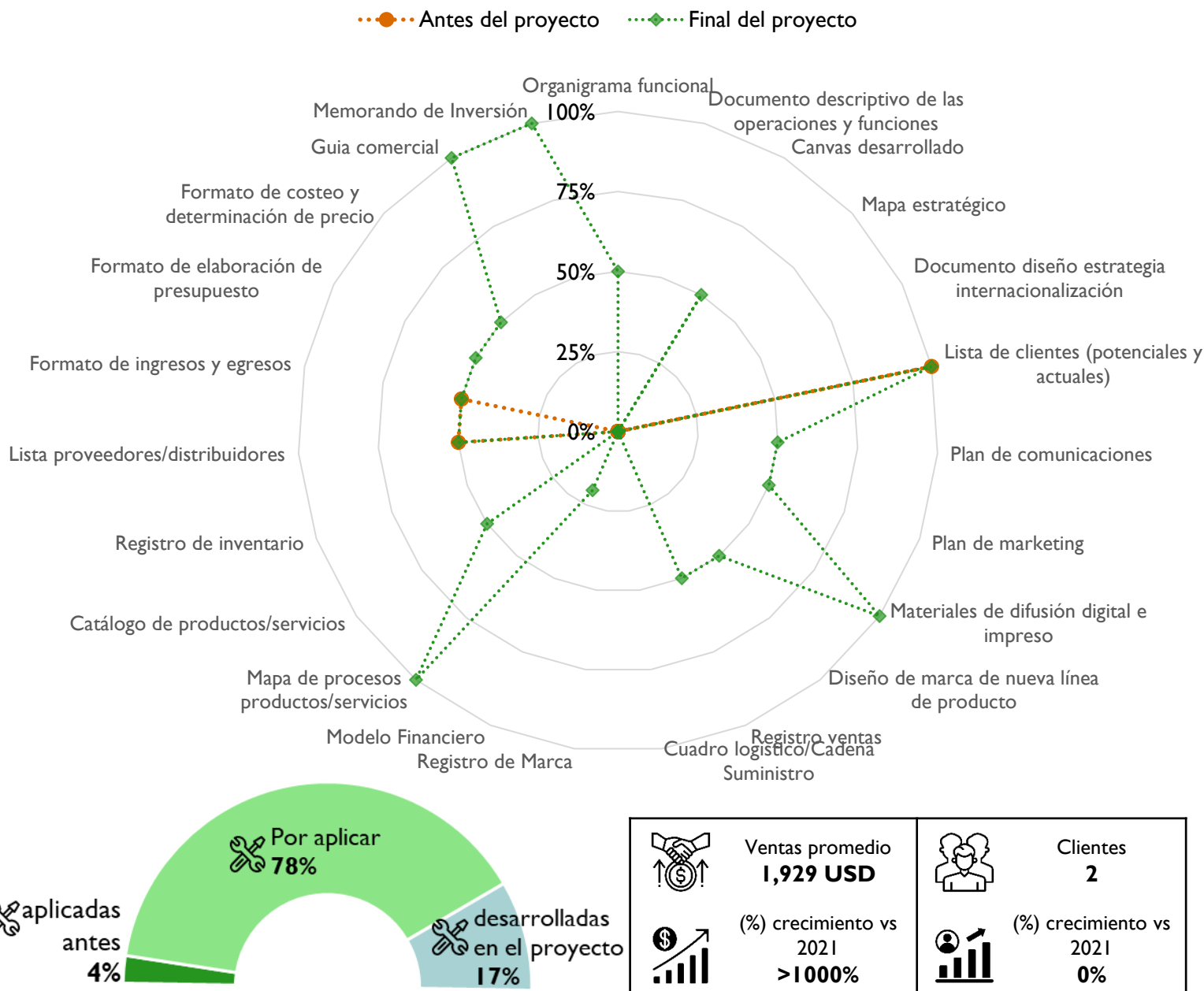
AMPRAVAT trabaja basados en la cultura alimentaria de su pueblo, la mandioca o yuca y sus derivados, está dirigida por mujeres indígenas con formación técnica en agroecología y antropología.



Cuenta con la participación de jóvenes comprometidos con el desarrollo de su territorio. Tienen una gran oportunidad de crecimiento con la apertura de su propio centro de transformación agroindustrial.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados

Organización: La asociación ahora dispone de herramientas de gestión operativa, como fichas de control de calidad de las materias primas, registros de producción y ventas, entre otras.

Ventas y comercialización: esperan aumentar las ventas una vez que obtengan la autorización de la agencia de vigilancia sanitaria, una vez que la agroindustria funcione de acuerdo con los criterios establecidos por la agencia ADEPARÁ.

Producción: Esperan una mejora significativa de la calidad de sus productos tras la apertura del centro de procesamiento agroindustrial.

Redes: Participación en ferias agroecológicas de la región de Santarém.

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



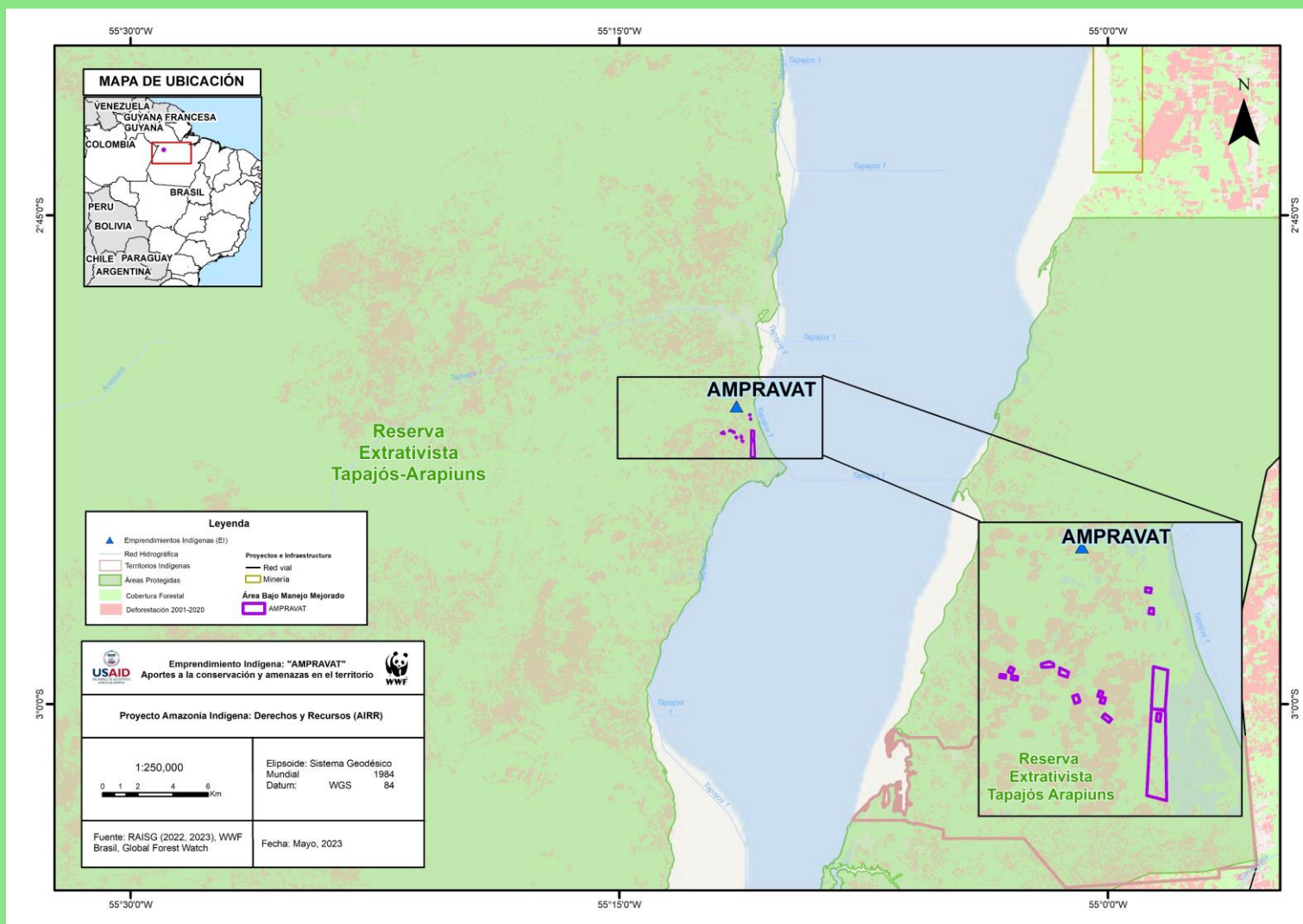
La Asociación AMPRAVAT, maneja un área de 32 hectáreas para la extracción de recursos en la Reserva Extractiva Tapajós- Arapiuns (ver mapa). Las 13 comunidades involucradas, ubicadas en las aldeas de São Pedro, Piquiatuba y Surucuá, practican la rotación de áreas de cultivo cada dos a cinco años para la regeneración natural de la vegetación. Tienen un sistema agroforestal diversificados en el que incluyen árboles frutales y otras especies comestibles. El principal cultivo es la yuca, recolectan hongos comestibles de forma manual y selectiva en áreas específicas de bosque. En la temporada de invierno, extraen los hongos grandes para dejar a los pequeños enraizarse para nacer al año siguiente. Solicitan la apertura de campos de cultivo a ICMBIO de hasta dos hectáreas de acuerdo con el plan de manejo de la Reserva Extractiva Tapajós-Arapiuns y las directrices de ICMBIO.



Fomentan la participación de grupos vulnerables, informan sobre los planes de trabajo a los asociados e implementan mecanismos de rendición de cuentas anuales, promoviendo la transparencia y la corresponsabilidad. Las capacitaciones permiten que los socios utilicen los protocolos de seguridad e higiene para manipular alimentos y usar equipos de protección personal. Además, se está trabajando en un protocolo para el manejo y la disposición adecuada de los residuos orgánicos e inorgánicos generados, explorando opciones como biodigestores y compostaje. Adicionalmente, AMPRAVAT compra la producción de yuca y frutas de agricultores no asociados directamente, fomentando su inclusión.



Todo el proceso productivo se realiza de forma tradicional y artesanal. Estas prácticas están arraigadas en el manejo comunitario de la Reserva Extractiva, favoreciendo la conservación de los territorios y la biodiversidad. Al seguir las directrices del plan de manejo y mantener grandes extensiones de bosque intacto, las actividades desarrolladas por AMPRAVAT contribuyen a preservar los ecosistemas locales y los medios de vida de las comunidades indígenas y ribereñas.



Conclusiones y recomendaciones



La iniciativa necesita fondos adicionales para completar el acabado interno de la agroindustria y adquirir algunos equipos y maquinaria importantes para el funcionamiento de la agroindustria (generador eléctrico, extractores, depósitos internos de hormigón, bidones de plástico, depósitos de agua de 500 litros y 5,000 litros y un microtractor para transportar la producción).



La asociación también necesita desarrollar un plan de negocio para cuando la agroindustria empiece a funcionar y puede utilizar la información contenida en el memorando de inversión. Además, necesita capital circulante para comprar materias primas, mejorar el etiquetado de los productos y contratar a un asesor comercial para que busque mercados, siguiendo las sugerencias y recomendaciones de la Guía Comercial y haciendo uso de la lista de contactos de posibles clientes y socios. La asociación calcula que necesita otros 200,000 reales (\$42,000 USD) para hacer frente a estas demandas.



“La producción de mandioca es fundamental en nuestras vidas como fuente de alimentos, no es solo una planta, es parte de nuestra cultura viva. Con esta hacemos una serie de derivados... También estamos trabajando con otros productos propios como el tucupí negro y producimos jaleas de frutas nativas para generar ingresos. Trabajamos principalmente con las mujeres para generar una alternativa y seguir alimentando a nuestras familias.

Para nosotras, valorar nuestra cultura es una forma de hacer frente a los desafíos que tenemos los pueblos indígenas. Entendemos que [nuestra iniciativa] es importante para la calidad de vida en el territorio”

Raquel Tupinambá, asesora de proyectos

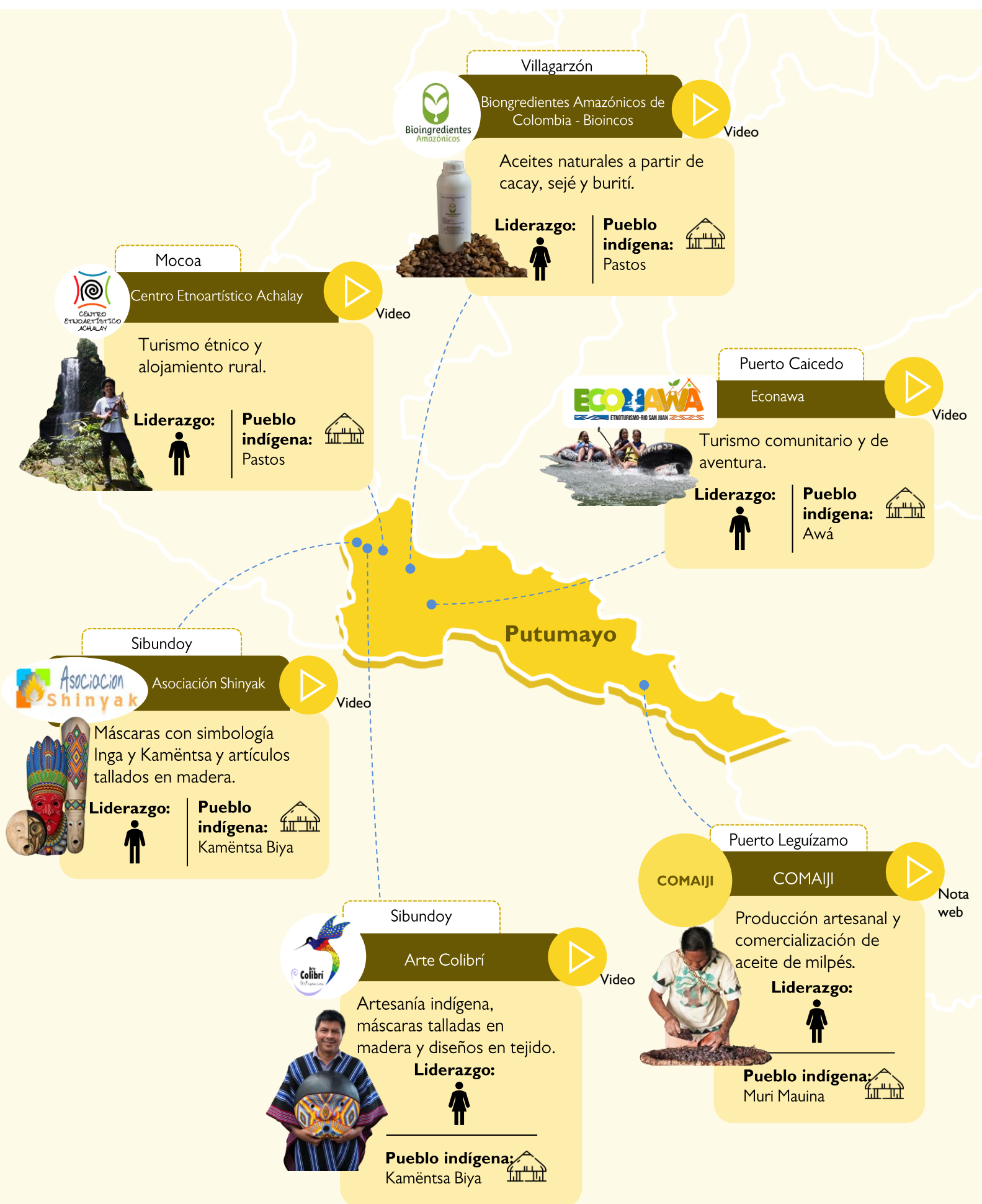




Colombia



En Colombia, fueron seis emprendimientos apoyados a través del proyecto, pertenecientes a cinco Pueblos Indígenas del departamento del Putumayo. Estos son:



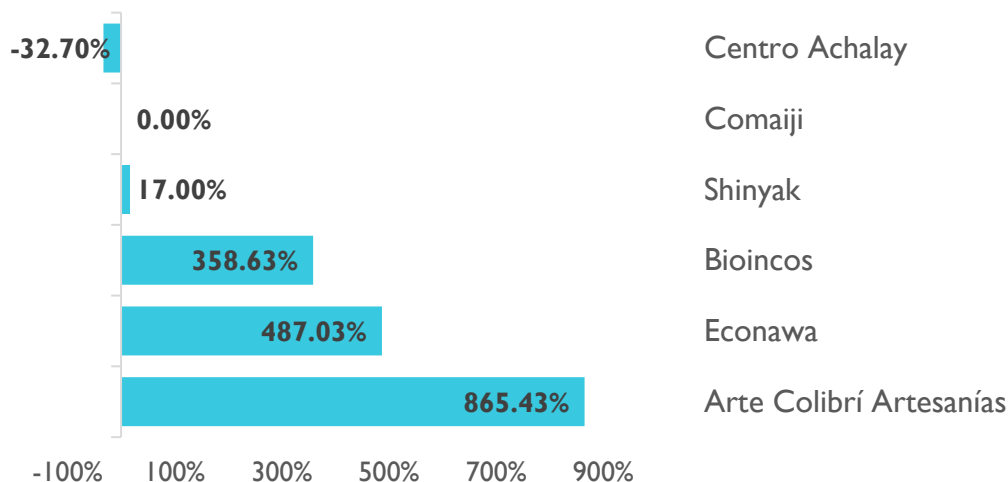


Resultados obtenidos en las ventas

Los emprendimientos indígenas (EI) en Colombia finalizan el proyecto con un crecimiento agregado en ventas de 199%, respecto a su línea base en 2021. Los seis EI apoyados presentaron un promedio de ventas durante la vida del proyecto de \$142,563 USD. De manera general, una parte de este crecimiento se explica gracias al desarrollo y fortalecimiento de canales digitales para la gestión de clientes, al aumento de su capacidad de oferta y al ajuste de los precios a niveles adecuados. En el caso de **Bioincos**, las ventas incrementaron respecto a su línea base, debido al aumento de la capacidad productiva y un mejor control y mayor amplitud de su cadena de suministro. A lo largo del proceso de fortalecimiento se presentaron caídas en la producción y ventas de algunos EI, en algunos casos relacionadas con la estacionalidad de las materias primas utilizadas. En el caso de **Bioincos**, presentó una caída en 2022, respecto al año 2021, asociada a la estacionalidad del cacay, su principal materia prima. Sin embargo, gracias al acompañamiento, en 2023 logró superar su histórico de ventas.

En el caso de los emprendimientos de turismo, **Econawa** y **Achalay**, su promedio de ventas fue de \$6,281 USD y \$2,752 USD respectivamente. Ambos EI presentaron un aumento en sus ventas para 2022, respecto al año 2021, sin embargo, para **Achalay** las ventas han fluctuado más, cerrando el proyecto con una recaída. Para este tipo de EI, es clave la articulación con agencias de viaje locales, regionales y nacionales, de tal manera que puedan articular sus servicios con circuitos turísticos ya consolidados dentro de paquetes más amplios, de mayor demanda y con mayor atractivo para los potenciales turistas. Esta estrategia, combinada con una mejor y más amplia promoción en redes sociales, contribuyó al crecimiento de sus ventas. Destaca también que el año 2021, fue de una venta mínima que coincidió con el punto álgido de la pandemia.

Porcentaje de incremento en ventas por EI a 2024



Por otro lado, el factor clave para el crecimiento en ventas de los emprendimientos de artesanías, **Arte Colibrí** y **Shinyak**, fue el desarrollo de nuevos productos y el fortalecimiento de la comercialización a través de redes sociales, ampliando el número de clientes corporativos, incluso en otros países. En el caso de **Comaiji**, no registró incremento en ventas, debido a que su producto, el aceite de palma milpes, es comercializado de manera individual por sus asociados en circuitos locales e informales, y aun están en proceso de lograr formalizar su registro y monitoreo.

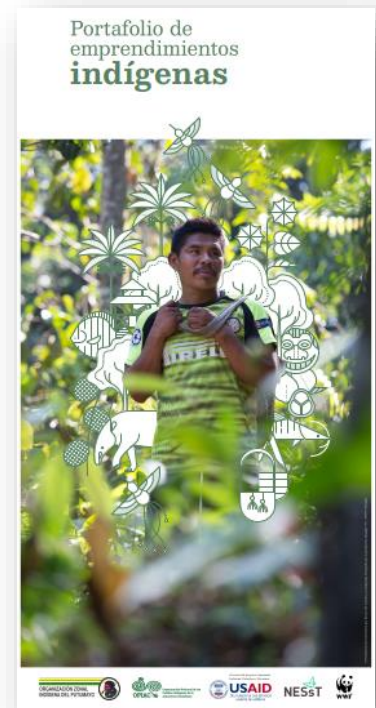


Resultados obtenidos en las ventas

En el marco del proyecto, logramos influir en el aumento de las ventas, apoyando a los EI en participación en eventos y ferias y formándolos en gestión comercial, desarrollo de productos, comunicación y marketing. Lo anterior, es debido a que una de las barreras identificadas para los EI era lograr llegar a clientes e inversionistas, por lo tanto, para superarla generamos materiales audiovisuales para cada uno de los seis emprendimientos (acceso en las fichas de los EI) y un portafolio de emprendimientos indígenas. Estos materiales audiovisuales y guías comerciales buscan la diversificación y aumento de clientes en el corto plazo.

Además, realizamos dos intercambios entre emprendimientos amazónicos como fueron: el [Encuentro regional de emprendimientos de impacto \(Colombia, Ecuador y Perú\)](#), y a nivel nacional [Emprendimientos indígenas que protegen la Amazonia colombiana](#).

Para la generación de condiciones de soporte, posicionamiento en espacios de discusión y alianzas estratégicas, apoyamos a las OOI en el análisis y definición del concepto de economía indígena en los cuatro países. Los avances fueron significativos en Colombia con el liderazgo de OZIP y OPIAC, quienes construyeron el concepto y publicaron el documento [“Minga de pensamiento: Descubriendo la economía indígena en Putumayo”](#) y lograron incluirlo en el Plan Nacional de Desarrollo de Colombia (2022- 2026)



©Félice Barney/ WWF Colombia

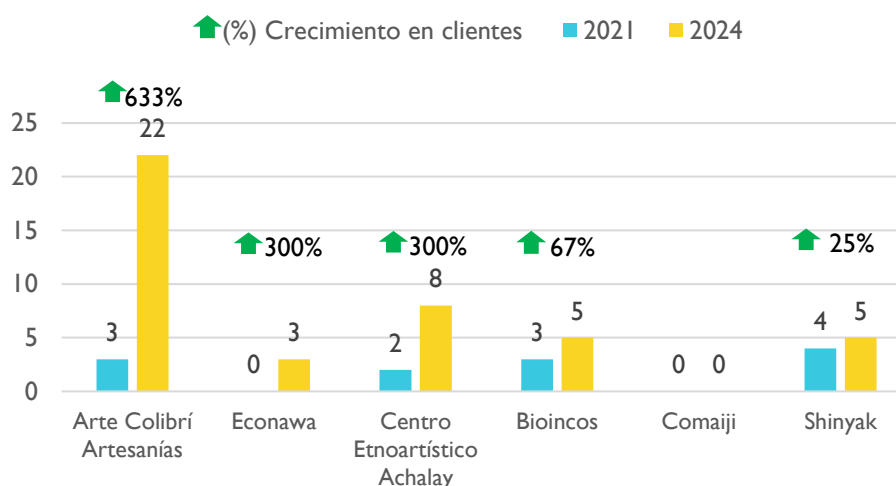


Resultados obtenidos en el número de clientes comerciales

El crecimiento en el número de clientes, respecto a la línea base en 2021, fue continuo a lo largo del proyecto, pasando de 12 clientes comerciales en 2021 a 43 en 2024, alcanzando un incremento del 258%. Este crecimiento se observó en todos los EI, excepto en **Comaiji**, que al igual que con las ventas, las características de su producto y de su proceso productivo dificultaron la consecución de clientes. Sin embargo, mediante el trabajo de fortalecimiento y acompañamiento, se realizó la exploración de clientes para este EI, considerando restaurantes interesados en la pulpa de palma milpes, aunque aún quedan aspectos a mejorar, como la cadena de frío y los costos del transporte, para concretar ciertas alianzas.

En el caso de **Bioincos**, no hubo un aumento considerable de clientes. En su modelo de negocio, enfocado hacia el sector corporativo, el proceso de atracción de clientes implica una inversión de tiempo considerable, además de la obtención de certificaciones específicas para que sus productos cumplan con las exigencias de cada mercado. En el marco del proyecto se acompañaron algunas negociaciones con clientes potenciales y también se planteó una estrategia para el desarrollo del canal de venta a cliente final.

Cientes por EI y porcentaje de crecimiento en clientes



Los emprendimientos del sector turismo, **Econawa** y **Achalay**, sí tuvieron un incremento sustancial en sus alianzas comerciales. Tal como mencionábamos, una estrategia utilizada para impulsar los emprendimientos de este sector, fue la estrategia de articulación con agencias de viaje locales, regionales y nacionales para encadenar sus servicios con circuitos turísticos ya consolidados, para el caso de **Econoawa**, lograron consolidar tres alianzas durante la vida del proyecto, mientras que **Achalay** alcanzaron a consolidar 5 alianzas comerciales más, respecto a la línea base.

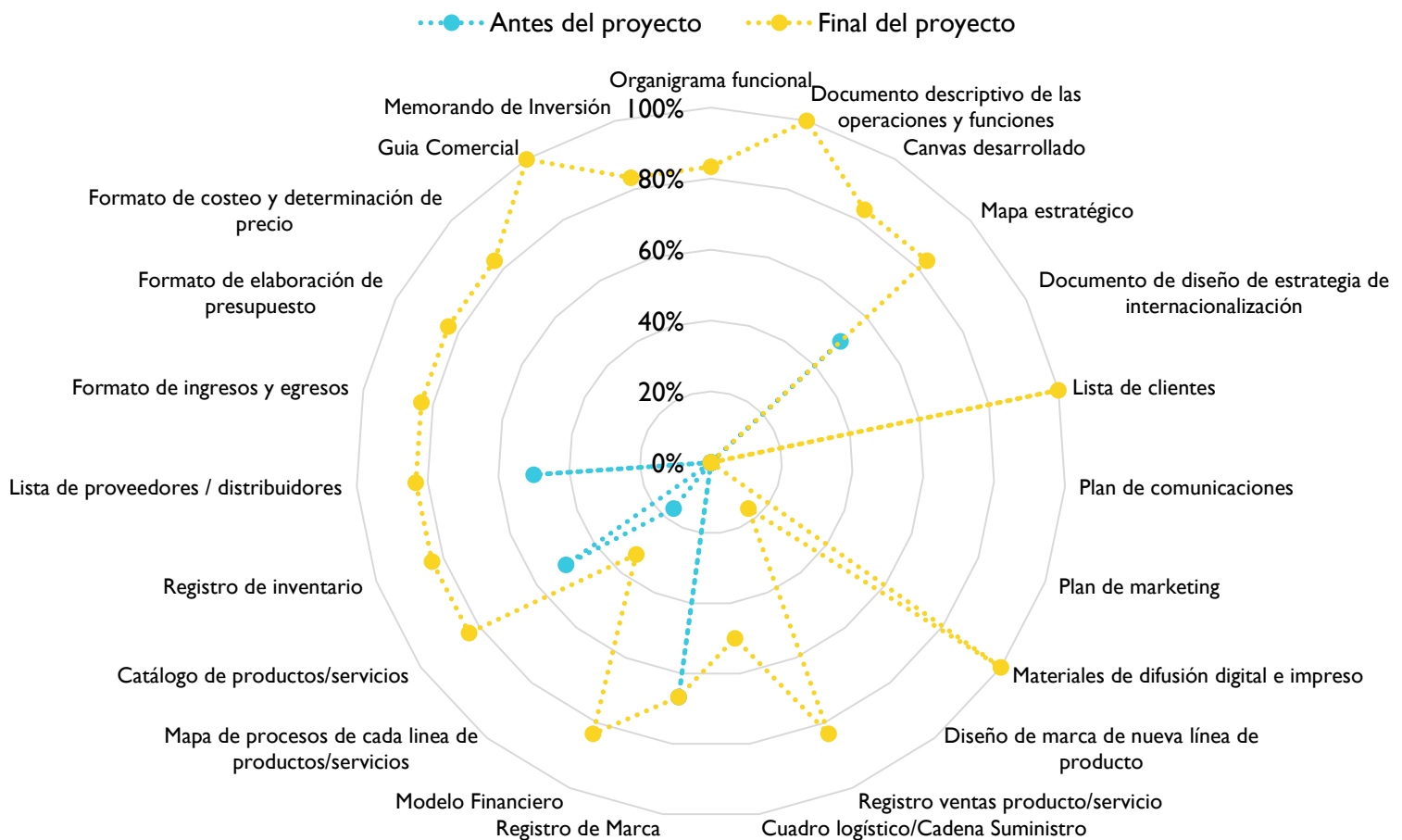
En cuanto a los emprendimientos de artesanías, **Arte Colibrí** y **Shinyak**, ambos incrementaron su número de clientes, destacando Arte Colibrí, quien logró alcanzar el mayor número de alianzas comerciales en el marco del proyecto. La principal estrategia para lograr este crecimiento fue mejorar los canales de publicidad y la gestión de clientes, apoyándose en las redes sociales, en especial Instagram.



Resultados obtenidos en el fortalecimiento de capacidades

En el fortalecimiento de capacidades, se observó la incorporación de 16 de las 23 herramientas de gestión empresarial por 5 de los 6 emprendimientos. Para el caso de **Comaiji**, no se pudo realizar la gran mayoría de actividades de acompañamiento empresarial, debido en parte a las dificultades de orden público en la zona, alcanzando solo 4 de las 23 herramientas propuestas. Con este EI se presentaron situaciones particulares que dificultaron el proceso de fortalecimiento, algunas barreras como la baja conectividad, la falta de mejor adaptación de las temáticas abordadas, la dificultad en el acceso a territorio para dar asesoría de manera presencial, fueron retos determinantes para el buen desarrollo de los programas de capacitación. Sin embargo, una dificultad común entre los emprendimientos fue la incapacidad para establecer un equipo suficiente, con los medios necesarios para desarrollar en su totalidad cada uno de los instrumentos propuestos, que aplican a su modelo de negocio y madurez, por lo cual fue difícil dar seguimiento a su proceso de implementación.

Capacidades empresariales de los EI

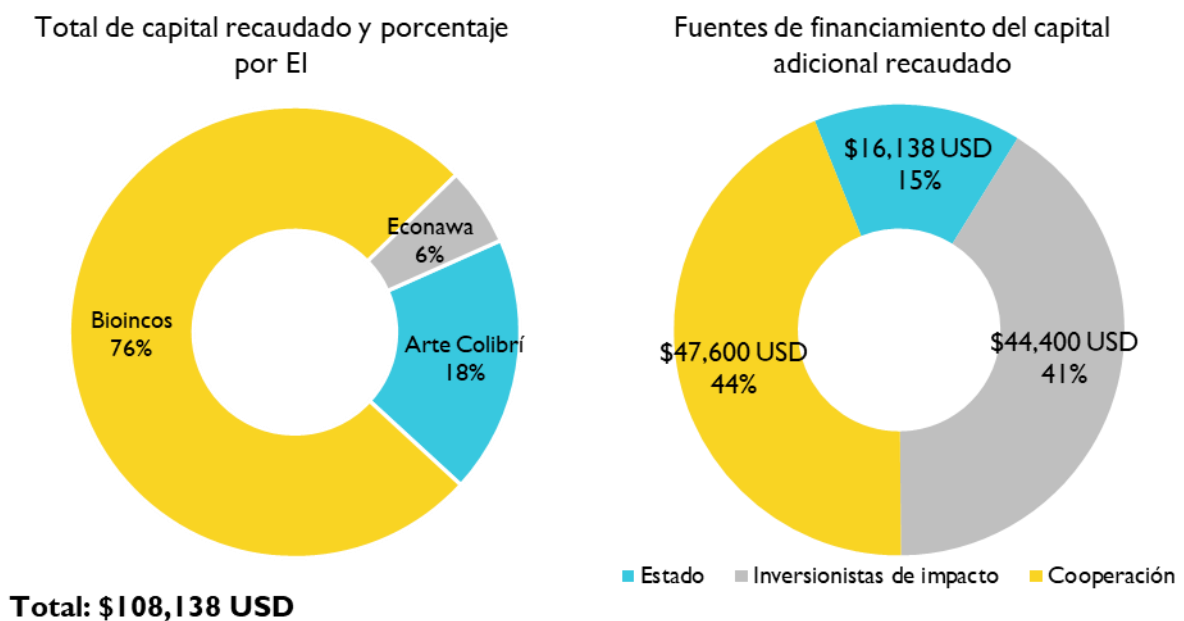


Pese a las condiciones de trabajo con los EI encontradas, se evidenció, respecto a la línea de base en 2021, un cambio importante de la gestión de los EI medida por el uso de estas herramientas clave. Esta adopción fue favorecida por la participación activa y constante que pudieron tener 5 de los 6 emprendimientos en las diferentes capacitaciones y asesorías recibidas. Además, se contó con un mayor número de horas de acompañamiento personalizado, en relación a los EI de Brasil, Ecuador y Perú, lo que también contribuye a explicar los resultados obtenidos. Las herramientas que no fueron aplicadas o bien no eran necesarias para el modelo de negocio, o no eran acordes a la etapa de desarrollo del negocio, o se avanzaron en un porcentaje en su elaboración y asimilación por parte de los 5 EI.



Resultados obtenidos en el financiamiento adicional recaudado

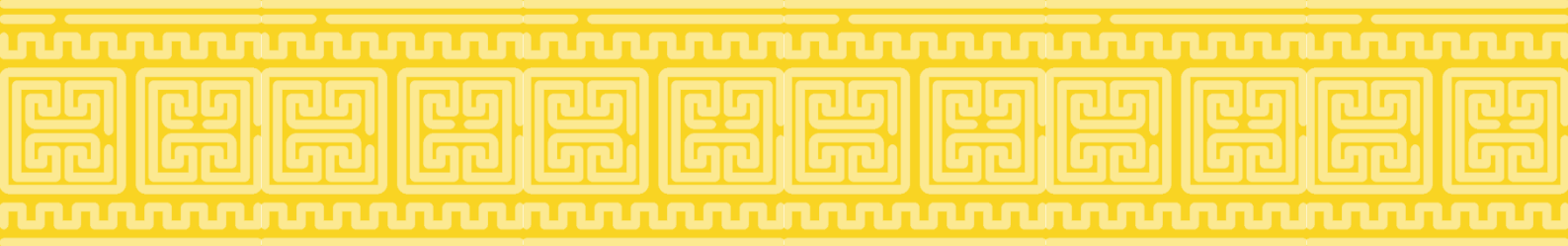
Tres de los seis EI lograron un apalancamiento adicional, alcanzando un total de \$108,138 USD, provenientes de diferentes fuentes, desde institutos públicos de fomento al emprendimiento, hasta fondos de inversión de impacto globales, en calidad de donación y préstamo. De manera general, los factores que contribuyeron al logro de estos resultados en el recaudamiento de capital adicional fueron: 1) el nivel de preparación de los EI y la adopción de las herramientas de gestión empresarial brindadas y 2) la mejora alcanzada en los procesos de planeación estratégica y gestión contable y financiera durante el proyecto.



Los emprendimientos fueron acompañados durante el proceso de contacto y relacionamiento con financiadores apropiados a su nivel de desarrollo. Pudieron conocer de primera mano el proceso y los requisitos de los fondos de inversión de impacto y otros, aprendiendo que son fundamentales tres elementos para mejorar el acceso a capital: 1) registros contables fiables, 2) medición clara del impacto social e identificación precisa del uso de los fondos y 3) el aporte de los fondos brindados al crecimiento y sostenibilidad de la empresa. Gracias a este acompañamiento, entre las fuentes de financiamiento se logró atraer a dos inversionista de impacto, Beneficial Returns y NESsT, los cuales prestaron capital a dos de los EI, que representó el 25% del total de capital adicional apalancado, proveniente de inversionistas de impacto, en los cuatro países.

Avances y retos de los Emprendimientos Indígenas

Colombia





Arte Colibrí Artesanías



Video



Es un emprendimiento indígena Kamentsä dedicado a la producción y comercialización de artesanías: manillas, pulseras, collares tejidos con chaquira, máscaras talladas en madera y bancos tallados. El emprendimiento ya contaba con una reputación consolidada y una experiencia previa importante.



En el marco del proyecto se desarrollaron aspectos de la gestión empresarial: planificación estratégica, cumplimiento legal, gestión contable y financiera y marketing digital, y se alcanzaron hitos como: formalización a una empresa tipo SAS, incremento en ventas y el logro de un préstamo de un fondo internacional de inversión de impacto.



Ubicación:
Sibundoy (Putumayo)



Sector:
Artesanía y moda sostenible



Tipo de sociedad
SAS



Pueblos indígenas
Kamentsä Biya



Comunidades beneficiadas
2



Fondos entregados por AIRR
\$55,000 USD



Liderado por
Mujer



Socios
9



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$20,000 USD



Ventajas que hacen especial a Arte Colibrí



Arte Colibrí cuenta con una reputación consolidada como taller artesano de alta calidad.



Sus procesos administrativos, contable y financiero están formalizados.

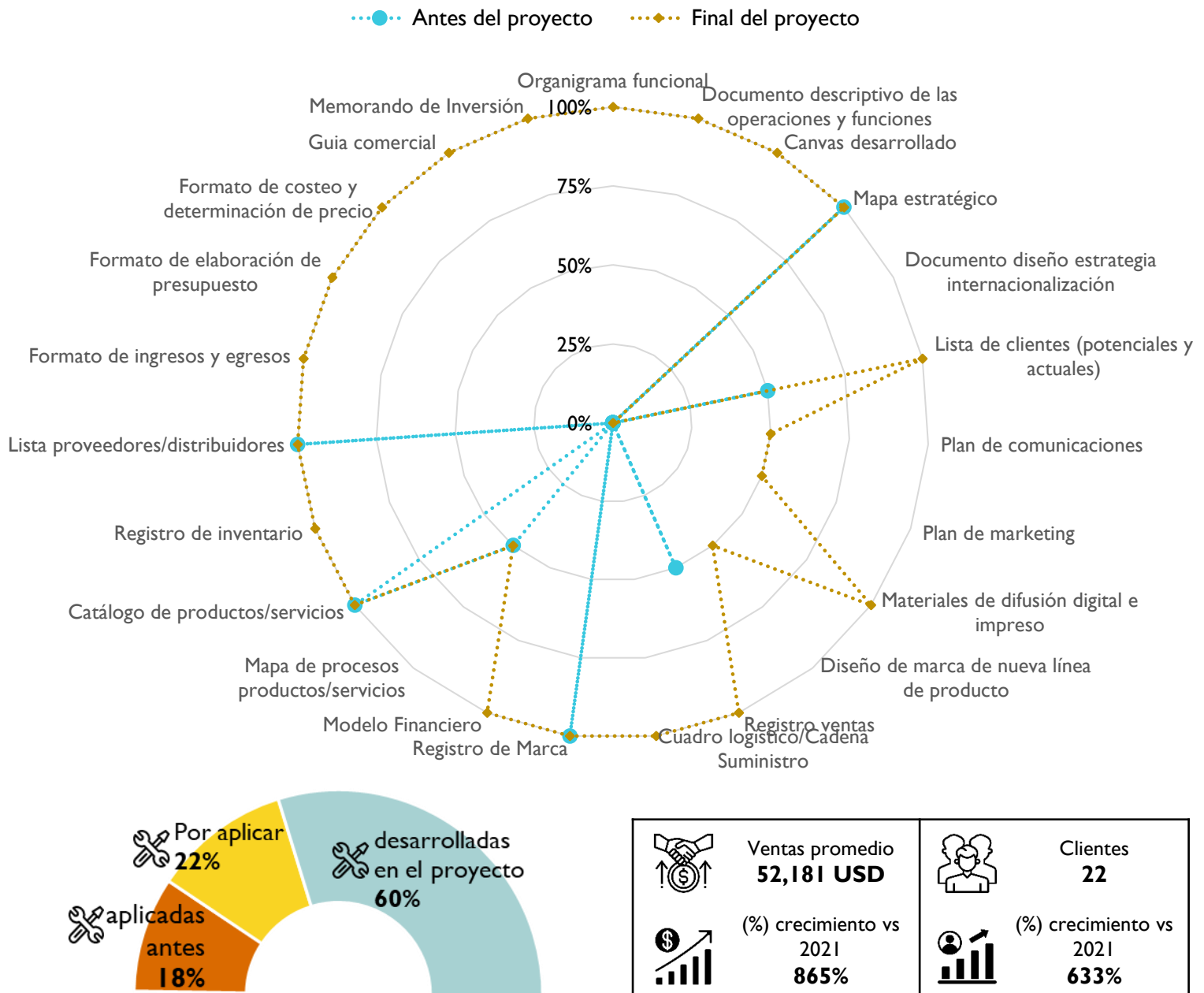


Desarrollo de nuevos productos y artesanías en madera manteniendo la esencia simbólica propia. Poseen nuevos canales de venta y clientes con enfoque a la internacionalización.



Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados

Ventas y marketing:

Crecimiento de x10 en 2 años. Desarrollo de canal de venta Instagram, aumento de clientes internacionales.

Contable y financiero:

Cuentan con registros mensuales de ventas y costeo actualizado de productos principales.

Apalancamiento: Acceso a préstamo de Fondo de Inversión de Impacto (Beneficial Returns).

Inversiones: Actualización del taller con maquinaria y equipo que permite mejorar la calidad de sus productos y desarrollar nuevas líneas de artesanías

Legal: Constituirse como empresa privada.

Estrategia: Foco al desarrollo de ventas a cliente mayorista nacional e internacional, lograr reducción de costos por compra al por mayor de materia prima, desarrollar e innovar nuevos productos.

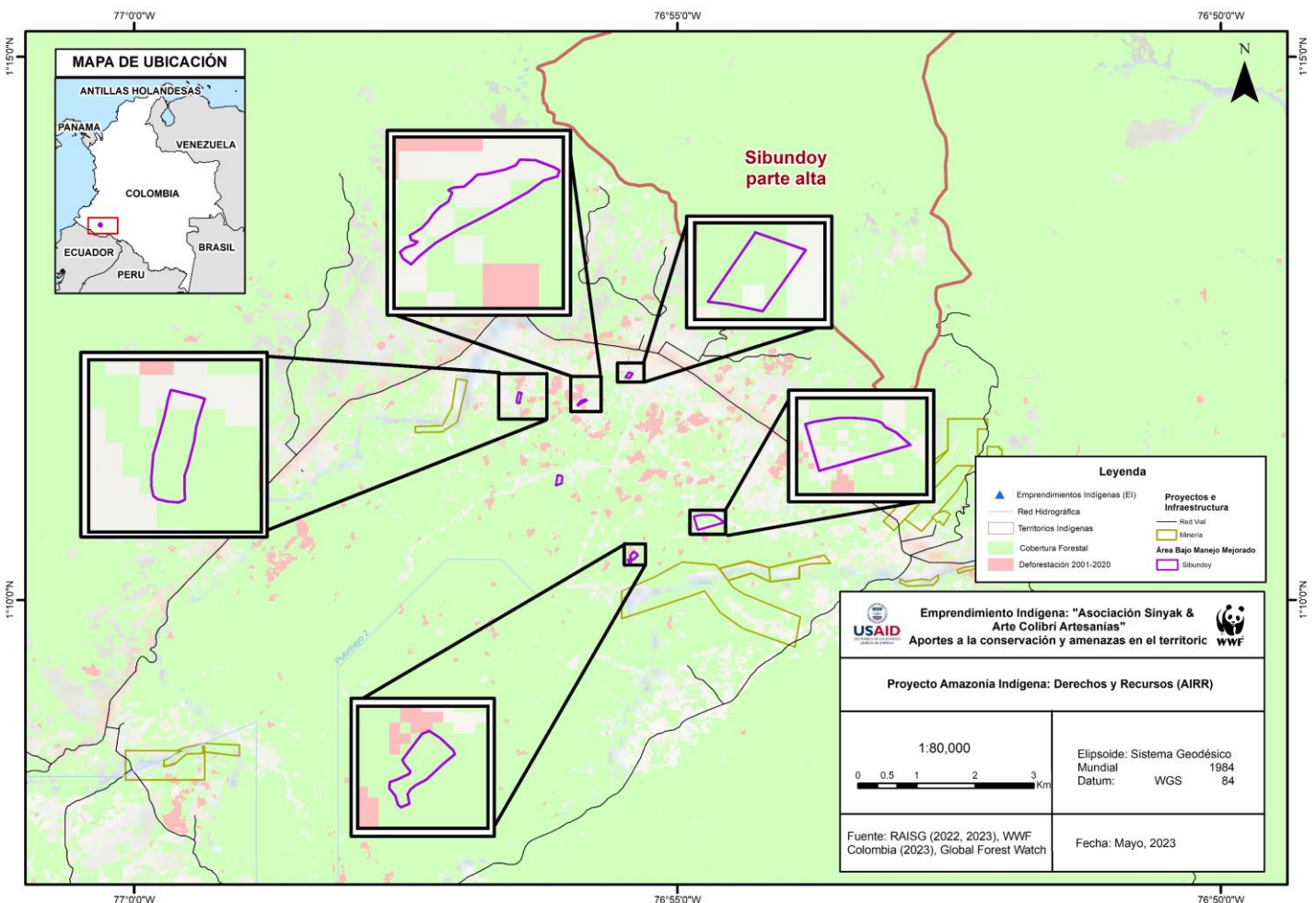


Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



El emprendimiento Arte Colibrí Artesanías, en el municipio de Sibundoy en el Alto Putumayo, ha logrado una gestión responsable de los recursos naturales al enfocarse en el manejo sostenible de su territorio. Cuenta con una extensión de 1.3 hectáreas destinadas a su taller. Principalmente, aprovechan el árbol sauce nativo (*Salix humboldtiana*) que obtienen de predios privados y del resguardo, principalmente aquellos ejemplares que han caído naturalmente o necesitan ser eliminados de los lotes. Para garantizar su sostenibilidad, el corte de estos árboles se realiza siguiendo conocimientos ancestrales, y se están llevando a cabo acciones concretas, como la siembra de sauce nativo (*Salix humboldtiana*) y urapán (*Fraxinus chinenses*) para asegurar la regeneración del recurso. De manera esporádica, emplean el árbol de urapán, introducido en Colombia en la década de 1960, para elaborar objetos específicos, utilizándolo de manera consciente cada tres años en su taller. Por otro lado, el emprendimiento proyecta siembras de árboles maderables vinculando a artesanos que trabajan en el área de taller de madera. Los residuos, aserrín y viruta, son utilizados para cubrir pisos en el mismo taller de artesanías y en algunas ocasiones se usa para prender el fogón. Se realizaron capacitaciones en salud y bienestar en el trabajo al equipo del emprendimiento.

Han implementado otras medidas como la promoción de la participación equitativa de diversos grupos en la asociación. Además, con la participación de artesanos pertenecientes al cabildo y la contratación según demanda, genera oportunidades de empleo y desarrollo para la población indígena, el emprendimiento fortalece el tejido social y cultural de la comunidad, generando oportunidades desarrollo económico que se integran de manera equitativa con la conservación de la naturaleza.



Conclusiones y recomendaciones



Arte Colibrí es un emprendimiento familiar con una reputación consolidada gracias a la calidad e innovación de sus productos. En los últimos años, la reputación que han venido construyendo les ha permitido tener un crecimiento notable en términos de ingresos.



Es vital fortalecer y apoyar al emprendimiento en esta etapa de crecimiento inicial, para que continúe de manera ordenada, manteniendo y ampliando el impacto social positivo en las comunidades indígenas de su entorno, a través de:

- Continuar con la compra de materia prima (chaquira, herrajes, hilos, etc.) al por mayor y mejorar el control de inventarios.
- Construcción y dotación de tienda-taller para aumentar la eficiencia de los procesos de elaboración de artesanías y su capacidad de oferta.
- Formación de jóvenes artesanos.
- Adquisición de software contable y desarrollo de factura electrónica.
- Continuar el fortalecimiento del marketing y la gestión de clientes a través de redes sociales.
- Fortalecer los aspectos legales en la vinculación y gestión de talento humano. Implementar sistema de reforestación con árboles nativos, para garantizar materia prima en el largo plazo.
- Consolidar los procesos comerciales, contables y legales con relación a los clientes internacionales.
- Fortalecer procesos de siembra de árboles con sus asociados y proveedores de materia prima.



“Gracias a las capacitaciones contables y financieras llevamos nuestra información de manera ordenada y con periodicidad. Por otro lado, la gestión en el tema de inversiones como donaciones se ha materializado en la compra de insumos y adquisición de maquinarias para aumentar el volumen de nuestra producción. Estas mejoras generan empleo y contratación de artesanos indígenas de la propia región, quienes se benefician de esta oportunidad”

Gilma Agreda, co-fundadora y gerente general



Video



Centro Etnoartístico Achalay



Emprendimiento familiar ubicado en el municipio de Mocoa, en el lugar icono de turismo “Fin del mundo”, dedicado al hospedaje rural y al turismo de bienestar y naturaleza. Con un enfoque centrado en la cultura de la comunidad indígena los Pastos.



Inició el proyecto con una amplia experiencia previa en la operación de sus servicios turísticos, pero con baja ocupación. Obtuvieron un avance en su nivel de ventas, implementando estrategias como: ajuste de precios de los servicios ofertados, dotación de mobiliario, mejoras locativas y mejora en gestión de clientes a través de medios digitales.



Ubicación:
Mocoa (Putumayo)



Sector:
Turismo y servicios relacionados



Tipo de sociedad
Persona natural con negocio



Pueblos indígenas
Pastos



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$30,000 USD



Liderado por
Hombre



Socios
4



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial al Centro Etnoartístico Achalay



Único servicio de hospedaje de base indígena en el reconocido destino turístico del Fin del Mundo en Mocoa, Putumayo.



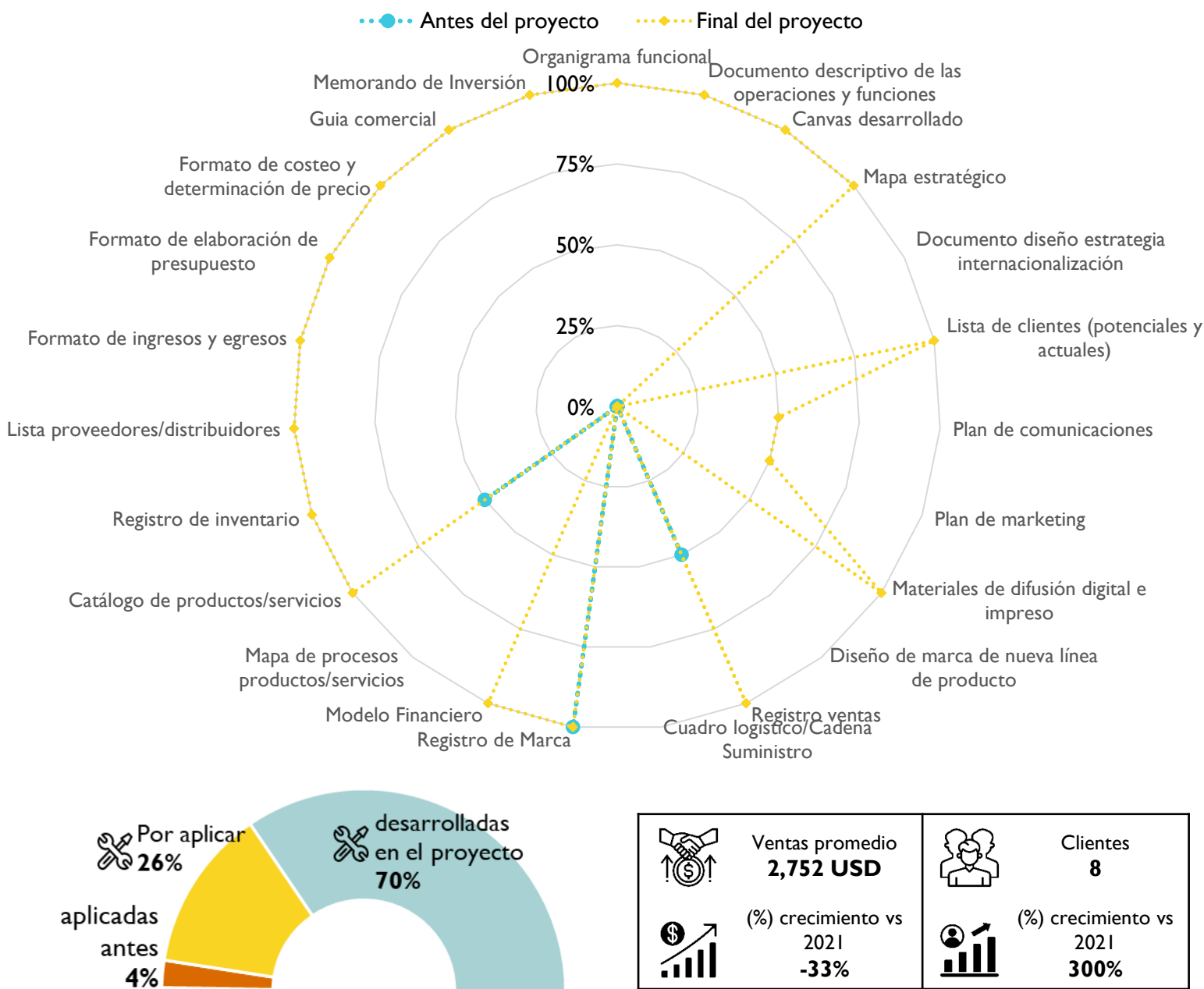
El emprendimiento también destaca en la zona por ofrecer experiencias de turismo cultural y de bienestar.



Achalay está formada por familia de artesanos que a través del arte transmiten conocimientos tradicionales y vinculan a los visitantes en espacios de aprendizajes, como es la elaboración de una artesanía

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensuales de ventas. Ajuste de precios ofertados después de análisis financiero.



Ventas y marketing: Desarrollo de canal de ventas en Booking e Instagram.



Legal: Avance en cumplimiento de norma técnica sectorial.



Mejora de infraestructura: Remodelación de la infraestructura de zonas comunes y renovación de dotación de habitaciones y cocina



Estrategia: Enfoque en atracción de turista internacional y alianzas con agencias de turismo afines. Diversificación de oferta de servicios turísticos.

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



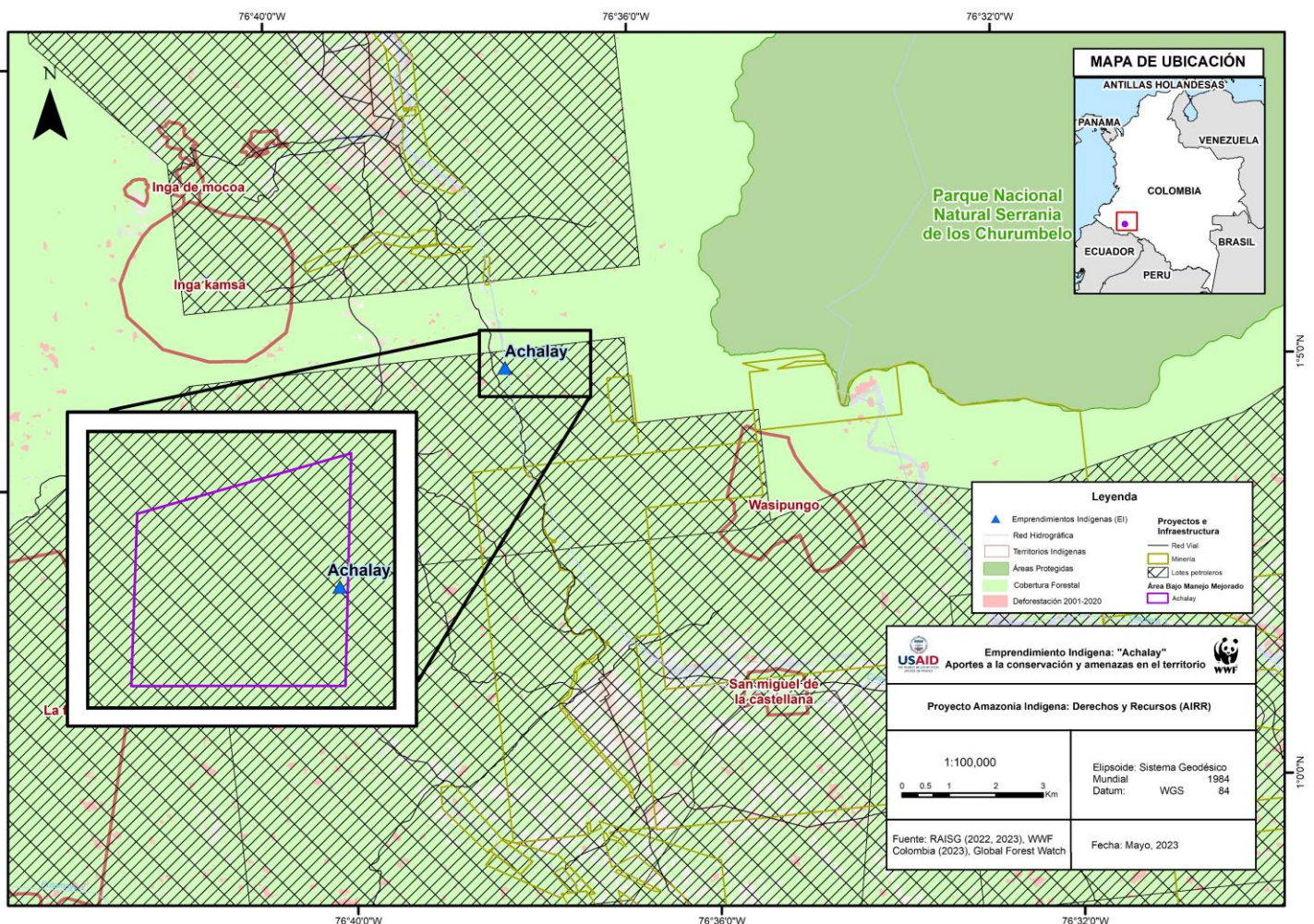
El Centro Etnoartístico Achalay, en el Resguardo San José del Pepino, abarca un área mejorada de aproximadamente 47.7 hectáreas –predio actuales- (ver mapa). Este emprendimiento involucra a tres familias de la comunidad Pastos San José del Pepino en la prestación de servicios turísticos, principalmente en el área de hospedaje y atención al visitante. Además, se proyecta la extensión de actividades hacia un predio privado de 46.1 hectáreas (parcelas nuevas), donde se planea ofrecer turismo y medicina tradicional. Las prácticas implementadas incluyen procesos de restauración del territorio, uso de materiales locales para la infraestructura y fortalecimiento de la gobernanza comunitaria, contribuyendo así a la conservación y al manejo sostenible de los recursos naturales mediante un enfoque de turismo responsable y respetuoso con el entorno.



Para mitigar posibles impactos ambientales y sociales, ha implementado capacitaciones sobre inclusión de género, equipos de protección personal y primeros auxilios, el adecuado manejo de residuos sólidos, sensibilización sobre la flora y fauna silvestres. Asimismo, se ha enfocado en la sensibilización de los turistas y visitantes sobre la importancia de respetar las rutas autorizadas y las normativas locales para minimizar la afectación del entorno físico, garantizando así la conservación a largo plazo de los senderos y la vegetación circundante.



Además, al involucrar a la comunidad en la prestación de servicios turísticos y fortalecer sus procesos de gobernanza, se promueve una gestión más efectiva y participativa del territorio, asegurando su conservación a largo plazo en armonía con las tradiciones culturales y el conocimiento ancestral.



Conclusiones y recomendaciones

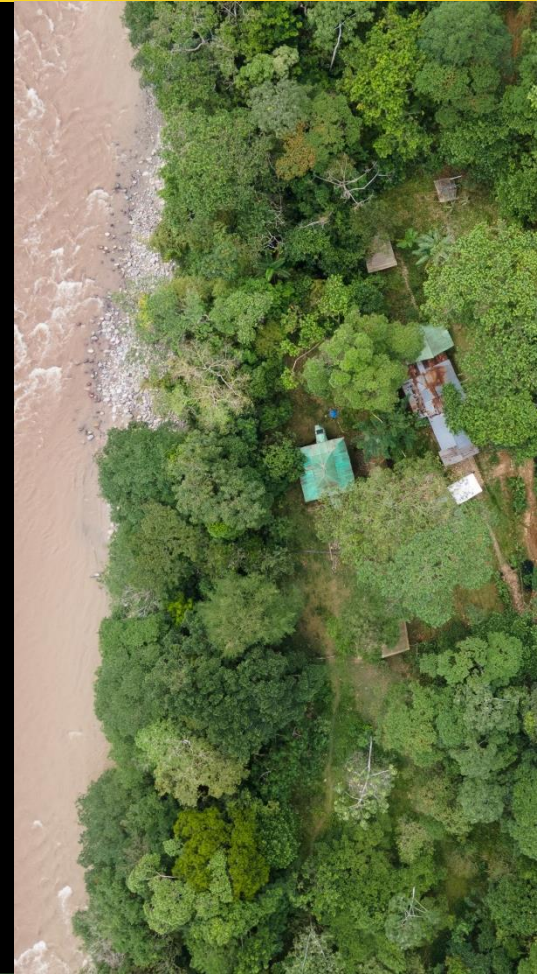


El emprendimiento cuenta con historial operativo de varios años, sin embargo, aún se encuentra en una etapa inicial empresarial, validando y consolidando sus servicios turísticos en el mercado. Para esto requiere más asistencia técnica y financiera que le permitan diversificar su oferta de servicios y alcanzar su punto de equilibrio. El emprendimiento puede convertirse en una fuente de ingresos estable para toda la comunidad indígena en su área de influencia.



Recomendaciones para el emprendimiento y aliados:

- Fortalecer el liderazgo, cultura organizacional y estandarización de procesos. Inversiones en infraestructura para mejorar la calidad y diversificar la oferta de servicios turísticos.
- Fortalecer y promover espacios de articulación entre el emprendimiento, el cabildo y sus líderes para consolidar la gobernanza ambiental y económica de la comunidad en general.
- Continuar el fomento de alianzas y acuerdos con agencias de viajes, entidades y programas del gobierno alineadas con el ecoturismo de base comunitaria.
- Continuar generando y difundiendo material audiovisual que resalte las características únicas de este emprendimiento de turismo sostenible de base indígena en la zona.
- Continuar fortaleciendo la gestión de comercial a través de redes sociales y plataformas de turismo online (Booking, TripAdvisor, etc.).



“El mayor cambio que tuvimos es el que seamos reconocidos a nivel nacional, y entre las organizaciones indígenas y de cooperación internacional. [El proyecto AIRR] puso a nuestra disposición capital económico y de talento humano con el que pudimos fortalecer nuestro emprendimiento”

José Zambrano, fundador





Video

Econawa



Econawa es un emprendimiento liderado por una familia indígena en el resguardo de San Andrés, municipio de Puerto Caicedo, en Putumayo, dedicado a ofrecer experiencias turísticas únicas en el río San Juan. Combina sus tradiciones ancestrales con actividades recreativas, brindando una experiencia cultural y de contacto con la naturaleza.



El emprendimiento se encuentra en una fase preliminar, no obstante, en el marco del proyecto, se logró mejorar la gestión contable, las alianzas comerciales y el marketing digital de Econawa, incrementando su nivel de ventas, respecto al alcanzado en el periodo pre-pandemia.



Ubicación:
Puerto Caicedo
(Putumayo)



Sector:
Turismo y servicios
relacionados



Tipo de sociedad
Persona natural con negocio



Pueblos indígenas
Awa



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$17,000 USD



Liderado por
Hombre



Socios
10



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$6,076 USD



Ventajas que hacen especial a Econawa



Econawa se perfila como la única empresa de turismo de naturaleza y agencia operadora de viajes de liderada y operada por personal indígena en Puerto Caicedo.



Los paquetes turísticos que podrían llegar a consolidar y ofrecer en el mediano plazo pueden posicionarla como una iniciativa de turismo comunitario destacada en la región.



Posee una adecuada gestión de residuos sólidos durante la prestación de sus servicios.

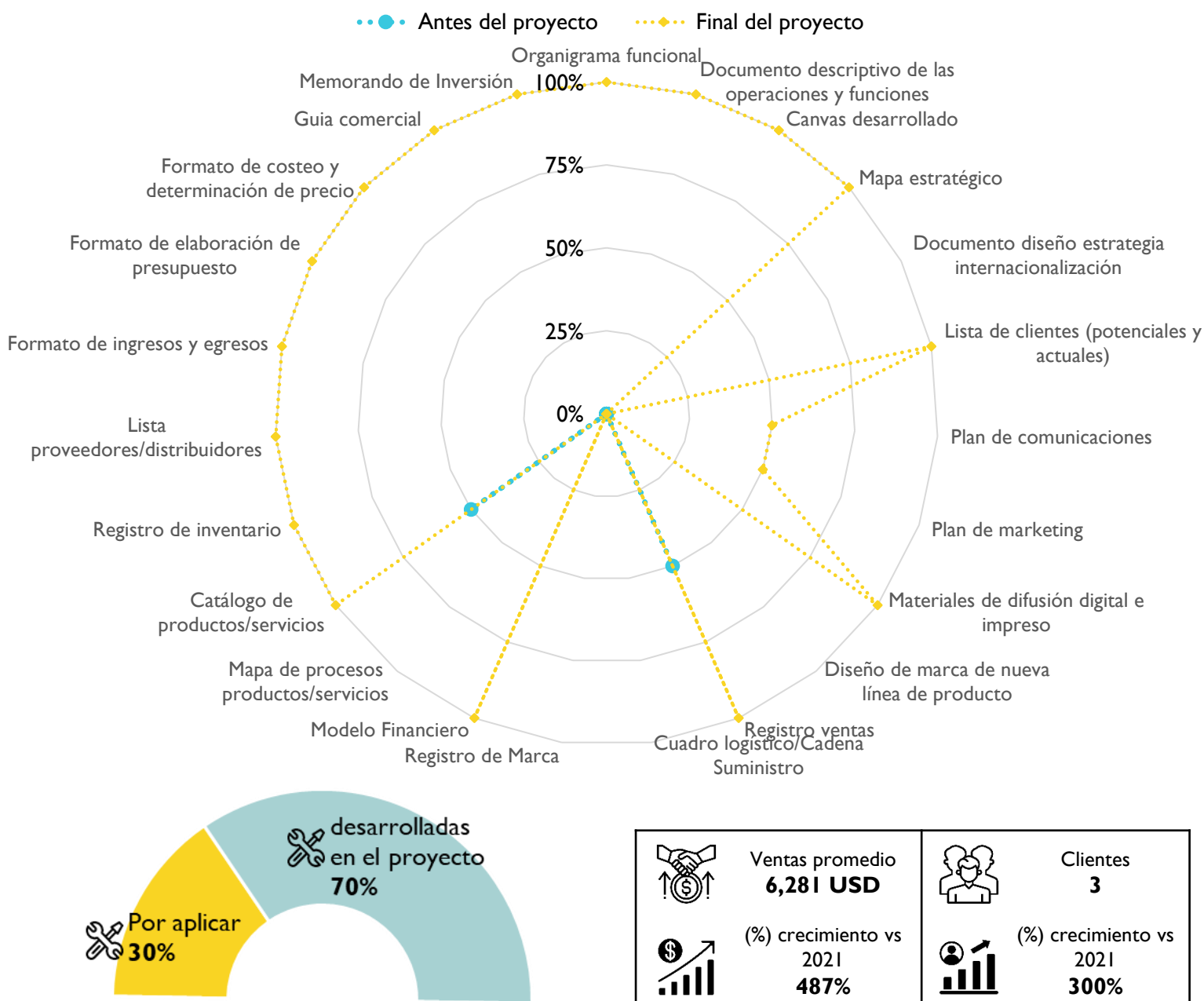


Rescata conocimientos tradicionales del pueblo indígena Awa a través del turismo de naturaleza.



Tiene un proceso de recuperación de áreas que antes fueron potreros y donde ahora desarrollan juegos tradicionales indígenas como experiencia única en su propuesta de valor.

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensuales de ventas. Ajuste de precios ofertados después de análisis financiero.



Legal: Avance en cumplimiento de norma técnica sectorial.



Actualización de equipos: Cuentan con equipos y herramientas nuevos que mejoran la calidad en la prestación del servicio.



Ventas y marketing: Desarrollo de canal de venta en Instagram, alianzas con agencias de turismo afines.



Apalancamiento: Acceso a programa de la Cámara de Comercio de Putumayo.



Estrategia: Foco en turista internacional. Aumento de oferta de servicios turísticos. Articulación agencias de viaje y otras empresas locales de turismo.



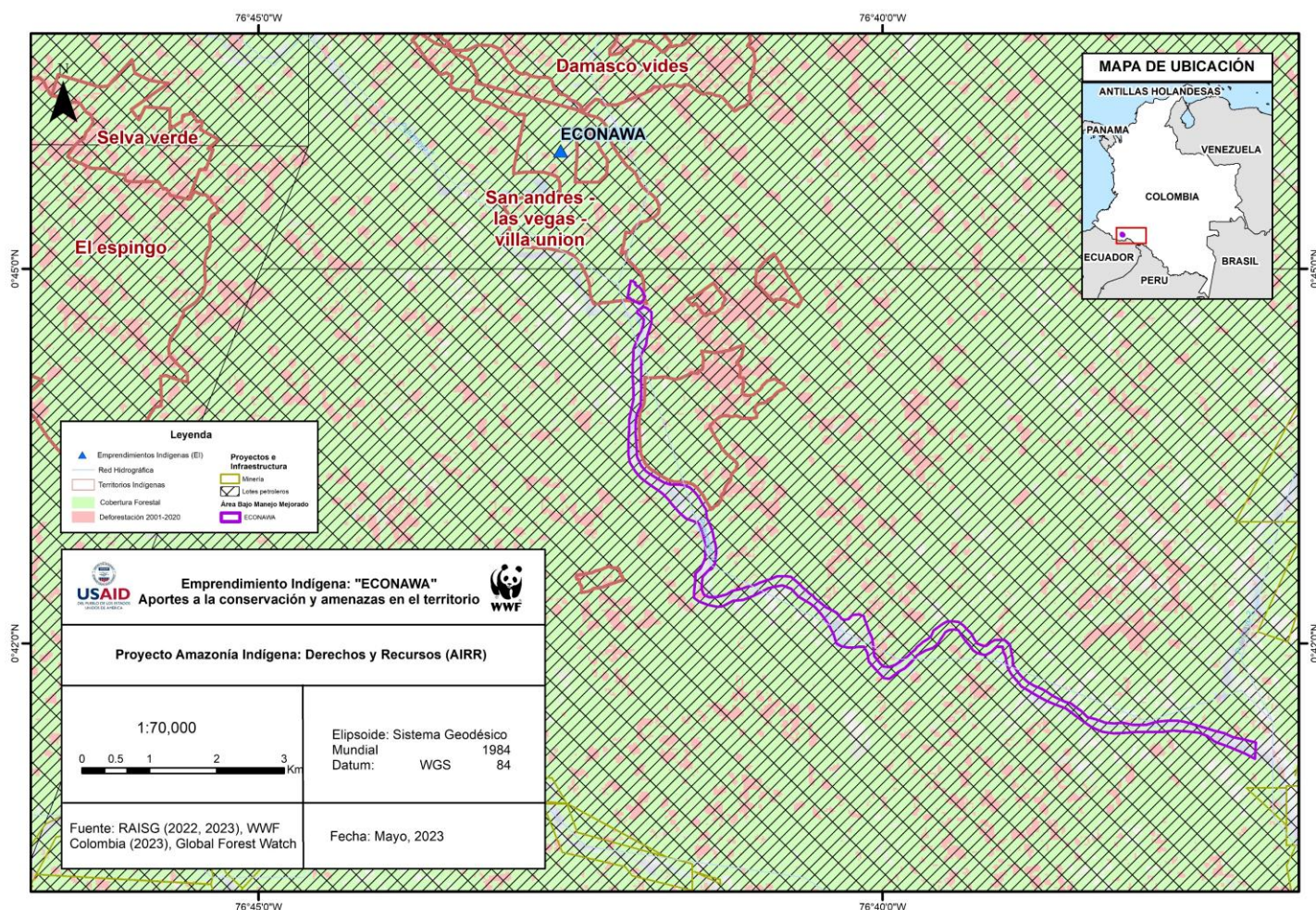
Econawa, del pueblo Awa, realizan actividades en el río San Juan en un tramo de 7 km de regata, tubing, bodyrafting y kayak. Además, realizan juegos ancestrales en un predio de 5.2 hectáreas, por lo que cuentan con 62 hectáreas bajo manejo mejorado (ver mapa). Econawa contribuye a la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales, mediante la implementación de prácticas turísticas acordes con el entorno, buscando recuperar aspectos culturales del pueblo Awá. Realizan actividades de recuperación de cobertura vegetal en su predio, sembrando árboles frutales para favorecer la llegada de fauna y charlas de concientización para los turistas sobre el buen uso y cuidado del río San Juan.



Así mismo, contratan a cerca de 10 familias vecinas para prestar el servicio de alimentación tradicional, lo que genera una alternativa económica sostenible que permiten a las familias locales asegurar sus medios de vida al tiempo que conservan su territorio e identidad cultural. Dentro de las actividades que ofrecen está el avistamiento de fauna. También incluyen la práctica de juegos tradicionales como arco y flecha, boquera y lanza. Además, han recibido capacitaciones en inclusión de género, sobre avistamiento de fauna silvestre. Tienen planes para la disposición final del aceite de descarte de los motores, para el mantenimiento de las embarcaciones e informes de gestión e impactos en la comunidad.



Planean establecer contactos con pobladores de Puerto Caicedo que elaboran vino de acaí y comercializan miel de abejas, para articular su oferta turística con una potencial "ruta del vino" y "ruta de la miel" en la región.



Conclusiones y recomendaciones



El emprendimiento se encuentra en una etapa inicial, validando sus servicios turísticos en el mercado y requiere aun de más asistencia técnica y financiera (donaciones) que le permitan consolidar su oferta de servicios y alcanzar su punto de equilibrio. Puede convertirse en una fuente de ingresos estable para toda la comunidad indígena en su área de influencia.



Para lograrlo, se requiere los siguientes apoyos e inversiones:

- Fortalecer a la dirección de la empresa en planificación estratégica y gerencial. Con el fin de tener un plan de crecimiento realizable con tiempos y responsables.
- Fortalecer la gestión de comercial a través de redes sociales y plataformas de turismo online (Booking, TripAdvisor, etc). Contratar un especialista en estos temas y a su vez ir formando al menos un miembro del equipo.
- Continuar generando acuerdos y articularse con aliados estratégicos públicos y privados que promuevan el turismo de naturaleza en la región.
- Continuar generando y difundiendo material audiovisual que resalte las características únicas de este emprendimiento de turismo sostenible de base indígena en territorio de paz.
- Mejorar la estandarización los productos turísticos a ofrecer, con protocolos claros, de tal manera que la gerencia pueda garantizar la operación del emprendimiento sin involucrarse directamente en ella.



“El proyecto AIRR no aprobó inversiones estratégicas para ayudar al crecimiento de Econawa, para ello, la mejora en la gestión contable y financiera fue importante. Hicimos costeos de los productos turístico para ajustar precios y ofrecerlos según el tipo de públicos y grupos de turistas ”

Franklin Pai, fundador y gerente



Bioingredientes
— Amazónicos —

Bioingredientes Amazónicos (Bioincos)



Emprendimiento indígena ubicado en el municipio de Vilagarzon que se dedica a la extracción y comercialización de aceites de semillas del bosque, como el cacay y la canangucha. Adquiere la materia prima mediante acuerdos de compra con comunidades indígenas, quienes realizan la recolección de semillas en sus territorios.



Previo al proyecto AIRR, el emprendimiento hacía un ajuste en su modelo de negocio, cambiando el aceite de sachá inchi, su producto principal, al de cacay. El proyecto apoyó esta transición, a través de inversiones y capacitaciones, logrando resultados importantes en ventas, ampliación y consolidación del proceso productivo y mejora de las capacidades empresariales.



Video



Ubicación:
Vilagarzón (Putumayo)



Sector:
Forestal no maderable
(cacay, burití, seje)



Tipo de sociedad
Sociedad por acciones
simplificada



Pueblos indígenas
Pastos



**Comunidades
beneficiadas**
3



**Fondos entregados
por AIRR**
\$30,000 USD



Liderado por
Mujer



Socios
3



Mercado objetivo
Regional e internacional



Fondos apalancados:
\$82,062 USD



Ventajas que hacen especial a Bioincos



Bioincos es liderado por una mujer indígena con enfoque en el negocio de generar un alto impacto social y ambiental.



Poseen conocimientos técnicos, que han permitido penetrar exitosamente en un mercado novedoso y especializado, con poca competencia y alto potencial de crecimiento.



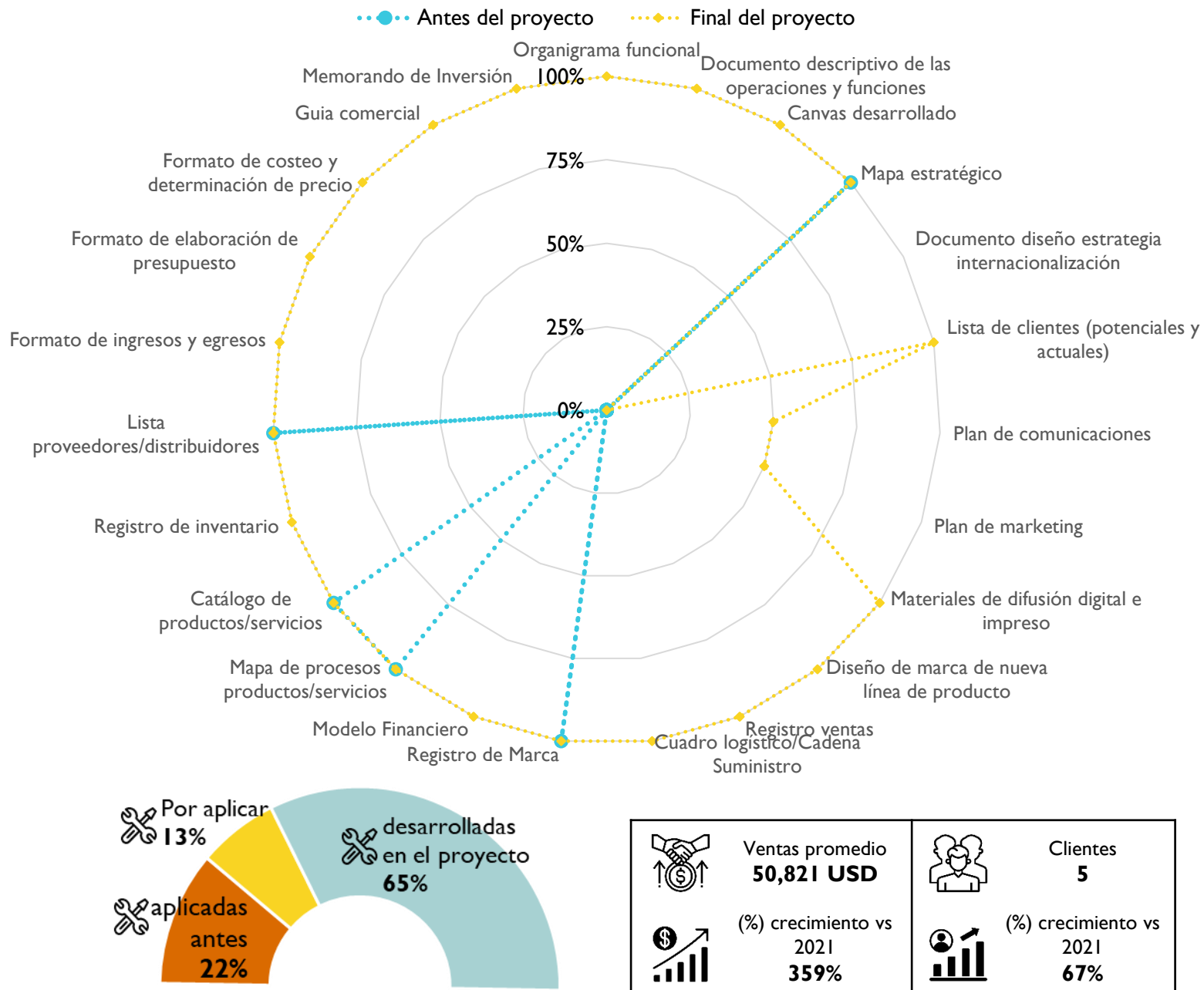
Cuenta con una amplia red de aliados y un buen posicionamiento en la región como iniciativa empresarial dinámica y con potencial de crecimiento.



Genera articulación entre los actores de la cadena de valor en el departamento de Putumayo.



En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Estrategia de crecimiento: Foco en canal mayorista nacional e internacional, destacando el origen silvestre y sostenible de sus productos.



Nueva planta de proceso: Dotación con equipos para la extracción de aceite y certificación de la planta ante entidad sanitaria



Certificaciones: Otorgamiento de permiso de aprovechamiento forestal no maderable de cacay a principal comunidad indígena aliada.



Apalancamiento: Acceso a fondos de SENA, USAID (Juntaza étnica y Amazonía mia) y Global Green Growth Institute.



Ventas y marketing: Desarrollo de canal de venta a cliente final. Actualización de página web y mejora de la gestión de clientes en canales digitales.



Contable y financiero: Costeo de producto a consumidor final. Costeo actualizado de nuevos aceites.



Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



Bioincos, logró obtener una autorización de CORPOAMAZONIA (Corporación Autónoma Regional que ejerce como autoridad ambiental) para realizar la recolección de semillas de cacay (*Caryodendron orinocense*) de manera sostenible en 533 hectáreas dentro del Resguardo Indígena Inga de Yunguillo, en Mocoa, Putumayo (ver mapa). Esta área se considera bajo manejo mejorado, ya que la autorización establece un volumen permitido de recolecta para no afectar la integridad ecológica del territorio. Adicionalmente, se proyecta la implementación de sistemas agroforestales con cacay, plátano y cítricos, en 20 hectáreas al interior del resguardo Yunguillo, recuperando áreas degradadas por ganadería. Esto busca aportar a la actividad productiva, mediante sistemas productivos más sostenibles, y la restauración de ecosistemas degradados y fortalecer la economía propia de la comunidad.



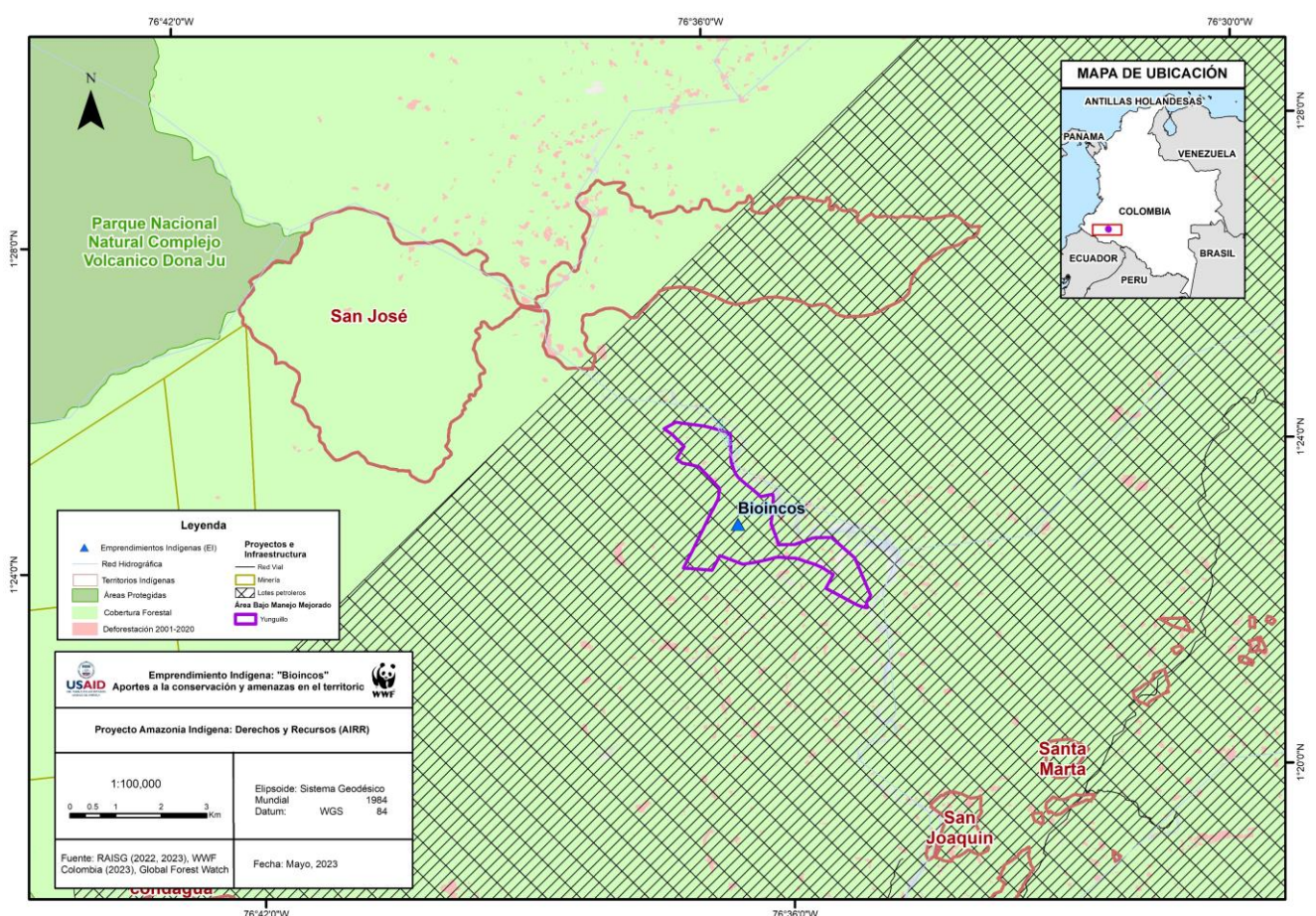
Bioincos trabaja con 32 recolectores de semilla de otras veredas cercanas, a quienes capacita en técnicas de recolección, selección, acopio y transporte, para promover prácticas adecuadas de extracción. Asimismo, el emprendimiento mantiene un precio justo y estable para la compra de semillas, lo que incentiva la participación de las comunidades locales en el desarrollo de esta actividad económica, proyectando un paso más, con la formalización de acuerdos de conservación con el resguardo Yunguillo, para fortalecer la gobernanza y el manejo comunitario del territorio.



También han implementado otras acciones como un plan de gestión de residuos sólidos, capacitaciones en el manejo adecuado de equipos y uso de elementos de protección personal, y buscan desarrollar acuerdos de responsabilidad de cosecha con los recolectores, para garantizar una recolección constante y sostenible y han vinculado a mujeres y jóvenes en diferentes áreas del negocio.



Han fortalecido sus vínculos con la comunidad mediante reuniones informativas y ha obtenido el aval del cabildo para su participación en el proyecto. Estas medidas, arraigadas en las prácticas tradicionales de recolección de frutos del bosque, contribuyen a la conservación del territorio y la biodiversidad. Al mismo tiempo, generan ingresos y oportunidades económicas para las comunidades locales.





Es un emprendimiento en desarrollo con un equipo comprometido, un modelo de negocio claro y un mercado de alto potencial. Su impacto positivo se extiende a las comunidades indígenas. Aunque tiene ventas y clientes consolidados, no pueden asumir una gran deuda para las inversiones que aún requiere para su crecimiento y consolidación; por lo que su equipo se ha enfocado con éxito en buscar recursos a través de donaciones o financiamiento reembolsable (sin interés).



Los aspectos claves para su consolidación y crecimiento son:

- Investigación y desarrollo en nuevos aceites para diversificar su oferta.
- Mantener disponibilidad de liquidez en los periodos de compra de materia prima
- Ampliación y ajustes de infraestructura para lograr certificación de planta y una mayor capacidad de producción.
- Desarrollar el canal de ventas a cliente final.
- Llevar a cabo estudios de seguridad y eficacia de sus aceites actuales para acceder a clientes de nicho.
- Mejorar la trazabilidad y el control de su cadena de suministro.
- Fortalecer la gestión y diversificación de clientes, aplicando diferentes estrategias: participación en ferias de cosmética internacional, networking, marketing digital.
- Ampliar y organizar el equipo de trabajo.
- Formación en alta gerencia y liderazgo para el equipo directivo del emprendimiento.



“Gracias al proyecto AIRR fortalecimos todos los aspectos empresariales en un momento de coyuntura, marcando un antes y un después. Mejoramos nuestros procesos y capacidad de producción. Veníamos de ser empírico y con las diversas mentorías y capacitaciones estructuramos mejor nuestra empresa, teniendo un cambio incluso de mentalidad para afrontar los retos. Ahora poseemos una visión clara para el crecimiento y consolidación de Bioincos en el largo plazo, las herramientas y confianza para realizarlo ”

Yuli Rodriguez, co-fundadora





Nota web

Comaiji

COMAIJI



Emprendimiento indígena conformado por 18 personas de la comunidad Monaide Jitoma del pueblo Múruí-Muina dedicado a la producción artesanal de aceite de la palma Milpés en el municipio de Leguizamo. La iniciativa se conformó en 2019, en un proyecto de cooperación previo, aunque se presentaron dificultades en el acceso al territorio.



En el marco del proyecto AIRR, se mapearon las palmas de milpés circundantes y se documentó el proceso de extracción artesanal del aceite y, además, se logró conectar con un cliente interesado en la pulpa, por lo que se dio un renovado impulso al emprendimiento.



Ubicación:
Puerto Leguizamo
(Putumayo)



Sector:
Forestal no maderable
(milpés)



Tipo de sociedad
Asociación no constituida



Pueblos indígenas
Murui Muina



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$17,000 USD



Liderado por
Mujer



Socios
13



Mercado objetivo
Local



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial a COMAIJI



Comaiji es un emprendimiento de base comunitaria, ofrece una alternativa económica desde sus saberes ancestrales que mejora la vida de las familias socias.

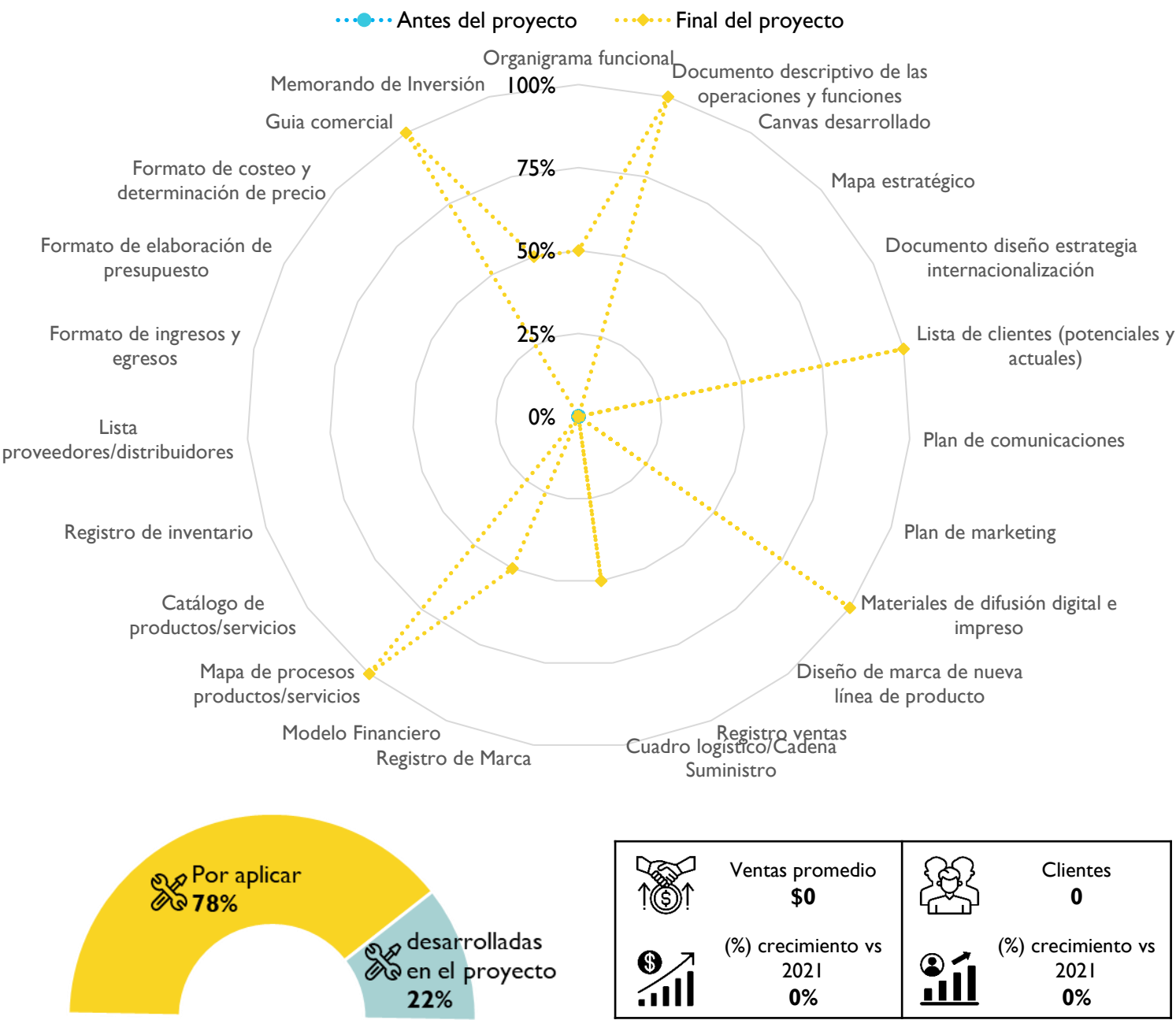


Realizan acciones de conservación de la población de la palma mil pes en el territorio ancestral.



Al ser comunitario permite la transmisión de conocimientos tradicionales y ancestrales de oficios indígenas a los socios y sus familias.

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados

- Operaciones:** Mapeo de palmas de Milpés. Documentación de proceso de extracción del aceite de milpes.
- Ventas y marketing:** Envío de muestras de pulpa a restaurante interesado.
- Certificaciones:** Análisis físico-químico del aceite de milpes.



Comaiji, identificó y georreferenció áreas específicas dentro de su territorio ancestral para la recolección sostenible de los frutos de la palma de Milpés (*Oenocarpus bataua*), abarcando una extensión total de 106 hectáreas distribuidas en dos áreas. Además, han reconocido un área de 56,7 hectáreas como zona de conservación proyectada desde su plan de vida comunitario (Ver mapa).



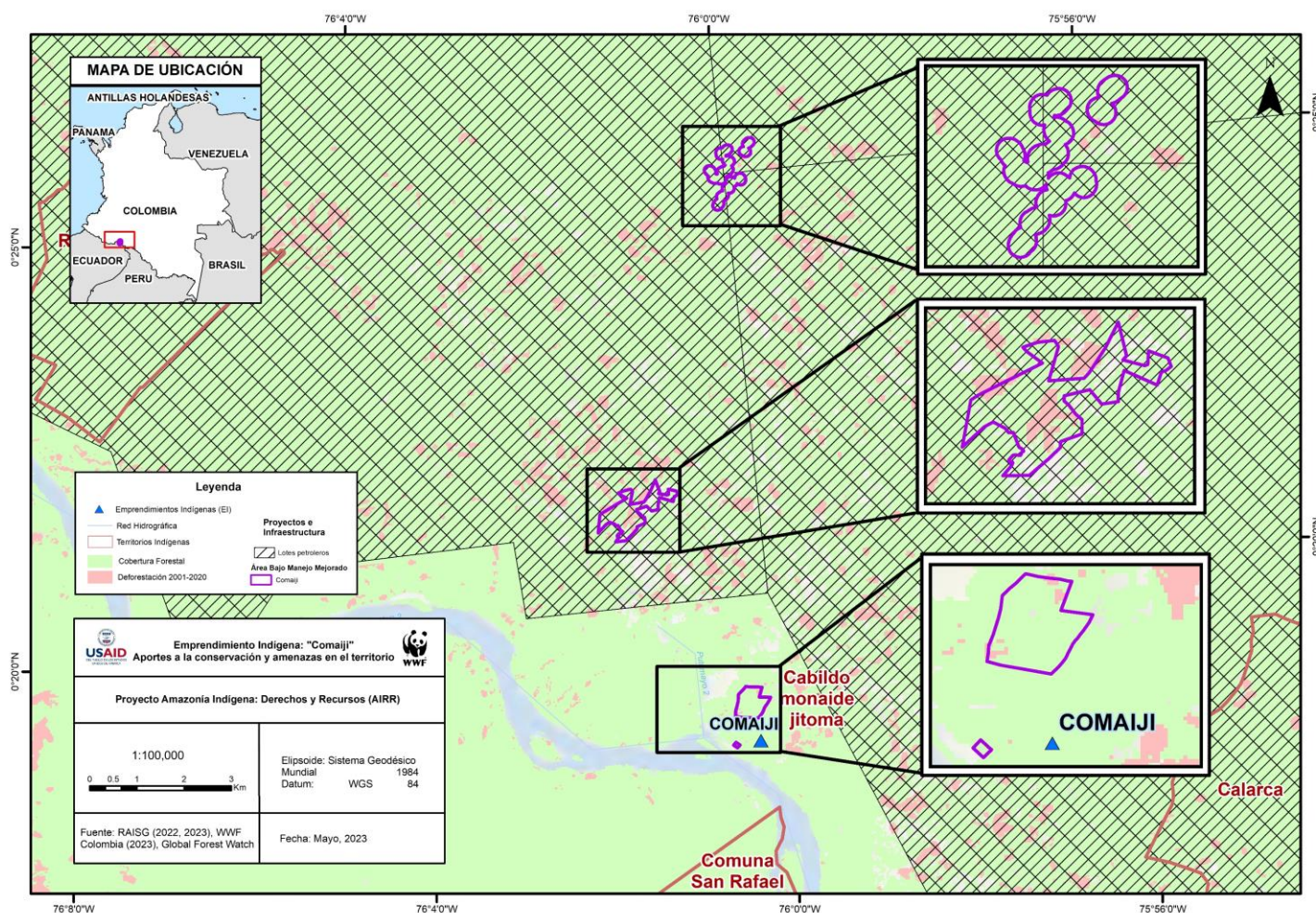
Las prácticas tradicionales del pueblo Múru-Muina, arraigadas en el conocimiento ancestral, guían las actividades de extracción de los recursos. Durante los talleres de extracción de semillas de Milpes, se han implementado técnicas sostenibles como dejar racimos en las palmas para alimentación de la fauna y dispersión natural, así como cosechar subiendo a las palmas con arneses en lugar de tumarlas. Han [elaborado una guía de aprovechamiento](#) que sienta las bases para un manejo mejorado del territorio y sus recursos naturales.



Se brindaron capacitaciones en el uso adecuado de equipos de protección personal, y la implementación de un plan de gestión de residuos sólidos. Este último se enfoca en residuos como las semillas y el afrecho, reutilizados como abono en las chagras o como alimento para la cría de especies menores. Además, se han llevado a cabo capacitaciones en temas de género e inclusión.



Estas medidas, contribuyen a la conservación de sus territorios y la biodiversidad. Asimismo, al involucrar a todos los miembros de la comunidad y respetar sus usos y costumbres espirituales, se fortalece la cohesión social y se preserva el patrimonio cultural, al conservar el conocimiento de técnicas de extracción tradicionales y genera mejores condiciones de vida en la comunidad.





El procesamiento artesanal del aceite de milpesos (*Oenocarpus Bataua*) junto a los altos costos de transporte, dificultan la inserción en mercados formales que requieren volúmenes mayores y el cumplimiento de elevados estándares de inocuidad.



Comaiji se encuentra actualmente en una etapa de consolidación del equipo de trabajo y de su modelo de negocio. Sus miembros realizan individualmente la comercialización del aceite en circuitos locales y en comunidades aledañas a lo largo del río Putumayo.



Para que puedan incrementar sus ventas, se plantean algunas alternativas a la comercialización del aceite de milpesos, como la comercialización del fruto en pulpa para su consumo en restaurantes de Mocoa y Puerto Asís y/o como materia prima para otras empresas de fabricación de aceites en el Putumayo.



Los socios realizan la producción manera conjunta, las ventas las hacen a nivel individual. Se recomienda generar una estrategia de comercialización conjunta.



“El sueño del grupo Comaiji, conformado por familias indígenas del pueblo Murui-Muina, es poner el conocimiento ancestral sobre el aceite de palma de milpés al servicio de la salud de su pueblo y otros, así como encontrar alternativas de generación de ingresos en su territorio en la Amazonia colombiana...”

Extracto de nota sobre este emprendimiento publicada en página web de WWF Colombia (17 de noviembre de 2023)

Asociación Shinyak



Video



Se dedica a la producción y comercialización de máscaras talladas en madera y enchapadas con chaquiras con simbología étnica de los pueblos Inga y Kamentsä, cuadros en madera en bajo relieve y muebles con diseños étnicos.



El emprendimiento inició el proyecto con productos validados, reputación consolidada e historial operativo y comercial. En el marco del proyecto se desarrollaron capacidades empresariales como: planificación estratégica, cumplimiento legal, gestión contable y financiera y marketing digital. Se mejoraron los procesos productivos, ampliando su capacidad de oferta y generando nuevas líneas de producto, así como el contacto con nuevos clientes.



Ubicación:
Sibundoy(Putumayo)



Sector:
Artesanía



Tipo de sociedad
SAS



Pueblos indígenas
Kamëntsa Biya



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$55,000 USD



Liderado por
Hombre



Socios
17



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial a Shinyak



Shinyak tiene una reputación consolidada como taller artesano de alta calidad.



Tienen formalizados sus procesos administrativos, contable y financieros.

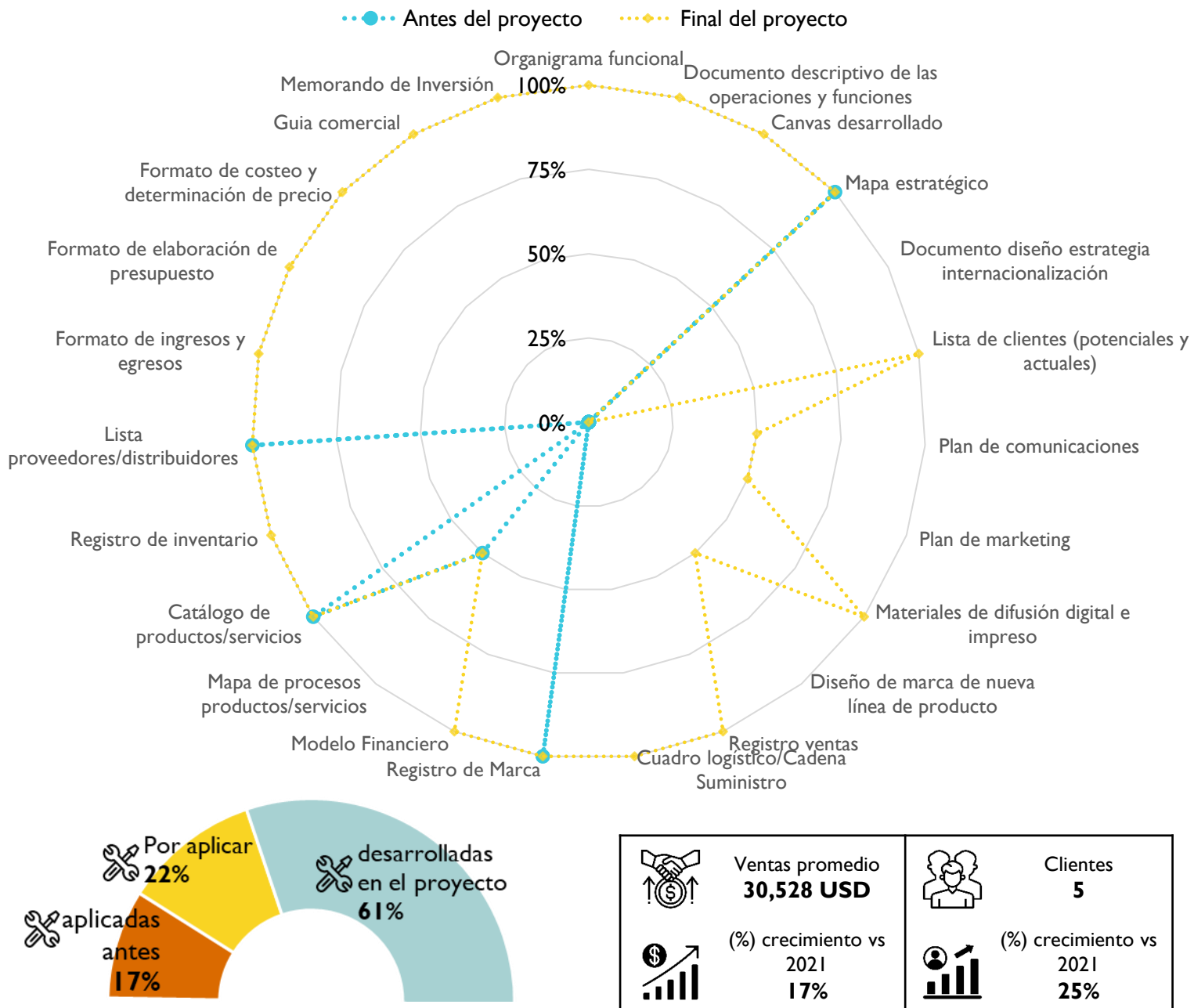


Han desarrollado nuevos productos y artesanías en madera manteniendo la simbología propia.



Han abierto nuevos canales de venta y nuevos clientes con enfoque a la internacionalización.

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registro mensual de ventas, costeo actualizado de productos principales.



Estrategia: Foco al desarrollo de ventas a cliente mayorista nacional e internacional, logar reducción de costos por compra al por mayor de materia prima, desarrollo de nuevos productos.



Operaciones: Aumento de capacidad productiva por las máquinas adquiridas para el taller.



Ventas y marketing: Desarrollo de canal de venta Instagram, acceso a clientes internacionales.



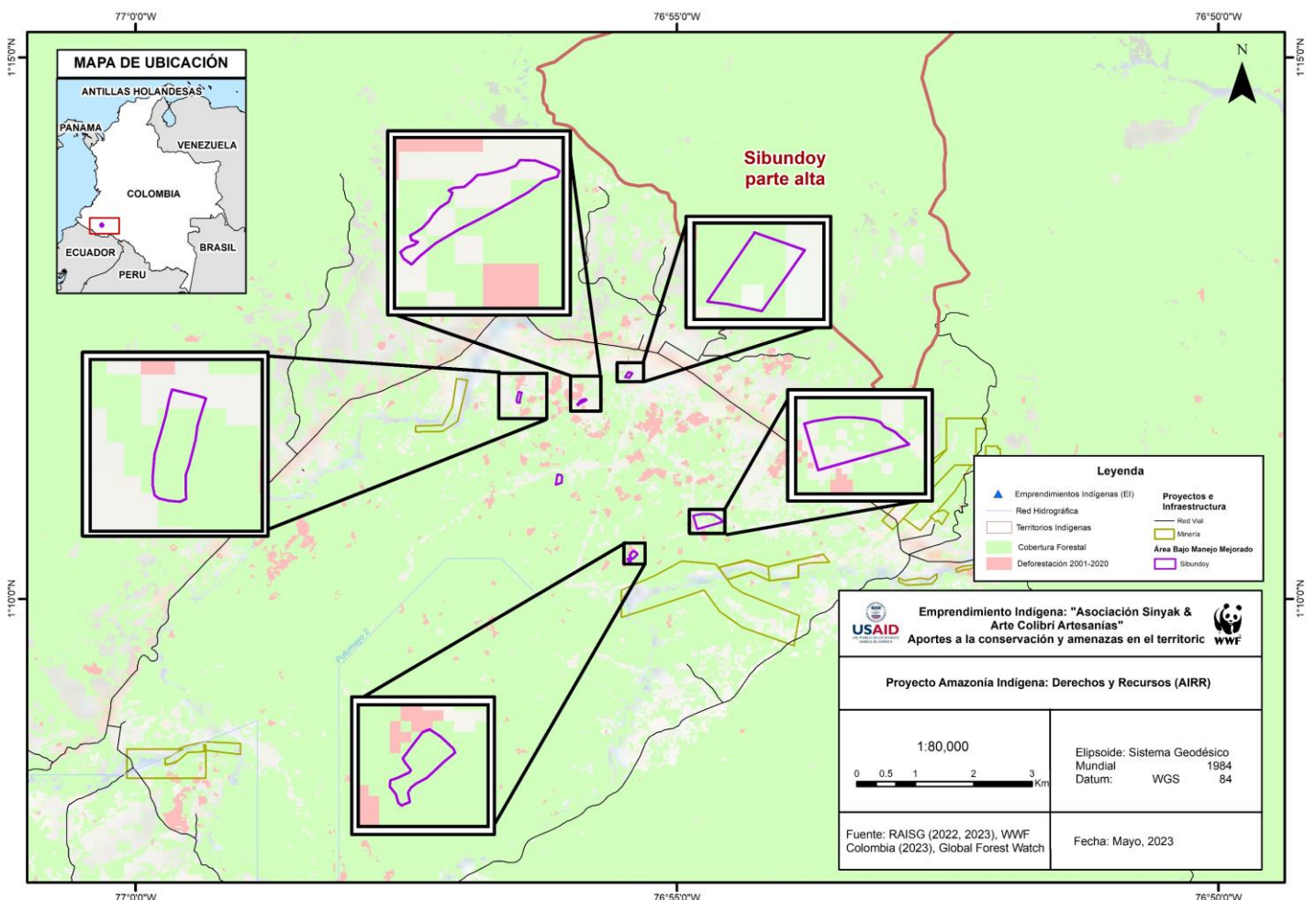
La Asociación Shinyak está conformada por familias de la comunidad indígena Kamentsä, quienes se dedican a la producción artesanal de máscaras talladas en madera de sauce nativo (*Salix humboldtiana*) y enchapadas en chaquira. Sus actividades se llevan a cabo principalmente en la vereda Las Palmas y Tamabioy, en el municipio de Sibundoy, donde han realizado extracciones sostenibles de árboles de sauce y urupán (*Fraxinus chinenses*), empleando técnicas tradicionales como el secado al humo de las máscaras. Han implementado prácticas de siembra de estas especies en un área de 8,29 hectáreas (ver mapa).



Las prácticas de extracción de recursos de la Asociación Shinyak aportan a la conservación y el manejo sostenible de los recursos naturales de varias maneras. En primer lugar, aprovechan árboles caídos o que están a punto de caer, evitando la tala innecesaria. Además, realizan siembras de estacas de sauce en las áreas de extracción para regenerar los recursos. También manejan un lote familiar con diversas especies forestales con potencial para el tallado, lo que les permite diversificar sus fuentes de materia prima. Otras medidas han sido la capacitación en inclusión de género para promover la participación equitativa, la dotación de equipos de protección personal y capacitaciones en su uso, así como una guía para el manejo adecuado de residuos sólidos y el reaprovechamiento de la viruta como combustible.



Estas prácticas, junto con su enfoque en la conservación del conocimiento tradicional y la cosmogonía, contribuyen a la sostenibilidad de sus actividades artesanales y al manejo responsable de los recursos naturales.





Shinyak es una empresa de familiar con larga tradición artesana, que impulsa el rescate y fortalecimiento de las tradiciones y la cultura, en posesión de una capacidad de innovación tanto en sus productos como en sus procesos de producción, por lo que se han ganado un notable reconocimiento en el mercado y en la comunidad a la que pertenecen.



Para mejorar su crecimiento y consolidación se requiere: ampliar la infraestructura, a través de la construcción de un taller de mayor capacidad. Formar futuros artesanos entre los jóvenes de la comunidad. Adquirir maquinaria y preparación de personal para operar equipos y técnicas de tallado que mejoren la capacidad de producción del taller.



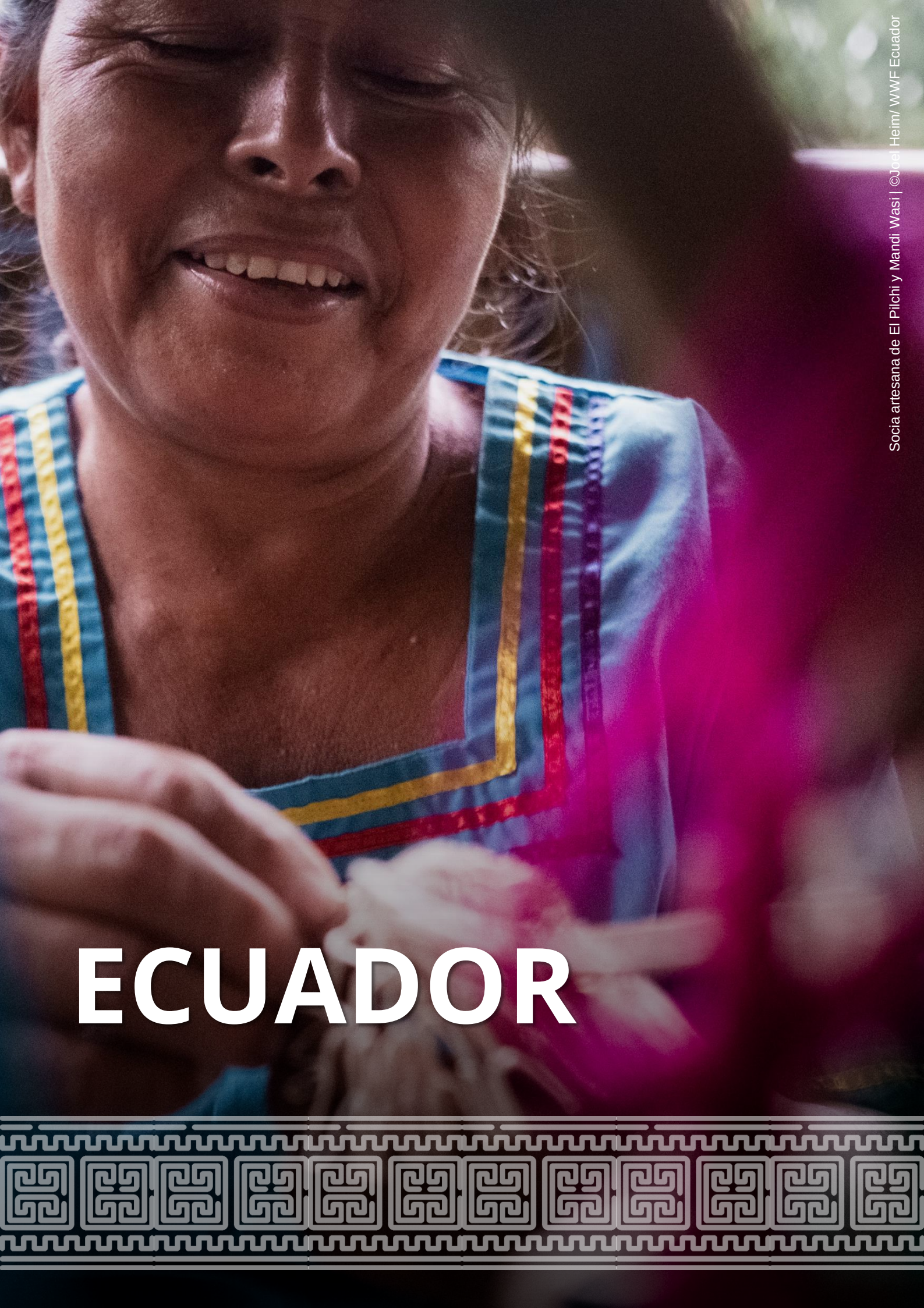
Esto debe complementarse con la asistencia técnica en los siguientes puntos:

- Consolidar los procesos comerciales, contables y legales en relación a los clientes internacionales.
- Reforzar el marketing digital y la gestión de clientes especializados con disposición a pagar un precio superior.
- Desarrollar nuevas líneas de producción.
- Fortalecer procesos de siembra de árboles con sus asociados y proveedores de materia prima.

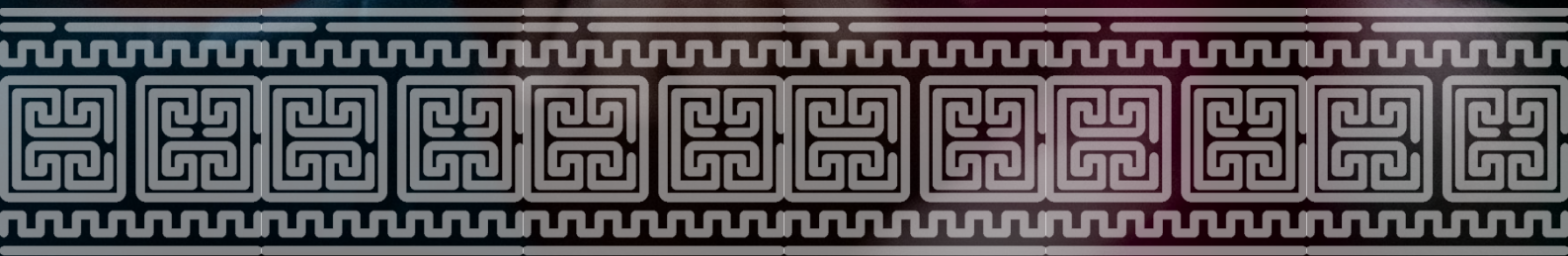


“En nuestra asociación mejoramos en temas legales y contables, en procesos productivos y eficiencia de estos con la adquisición de nueva maquinaria. También nos capacitamos en redes sociales para tener más alcance de ventas, algo que no explorábamos hasta que empezamos a trabajar con el proyecto AIRR. Tenemos una visión futura de nuestra empresa ya que siempre tuvimos la idea de trabajar en un taller, pero ahora nos vemos como una empresa joven con mucho potencial”

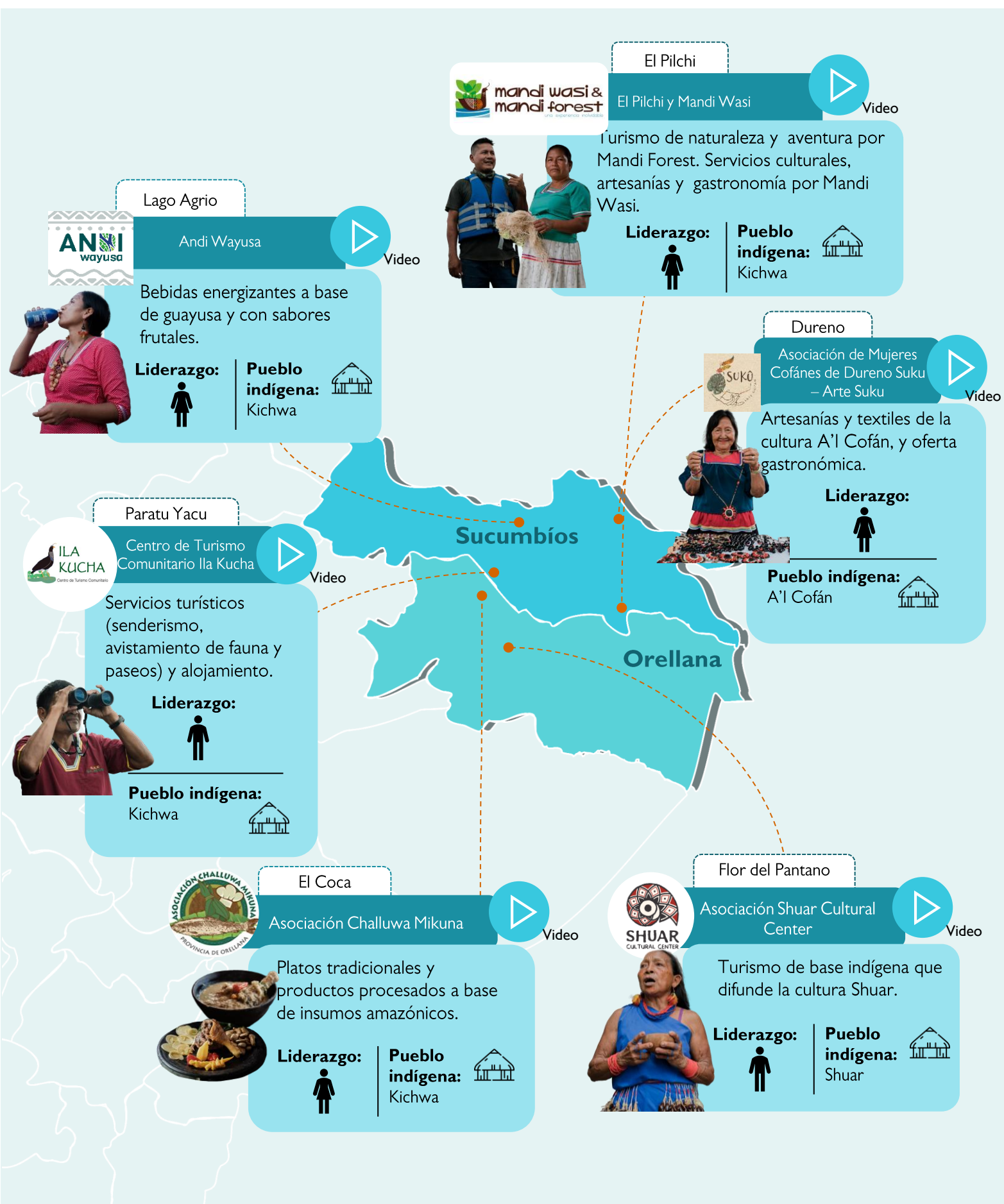
Miguel Chasoy, co-fundador y gerente general



ECUADOR



En **Ecuador**, los seis emprendimientos indígenas apoyados se encuentran en las provincias de Sucumbíos y Orellana, representando a tres nacionalidades indígenas.

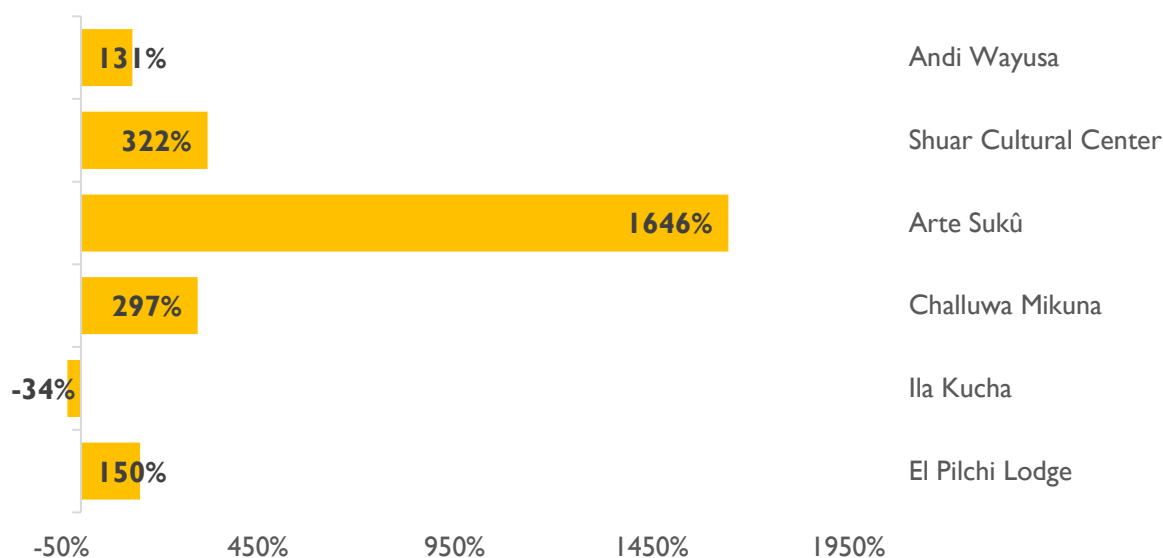




Resultados obtenidos en las ventas

Los El cerraron el proyecto con un incremento general en sus ventas, que se presentó de manera continua durante la vida del proyecto, alcanzando un porcentaje de incremento en ventas del 180%, respecto a la línea base de 2021, y un promedio de ventas de \$168,372 USD al finalizar el proyecto. La pandemia tuvo un efecto negativo, sobre todo en los emprendimientos dedicados al turismo, a pesar de eso, se observó una recuperación paulatina, y para el año 2021, todos los emprendimientos cerraban el año con resultados positivos. A lo largo del proyecto, brindamos un acompañamiento a nivel de seguimiento de ventas y asesoría ante las situaciones que atravesaron los El. Buscamos ser un soporte para el desarrollo y crecimiento de cada uno de ellos, de manera que todos los El pudieran presentar avances en sus capacidades de gestión y organización. Sin embargo, en diferente medida, la comercialización sigue siendo un desafío que requiere de acompañamiento especializado.

Porcentaje de incremento en ventas por El al 2024



A lo largo del proyecto, **Andi Wayusa** presentó un aumento considerable respecto a su línea base, sin embargo, tuvo un ligero decrecimiento de ventas en los dos últimos años del proyecto, que se situó en torno al 21%. Esta situación fue similar para **Shuar Cultural Center**, en una mayor proporción, debido a la pérdida de su infraestructura, por las fuertes lluvias, que inhabilitó su operación. Pese a esto, su resiliencia y fortalecimiento permitió su recuperación paulatina, presentando un incremento del 580% para 2022, un ligero decrecimiento del 7% para 2023, cerrando el proyecto con un incremento en ventas de 322%. Por otro lado, **Ila Kucha**, cuyos resultados en ventas han sido los más bajo respecto a los demás El, mantuvo resultados positivos durante los primeros años del proyecto, alcanzando un 166% de incremento en ventas para 2022, pero cierra el proyecto con un decrecimiento significativo. **Challuwa Mikuna**, mantuvo un crecimiento constante durante el proyecto, seguido de **El Pilchi Lodge**, aunque este último presentó una disminución en sus ventas del 31% para 2023, pero termina el proyecto con un incremento significativo respecto a su línea base. **Arte Sukû**, en el sector artesanal, presenta un desempeño de ventas con crecimiento expresivo, con relación a la línea base del proyecto, duplicando sus ventas entre el año 2022 y 2023. Un factor determinante en estos resultados es el hecho de la ausencia de registro parcial o total de información financiera y contable previo a su participación en el proyecto.



Resultados obtenidos en las ventas

En el marco del proyecto, logramos influir en el aumento de las ventas, apoyando a los EI en participación en eventos y ferias y formándolos en gestión comercial, desarrollo de productos, comunicación y marketing. Lo anterior, es debido a que una de las barreras identificadas para los EI era lograr llegar a clientes e inversionistas, por lo tanto, para superarla generamos materiales audiovisuales para cada uno de los seis emprendimientos (acceso en las fichas de los EI) y un portafolio de emprendimientos indígenas. Estos materiales audiovisuales y guías comerciales buscan la diversificación y aumento de clientes en el corto plazo.

Además, posibilitamos la participación de los EI de Ecuador en un intercambio entre emprendimientos amazónicos denominado [Encuentro regional de emprendimientos de impacto \(Colombia, Ecuador y Perú\)](#) en 2021.

Para la generación de condiciones de soporte, posicionamiento en espacios de discusión y alianzas estratégicas, apoyamos a las OOI en el análisis y definición del concepto de economía indígena en los cuatro países. En Ecuador, CONFENIAE lideró la construcción del concepto de economía indígena y publicó el documento [“Pueblos y nacionalidades amazónicas del Ecuador: la definición holística de Economía indígena”](#), además, lograron el compromiso del Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica de Ecuador de integrar elementos del concepto en el marco de la promoción de la bioeconomía.

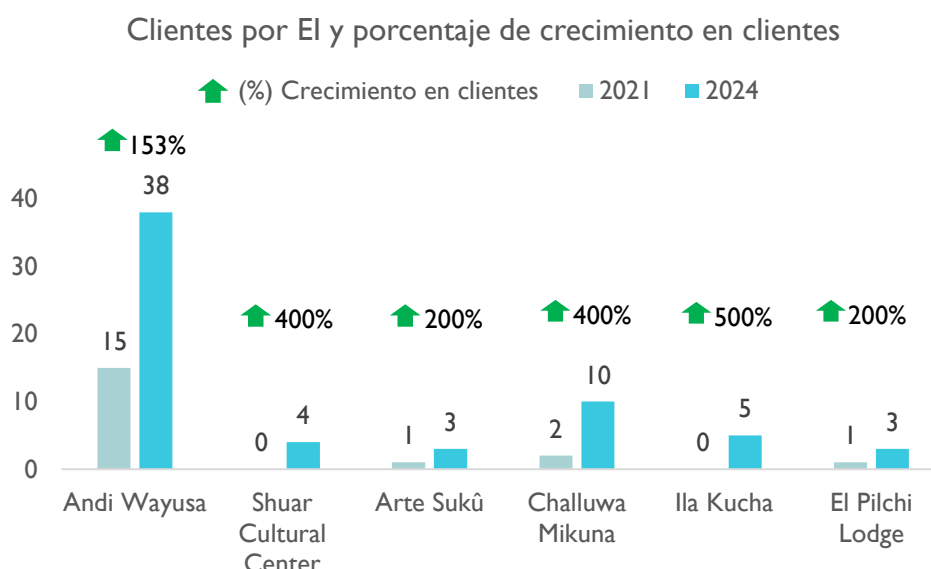


Socias de Challuwa Mikuna | ©Joel Heim/ WWF Ecuador



Resultados obtenidos en el número de clientes comerciales

El crecimiento en el número de clientes, respecto a la línea base en 2021, fue positivo, pasando de 19 clientes comerciales en 2021 a 63 en 2024, alcanzando un incremento del 232%. En el marco del proyecto, brindamos a los emprendimientos herramientas prácticas para conseguir clientes y los apoyamos en el orden y la identificación de la información básica para el desarrollo de una relación comercial. Es un punto crítico que los El mejoren la velocidad de respuesta a potenciales clientes y persiste el reto de que se envíe respuesta oportuna a las consultas realizadas por estos. Teniendo en cuenta lo anterior, se recomienda a los El tener el rol de área comercial como una posición clave para sus organizaciones. En el caso específico de Ecuador, la identificación de clientes potenciales fue un reto y las condiciones de infraestructura y logística de la Amazonía afectan el desempeño de emprendimientos que dependen de envíos y transporte de mercancía o de afluencia de personas por medios de transporte terrestre y aéreo.



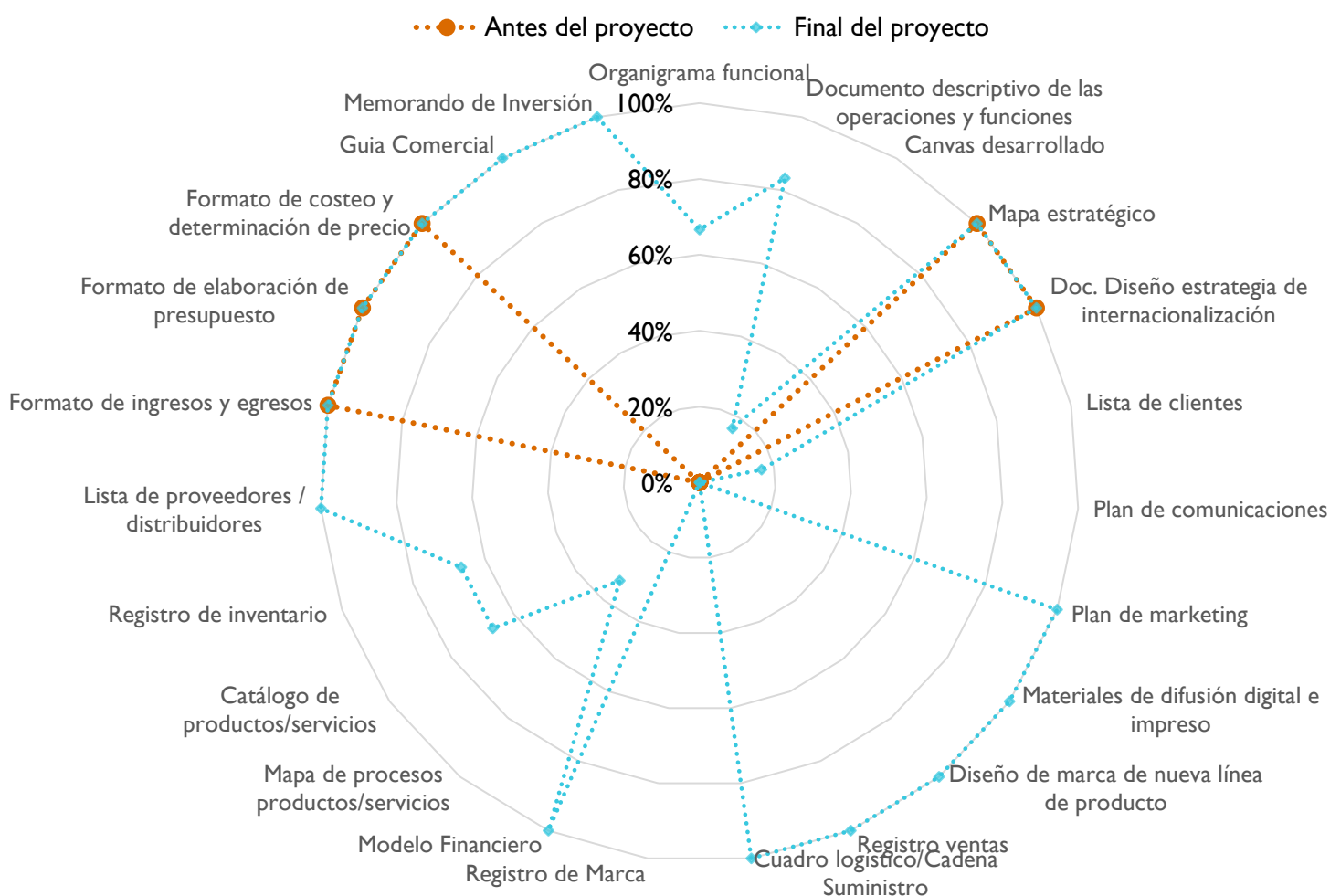
El crecimiento fluctuó en cada uno de los El a lo largo del proyecto, unos años incrementando y en otros disminuyendo, como en el caso de **El Pilchi Lodge**, quien es el único que presenta una baja significativa y la cual no pudo estabilizar, respecto a su mejor año en 2022, motivado a que han pasado a ser percibidos como caros frente a la competencia. Pese a esto, todos los El cierran el proyecto con un crecimiento en el número de clientes, respecto a la línea base. **Andi Wayusa** es el emprendimiento con mejor desempeño en este indicador, este resultado se debe a la buena gestión de las relaciones comerciales que lleva su presidenta y a la obtención de los certificados sanitarios para la totalidad de los productos comercializados, lo que las lleva a cerrar el proyecto con 38 alianzas comerciales, que representan más del 50% de los clientes registrados para los El del país. Por su parte, **Shuar Cultural Center**, **Arte Soku** e **Ila Kucha** también aumentaron el número de clientes, coincidiendo en la manera paulatina y de menor escala, respecto a **Andi Wayusa**. Por último, **Challuwa Mikuna**, mantuvo el número de clientes, hasta el 2024, en donde presentó un aumento considerable, respecto a su histórico.



Resultados obtenidos en el fortalecimiento de capacidades

Se logró la aplicación de las siguientes herramientas, por parte de los 6 EI, durante el tiempo de acompañamiento empresarial: guía comercial, memorando de inversión y modelo financiero. No obstante, queda un camino por recorrer para fomentar y adoptar el uso de herramientas relacionadas a la gestión comercial: lista de clientes, materiales de difusión, registro de ventas, lista clientes potenciales y actuales. Es un avance significativo que el 100% de los EI apoyados usen herramientas y formatos que no conocía o usaban antes del proyecto, tales como: memorando de inversión, guía comercial, formatos de costeo, de presupuesto, de ingresos y egresos, modelo financiero, CANVAS, lista de clientes y materiales publicitarios. El hecho de que algunas herramientas no fueran adoptadas por todos los EI, se debe a qué o bien no eran necesarias por el modelo de negocio, su etapa de desarrollo, o a que se priorizó el desarrollo de otras herramientas más pertinentes para el crecimiento y la mejora de estos.

Capacidades empresariales de los EI



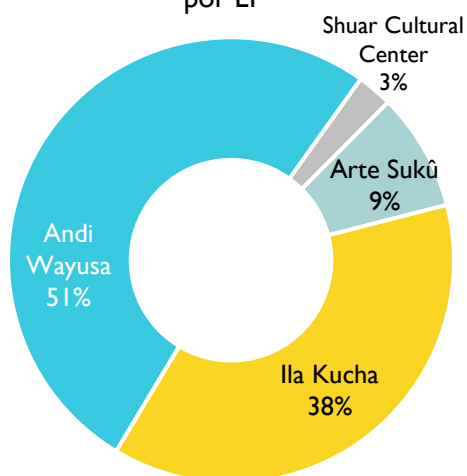
Desde el proyecto se buscó brindar un programa completo para el desarrollo de capacidades de los EI y, en general, los equipos emprendedores aprovecharon y dedicaron mayor tiempo a los recursos brindados. Sin embargo, algunas barreras como la conectividad de cada emprendimiento o la falta de mejor adaptación de las temáticas abordadas, fueron retos para el buen desarrollo de los programas de capacitación. Por otro lado, los emprendimientos no siempre contaron con el equipo suficiente o capacidades para desarrollar cada uno de estos instrumentos durante el proyecto, pese a esto, quedan con herramientas que les permitirán seguir creciendo como negocios sostenibles.



Resultados obtenidos en el financiamiento adicional recaudado

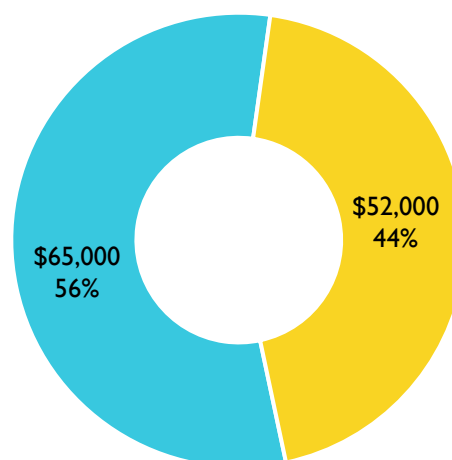
Tres de los seis emprendimientos lograron apalancar fondos adicionales en efectivo o en apoyo en la formación de capacidades, obteniendo \$117,000 USD de capital adicional, proveniente de diferentes fuentes, desde institutos públicos de fomento al emprendimiento, hasta organismos de cooperación de impacto global, en calidad de donación y en menor medida préstamo. **Andi Wayusa** e **Ila Kucha** son los casos más significativos en cuanto a monto apalancado, resultado de su capacidad para identificar y gestionar las relaciones con potenciales aliados e instituciones, soportada por las herramientas y capacidades desarrolladas a lo largo del proyecto. Estos fondos adicionales permitieron hacer mejoras en su equipamiento para una mayor producción, en el caso de **Andi Wayusa**, y una mejora en la prestación de sus servicios turísticos para **Ila Kucha**. Los emprendimientos en Ecuador se encuentran en fase temprana y no poseen preparación para acceder a inversionistas de impacto, predominando el capital de tipo donación y fondos no reembolsables de instituciones y programas multilaterales.

Total de capital recaudado y porcentaje por EI



Total: \$117,000

Fuentes de financiamiento del capital adicional recaudado



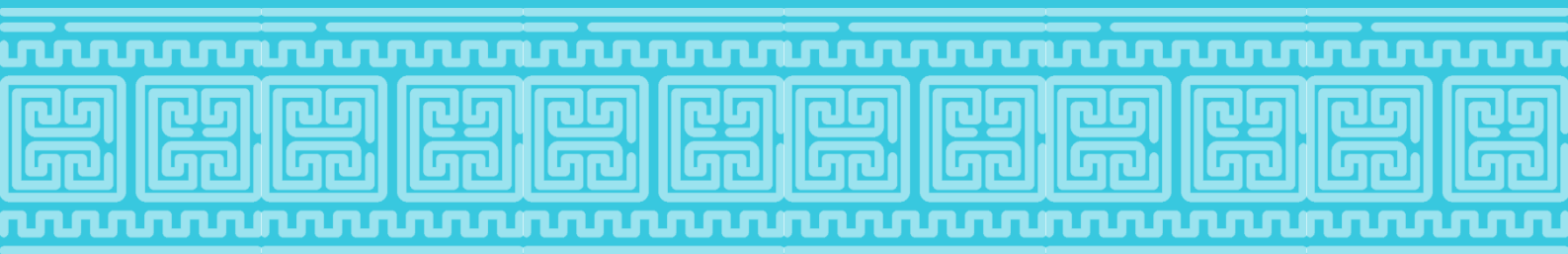
■ Estado ■ Cooperación



Cosecha de ajíes para elaborar productos de Shuar Cultural Center | ©Joel Heim/ WWF Ecuador

Avances y retos de los Emprendimientos Indígenas

Ecuador





Video



Asociación de Mujeres Cofánes de Dureno (Arte Sukû)



Emprendimiento dedicado a la producción y venta de artesanías y trajes típicos que reflejan la identidad cultural de su comunidad. Utilizan materiales naturales recolectados en el bosque comunal, como semillas y plantas, y combinan estos elementos con insumos comprados a proveedores locales.



En el marco del proyecto AIRR, desarrollaron una nueva línea de negocio en gastronomía y presentaron una mejora en sus artesanías, y mejoraron capacidades empresariales relacionadas con el registro de información financiera, comercial y contable. Además, se generaron nuevos vínculos comerciales.



Ubicación:
Dureno (Sucumbíos)

Sector:
Artesanía



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
A'í Cofán



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$13,510 USD



Liderado por
Mujer



Socios
36



Mercado objetivo
Regional e internacional



Fondos apalancados:
\$10,000 USD



Ventajas que hacen especial a Arte Suku



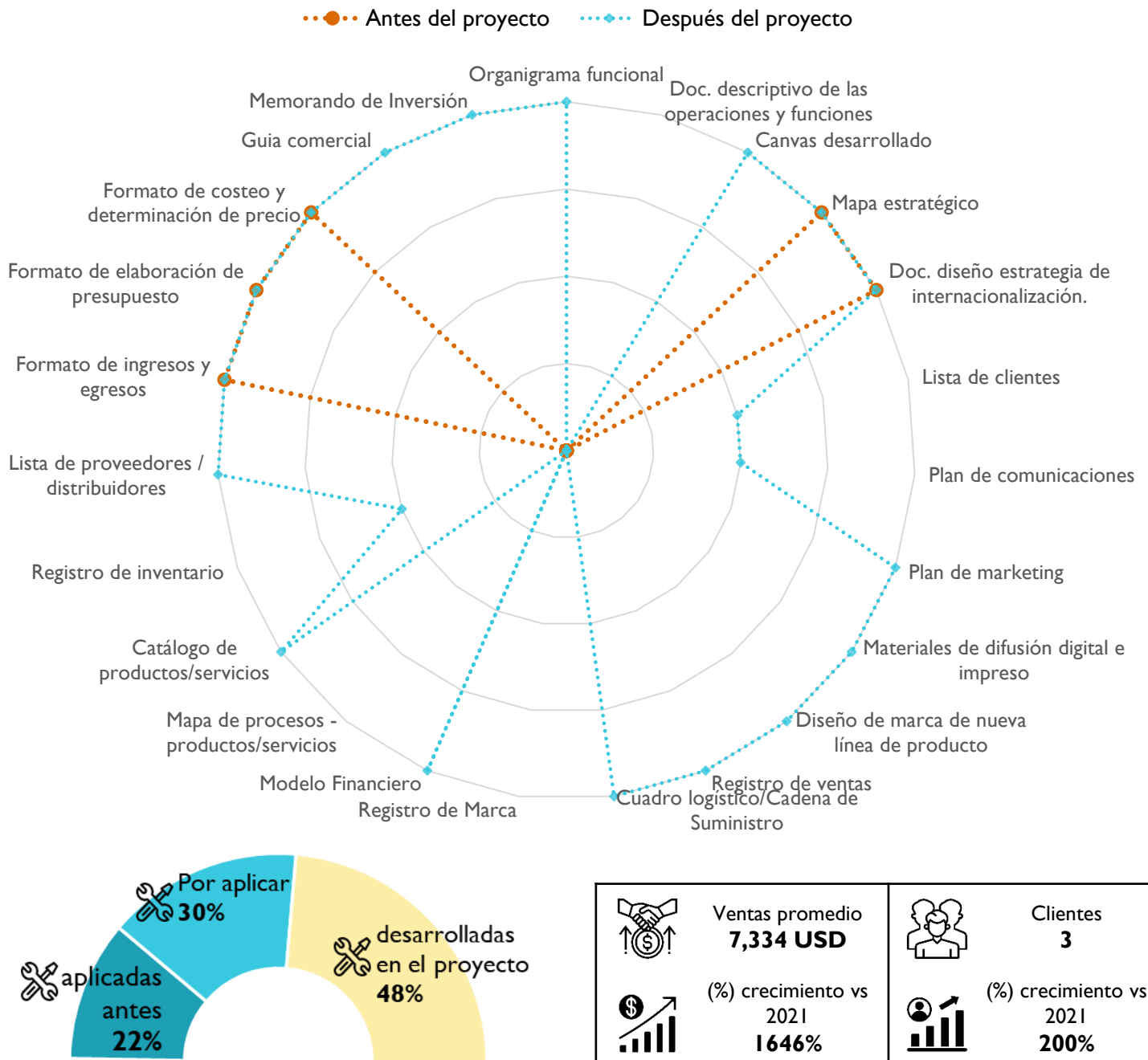
Suku posee la reputación de realizadores de trajes típicos y esa es la principal puerta de entrada a nuevos clientes. El conocimiento tradicional sobre la confección de los trajes típicos es un saber que ya no se encuentra con tanta frecuencia y que es valorado por las comunidades.



La asociación cuenta con una clientela establecida y con referencias de estos clientes que atraen otros clientes y poseen una buena gestión y experiencia en atender pedidos a distancia.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Enfoque a desarrollar las ventas y la gestión de ventas.



Ventas y marketing: Desarrollo de canal de venta Instagram y fortalecimiento de capacidades para las ventas en el restaurante.



Estrategia: Diversificación de productos textiles. Ideación y diseño de nuevos productos.



Involucramiento en redes: Creación de cuentas en Instagram y Facebook.

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



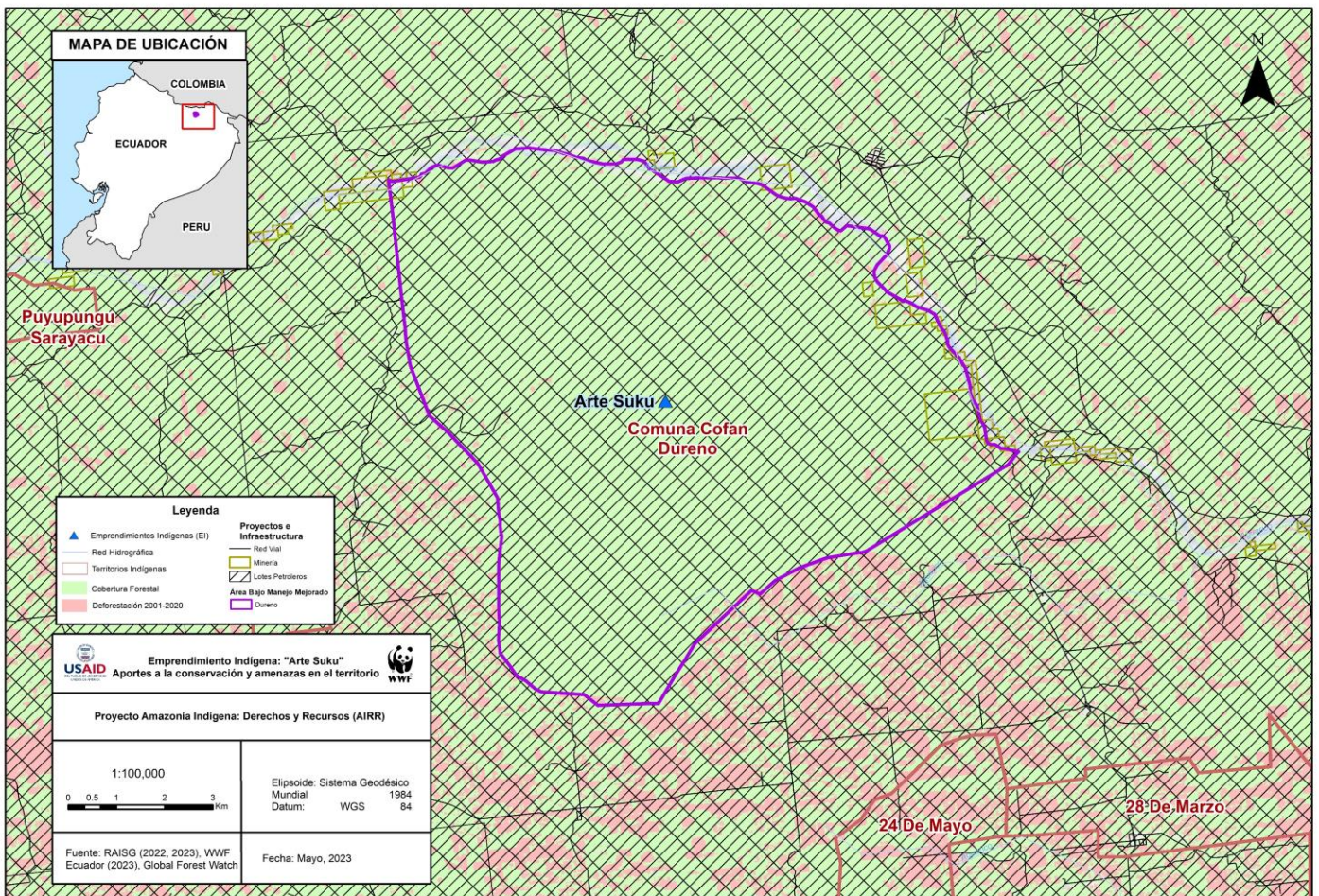
Arte Sukû, está ubicado en la comunidad Dureno, participa activamente en la gestión de un área de aproximadamente 9.452 hectáreas, donde se encuentran comprometidos con el programa “Socio Bosque” desde el año 2008. Este compromiso abarca la protección de 7.144,18 hectáreas de área de conservación, lo que ha contribuido significativamente a conservar el entorno natural de la región (ver mapa). Arte Sukû ha implementado prácticas sostenibles como el aprovechamiento planificado de especies de calmito (*Calathea allouia*), wairuro (*Inga edulis*), ojo de venado (*Mucuna deeringiana*), chambira (*Astrocaryum chambira*), achira (*Canna indica*) y san pedro (*Monstera deliciosa*), valoradas por sus bellas semillas y sus fibras. El cultivo de estas especies en viveros comunitarios disminuye la presión sobre el bosque y provee los materiales necesarios para sus actividades artesanales y la creciente demanda, lo que aporta a la conservación del bosque y el uso sostenible de los recursos naturales.



La Asociación fomenta la participación comunitaria en la toma de decisiones y promueve la transparencia en la gestión del emprendimiento. Han establecido políticas de conservación, protocolos para el manejo de riesgos laborales, la gestión adecuada de desechos y la capacitación continua en temas ambientales y sociales incluyendo el enfoque de género.



Esta combinación de conservación y actividades económicas ha permitido una gestión integrada y equilibrada del territorio, fortaleciendo así la resiliencia de la comunidad y contribuyendo a la conservación de su territorio.



Conclusiones y recomendaciones



La asociación ha madurado y fortalecido sus capacidades técnicas. Se espera que continúe robusteciendo sus procesos de gestión interna y de registro de información financiera de forma continua. Esto les permitirá mejorar sus condiciones de acceso a financiamientos adicionales e implementar las estrategias que tienen previstas como: aumento de ventas y diversificación de productos textiles.



Actualmente, persisten dos desafíos que deberían ser abordados: utilización de plumas en la confección de artesanías, ya que recientemente ha iniciado una campaña de concientización para desestimular el consumo de estas prendas y el uso de la carne de monte en el menú de la maloca. Por último, en términos de gestión del emprendimiento, el desafío está en la disciplina del registro de información para la toma de decisiones informada sobre nuevos productos o inversión de esfuerzo y recursos en las tres líneas de trabajo actuales.



Por otro lado, en lo que se refiere a fortalezas, la estructura de la asociación, en términos de asociadas es bastante estable y esto permite un nivel de organización y estabilidad para su liderazgo y sostenibilidad. Las socias que han estado al frente de la asociación han demostrado liderazgo y compromiso. En el área textil poseen gran credibilidad y experiencia en el trato con el cliente, la venta y la post-venta. Esta es una capacidad que deben transferir a los otros rubros de servicios y productos que manejan.



“Gracias al proyecto AIRR pudimos mejorar la calidad de las artesanías. Antes no podíamos hablar frente al público, pero gracias a las capacitaciones, nos hemos fortalecido y ahora explicamos lo que producimos. Así como suku, que es el tucán en español, recolectamos las semillas de la selva y elaboramos artesanías que queremos que todos conozcan y sean internacionales”

Magdalena Quenama, dirigente de comunicación del emprendimiento





Video

Asociación de Producción Alimenticia Andi Wayusa Guayusa (ASOPROANWA)



Emprendimiento familiar que produce y comercializa una bebida energizante elaborada a partir de hojas de guayusa, una planta ancestral de la Amazonía ecuatoriana. Con sede en la ciudad de Lago Agrio, el emprendimiento se abastece de hojas provenientes de las chacras familiares de la comunidad "Domingo Calapucha" y otras comunidades kichwa.



En el marco del proyecto, la Asociación alcanzó la certificación sanitaria de todos sus productos, amplió su planta y automatizó algunos de sus procesos de producción. Igualmente, mejoró sus capacidades empresariales de gestión contable, control de proveedores y clientes y ha fijado costos adecuados a sus productos.



Ubicación:
Lago Agrio (Sucumbíos)



Sector:
Forestal no maderable
(guayusa)



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Kichwa



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$16.830 USD



Liderado por
Mujer



Socios
10



Mercado objetivo
Productos orgánicos,
consumo responsable



Fondos apalancados:
\$60,000 USD

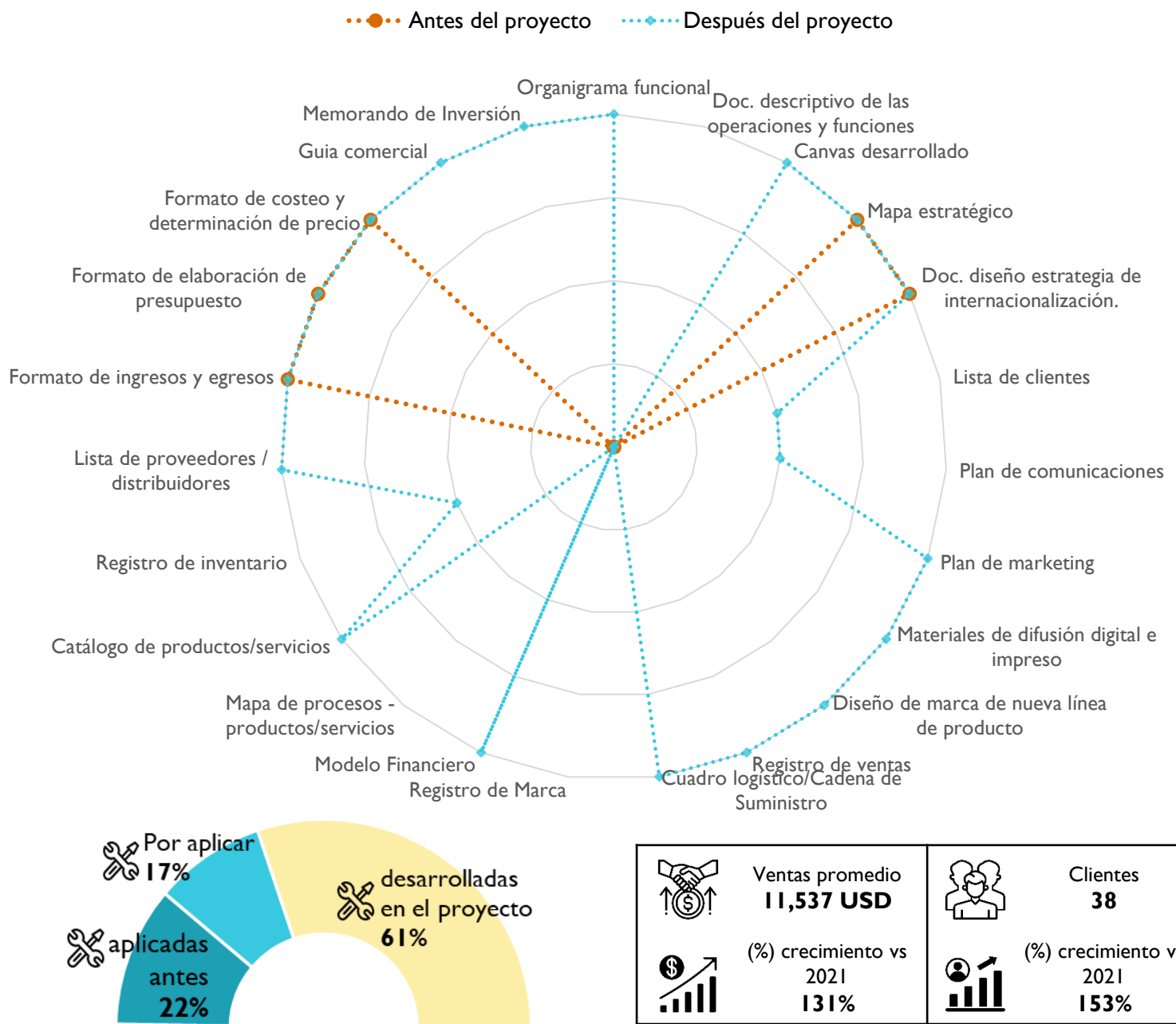


Ventajas que hacen especial a Andi Wayusa



Valorización de la cultura ancestral del consumo de guayusa, adaptándola para ser consumida por personas en todo ámbito con presentaciones y combinación de sabores con frutas amazónicas similares a bebidas de consumo masivo

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Apalancamiento de fondos adicionales.



Estrategia: Desarrollo de nuevos productos y ampliación y mejora de la planta procesadora. Transferir la deshidratación de la wayusa y Jamaica a la comunidad. Establecer contratos con empresas de distribución de bebidas para aumentar el alcance y con empresas petroleras para abastecer los restaurantes de sus campamento.



Legal: Notificación sanitaria de alimentos obtenida para tres nuevo producto.



Ventas y marketing: Participación en ferias





Andy Wayusa, opera con miembros de la comunidad Atari en la provincia de Sucumbíos, su área de influencia abarca aproximadamente 1.034 hectáreas, caracterizada por una conservación notable en comparación con otras zonas de la comunidad (ver mapa). Integra conocimientos tradicionales en sus prácticas, y se abastecen de ingredientes locales, como la hoja de guayusa (*Ilex guayusa*), manteniendo una producción que no aumenta la presión agrícola sobre el territorio.



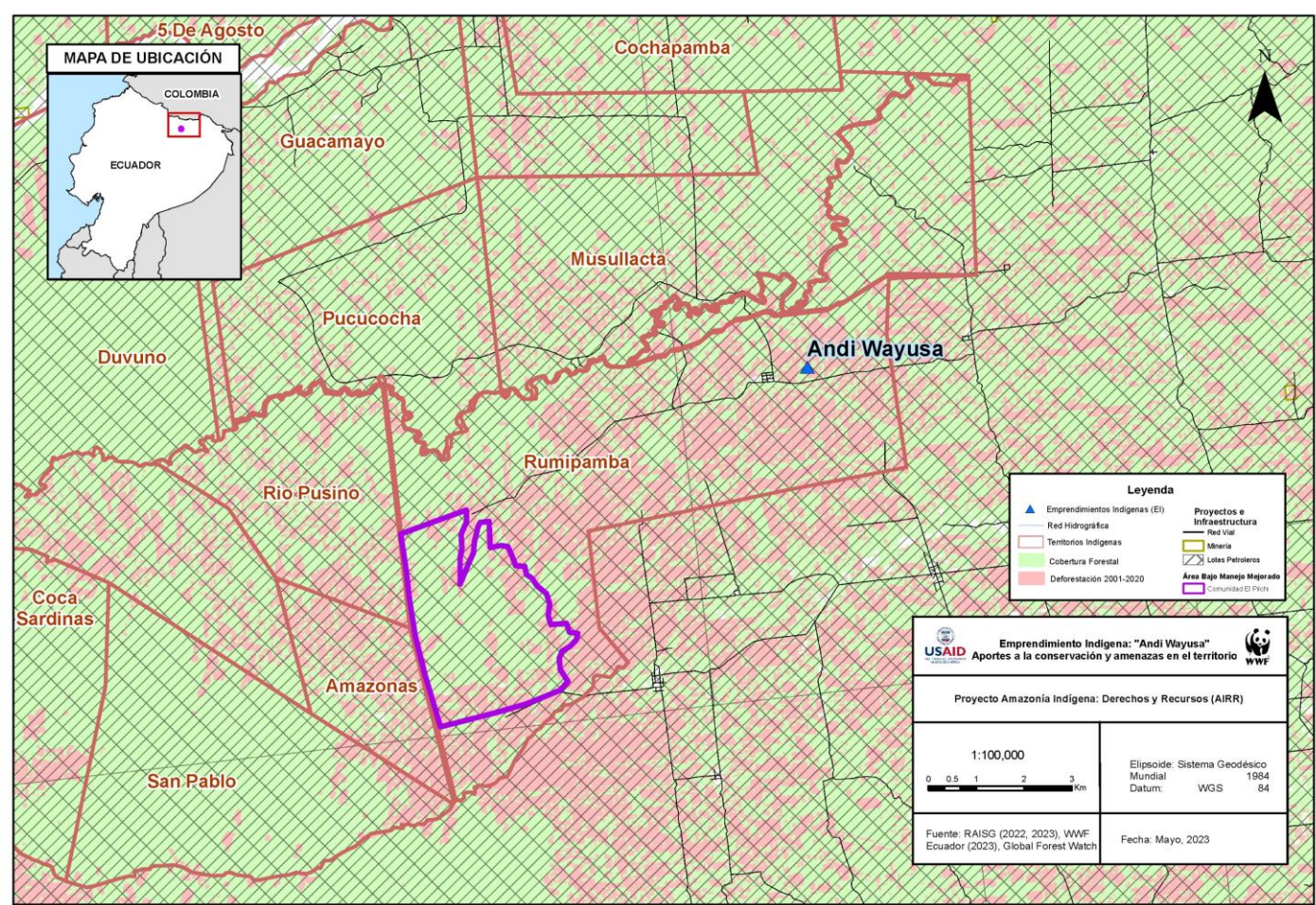


Además, su participación en la asociación de productores locales y su búsqueda de mercados internacionales con criterios de comercio justo refuerzan su compromiso con la conservación y el desarrollo sostenible. Mediante acuerdos con distribuidores mayoristas y la adquisición de ingredientes en la Feria de las Nacionalidades, fomentan la economía local y evitan prácticas que podrían contribuir a la deforestación.





Desde la capacitación en buenas prácticas de cosecha de guayusa (*Ilex guayusa*) hasta la promoción de políticas de conservación y de gestión de desechos, el emprendimiento ha implementado una serie de medidas que buscan reducir su huella ecológica. Al centrarse en prácticas arraigadas en las tradiciones de la comunidad y en principios de transparencia y participación, la Asociación no solo protege el territorio y la biodiversidad, sino que también fortalece los lazos comunitarios, fomentando la participación activa y un mayor sentido de pertenencia





Andi Wayusa es un emprendimiento con impulso por parte de su presidenta y que cuenta con una trayectoria de compromiso y cumplimiento a pesar de tener pocos años de funcionamiento.



Es prioritario aumentar las ventas del emprendimiento, para lo cual se aconseja trabajar la precificación y costeo de sus productos, estrategia de ventas y mantener al día el registro de ventas.



“Cuando empezamos a trabajar con la bebida de guayusa fue una conexión directa con mis abuelos, con mis tradiciones, con mis raíces. Nosotros tenemos otros saberes y conocimientos que nos han pasado nuestros abuelos. Eso me ha ayudado bastante como mujer indígena y también me gusta aportar a la sociedad. Por eso ahora tenemos una empresa familiar con ese conocimiento ancestral. [Gracias al apoyo del proyecto AIRR] hemos podido certificar 3 de nuestras bebidas y mejorar nuestras herramientas de costeo de producción y precios”

Esthela Noteno, fundadora y gerente





Video

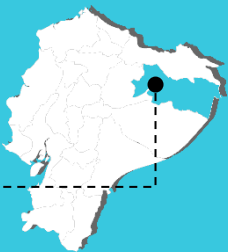
Asociación Shuar Cultural Center



Emprendimiento comunitario conformado por miembros de la nacionalidad Shuar, dedicado al turismo cultural y la valoración de conocimientos ancestrales. Ofrecen experiencias únicas que incluyen rituales, gastronomía y actividades tradicionales.



En su etapa de incubación, en el marco del proyecto AIRR, alcanzaron un nivel de madurez en su gestión, adquiriendo capacidades empresariales y mostrando resiliencia ante fenómenos naturales que afectaron gravemente su infraestructura, lo que los impulsó a realizar un cambio de estrategia y de modelo de negocio.



Ubicación:
Flor del Pantano
(Orellana)



Sector:
Turismo y servicios
relacionados



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Shuar



**Comunidades
beneficiadas**
1



**Fondos entregados
por AIRR**
\$11,020 USD



Liderado por
Hombre



Socios
5



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$3,000 USD



Ventajas que hacen especial a Shuar Cultural Center



El emprendimiento se autodefine como una experiencia de turismo de conocimiento, lo cual les permite valorizar su cultura y las prácticas ancestrales.



Fundada y dirigida por jóvenes, esto le confiere al emprendimiento una identidad fresca y la posibilidad de conectar con público de manera más amplia y directa a la vez.

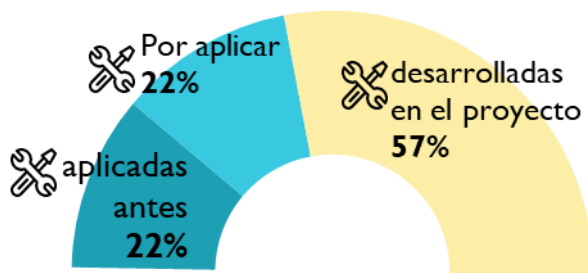
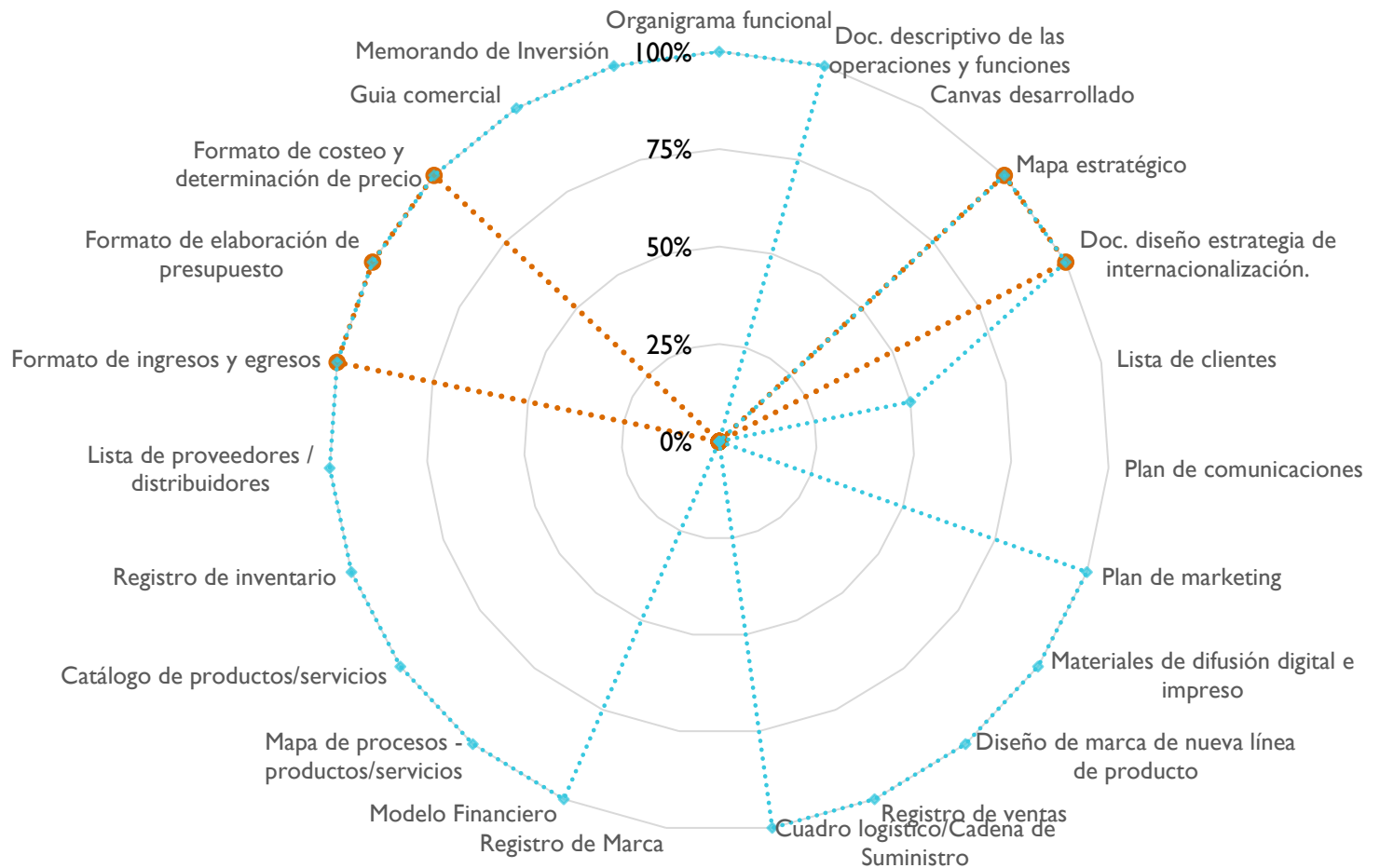


Tiene posicionamiento como prestador de servicios de transporte y tiene alianzas con comunidades vecinas y otros emprendimientos.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.

●●● Antes del proyecto ●●● Después del proyecto



	Ventas promedio 27,865 USD		Clientes 4
	(%) crecimiento vs 2021 322%		(%) crecimiento vs 2021 400%

Hitos significativos alcanzados



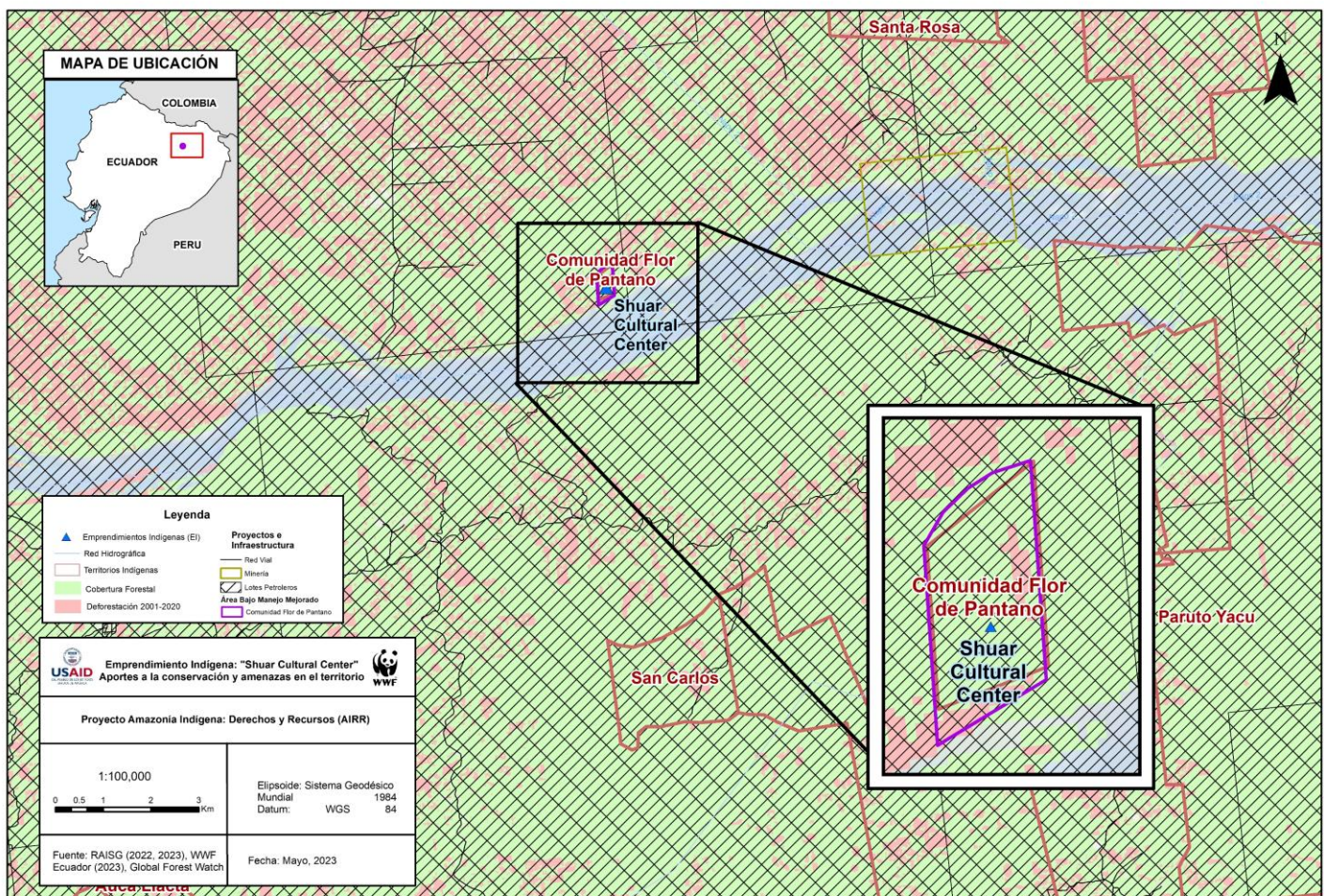
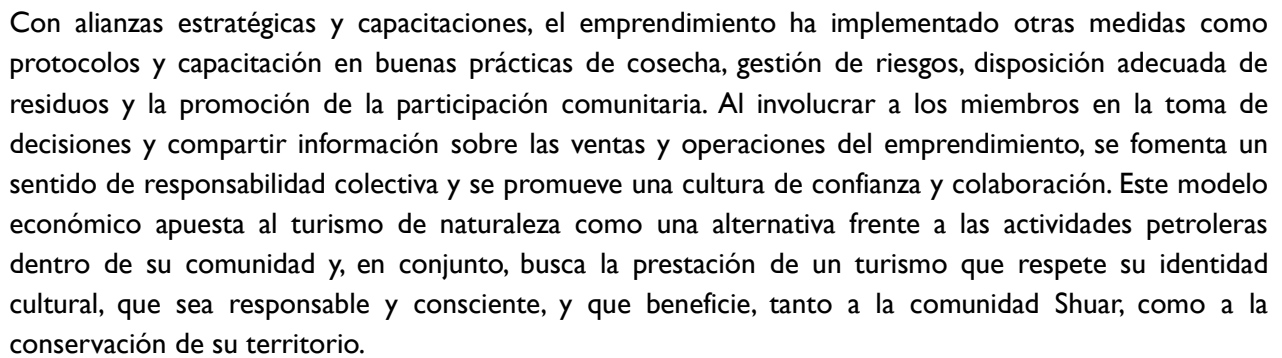
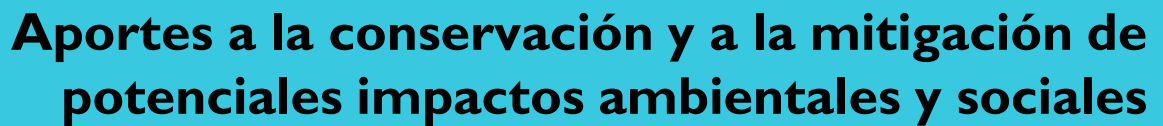
Contable y financiero: Registro de ventas actualizado de forma permanente.



Ventas y marketing: Posicionamiento mediante branding personal de los miembros del EI. Actualización y rediseño de página web.



Estrategia: Establecer alianzas con otras comunidades para ampliar la oferta turística sin depender de tener una estructura propia para hospedaje y recepción de turistas.



Conclusiones y recomendaciones



Shuar Cultural Center es un emprendimiento de gran potencial y que ha demostrado su capacidad organizativa y resiliencia ante las dificultades.



Se recomienda mantener los esfuerzos por finalizar la reconstrucción y retomar la operación total lo más pronto posible.



Además, aprovechar el tiempo en stand-by para trazar una estrategia de marketing digital que permita impulsar el EI al momento de la retomada de operaciones y priorizar los registros de marcas asociados al EI.



“El proyecto AIRR ha estado en las etapas más cruciales para nosotros. Siempre hemos dicho que no importa las adversidades porque aún somos jóvenes y podemos continuar, sin embargo, AIRR ha sido una gran motivación. No podríamos decir si estaríamos mejor o no sin [el apoyo de] AIRR, pero queremos darle los créditos por confiar en una iniciativa joven y motivarnos a soñar con bases y conocimientos administrativos, contables, financieros y de comunicación”

Pedro Ganan, co-fundador





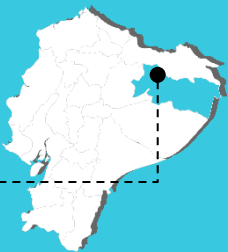
Centro de Turismo Comunitario Ila Kucha



Es un centro de turismo comunitario reconocido por el Ministerio de Turismo, ubicado en la comunidad Parutu Yacu. Ofrece experiencias integrales que incluyen recorridos en canoa por la laguna de Taracoa, servicios culturales, hospedaje, restaurante y venta de artesanías.



Antes del proyecto, contaba con una operación y un flujo de clientes establecido y, a lo largo del proyecto, ha venido recuperando de forma paulatina los niveles de venta respecto al periodo antes de pandemia, además, ha vivido un relevo generacional, producto del cambio en su junta directiva, ha ampliado la oferta de senderos y mejorado sus capacidades empresariales y la relación con otros emprendimientos turísticos.



Ubicación:
Parutu Yacu (Orellana)



Sector:
Turismo y servicios relacionados (hospedaje)



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Kichwa



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$22,359 USD



Liderado por
Hombre



Socios
208



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$44,000 USD



Ventajas que hacen especial a Ila Kucha



La localización y riqueza natural del emprendimiento favorecen su operación y la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros.

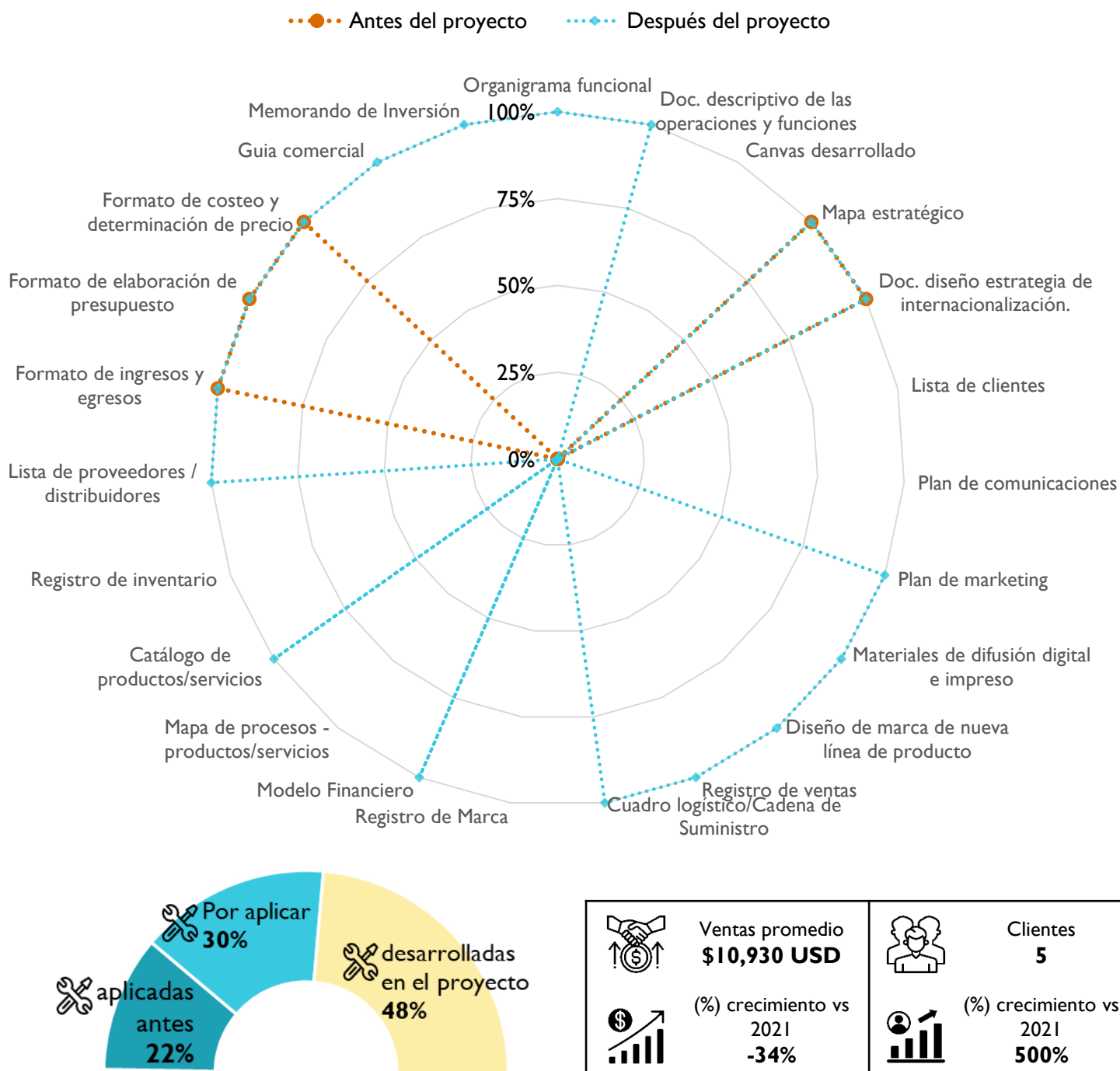


Cercanía a la principal ciudad satélite, El Coca.



Presentan una ventaja competitiva para perfilarse como líderes en la oferta de un espacio para realización de eventos de grupos medianos a grandes lo cual les permite establecer acuerdos comerciales con clientes empresariales

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Estrategia: Mejorar los accesos terrestres y fluviales al emprendimiento para aumentar la afluencia de visitantes.
Fomento de nuevo negocio de artesanías elaboradas por mujeres.



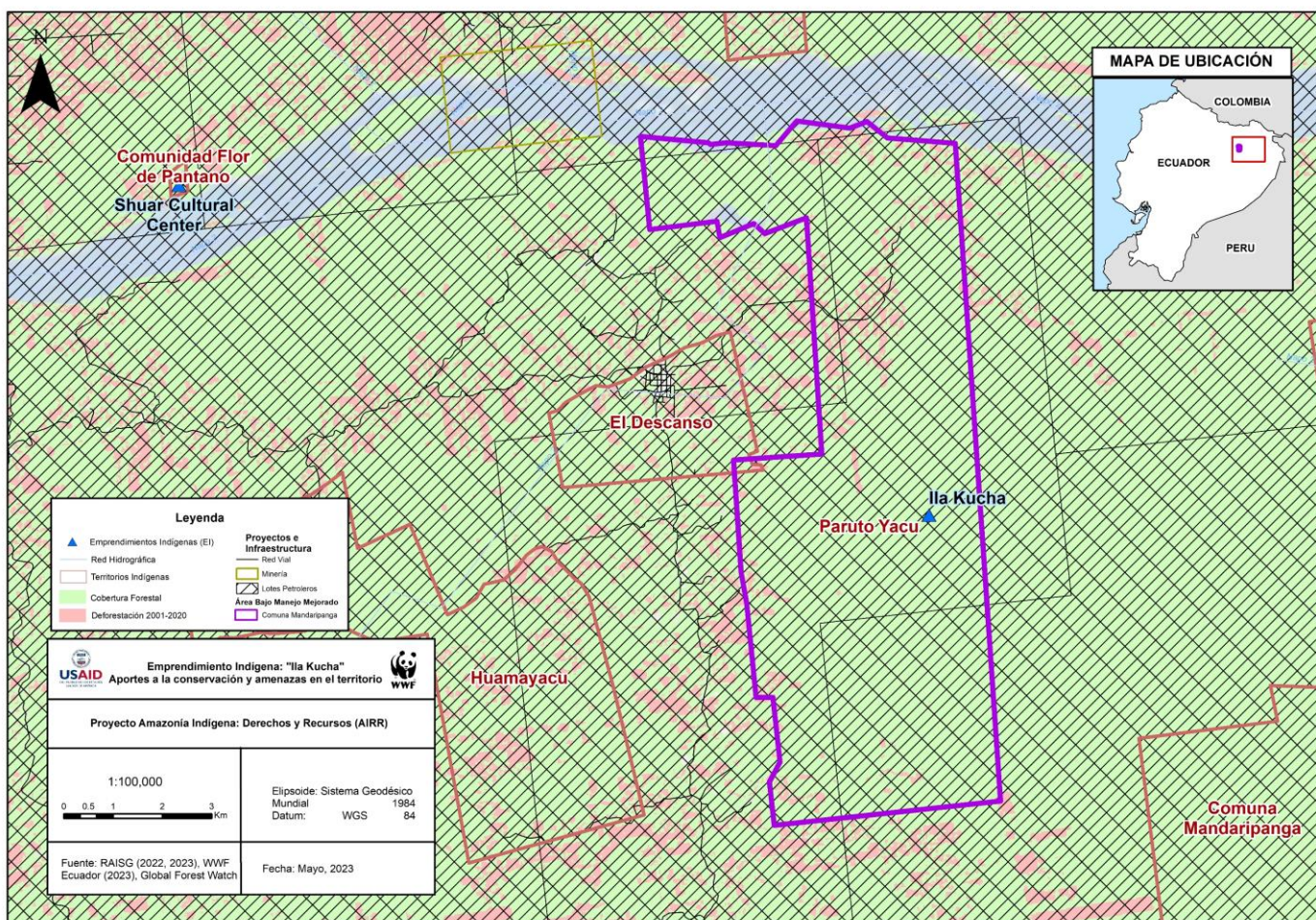
Ventas y marketing: Involucramiento en redes.

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales

El Centro Turístico Ila Kucha, ubicado en la provincia de Orellana, no solo ha logrado recuperar y gestionar de manera sostenible 139 hectáreas alrededor de la laguna Taracoa, principal área de actividad turística, sino que gracias al emprendimiento la comunidad ha mejorado su actividad de protección del territorio en su totalidad, 6,069 ha., haciendo acciones de monitoreo desde antes del proyecto y se han mantenido a la fecha (ver mapa). Están involucradas familias de la comunidad Paratu Yaku, quienes han adoptado prácticas de extracción de recursos sostenible, como la provisión de alimentos a través de cultivos locales y la regulación de la caza para autoconsumo.

Ila Kucha maneja los potenciales impactos ambientales y sociales, a través de políticas de gestión de riesgos, como la elaboración de protocolos de seguridad en los recorridos turísticos y la promoción de prácticas de manejo adecuado de residuos. Estas medidas no solo garantizan la seguridad de los visitantes, sino que también contribuyen a la conservación de sus territorios, al minimizar la contaminación en la laguna de Taracoa y sus alrededores. Adicionalmente, han emprendido acciones comunitarias para la recuperación del bosque y de la laguna. Por otro lado, el compromiso con la equidad de género y la transparencia en la distribución de beneficios refuerza la cohesión social dentro de la comunidad y promueve un sentido de responsabilidad compartida hacia la conservación del medio ambiente

El negocio representa una alternativa vital frente a las actividades petroleras, proporcionando una fuente de empleo y desarrollo económico que no depende de la extracción de recursos no renovables, reduciendo así la dependencia de la comunidad en este tipo actividades económicas. El Centro Turístico no solo contribuye a la protección del medio ambiente, sino que también protege y fortalece las prácticas tradicionales de la comunidad, estableciendo un modelo de desarrollo económico sostenible arraigado en su cultura.



Conclusiones y recomendaciones



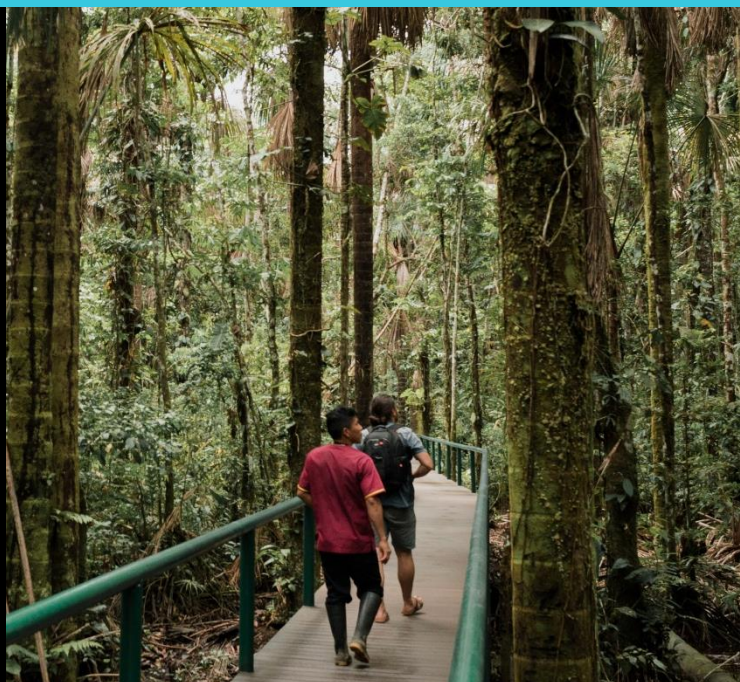
Se recomienda mantener y fortalecer el uso de las herramientas financieras, trabajar en el fortalecimiento de capacidades organizativas que favorezcan el relevo de funciones en la directiva sin afectar el curso de la gestión del emprendimiento.



Priorizar la divulgación de los nuevos accesos una vez estén terminados.



Continuar trabajando en la mejoría de la oferta de alojamiento.



“Aquí vivimos con dos alternativas. Por un lado, el petróleo genera riqueza, pero deja contaminación. La otra alternativa es generar riqueza con la conservación y eso es lo que queremos aquí con Ila Kucha”

Juan Coquinche, socio



Video



Asociación Challuwa Mikuna



Emprendimiento que busca recuperar y difundir el conocimiento ancestral de la nacionalidad Kichwa a través de la gastronomía sustentable. Ofrecen platos típicos tradicionales en su restaurante "Maitos del Yasuní" y elaboran productos a partir del fruto de la palma de chonta, como harina, fideos y mermeladas.



Antes del proyecto, el restaurante Maitos del Yasuní era bastante conocido y gozaba de reputación local. Durante el proyecto, tuvo una mejora significativa en sus capacidades empresariales y en aspectos como el control de costos, compras y costeo de sus servicios y productos.



Ubicación:
El Coca (Orellana)



Sector:
Turismo y servicios relacionados (gastronomía)



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Kichwa



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$27,520 USD



Liderado por
Mujer



Socios
16



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial a Challuwa Mikuna



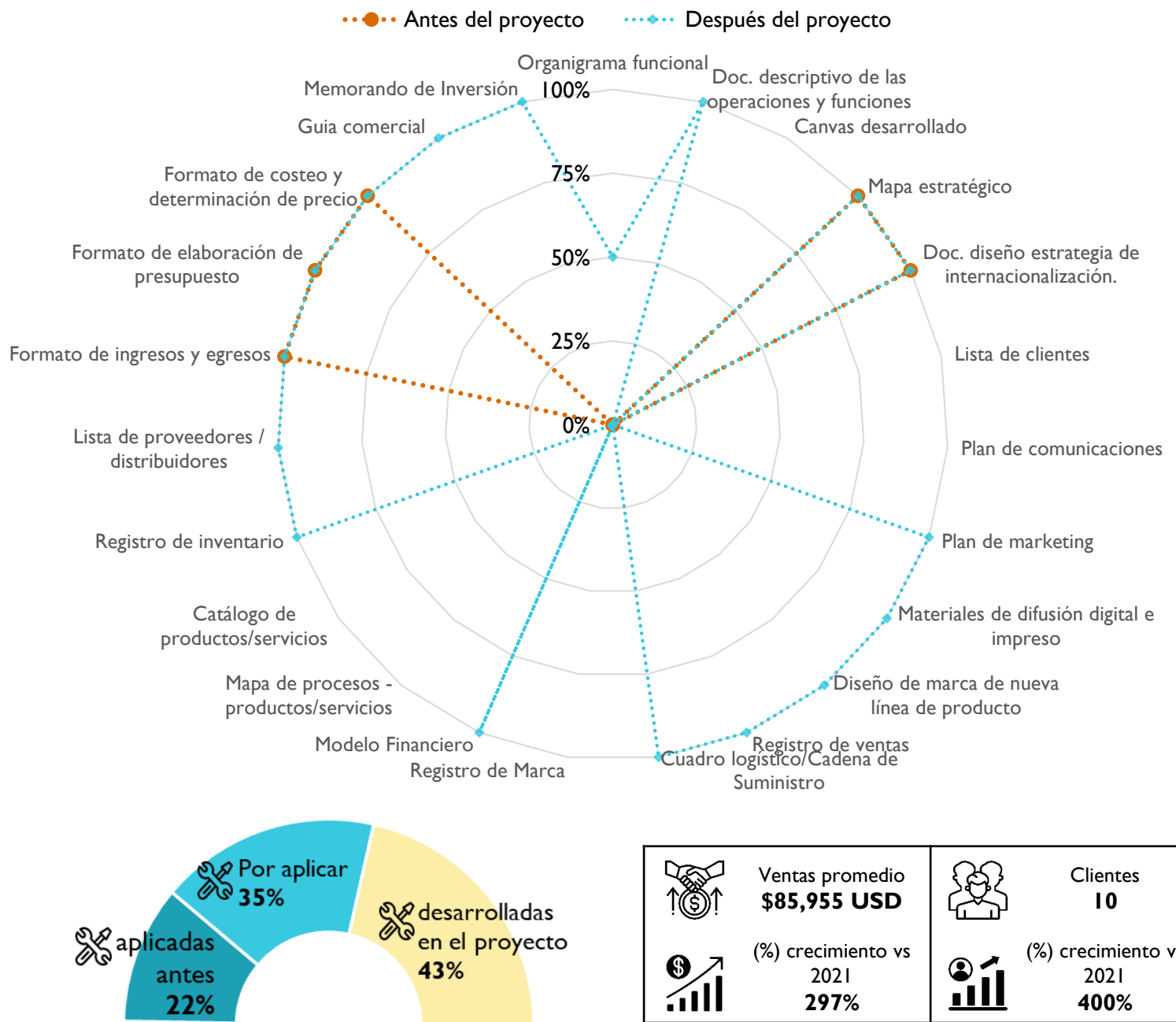
El emprendimiento cuenta con reputación y reconocimiento por elevar el nivel de la gastronomía amazónica comparables a la alta gastronomía.



Han sido distinguidos con diversos premios y reconocimientos con platos insignes de la amazonia ecuatoriana como la uchumanga y la oferta de platos sin carne de monte.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Búsqueda de fuentes de recursos adicionales que puedan adaptarse a las características del emprendimiento.



Legal: Permisos de operación para la planta procesadora de Chonta.



Ventas y marketing: Ampliación del restaurante Maitos del Yasuní e inclusión de señalética.



Estrategia: Puesta en marcha de la planta de procesamiento de chonta y ampliación del restaurante.

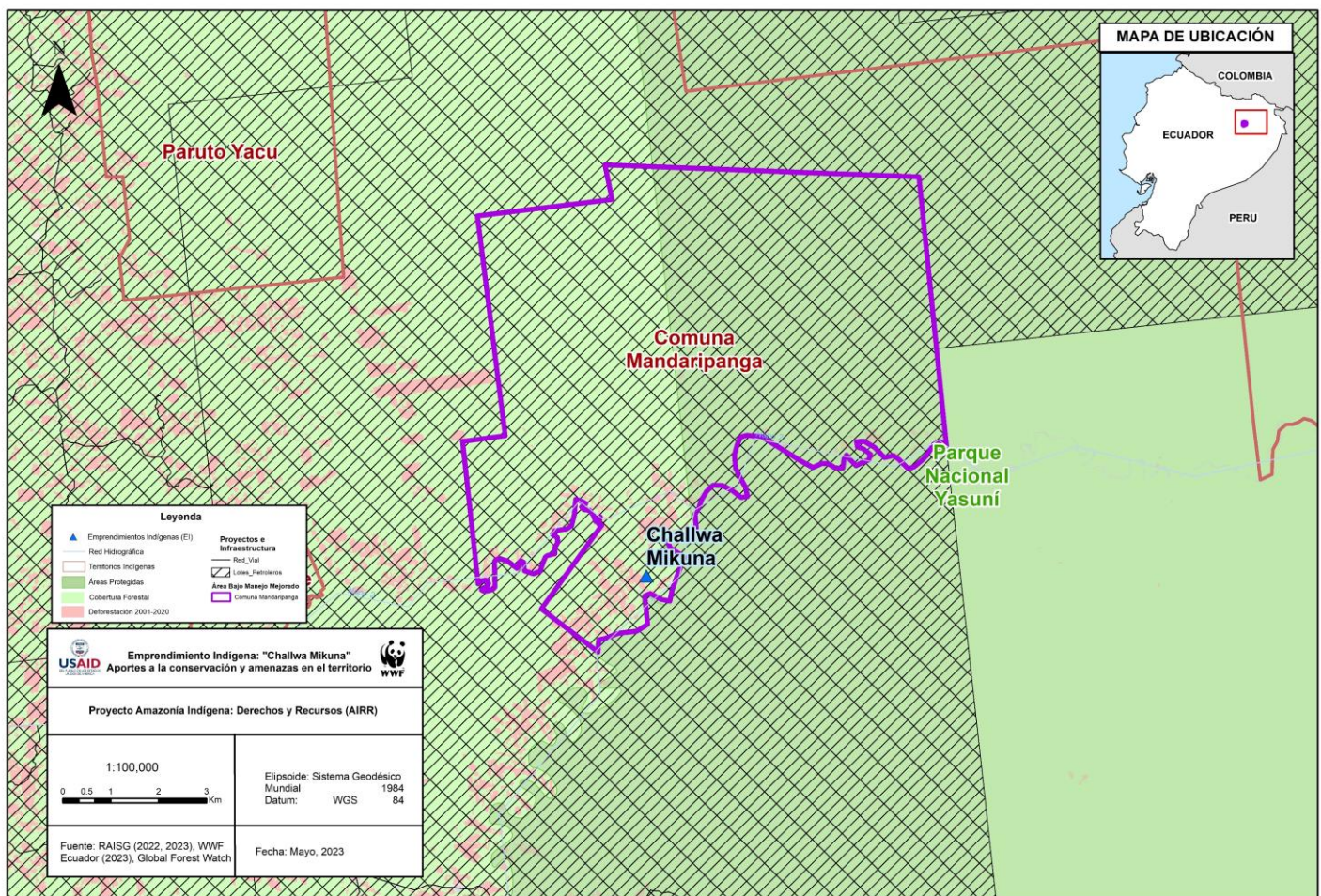
Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



Challwa Mikuna ha ejercido una influencia positiva en un área total de 6,693 hectáreas correspondientes a la Comunidad Mandaripanga, situada en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Yasuní (ver mapa). Esta influencia radica en la adopción de prácticas sostenibles para la recolección de frutos de chonta (*Bactris gasipaes*) y cacao blanco (*Theobroma grandiflorum*) de manera tradicional en las chakras familiares, sin talar los árboles ni utilizar agroquímicos. Además, han sustituido el uso de carne de animales silvestres por animales de corral y pescado de piscigranja en sus preparaciones culinarias.

El uso de estas semillas, cultivadas de forma sostenible en sus chakras, evita la introducción de especies foráneas y mantiene la agrobiodiversidad local. Además, sus proveedores asumen el compromiso de no talar las palmas de chonta durante la cosecha. Por otro lado, han implementado medidas como la capacitación a los socios sobre buenas prácticas de cultivo y cosecha de la chonta, protocolos para el manejo adecuado de residuos orgánicos, plásticos y electrónicos, y un protocolo de gestión de riesgos.

El emprendimiento liderado por mujeres kichwas de la comunidad Mandaripanga, ha generado oportunidades económicas y autonomía financiera para sus socias, ha contribuido al fortalecimiento de la identidad cultural y la valoración de los conocimientos ancestrales al incorporar platos típicos tradicionales y el uso de ingredientes nativos en su oferta gastronómica. Su enfoque ha promovido el empoderamiento femenino dentro de la comunidad indígena y ha fomentado la vinculación comunitaria al abastecerse de productos cultivados de forma tradicional en las chakras familiares. Asimismo, han replicado su experiencia al impartir capacitaciones a mujeres de otras comunidades, ampliando las oportunidades para el desarrollo económico sostenible y la preservación de los saberes ancestrales en la región amazónica.



Conclusiones y recomendaciones



El emprendimiento está bien establecido en el ámbito de operación del restaurante Maitos del Yasuní.



Es necesaria la capacitación para la operación de la planta de procesamiento de Chonta y la preparación para optar a fuentes de financiamiento adicionales para cumplir la estrategia trazada.

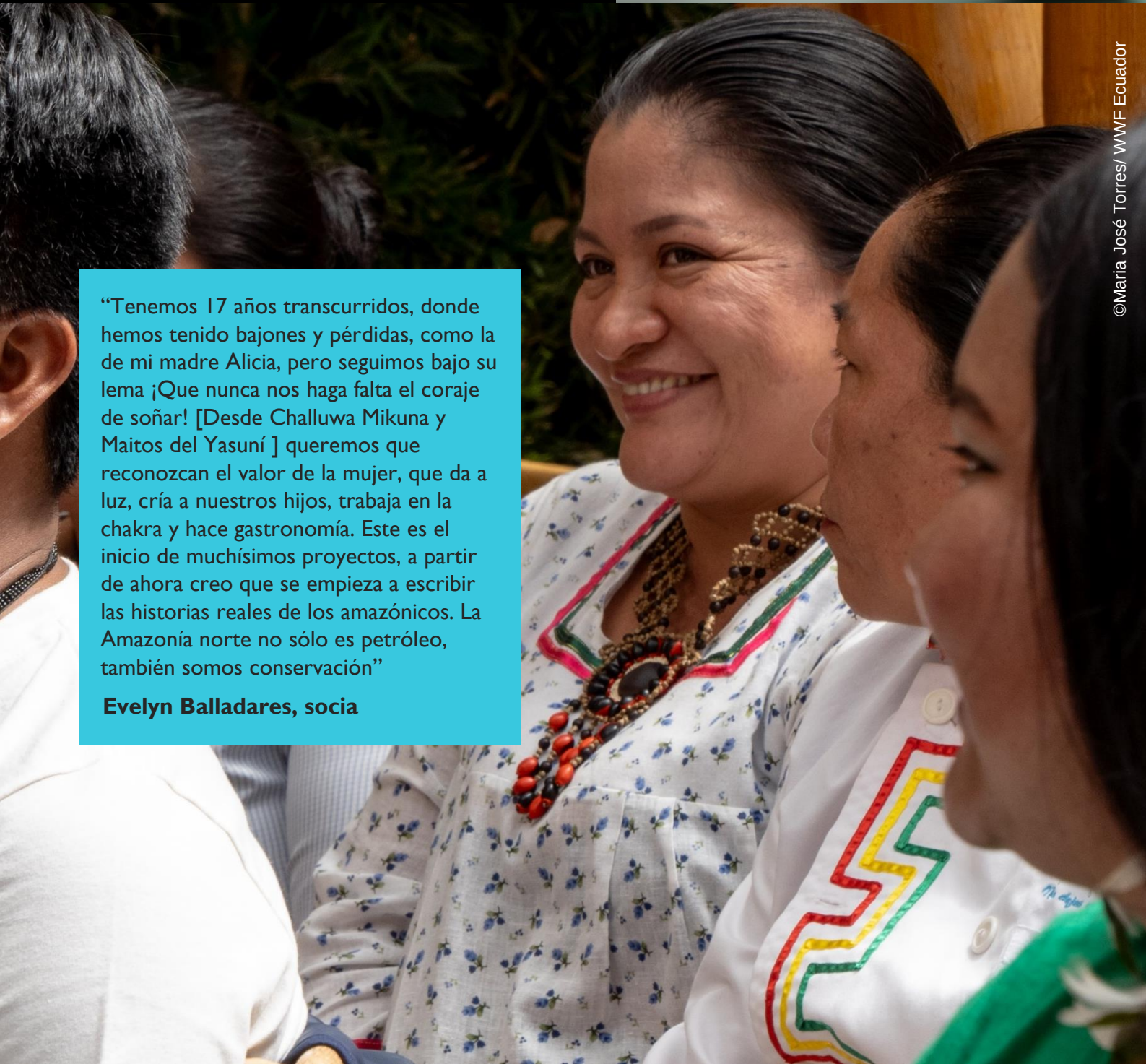


Actualmente, NESsT está brindando apoyo en conocer y preparar al emprendimiento en cuanto a requisitos de Banecuador para financiamiento.



“Tenemos 17 años transcurridos, donde hemos tenido bajones y pérdidas, como la de mi madre Alicia, pero seguimos bajo su lema ¡Que nunca nos haga falta el coraje de soñar! [Desde Challuwa Mikuna y Maitos del Yasuní] queremos que reconozcan el valor de la mujer, que da a luz, cría a nuestros hijos, trabaja en la chakra y hace gastronomía. Este es el inicio de muchísimos proyectos, a partir de ahora creo que se empieza a escribir las historias reales de los amazónicos. La Amazonía norte no sólo es petróleo, también somos conservación”

Evelyn Balladares, socia





**mandi wasi &
mandi forest**
una experiencia inolvidable

Empresa Comunitaria El Pilchi Lodge y Mandi Wasi



Emprendimiento que ofrece servicios de turismo comunitario de naturaleza, hospedaje, alimentación y venta de artesanías elaboradas de forma tradicional. Está conformado por dos grupos: Pilchi Lodge (Mandi Forest) de 15 hombres, y Mandi Wasi de 20 mujeres.



Ya contaba con años de operación previo al inicio del proyecto y, durante su desarrollo, ambas asociaciones se vieron fortalecidas en sus capacidades empresariales y por el acceso a servicios como internet y energía eléctrica, que mejoraron su gestión comercial, las condiciones de la cocina y la oferta de alimentos.



Video



Ubicación:
El Pilchi (Sucumbíos)



Sector:
Turismo y servicios
vinculados (hospedaje)



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Kichwa



**Comunidades
beneficiadas**
1



**Fondos entregados
por AIRR**
\$24,560 USD



Liderado por
Mujer



Socios
208



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial a Pilchi Lodge y Mandi Wasi

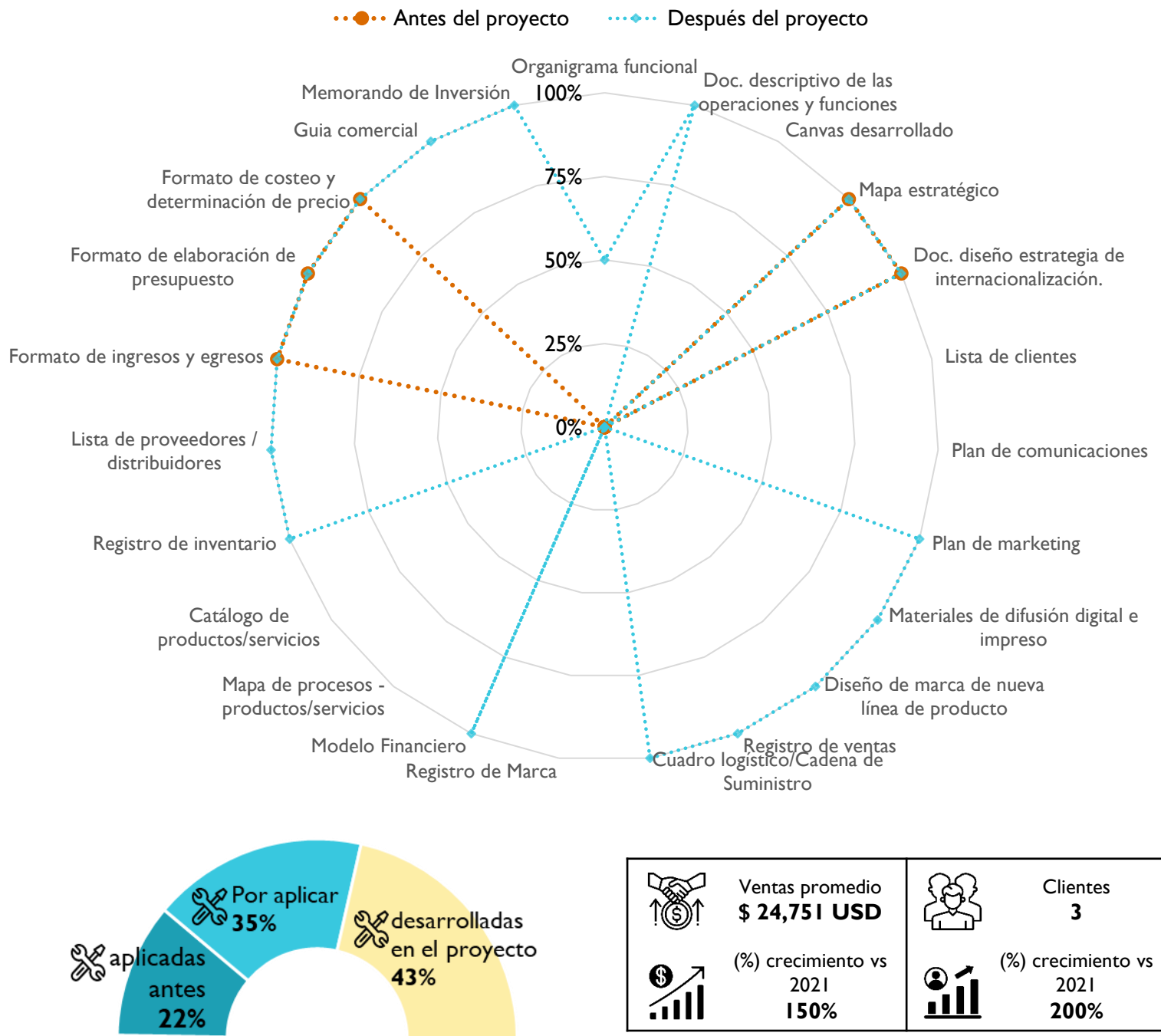


El emprendimiento está localizado en una zona diferenciada y de alto valor ecológico y naturalista lo cual le permite posicionarse como un emprendimiento altamente valorado por los visitantes.



Además, dada la distancia a la que se encuentra, la oferta de servicios completos - alojamiento, gastronomía y cultura- resulta atractivo para aquellos turistas en búsqueda de la experiencia amazónica

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Registro de datos de ventas actualizado mensualmente.



Ventas y marketing: Perfilación de clientes y productos, lo cual ha permitido identificar un nuevo producto para desarrollar la convivencia familiar.



El Pilchi Lodge y Mandi Wasi se ubica en la comunidad Kichwa El Pilchi, en las riberas del río Napo, provincia de Sucumbíos. Tienen 6.960 hectáreas, bajo manejo, de las cuales 5.000 hectáreas están bajo el programa “Socio Bosque” para conservación, y 1.400 hectáreas destinadas al manejo forestal sostenible (ver mapa). Las familias de la comunidad se ubican en zona más cercana al río donde se encuentran las instalaciones turísticas.



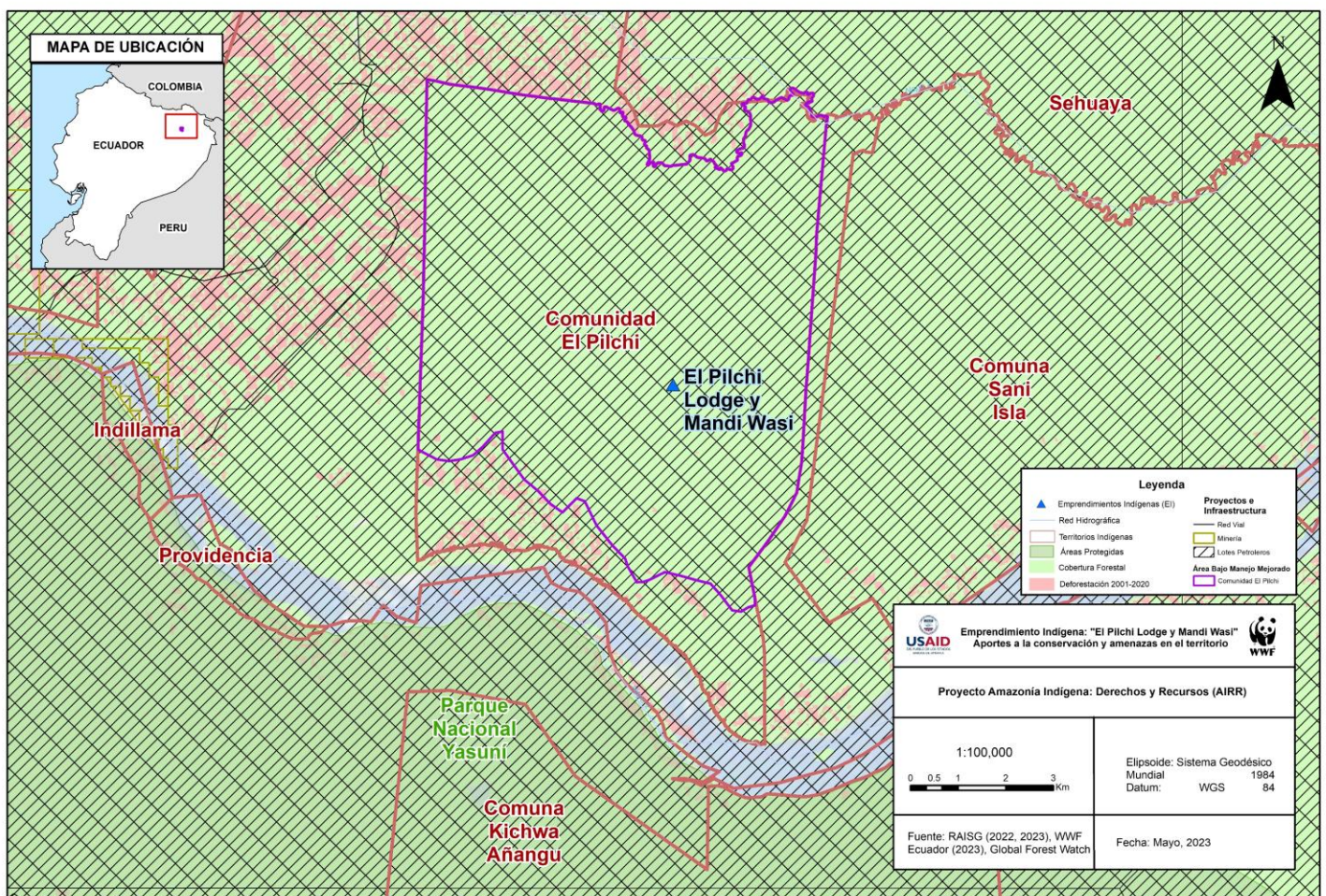
Implementaron una zonificación de su territorio para determinar las áreas destinadas a la conservación y a las actividades del emprendimiento, que incluyen hospedaje tipo lodge, recorridos turísticos, avistamiento de aves, demostraciones culturales, gastronomía típica y venta de artesanías, aprovechando de forma sostenible los recursos naturales de la zona. Se han establecido acuerdos comunitarios para la conservación de especies de fauna y flora, prohibiendo actividades como caza, pesca y tala en las áreas turísticas, además, han implementado medidas de restauración del bosque y lo monitorean durante los recorridos ofrecidos.



Por otro lado, elaboraron protocolos sobre seguridad laboral, primeros auxilios, manejo de desechos orgánicos, plásticos y electrónicos, y normas para los recorridos turísticos enfocadas en la conservación y el avistamiento de aves. Además, desarrollaron políticas de vinculación comunitaria, participación de mujeres y una declaración de intención para promover la igualdad de género.



Estas prácticas, arraigadas en sus conocimientos tradicionales, promueven la conservación del territorio, la biodiversidad y un manejo sostenible de los recursos naturales a largo plazo.

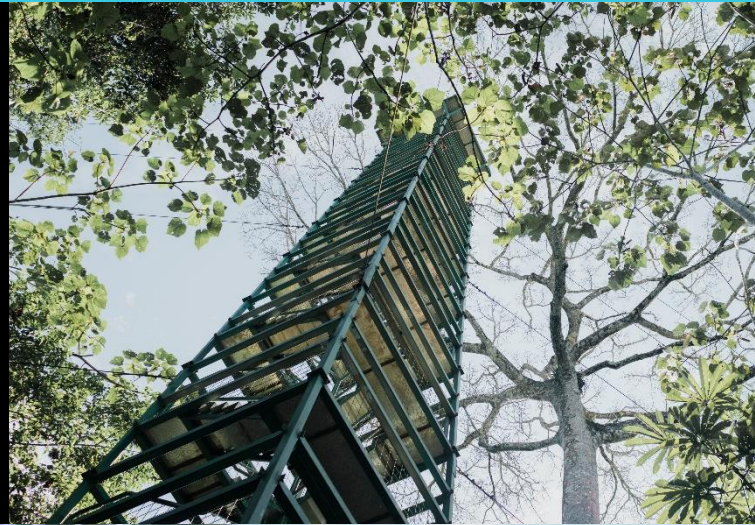




El emprendimiento está bien encaminado. Sin embargo, se requiere un trabajo más cercano para entender la razón del cambio de percepción sobre las variaciones en los valores de sus servicios.



Es necesario seguir trabajando en la mejora de la calidad de la oferta gastronómica e inocuidad de alimentos.

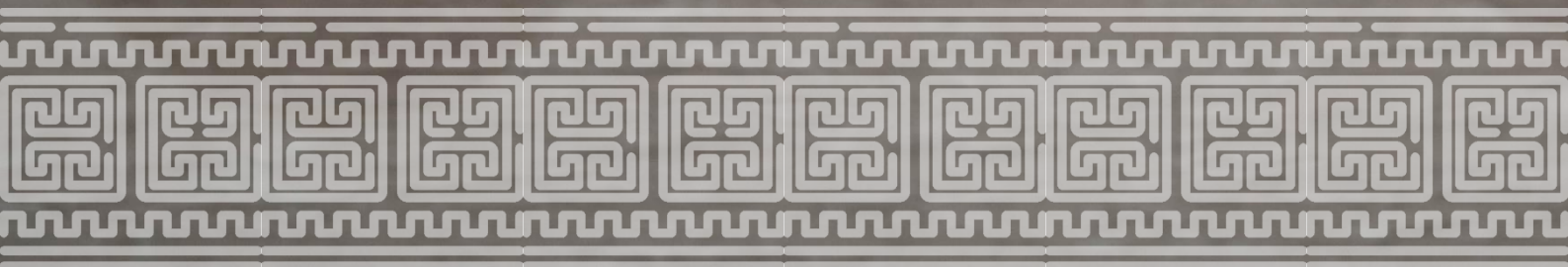


“Gracias a la instalación de paneles [solares] tenemos energía e internet para los huéspedes... también nos permite comunicar nuestros proyectos. Hemos tenido más ventas y visitas de clientes, así como la oportunidad de tener refrigerados nuestros alimentos, mejorando también la vida de la comunidad”

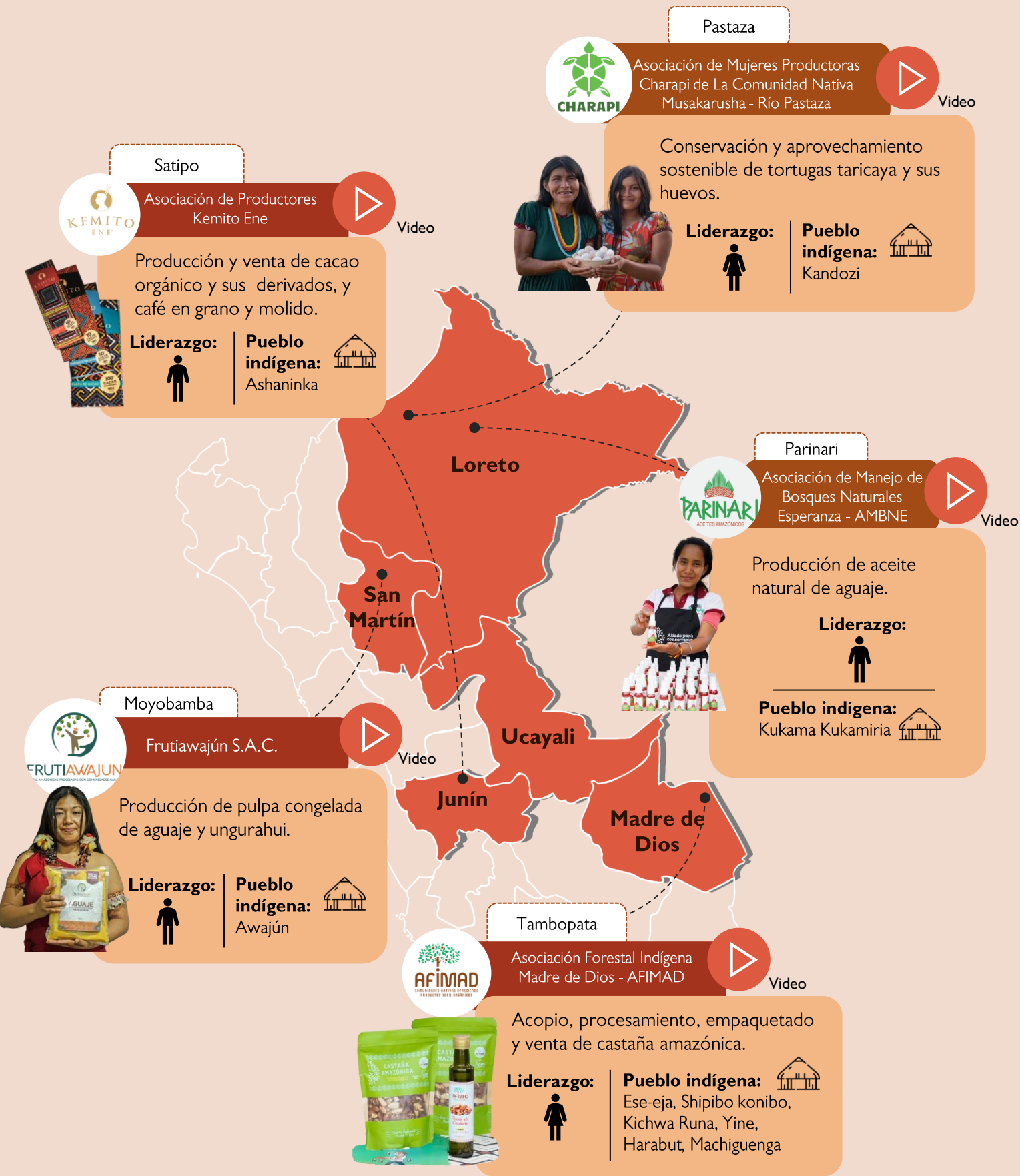
Guillermo Machoa, miembro de la comunidad El Pilchi, Ecuador.



Perú



En **Perú**, fueron diez los emprendimientos indígenas fortalecidos a través del proyecto, pertenecientes a diez Pueblos Indígenas de los departamentos de Junín, Madre de Dios, San Martín, Loreto y Ucayali. Estos son:



Awajún



Asociación Bosque de las Nuwas



Video

Servicio turístico comunitario y comercialización de infusiones de plantas amazónicas.

Liderazgo:



Pueblo indígena:
Awajún



Lagunas y Bellavista



Asociación Social de Pescadores Artesanales de Paiche Puitsatawarakana Kukama - Aspappuku



Video

Crianza, procesamiento y venta de paiche y sus derivados.

Liderazgo:



Pueblo indígena:
Kukama
Kukamiria



Loreto

San Martín

Ucayali

Junín

Madre de Dios

San José de Sisa

Asociación de Productores de Plantas Medicinales Ampik Sacha



Video

Infusiones de plantas aromáticas y derivados de plantas medicinales amazónicas.

Liderazgo:



Pueblo indígena:
Kichwa



San José de Sisa



Asociación de Mujeres Organizadas Choco Warmis



Video

Producción y venta de derivados de cacao, y línea de panadería.

Liderazgo:



Pueblo indígena:
Kichwa



Cellería

Cooperativa de Servicios Múltiples Shipibo Konibo Xetebo - KOSHICOOP



Video

Producción y venta de plátano bellaco orgánico.

Liderazgo:



Pueblo indígena:
Shipibo Konibo

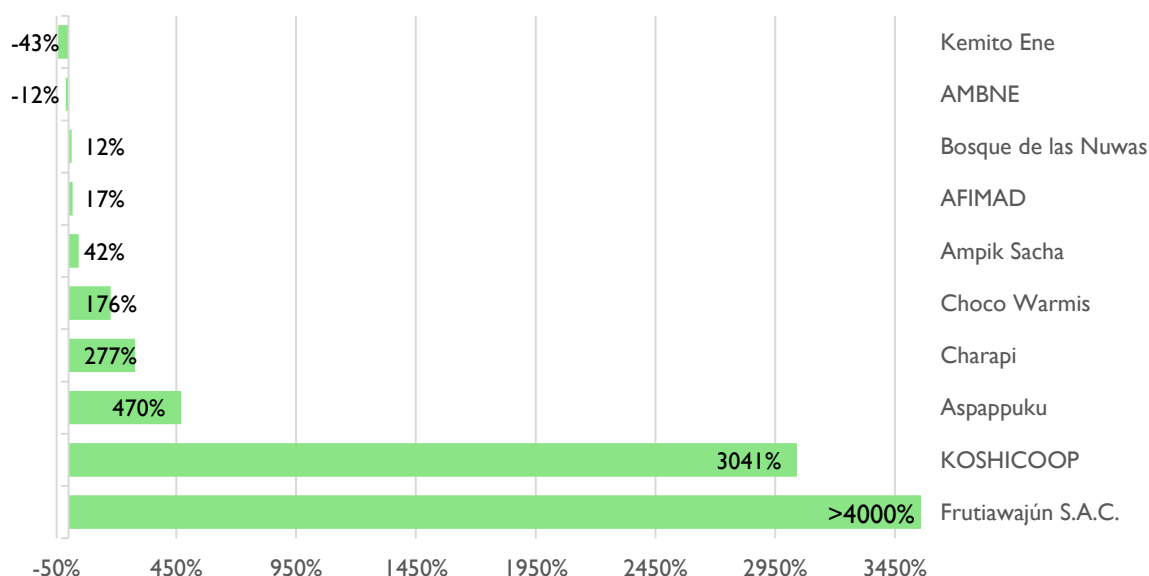




Resultados obtenidos en las ventas

Las dinámicas de ventas en Perú tuvieron un comportamiento muy particular a lo largo del proyecto. Esto fue debido a que cada emprendimiento enfrentó una situación diferente que frenaba o disminuía su crecimiento, tales como la pérdida de clientes clave para algunos; otros asumieron cambios en el liderazgo con algunos problemas de gestión interna en sus organizaciones y, para muchos de ellos, la inestabilidad política del país incidió en su desempeño. También se presentaron algunos emprendimientos, a quienes las dinámicas de contexto global y nacional, como la pandemia y conflictos internacionales como guerras, perjudicaron ciertos resultados en sus ventas. Este último caso es particular a los emprendimientos **Kemito Ene** y **AFIMAD**, dos iniciativas, una dedicada a la producción de cacao orgánico, mientras que la otra se enfoca en la recolección y comercialización de la nuez de castaña, las cuales representaron los indicadores de ventas más altos, respecto a los demás emprendimientos, debido a su historial relevante y su infraestructura para exportación. Cuando sus ventas disminuyeron, debido a las situaciones mencionadas, este indicador tuvo un cambio significativo que sesgó la situación de los demás El participantes. Teniendo en cuenta lo anterior, el indicador de ventas se presenta incluyendo o no los datos de estos dos El. Al cierre del proyecto, los 8 El (sin Kemito Ene y AFIMAD), presentaron un porcentaje de incremento en ventas del 72%, mientras que, incluyendo a estos dos emprendimientos, su cierre de porcentaje de ventas baja al -2%, este valor se puede entender al ver que el promedio de ventas de todos los El entre 2021 y 2024 es de \$887,739 USD, mientras que este valor cambia a \$61,669 USD excluyendo a estas iniciativas.

Porcentaje de incremento en ventas a 2024



Pese a las fluctuaciones en las ventas de los El, 8 de los 10 emprendimientos cierran el proyecto con porcentajes positivos de incremento en ventas, lo que también demuestra su resiliencia, capacidad de adaptación y la adopción de los apoyos brindados. En el marco del proyecto, buscamos dar un acompañamiento al seguimiento de ventas y asesoría ante las situaciones que atravesaron los El. Buscamos ser un soporte para el desarrollo y crecimiento de cada uno de ellos, de manera que todos pudieran presentar avances en sus capacidades de gestión y organización.



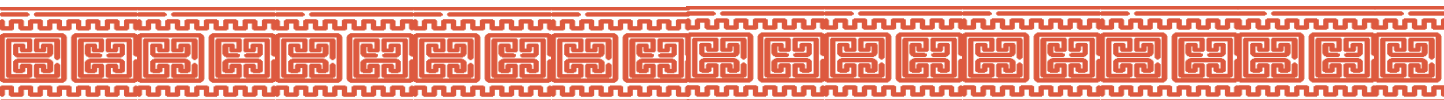


Resultados obtenidos en las ventas

Como mencionábamos, los El atravesaron diferentes situaciones que generaron una fluctuación en sus ventas, en el caso de **Frutiawajún**, no registró ventas en el año 2022, debido a que trabajaban en la reapertura de su producción, pero para el año 2023 reanudó las ventas, superando la línea base de 2021. Para varios El, la pérdida de clientes clave representó una disminución significativa en sus ventas, este es el caso de **AMBNE**, **Ampik Sacha** y **Charapi**, que gracias a diferentes estrategias, lograron recuperarse en años posteriores. En el caso de **AMBNE**, redujo sus ventas en 2022, respecto a la línea base, por la pérdida de su cliente clave de exportación, pero gracias a las estrategias de crecimiento a nivel nacional, presentó crecimiento a 2023, pese a ello, no registró información en el último trimestre de 2024, por lo que el indicador de ventas cierra el proyecto con una cifra negativa. Por su parte, **Charapi** ha tomado medidas para su recuperación enfocándose en la venta de huevos de taricaya, lo que le permitió mejorar sus registros.

Koshicoop enfrentó condiciones climáticas y amenazas naturales, entre 2022 y 2023, que representaron pérdidas en sus plantaciones y dificultades para transportar su cosecha, desafíos que frenaron sus ventas. **Choco Warmis** tuvo un crecimiento significativo en sus ventas a lo largo del proyecto, esto es resultado del trabajo de sus socias en la expansión de clientes y el desarrollo de nuevos productos. Mientras que, para **Bosque de las Nuwas**, una recomendación clave fue la mejora del registro de sus ingresos, debido a que hay líneas de producto que aún no son correctamente registradas, lo cual impide un mejor seguimiento y análisis comercial. **Aspappuku**, presentó un crecimiento en ventas, al tener la posibilidad de aumentar su producción y por lo tanto, su oferta.

Los casos de **Kemito Ene** y **AFIMAD** son significativos, porque sus ventas sumadas representan más del 90% del total para los El apoyados en Perú. En cuanto a **Kemito Ene**, registró un decrecimiento en las ventas totales por la falta de pedidos de exportación, pero ha tenido un crecimiento a nivel nacional que le ha permitido una recuperación paulatina. Por último, **AFIMAD**, tuvo una pérdida en las ventas, porque la pérdida de su cliente principal también significó la pérdida de financiamiento para la compra de castaña durante la zafra; afectando su disponibilidad de productos para la venta y órdenes de compra, sin embargo, logró sobreponerse y, para el último registro a inicios de 2024, sus ventas ya alcanzaban el registro anual de 2022, antes de su pérdida comercial.





Resultados obtenidos en las ventas

En el marco del proyecto, logramos influir en el aumento de las ventas, apoyando a los EI en participación en eventos y ferias, y formándolos en gestión comercial, desarrollo de productos, comunicación y marketing. Lo anterior, es debido a que una de las barreras identificadas para los EI, era lograr llegar a clientes e inversionistas, para superarla generamos materiales audiovisuales para cada uno de los diez emprendimientos (acceso en las fichas de los EI) y un portafolio de emprendimientos indígenas. Estos materiales audiovisuales y guías comerciales buscan la diversificación y aumento de clientes en el corto plazo.

Además, posibilitamos la participación de los EI de Perú en Ferias nacionales como Expoamazonica e internacionales como la gira en Tailandia que realizó Kemito Ene. Adicional a esto, realizamos un intercambio entre emprendimientos amazónicos denominado Encuentro regional de emprendimientos de impacto (Colombia, Ecuador y Perú) en 2021.

Para la generación de condiciones de soporte, posicionamiento en espacios de discusión y alianzas estratégicas, apoyamos a las OOII en el análisis y definición del concepto de economía indígena en los cuatro países. En Perú también se abrió la discusión y se enriquecieron los conceptos dentro de las OOII.

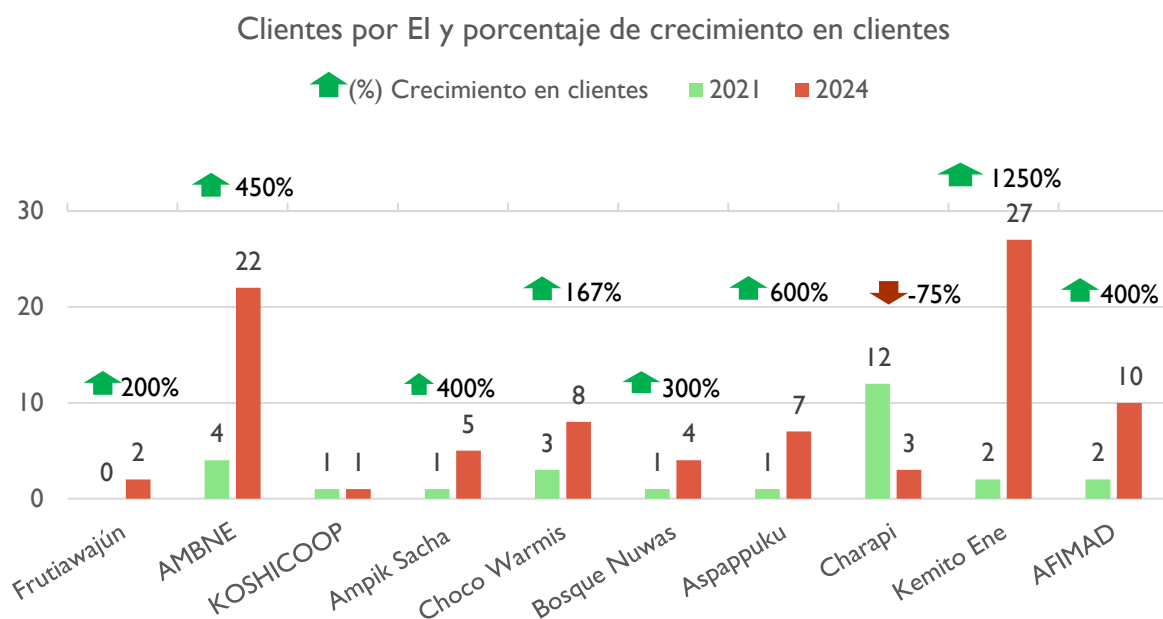


Primer encuentro regional de emprendimientos de impacto con socios de Perú/ ©Walter Aguirre/ WWF Perú



Resultados obtenidos en el número de clientes comerciales

El crecimiento en el número de clientes, respecto a la línea base en 2021, fue positivo, pasando de 27 clientes comerciales en 2021 a 89 en 2024, alcanzando un incremento del 230%. La mayoría de los emprendimientos aumentaron sus alianzas comerciales y en algunos casos, se mantuvieron estables. Como hemos mencionado, los emprendimientos enfrentaron diferentes situaciones que afectaron, tanto sus ventas, como sus relaciones comerciales. En el caso de **Frutiawajún**, no tuvo clientes por la reapertura de su producción, que los mantuvo sin productos listos para la venta, no obstante, con la reanudación de sus ventas en 2023, pudieron registrar en el primer trimestre de 2024 dos nuevas alianzas comerciales. En cuanto a **AMBNE**, gracias a sus estrategias de ingreso al mercado nacional, como tener un representante comercial en Lima y encargar el rol comercial a una de sus socias, pudieron aumentar significativamente el número de clientes a nivel nacional, estas alianzas le permitieron tener una recuperación paulatina ante la pérdida de su principal cliente exportador. **Koshicoop** mantuvo a su cliente distribuidor principal, pero algunas demoras en procesos clave, como la certificación orgánica que les habría permitido acceder a nuevos mercados, impidieron su expansión de clientes.



Ampik Sacha tuvo que hacer frente a la pérdida de un cliente clave, pero su enfoque alterno en clientes personas naturales, compensó esta pérdida, registrando al cierre del proyecto un aumento de sus alianzas comerciales. Por otro lado, **Choco Warmis** logró diversificar sus productos y comercializar sus productos a través de canales locales, con lo cual presentó un crecimiento significativo en el número de clientes. **Bosque de las Nuwas**, es un El enfocado en un cliente estratégico para su producto de infusiones, sin embargo, cierran el proyecto abriéndose a más alianzas comerciales que les permita fortalecerse como emprendimiento.



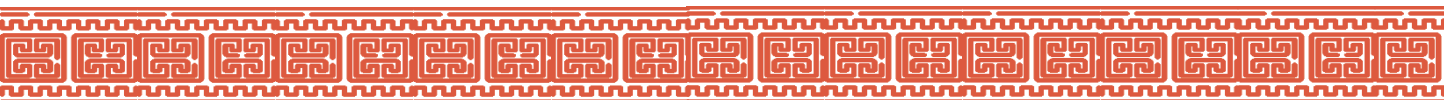
Resultados obtenidos en el número de clientes comerciales

Aspappuku, al aumentar su capacidad, también lograron expandir su mercado, lo cual llevó al crecimiento de sus alianzas comerciales en los dos últimos años del proyecto. Por su parte, debido a la naturaleza de su negocio y tras la pérdida de su cliente principal, en **Charapi** comenzaron a construir un nuevo enfoque de selección de clientes con altos estándares éticos y legales que busca mejores relaciones y su recuperación en cuanto alianzas comerciales. **Kemito Ene** empleó una estrategia de ingreso en el mercado nacional, aumentando clientes dedicados a la elaboración y comercialización de chocolates a nivel local. Con el apoyo del proyecto, realizaron acciones para encontrar nuevos clientes internacionales, como un viaje de misión comercial a Asia, ruedas de negocio y participación en eventos.

Por último, **AFIMAD** se enfocó en estrategias como la diversificación de mercados penetrando el mercado nacional, con lo cual logró una recuperación paulatina en el número de alianzas comerciales. En el marco del proyecto, brindamos a los emprendimientos herramientas prácticas para conseguir clientes y los apoyamos en el orden y la identificación de la información básica para el desarrollo de una relación comercial. El apoyo brindado a los El aportó a la implementación de estrategias como: 1) ingreso a nuevos mercados nacionales, 2) diversificación de productos, 3) comercialización a través de canales locales, 4) enfoque en clientes directos, y 5) definición de estándares éticos y legales para las alianzas comerciales, con lo cual se buscó hacer frente a los desafíos y ampliar su base de consumidores.



Socia del emprendimiento Aspappuku muestra un ejemplar de paiche | ©Daniel Martínez/ WWF Perú

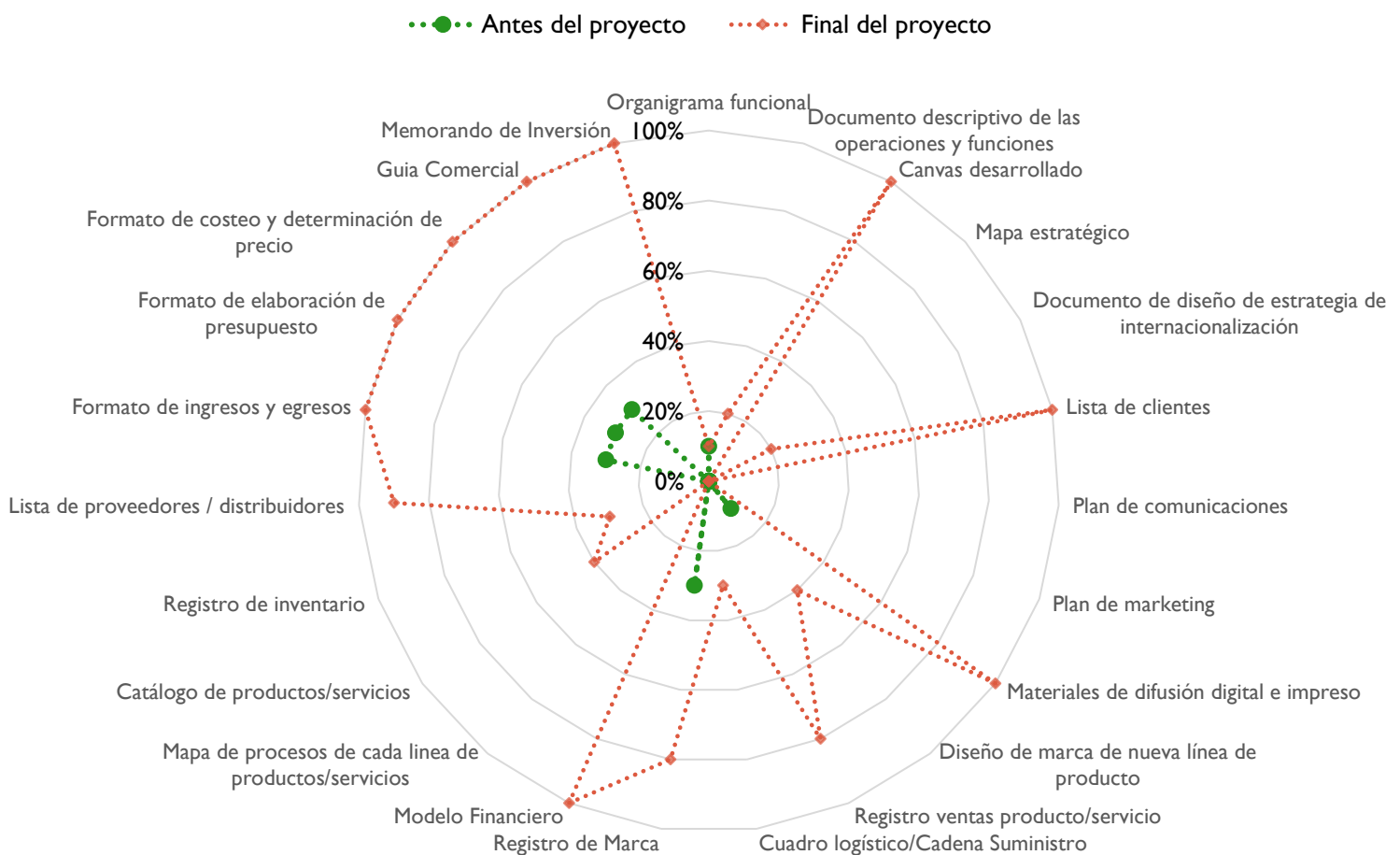




Resultados obtenidos en el fortalecimiento de capacidades

Los 10 emprendimientos terminaron el proyecto con mayores capacidades, herramientas y conocimientos para el correcto desarrollo de sus organizaciones. Todos los EI fueron invitados a formar parte de los diferentes módulos del programa de formación y recibieron un acompañamiento empresarial para asesorarlos, es por esto que al cierre del proyecto, el 100% de los emprendimientos apoyados están usando herramientas y formatos que no tenían antes, tales como: el memorando de inversión, guía comercial, formatos de costeo, de presupuesto, de ingresos y egresos, modelo financiero, modelo Canvas, lista de clientes y materiales publicitarios. El hecho de que algunas herramientas no fueran adoptadas por todos los EI, se debe a qué o bien no eran necesarias por el modelo de negocio, su etapa de desarrollo, o a que se priorizó el desarrollo de otras herramientas más pertinentes para el crecimiento y la mejora de estos.

Capacidades empresariales de los EI

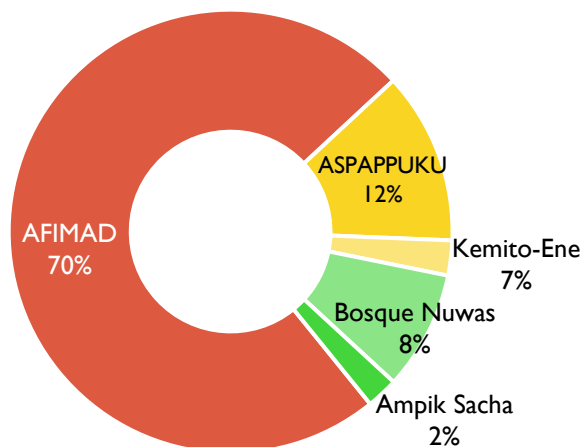


Desde el proyecto se buscó brindar un programa completo para el desarrollo de capacidades de los EI y, en general, los equipos emprendedores aprovecharon y dedicaron mayor tiempo a los recursos brindados. Sin embargo, algunas barreras como la conectividad de cada emprendimiento o la falta de mejor adaptación de las temáticas abordadas, fueron retos para el buen desarrollo de los programas de capacitación. Pese a esto y, en algunos casos, a la falta de equipo suficiente o capacidades al interior de cada EI para desarrollar cada uno de estos instrumentos durante el proyecto, quedan con herramientas que les permitirán seguir creciendo como negocios sostenibles.

Resultados obtenidos en el financiamiento adicional recaudado

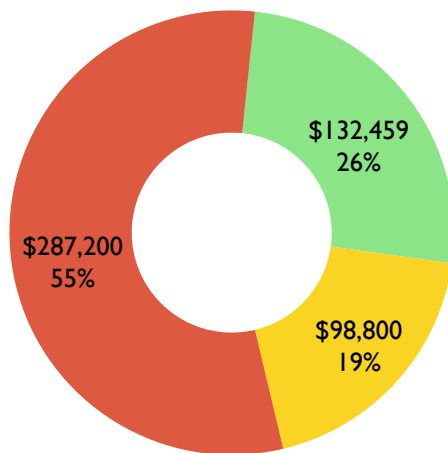
Cinco de los seis emprendimientos lograron apalancar fondos adicionales, obteniendo \$518,458 USD de capital adicional, proveniente de diferentes fuentes: instituciones públicas, organismos de cooperación de impacto global y un inversionista de impacto. Los fondos fueron otorgados en calidad de donación y en menor medida préstamo. La dinámica de este logro varió para cada uno de los cinco emprendimientos, considerando que se encuentran en diferentes etapas de madurez. **Kemito Ene** y **AFIMAD** son El con más trayectoria y por ello han podido aplicar a varios procesos con inversionistas de impacto. Los emprendimientos **Ampik Sacha**, **Bosque de las Nuwas** y **Aspappuku** han recibido financiamiento tipo donación, que es más apropiado para su etapa de desarrollo y el requerimiento de su organización. Para el apalancamiento de capital en Perú, en especial los emprendimientos más incipientes, fue importante la existencia de programas de fomento estatales como Agroideas y Agrorural que responden a la necesidad de organizaciones agrícolas en etapa de desarrollo temprano. Sin embargo, también lograron atraer la inversión de Beneficial Returns y NESsT, dos inversionistas de impacto.

Total de capital recaudado y porcentaje por El



Total: \$518,459

Fuentes de financiamiento del capital adicional recaudado



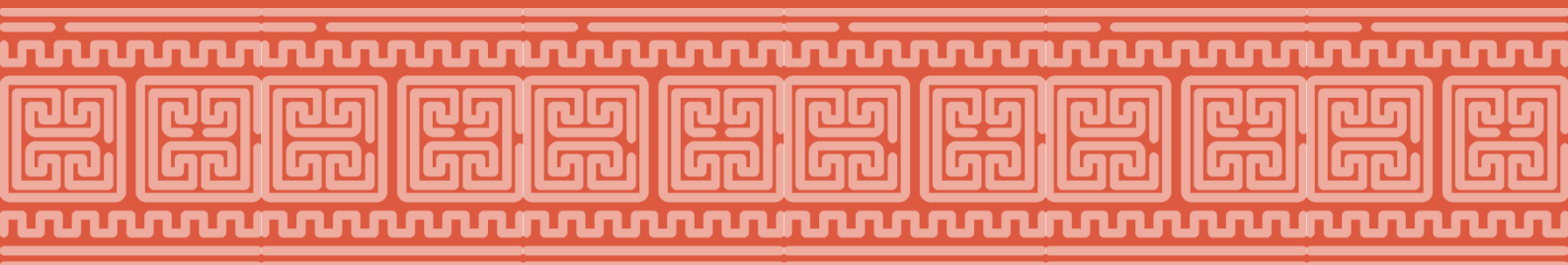
■ Estado ■ Inversionistas de impacto ■ Cooperación



Productos hechos por el emprendimiento Ampik Sacha | ©Lenin Quevedo/ WWF Perú

Avances y retos de los Emprendimientos Indígenas

Perú



Asociación Forestal Indígena Madre de Dios (AFIMAD)



Organización indígena que se dedica a la recolección y comercialización sostenible de la nuez de la castaña (*Bertholletia excelsa*), involucrando a 285 familias de seis comunidades nativas. Antes del proyecto, AFIMAD ya contaba con un historial relevante y una infraestructura para exportación.



En el marco del proyecto AIRR, se lograron avances significativos en dos áreas clave: gestión administrativa, lo que le ha permitido obtener préstamos, y en el área comercial. Su participación activa en programas de formación y asesoramientos brindados ha sido un factor crucial en su fortalecimiento.



Sector:
Forestal no maderable
(castaña)



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Ese-eja, Shipibo konibo, Kichwa
Runa, Yine, Harabut,
Machiguenga



Comunidades beneficiadas
6



Fondos entregados por AIRR
\$30,000 USD



Liderado por
Mujer



Socios
200



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$365,212 USD



Ventajas que hacen especial a AFIMAD



La asociación ha avanzado mucho en su camino por cimentar las bases de una empresa indígena que impacta directamente en los medios de vida de los socios recolectores de castaña amazónica de seis comunidades nativas de Madre de Dios que comprenden seis pueblos indígenas diferentes.



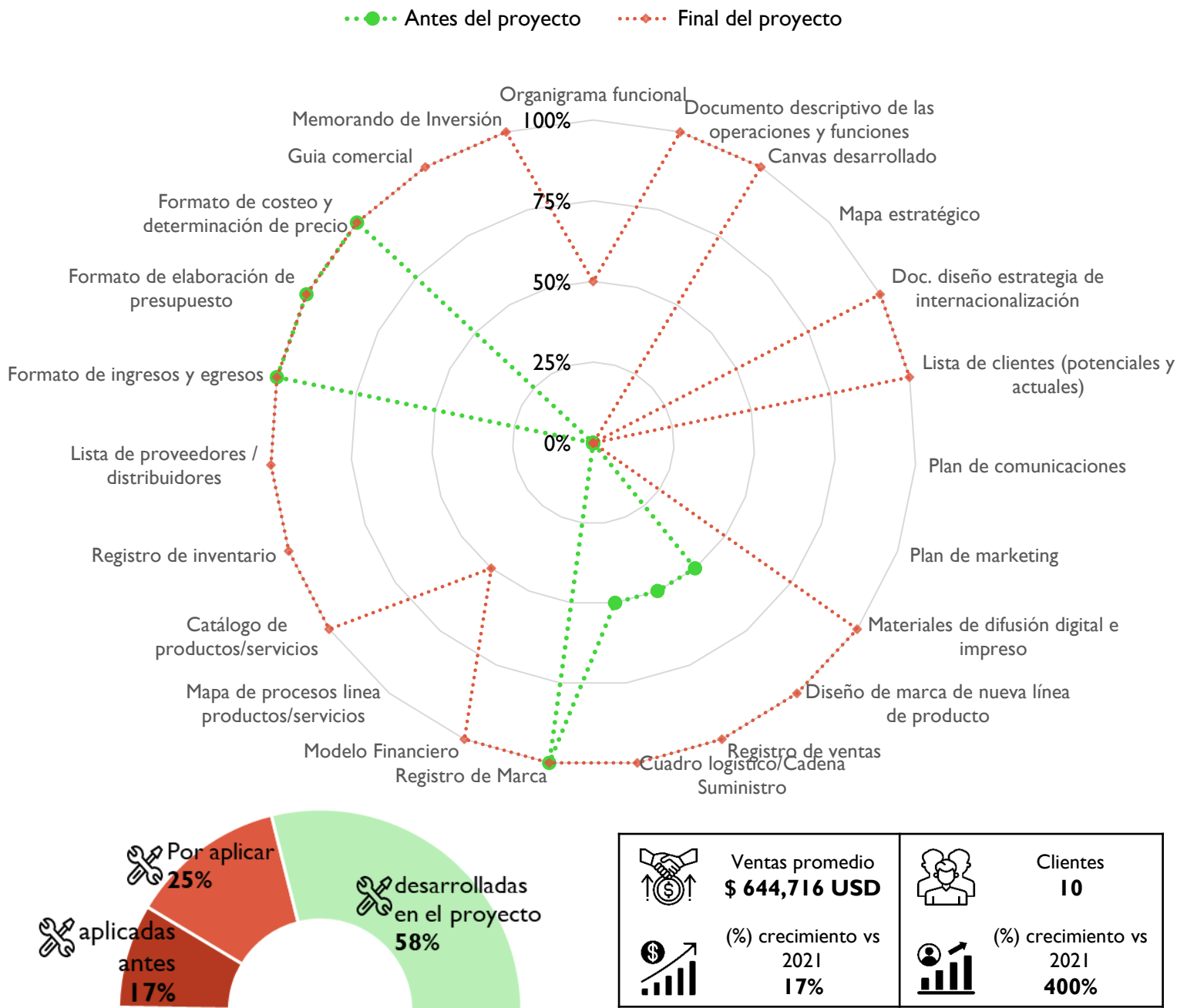
El equipo de gestión conoce bien la cadena de comercialización y sus retos; y ha venido demostrando avances progresivos año a año.



La asociación se encuentra dentro de la lista de los 10 principales exportadores de castaña amazónica del Perú.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con un registro ordenado y sistematizado mensual de ventas.



Ventas y Marketing: Adquirieron herramientas para mejorar la búsqueda de nuevos clientes para la compra de las zafras.



Legal: La asociación ha renovado exitosamente su junta directiva, y es ahora constituida por 100% representantes mujeres.



Estrategia de crecimiento: Inicio del desarrollo de nueva línea de negocio a través de la comercialización de Muru Muru (Huicungo).



AFIMAD involucra a 285 familias de 6 comunidades nativas, gestionando 29,363 hectáreas de bosques dominados por árboles de castaña (*Bertholletia excelsa*) (ver mapa). En estas áreas, se realiza la recolección sostenible de nuez de castaña bajo planes de manejo aprobados por las comunidades y la autoridad forestal. Estas prácticas tradicionales se complementan con protocolos de buenas prácticas ambientales y sociales, incluyendo la participación equitativa de hombres, mujeres y jóvenes, y el fortalecimiento de la organización comunitaria a través de comités de castaña y asambleas anuales.

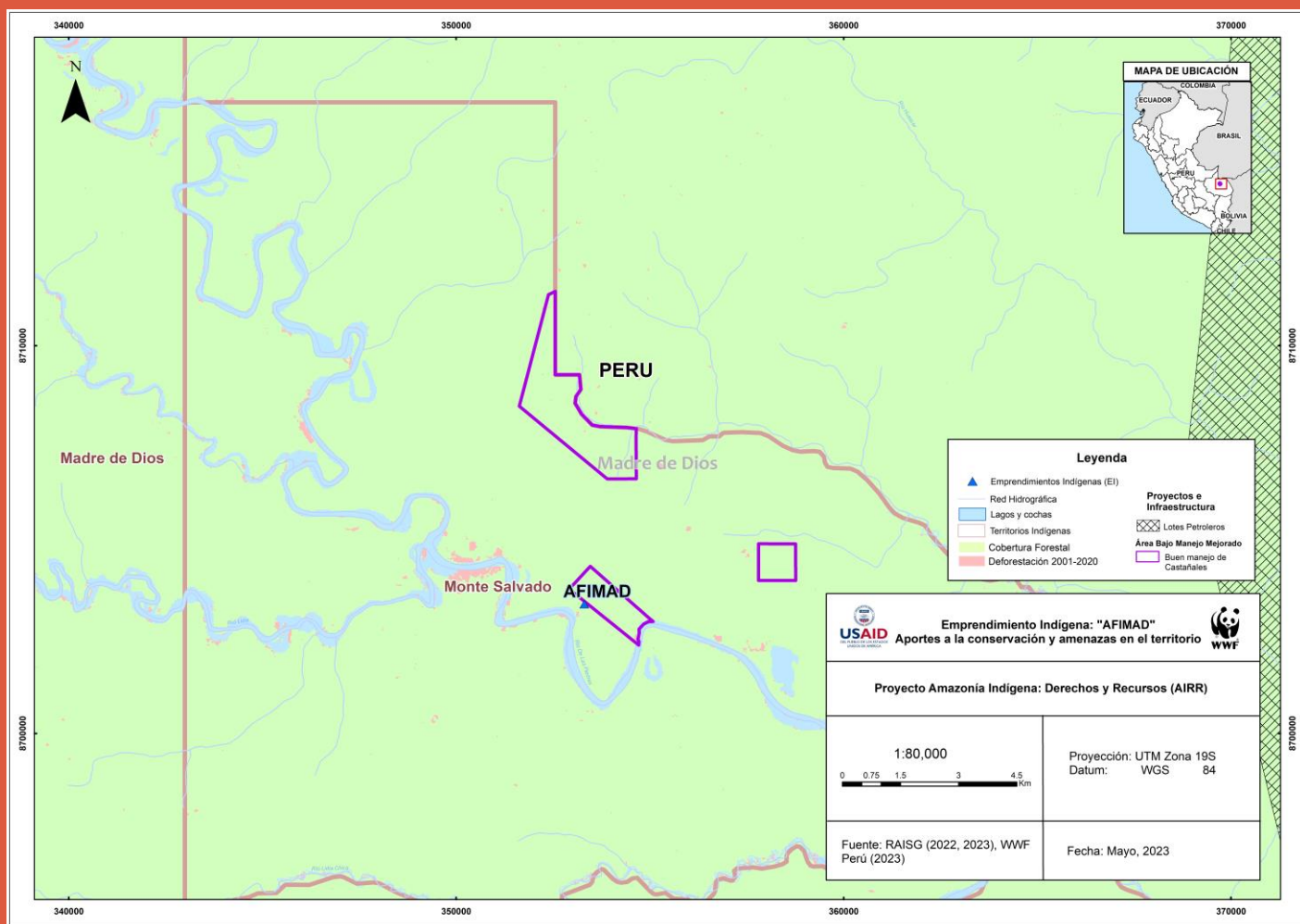


La Asociación ha mejorado su capacidad logística y técnica para gestionar estas áreas lo cual incluye el reforzar el monitoreo y control de las áreas de recolección, previniendo invasiones y actividades ilegales. Se han actualizado planes de manejo, capacitado comités en salvaguardas ambientales, y en la aplicación de la ley forestal, elaborado protocolos de seguridad y salud ocupacional y fomentado una mayor participación equitativa de mujeres y jóvenes.



Estas acciones contribuyen significativamente a la conservación de los territorios ancestrales y la biodiversidad. La recolección de la nuez de castaña siguiendo los planes de manejo aprobados promueve la protección de los bosques y el uso responsable de los recursos forestales no maderables. Así, se demuestra que la actividad económica comunitaria puede ser compatible con la conservación del medio ambiente y los conocimientos ancestrales de los pueblos indígenas.





Conclusiones y recomendaciones



La asociación cuenta con una amplia experiencia y una red de aliados bien establecida. A través del proyecto, el equipo de gestión ha mejorado sus capacidades, forjando una visión de negocio más clara. El año 2023 fue un desafío para el comercio de castaña amazónica, el apoyo continuo ha sido crucial para la recuperación. La Asociación logró el mayor capital recaudado entre todos los 29 El apoyados por el proyecto, lo que demuestra su potencial de crecimiento y expansión; así mismo lograron conformar una junta directiva conformada 100% por mujeres.



Recomendamos al emprendimiento y a sus aliados: Consolidar la estructura organizativa del equipo de gestión y administración con una mejor distribución de funciones y personal especializado en labores comerciales. Continuar fortaleciendo el relacionamiento con comunidades nativas asociadas, para asegurar el desarrollo futuro de la asociación. Mejorar la capacidad de concretar acuerdos comerciales con nuevos clientes. De forma que pueda tener una base de clientes claves fortalecida, y no depender de un sólo cliente principal.



“[El proyecto AIRR] ha sido trascendental para nosotros. Estábamos pasando por momentos difíciles y el apoyo brindado nos fortaleció y animó a salir adelante. Antes, el transporte para AFIMAD era muy escaso y nos afectaba, pero ahora tenemos las canoas y motores que disminuyen los costos y beneficia a los hermanos castañeros. Teníamos 14 años con nuestras certificaciones, [gracias a las consultorías brindadas en este tema] vamos a seguir manteniéndolas, esto es muy importante para nosotros”

Martin Huaypuna, gerente general





Video



Cooperativa Agraria Kemito Ene



Reúne a productores indígenas Asháninkas en la región del Valle del Ene, para cultivar y comercializar de forma sostenible cacao orgánico certificado a mercados internacionales como Australia y Europa. Trabajan bajo sistemas agroforestales que recuperan bosques degradados y ayudan a conservar áreas naturales protegidas.



Ingresó al proyecto con una base sólida y una experiencia considerable. Gracias a su participación en el proyecto, han conseguido mejorar notablemente su gestión, especialmente el área comercial. Están en proceso de expandirse hacia nuevos mercados en Asia y Estados Unidos, lo cual ha incrementado tanto su cartera de clientes como sus ventas a nivel nacional.



Ubicación:
Satipo (Junín)



Sector:
Agricultura



Tipo de sociedad
Cooperativa



Pueblos indígenas
Asháninka



Comunidades beneficiadas
9



Fondos entregados por AIRR
\$30,000 USD



Liderado por
Hombre



Socios
340



Mercado objetivo
Nacional e internacional



Fondos apalancados:
\$37,000 USD



Ventajas que hacen especial a Kemito Ene



La Cooperativa ha avanzado mucho en su camino por cimentar las bases de una empresa indígena que impacta directamente en la vida de los socios productores de cacao de la nacionalidad Asháninka del Río Ene.

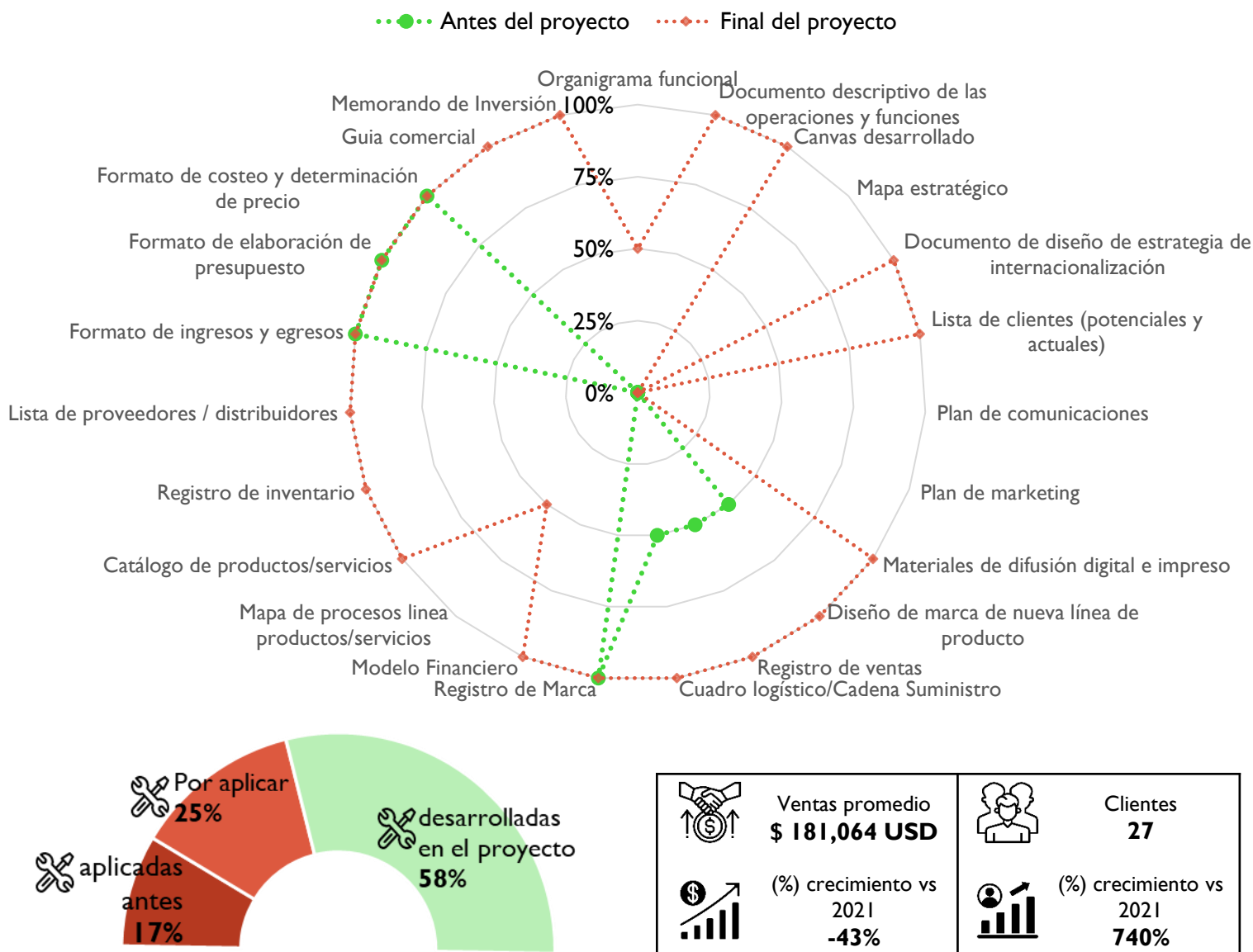


Conocen bien la cadena de comercialización y sus retos; y ha venido demostrando avances progresivos año a año. Han logrado identificar el funcionamiento del mercado de cacao y cuenta ya con cierto reconocimiento de instituciones relacionadas al sector.



Cuenta con aliados internacionales para el desarrollo de su misión.

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



	Ventas promedio \$ 181,064 USD		Clientes 27
	(%) crecimiento vs 2021 -43%		(%) crecimiento vs 2021 740%

Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con un registro ordenado y sistematizado mensual de ventas.



Estrategia de crecimiento: Participaron en misiones y ferias internacionales y poseen una estrategia para su expansión en nuevos mercados.



Ventas y Marketing: cuenta con materiales de marketing (afiches, videos) y una nueva serie de impresión de empaques de sus productos finales, que fueron presentados en el viaje comercial hacia Asia, en Tailandia e Indonesia, y en su participación en la feria Thaifex Anuga Asia 2023. Ha participado en la Expoamazónica Chachapoyas 2022 y Expoamazónica Tingo Maria 2023, donde ha logrado compromisos de comercialización de 10 tn de granos de cacao con la empresa EcoAndino.



Legal: En el 2023, Kemito Ene ha migrado de la figura legal de “asociación” a “cooperativa”, esta nueva figura le permitirá seguir escalando su negocio y al mismo tiempo acceder a los beneficios otorgados por el estado para este tipo de iniciativas.



Kemito Ene, integrado por 340 productores de cacao y 119 de café de 13 comunidades nativas y 17 anexos Asháninkas, maneja 476 hectáreas de parcelas agroforestales en la cuenca del río Ene, Junín (ver mapa). Estas áreas se encuentran en las zonas de amortiguamiento de la Reserva Comunal Asháninka y el Parque Nacional Otishi. La cooperativa produce cacao y café orgánicos certificados de manera sostenible bajo sistemas agroforestales, recuperando bosques degradados por la tala y cultivos ilícitos. Logró renovar su certificado orgánico auditado por la empresa Control Unión, el cual muestra que Kemito Ene mantiene altos estándares ambientales y sociales en sus procesos productivos desde la implementación de parcelas, cosecha, acopio, comercialización de sus granos de cacao.

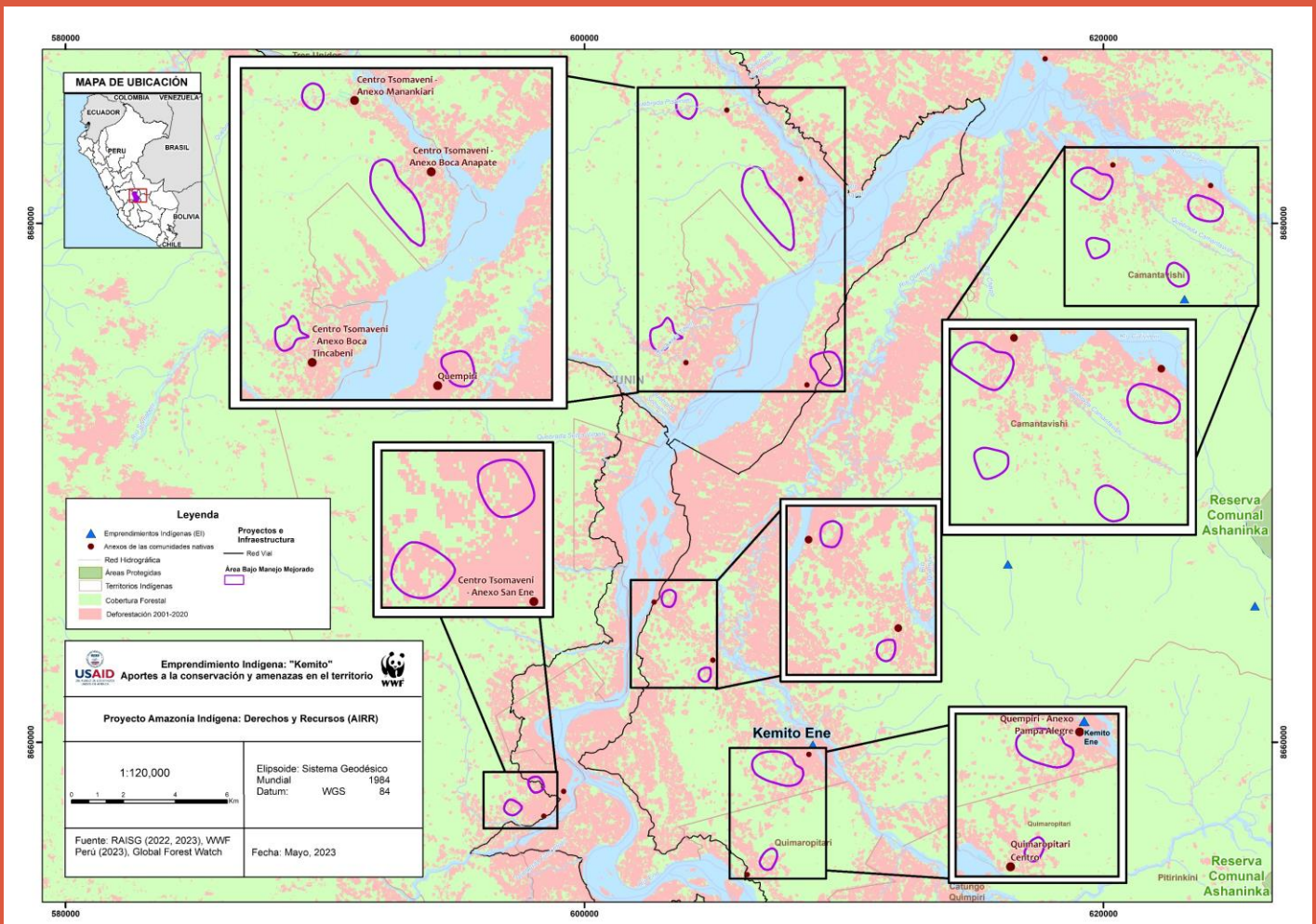
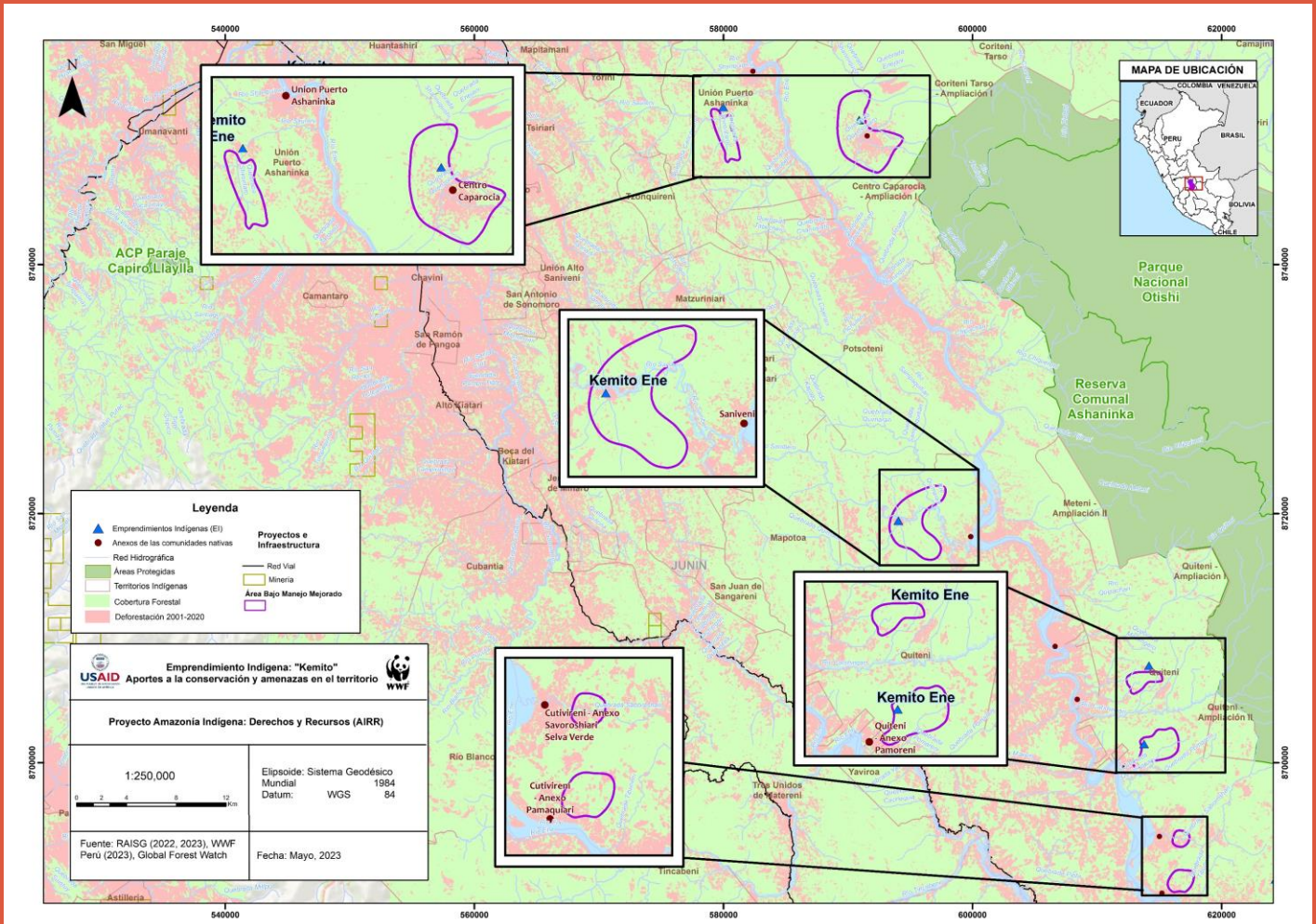


Las prácticas implementadas por Kemito Ene incluyen asistencia técnica en manejo de parcelas, georreferenciación y monitoreo de parcelas agroforestales, y la expansión de áreas de cultivo en zonas degradadas. Además, se han fortalecido las capacidades para la cosecha, postcosecha y valor agregado y en el llenado y uso de los formatos para georreferenciación y monitoreo del estado de las parcelas para renovación de la certificación orgánica. Así mismo, se han promovido el enfoque de género para empoderar a las mujeres en los procesos productivos. El pago de precios justos a los productores también es una práctica clave que ayuda a minimizar potenciales impactos negativos.



El emprendimiento ha obtenido certificaciones de comercio justo, producción orgánica e higiene alimentaria, garantizando altos estándares ambientales y sociales en toda su cadena productiva. Esto les permite acceder a mercados exigentes y mejorar los ingresos de las comunidades. Estas medidas, basadas en prácticas tradicionales, contribuyen a la conservación de sus territorios, la biodiversidad y el manejo sostenible de los recursos naturales







La cooperativa cuenta con una estrategia para su crecimiento y puede recibir financiamiento de tipo donación y préstamo. En el 2021 pasó por un año desafiante; lo cual requirió apoyo para ampliar su cartera de clientes y fortalecer su equipo interno.



Recomendamos continuar consolidando la estructura organizativa del equipo de gestión y administrativo, así como el control de costos para el aprovisionamiento de la materia prima ya que está buscando ingresar a mercados de mayor volumen. Esto implica mejorar el relacionamiento con los socios de la cooperativa para asegurar la provisión de materia prima.



Por otro lado, en el camino de la diversificación de sus clientes y por ende el aumento de la demanda, es necesario mantener las alianzas y acuerdos con los socios. Por último, se recomienda considerar el involucramiento de más inversiones en las actividades de postcosecha.



“Gracias a la capacitaciones y visitas a campo, le dimos mayor visibilidad a Kemito Ene al mejorar los empaques. Este cambio le dio mayor realce a los productos y a la imagen de la cooperativa, es más atractiva para el mercado internacional y local. Antes no teníamos clientes de afuera para nuestro café y ahora nos contactó un cliente de Tailandia que confirmó la compra de cafés especiales para el próximo año. La adquisición del pequeño también fue clave para mejorar las operaciones de acopio [de cacao y café]”

Pedro Antezama, ex gerente general



Video

Asociación de Mujeres Productoras Charapi de La Comunidad Nativa Musa karusha - Río Pastaza



Conformado por mujeres indígenas del pueblo Kandozi, se dedica al aprovechamiento sostenible de crías y huevos de la especie de tortuga acuática Taricaya (*Podocnemis unifilis*) en la comunidad nativa Musa Karusha.



En el marco del proyecto, la asociación ha sido fortalecida en su gestión administrativa y el conocimiento de mercado, teniendo mayores herramientas para su desarrollo comercial. Gracias al asesor externo, quien apoyó el proceso transfiriendo a las socias de Charapi los conocimientos brindados en las capacitaciones, se logró sortear la brecha del idioma y ofrecer la asesoría técnica que la Asociación requería.



Ubicación:
Pastaza (Loreto)



Sector:
Uso de fauna silvestre



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblo indígena
Kandozi



Comunidades beneficiadas
1



Liderado por
Mujer



Socios
24



Mercado objetivo
Nacional y local



Fondos apalancados:
\$0 USD



Fondos entregados por AIRR
\$20,000 USD



Ventajas que hacen especial a Charapi



La asociación es liderada por mujeres indígenas, quienes realizan el aprovechamiento de la tortuga taricaya de manera regulada, legal y sostenible.



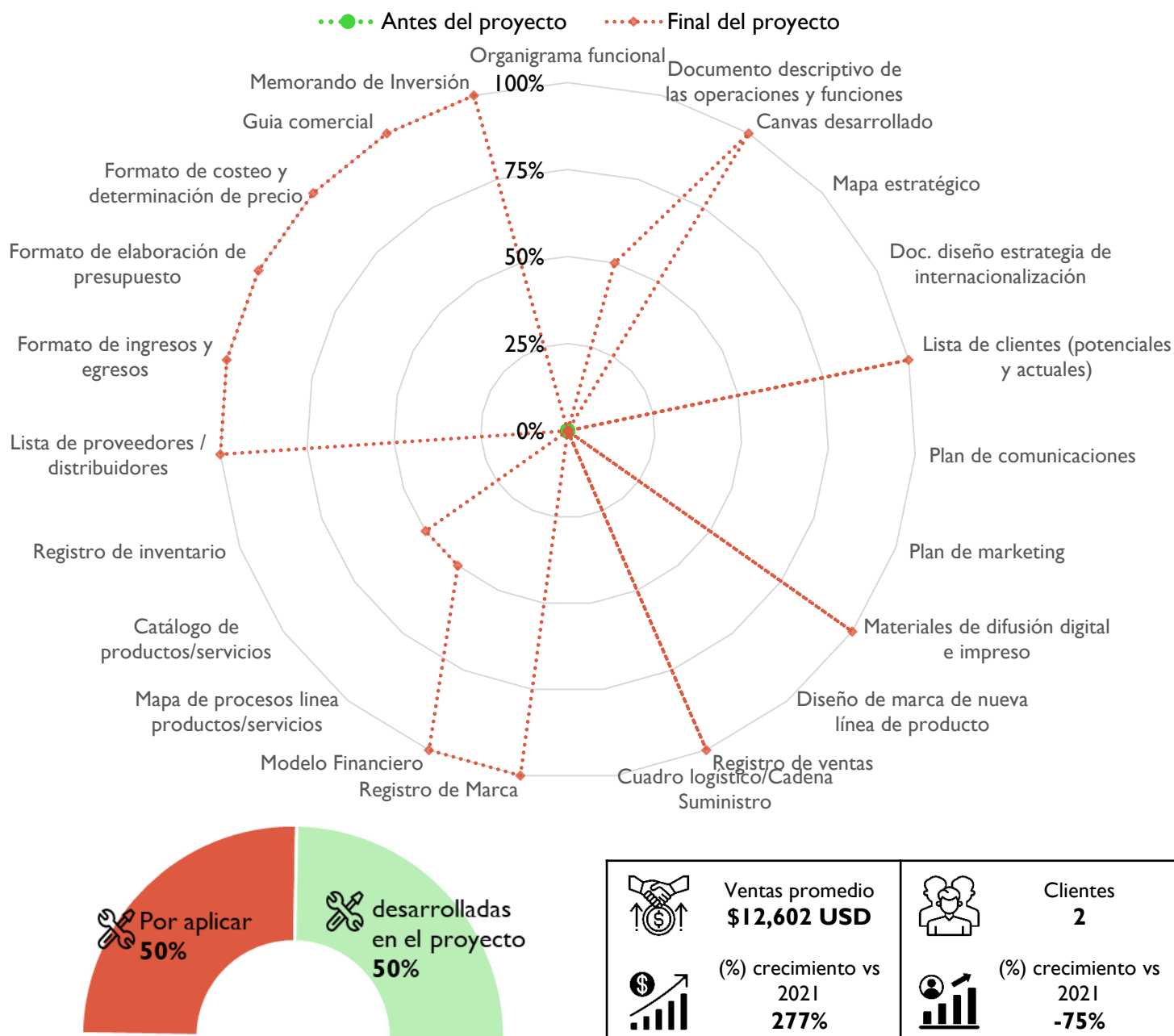
El negocio considera el cuidado de la población de la tortuga Taricaya, cuidando la liberación de un porcentaje de los neonatos para asegurar la estabilidad poblacional.



El negocio se basa en una actividad propia de la comunidad y que involucra un relevo generacional.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con un registro mensual de ventas. Además, está inscrito en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) y Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).



Legal: cuenta con factura principalmente para la venta de crías de taricaya y realiza Declaraciones Juradas para las ventas al menudeo de los huevos de taricaya.



Ventas y Marketing: Cuentan con una guía comercial.



CHARAPI, conformado por 20 mujeres de la comunidad nativa Musa karusha del pueblo Kandozi, maneja un área de 3,280 hectáreas para el aprovechamiento sostenible de los huevos y crías de la especie taricaya (*Podocnemis unifilis*) (ver mapa). Realizan prácticas de preparación de playas naturales y artificiales para la anidación. Implica la recolección de huevos, resiembra en playas artificiales y el monitoreo de nidos, nacimiento y pre-cría. Del total de crías, el 50% se destina a la repoblación en las lagunas cercanas, mientras que el resto se comercializa de manera regulada. Lo que permite la renovación de la población silvestre de la especie.



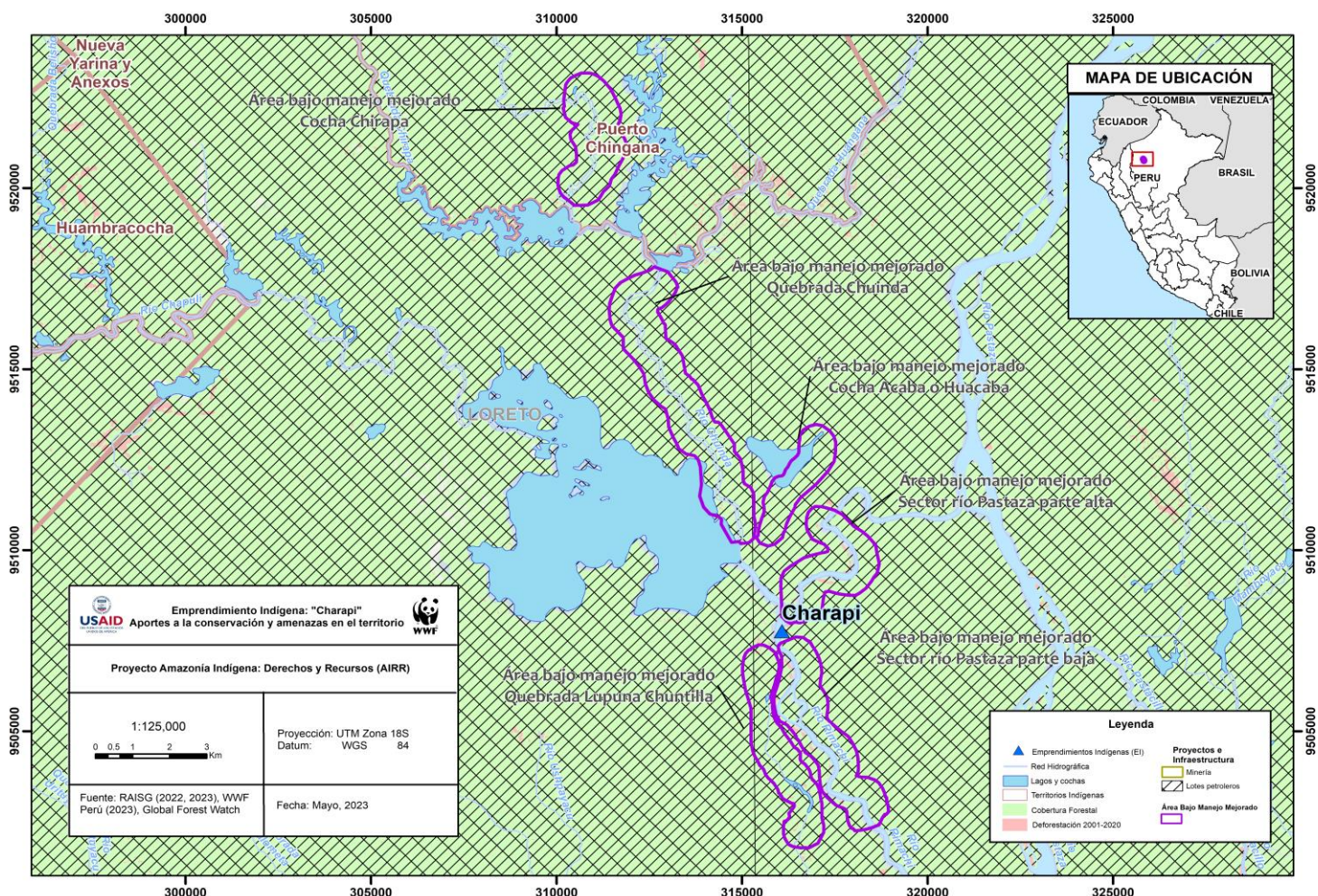
Al contar con un plan de manejo aprobado y realizar un monitoreo constante, se garantiza el aprovechamiento sostenible de esta especie de importancia alimenticia y económica para las comunidades locales. La participación activa de las mujeres de CHARAPI en estas prácticas contribuye a frenar la extracción ilegal e indiscriminada de la charapa por parte de colonos.



Además, han implementado otras medidas para mitigar potenciales impactos ambientales y sociales. Estas incluyen la limpieza manual de las zonas de recolección de huevos, evitando la quema de vegetación; la construcción de rampas en terrenos compactados para minimizar la erosión, y el establecimiento de protocolos para la disposición final de materiales y equipos, así como medidas de seguridad y salud para las socias.



Estas medidas, aportan a la conservación de sus territorios y la biodiversidad, al tiempo que brindan un manejo sostenible. La liberación de crías contribuye a la repoblación de la especie, mientras que la recolección regulada de huevos y la venta controlada de crías garantizan la sostenibilidad del recurso y los ingresos económicos para las familias de la comunidad.



Conclusiones y recomendaciones



La asociación tiene un gran potencial de crecimiento comercial y cumple un rol clave en la conservación de la taricaya a nivel local. Actualmente requiere financiamiento tipo donación; y acompañamiento para el desarrollo comercial especialmente con foco para la exportación de sus productos.



Es imperativo subrayar que el modelo de negocio de la asociación opera en un entorno especialmente delicado debido al comercio ilegal de fauna silvestre. Un factor diferenciador clave es la estricta adhesión de la organización a la regulación y legalidad. Para mantener este estatus, es crucial que la asociación actualice de forma continua sus planes de manejo y evite relaciones comerciales con proveedores o clientes que no participen en un sistema de trazabilidad confiable.



Recomendamos al emprendimiento y a sus aliados: mejorar los registros de sus transacciones, de forma que pueda detallar los costos reales periódicamente. Para ello debe asignar un responsable de los registros y sistematizar la información de forma digital. Un reto muy grande para la asociación la falta de conectividad de comunicación, por lo que se recomienda articular con el gobierno para disminuir esta brecha.



“Me enteré de [este emprendimiento] y me gustó el trabajo, por eso crío tortugas, así colaboro con su conservación. Creamos playas artificiales para que las tortugas vengan a poner sus huevos, y luego vendemos la mitad. Nosotras hemos creado entre 130 a 150 nidos, con este sistema de nidos tendremos cientos de tortugas...vemos la repoblación de estas...ahora que podemos nos hemos formalizado y eso nos beneficia a todos. Nosotras no pensamos solo en vender, queremos proteger la biodiversidad del bosque, por eso trabajamos sosteniblemente”

Balvina Sundi Akumbari , presidenta





Video



Asociación Social de Pescadores Artesanales de Paiche Puitsatawarakana Kukama (Aspappuku)



Asociación conformada por cuatro comités de crianza de paiche (*Arapaima gigas*), involucrando a comunidades nativas en la región Loreto. Su objetivo es aprovechar el potencial del paiche para acceder a mercados nacionales, con una planta de transformación en Yurimaguas.



En el marco del proyecto, mejoraron sus capacidades a nivel técnico y de gestión, y continúan fortaleciéndose para ser autónomos en su operación, para lo que cuentan con el apoyo de las organizaciones indígenas FEDECOCA y CORPISL, y del servicio nacional de parques (SERNANP).



Ubicación:
Lagunas y Bellavista
(Loreto)



Sector:
Acuicultura sostenible



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Kukama kukamiria



Comunidades beneficiadas
4



Fondos entregados por AIRR
\$10,700 USD



Liderado por
Hombre



Socios
66



Mercado objetivo
Nacional y local



Fondos apalancados:
\$62,000 USD



Ventajas que hacen especial a ASPAPPUKU



La asociación es una iniciativa que en primer lugar protege la seguridad alimentaria de la localidad.



Los comités de crianza afiliados a ASPAPPUKU ya cuentan con los permisos de reserva acuícola, también con las Declaraciones de Impacto Ambiental (DIA) otorgados por DIREPRO, y con resoluciones administrativas de las comunidades nativas Tamarate, Atahualpa, Achual Tipishca y Bellavista. Obtuvo la formalización del sector de la acuicultura, y cuenta con certificaciones de la calidad de agua y de uso por la autoridad, las correspondientes declaraciones de impacto ambiental.

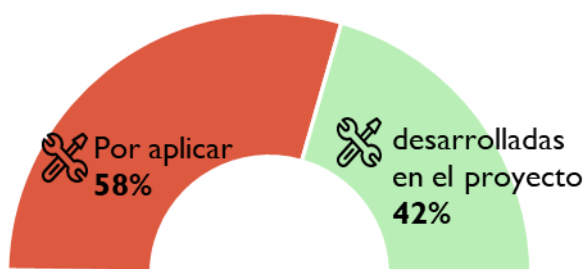
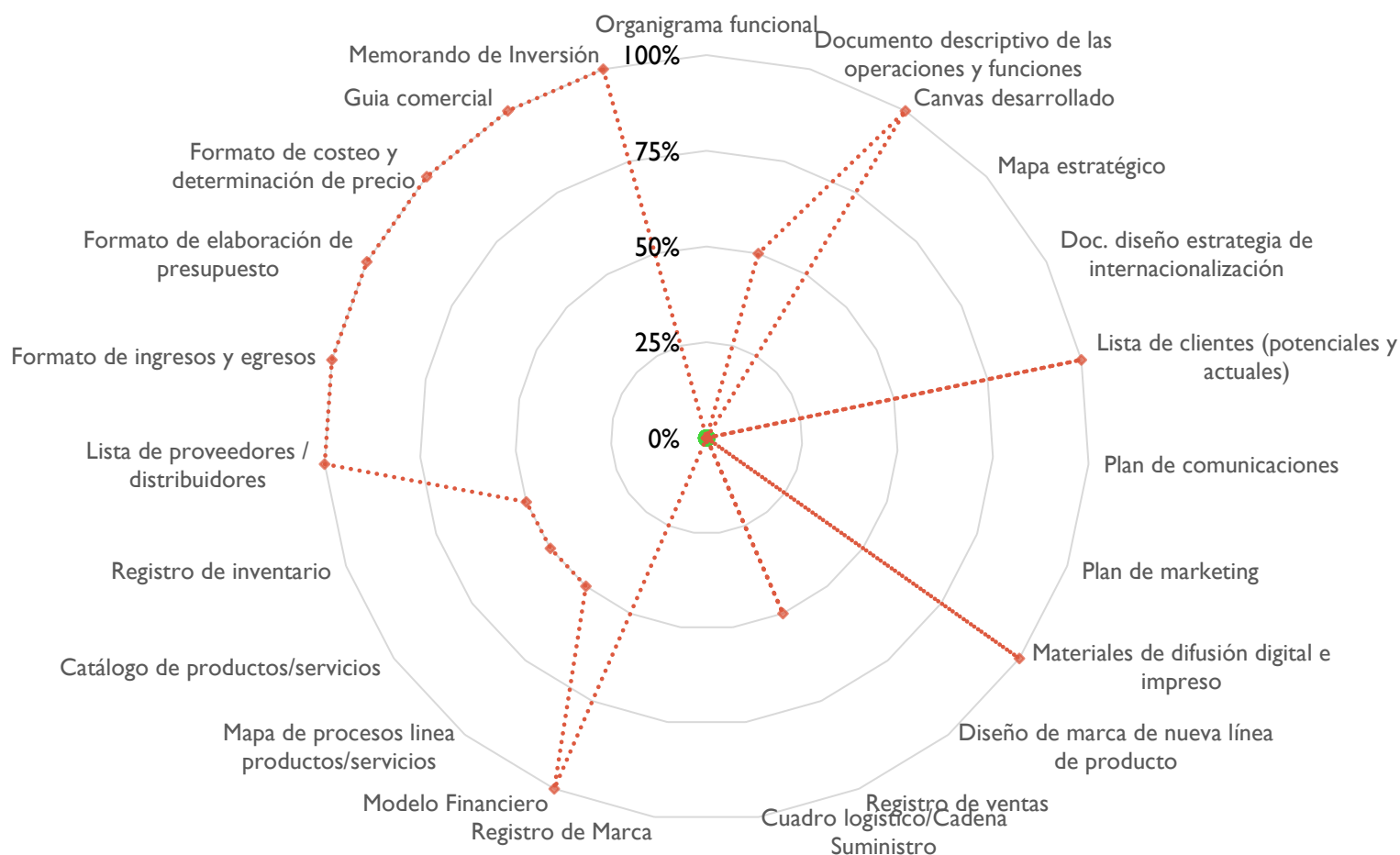


La asociación promueve la inclusión de las mujeres.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.

●●● Antes del proyecto ●●● Final del proyecto



	Ventas promedio \$ 2,172 USD		Cientes 7
	(%) crecimiento vs 2021 470%		(%) crecimiento vs 2021 600%

Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensual de ventas.



Ventas y Marketing: Tienen una guía comercial



ASPAPPUKU tienen 1,300 hectáreas bajo manejo mejorado, involucrando a 66 familias de cuatro comunidades nativas: Atahualpa, Achual Tipishca, Bellavista y Esperanza (ver mapa). Estas áreas están ubicadas en lagunas naturales donde se realiza la actividad de crianza de paiche (*Arapaima gigas*) mediante el sistema de cultivos en jaulas flotantes. Las prácticas de manejo incluyen la construcción e instalación de las jaulas, la ubicación estratégica de estas en las cochas, la siembra de alevines, la alimentación balanceada y controlada, el monitoreo sanitario y el mantenimiento de las instalaciones. Por otro lado, obtienen alevines y reproductores de peces de fuentes autorizadas, lo que contribuye a evitar la extracción no controlada de especies de su hábitat natural. Todas estas prácticas minimizan los impactos negativos en los ecosistemas locales



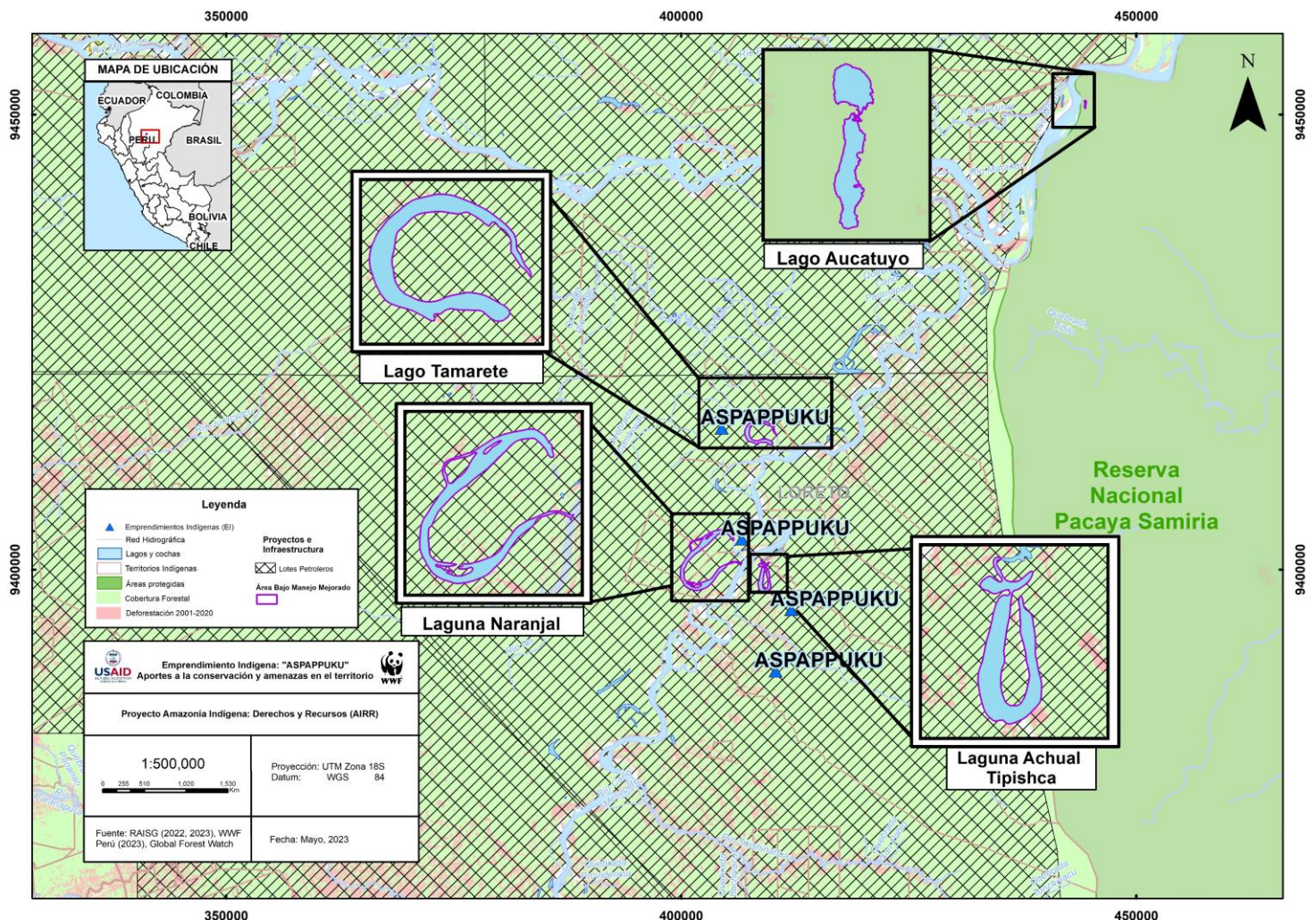
La asociación está comprometida con el cumplimiento de la normatividad ambiental y solicita autorización para cualquier cambio en las actividades productivas, presenta informes periódicos sobre las actividades realizadas y está en comunicación con la autoridad ambiental competente para evaluaciones y acciones de vigilancia periódicas.



Además, realizan capacitaciones sobre seguridad, manejo de equipos y medio ambiente, así como la elaboración y socialización de protocolos de seguridad, salud y disposición final de residuos y equipos. También, se ha promovido activamente la participación de las mujeres en todas las etapas del proceso, y se han establecido acuerdos y compromisos claros en la comunidad para garantizar el fortalecimiento y continuidad del negocio.



Estas prácticas minimizan el impacto ambiental, promoviendo la conservación del territorio, evitan la sobreexplotación de los recursos acuáticos y garantizar la calidad del agua en las lagunas, contribuyendo significativamente a la protección de la biodiversidad y del territorio, asegurando la sostenibilidad a largo plazo tanto de la actividad de crianza de paiche como del entorno natural en el que se desarrolla.



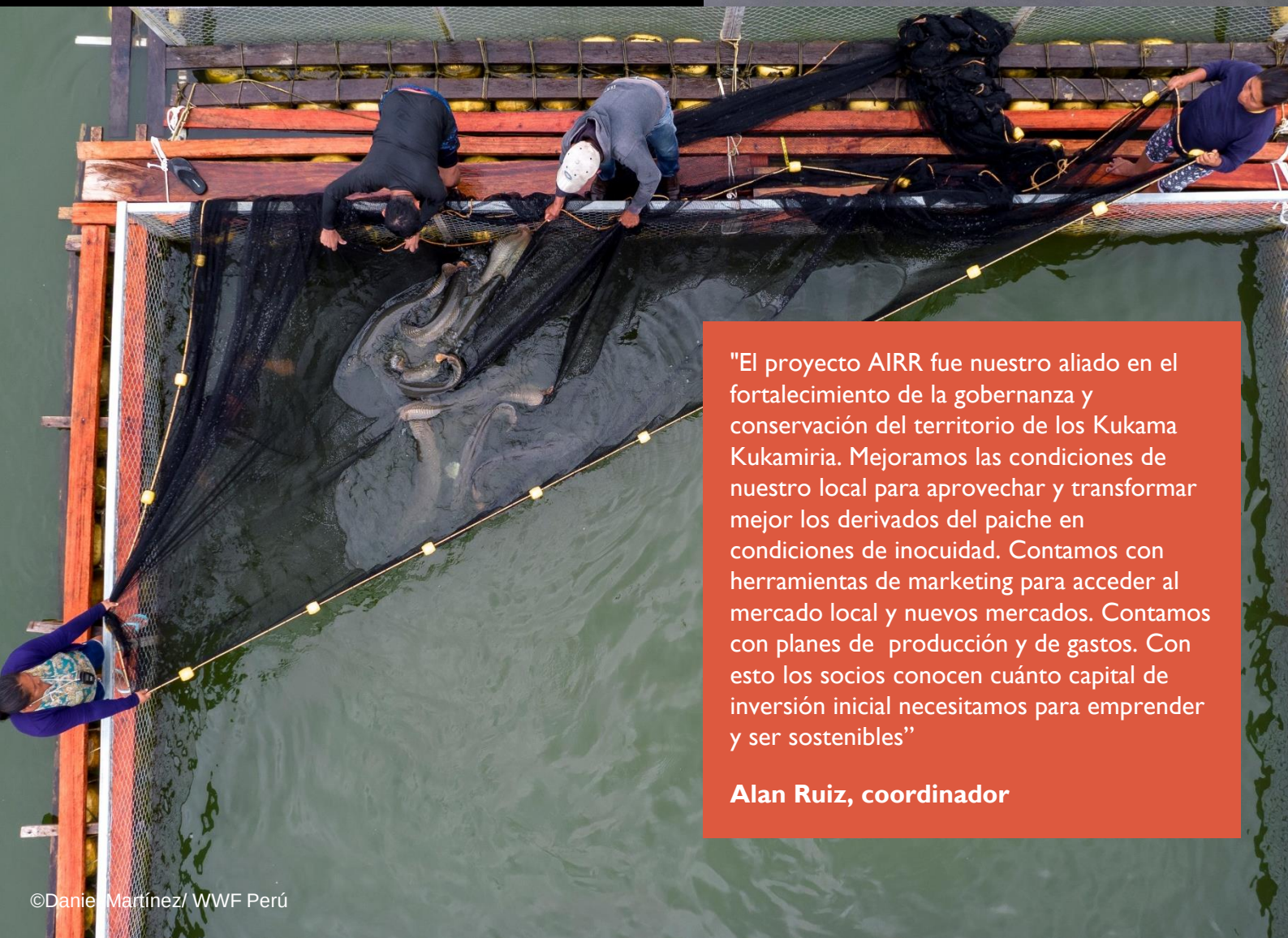
Conclusiones y recomendaciones



La asociación es una candidata excepcional para incentivos como donaciones y financiamiento no reembolsable, dado su contribución al impacto social en la comunidad. Ha demostrado capacidad técnica como un impacto positivo en su territorio, además está bien posicionada para recibir donaciones.



Recomendamos al emprendimiento y a sus aliados mantener un asesoramiento para continuar mejorando a nivel administrativo y comercial. El alto costo del alimento de los peces plantea un desafío financiero significativo para la asociación, por lo que se recomienda mantener una liquidez para asegurar el alimento constante tras cada campaña y elaborar presupuestos detallados y una planificación anticipada de los ingresos y egresos. Para el flujo de caja recomendamos designar una persona específica encargada de supervisar las finanzas y costos.



"El proyecto AIRR fue nuestro aliado en el fortalecimiento de la gobernanza y conservación del territorio de los Kukama Kukamiria. Mejoramos las condiciones de nuestro local para aprovechar y transformar mejor los derivados del paiche en condiciones de inocuidad. Contamos con herramientas de marketing para acceder al mercado local y nuevos mercados. Contamos con planes de producción y de gastos. Con esto los socios conocen cuánto capital de inversión inicial necesitamos para emprender y ser sostenibles"

Alan Ruiz, coordinador



Asociación Bosque de las Nuwas



Asociación conformada por 60 mujeres de la etnia Awajún en la comunidad nativa de Shampuyacu. Se dedican al cultivo de plantas medicinales, producción de artesanías con semillas de palmeras y servicios turísticos, resaltando sus conocimientos y prácticas ancestrales.



En el marco del proyecto, pudieron fortalecer su gestión administrativa y en sus capacidades contables.



Sector:
Turismo y servicios vinculados



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Awajún



Comunidades beneficiadas
1



Liderado por
Mujer



Socios
60



Mercado objetivo
Nacional y local



Fondos entregados por AIRR
\$10,000 USD

Fondos apalancados:
\$42,856 USD



Ventajas que hacen especial a Bosque de las Nuwas



La asociación es liderada y desarrollada por mujeres.



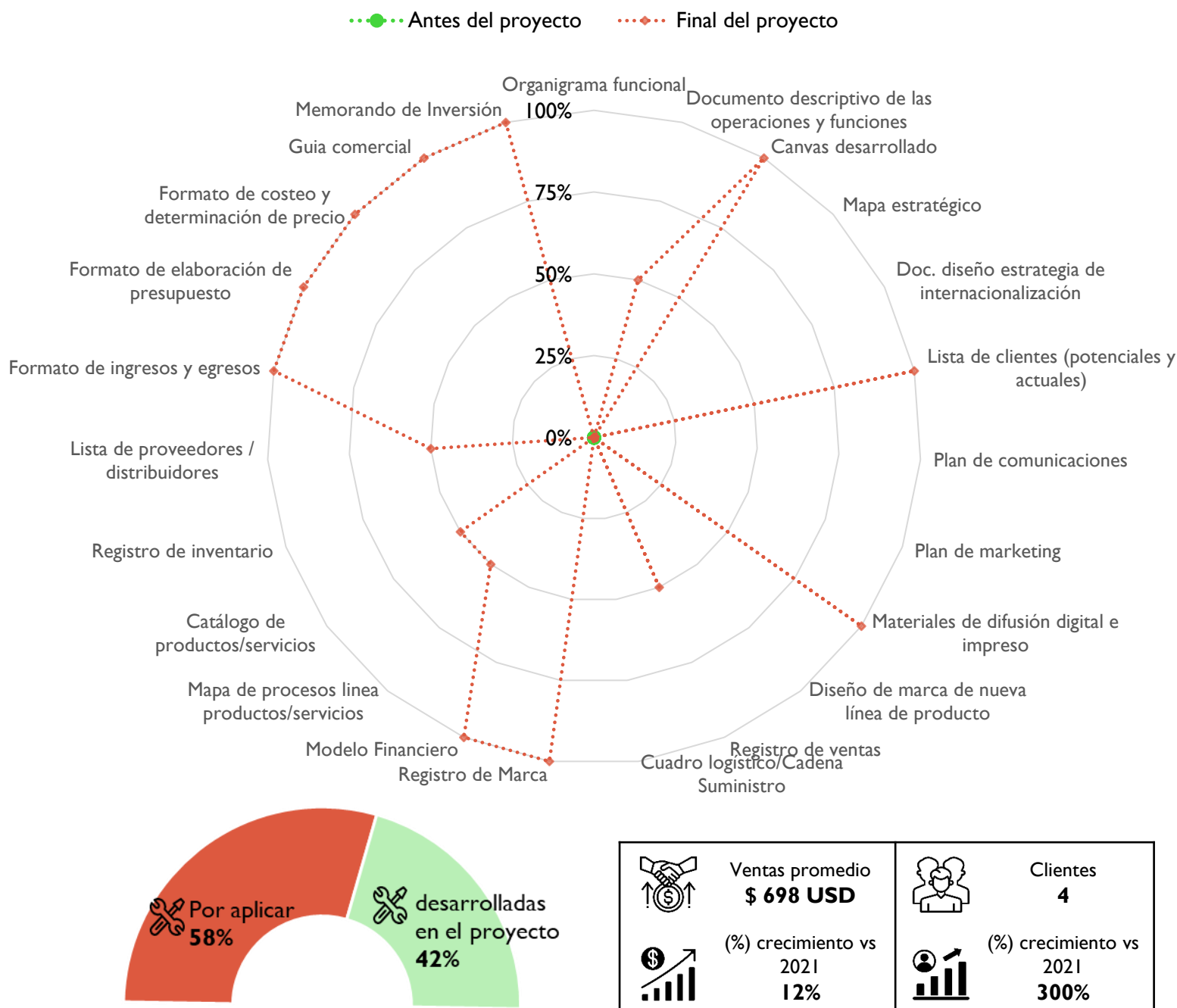
Las mujeres del bosque de las Nuwas no sólo reciben una oportunidad de trabajo y fuente de ingresos, sino también empoderamiento y herramientas para su fortalecimiento personal.



La asociación tiene varios productos y servicios desarrollados con aliados.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensual de ventas.



Comunicaciones: Con el fin de mejorar las visitas guiadas al bosque elaboraron un guión interpretativo y señalización.



Ventas y Marketing: Tienen una guía comercial.

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



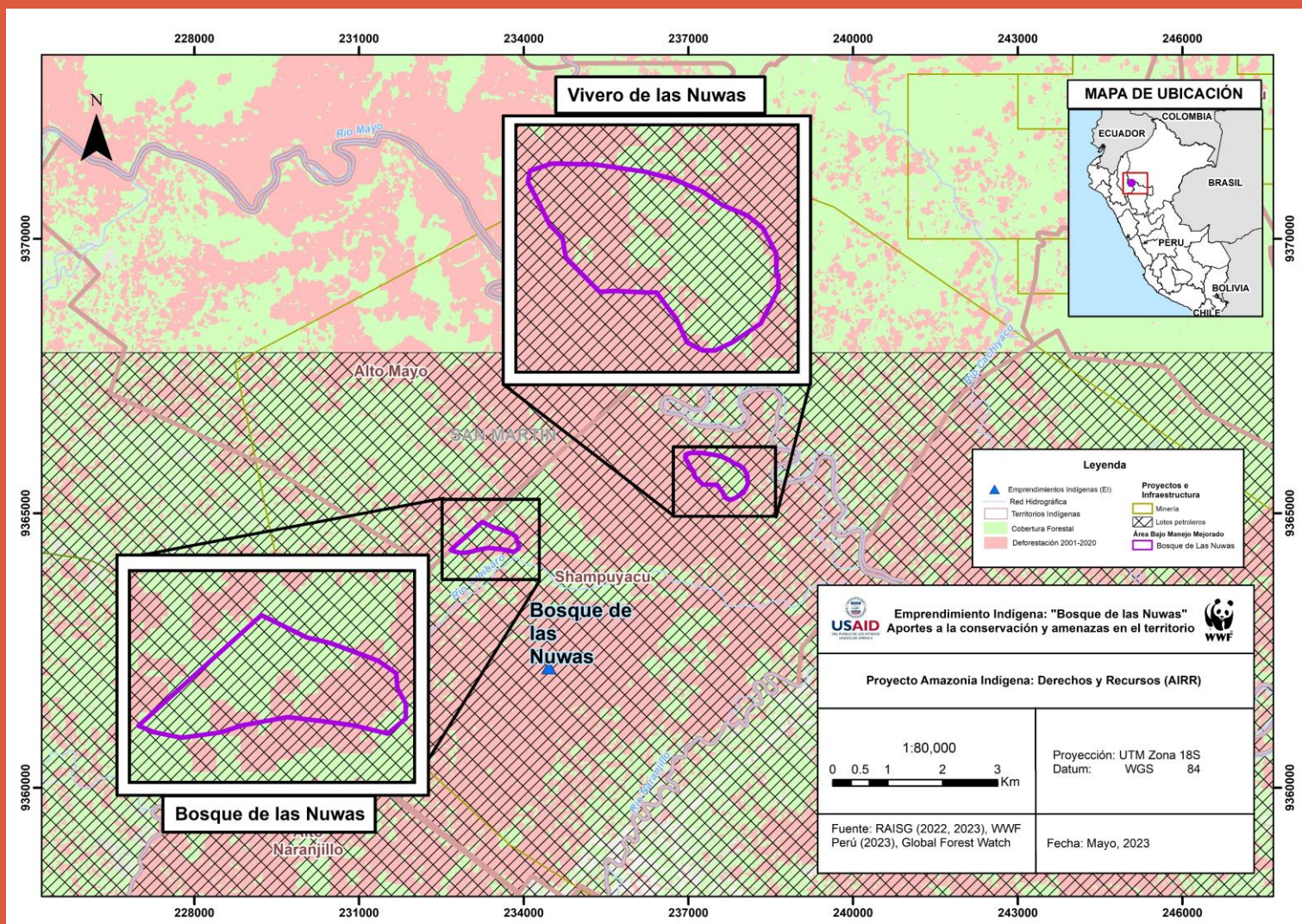
El Bosque de las Nuwas, está conformado por 80 mujeres de la comunidad nativa Shampuyacu del pueblo Awajún, maneja de forma directa 10 hectáreas de bosque cedidas por la comunidad (ver mapa). En estas áreas, cultivan plantas medicinales nativas de más de 100 variedades, incluyendo diferentes tipos de yuca y jengibre. Aplican prácticas tradicionales libres de agroquímicos y pesticidas, realizando labores de poda, limpieza y control de plagas por medios naturales. Cada socia tiene asignada una parcela a su nombre dentro del área. Además, al elaborar artesanías únicamente con semillas recolectadas del bosque, evitan la explotación excesiva de estos recursos. El trabajo del emprendimiento promueve el empoderamiento y la participación activa de las socias en la toma de decisiones comunitarias.



Otras medidas incluyen la capacitación en salvaguardas ambientales y sociales, el manejo adecuado de residuos sólidos mediante la instalación de contenedores y una compostera, así como la aplicación de prácticas silviculturales en sus parcelas de plantas medicinales con asesoramiento técnico.



Mediante el ecoturismo comunitario, promueven la valoración de su cultura y fomentan la sensibilización ambiental. Su enfoque integra la generación de ingresos con la conservación de sus territorios, fomentando la transmisión intergeneracional de saberes y prácticas sostenibles arraigadas en su cosmovisión.





El Bosque de las Nuwas contribuye positivamente a la vida de sus socias mediante empoderamiento y la generación de ingresos. Tienen varios aliados que las vienen apoyando por varios años lo cual hace que se avance en el futuro para alcanzar una mejor gestión.



Recomendamos al emprendimiento y a sus aliados mejorar las articulaciones entre aliados con el fin que las actividades que tienen con cada uno no se sobrepongan y no logren sacar un mejor provecho. Continuar mejorando el sistema de registro contable, logrando tener uno integral tanto de la producción y venta de las infusiones como de las actividades turísticas. Mejorar el proceso de traspaso de la información con los cambios de junta directiva; para lograrlo recomendamos la sistematización y digitalización de sus registros incluyendo no solo la parte administrativa sino los proyectos que tienen y el alcance de cada uno.



“Nosotras estamos vendiendo estos productos que curan [infusiones de hierbas medicinales], para ayudar a quienes tienen enfermedades y con esto también ayudamos a mejorar nuestra calidad de vida en la comunidad”

Irene Zejekam, socia





Video

Asociación de Mujeres Organizadas Choco Warmis



Conformada por 20 mujeres indígenas de la etnia Kichwa en la comunidad nativa Copal Sacha, San Martín, la asociación se dedica a la elaboración y comercialización de chocolates artesanales y derivados de cacao, promoviendo el empoderamiento económico y social de las mujeres.



En el marco del proyecto, se observó una mejora en la gestión, llevando un mayor control contable y en el aspecto comercial, teniendo dos líneas de negocio desarrolladas (chocolatería y panadería) aumentando sus ingresos y número de clientes.



Ventajas que hacen especial a Chocowarmi



La asociación es 100% manejada por mujeres. Esta es una organización que empodera a sus mujeres, asumiendo posiciones de liderazgo y generando ingresos para sus familias.



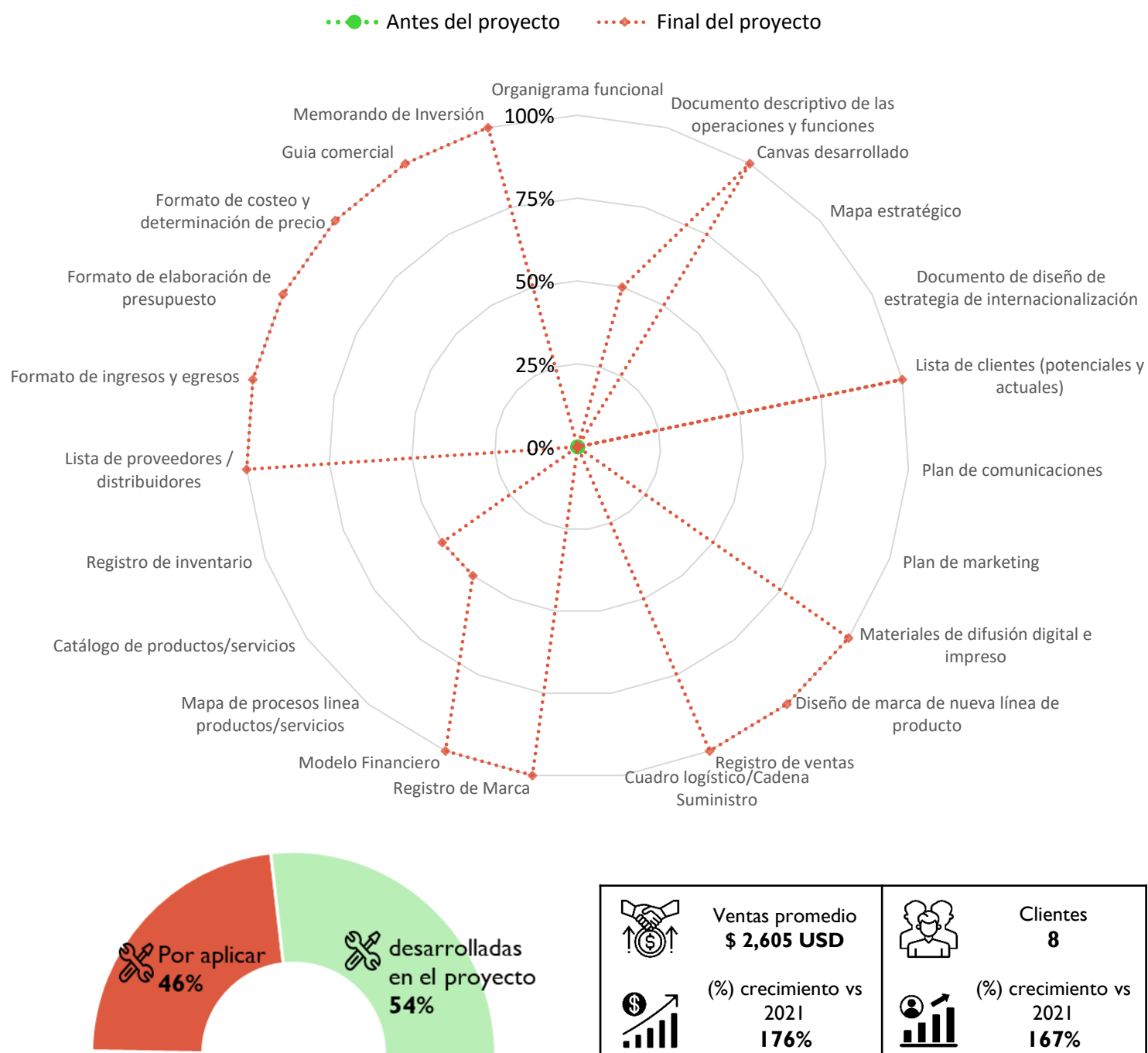
La organización tiene más de diez años de experiencia, mejorando sus técnicas de producción y conociendo el mercado.



Posee la maquinaria necesaria para su desarrollo, contando con una línea de chocolatería y una de panadería

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensual de ventas.



Ventas y Marketing: Tienen una guía comercial



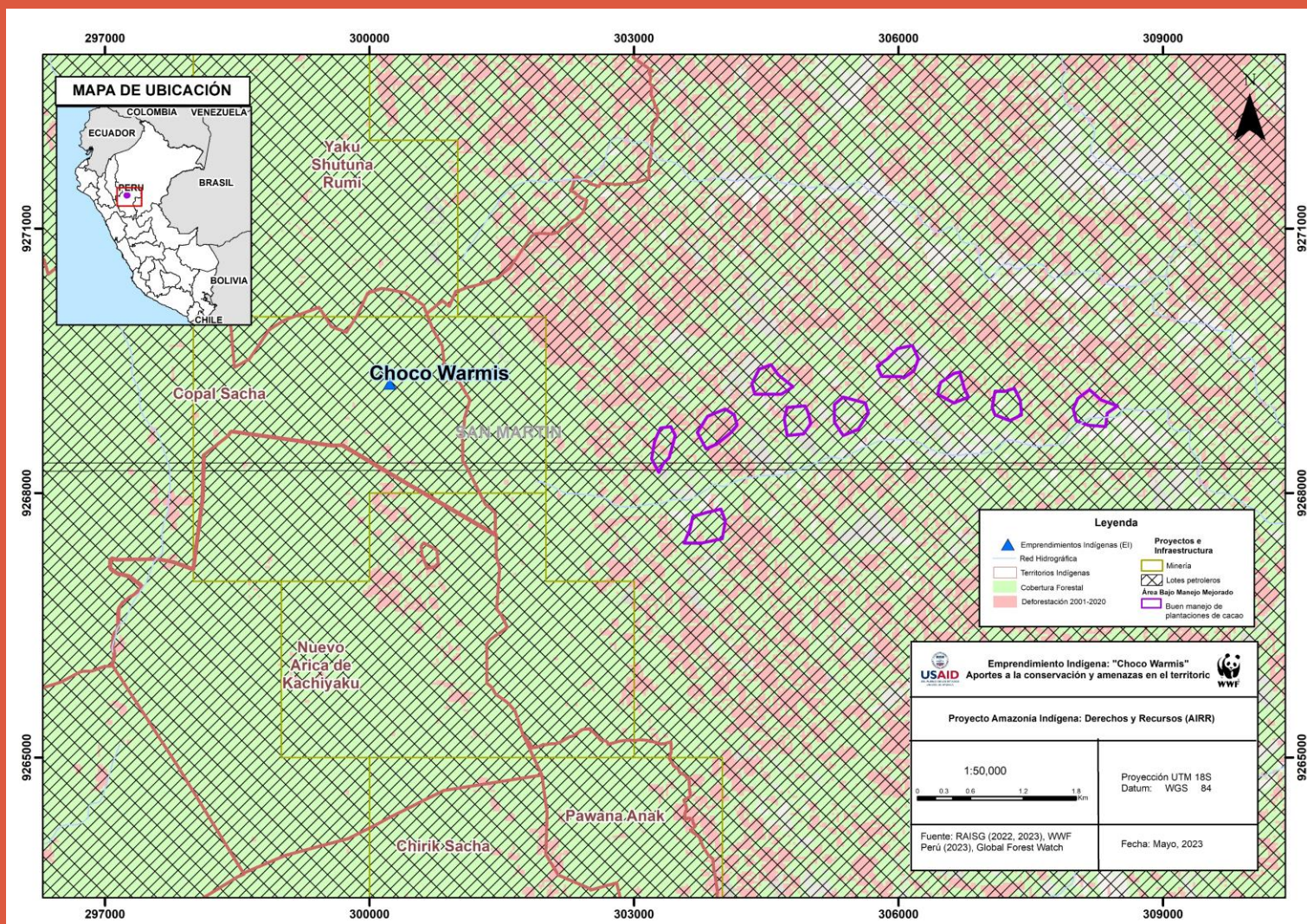
Choco Warmis se encuentra ubicado en la comunidad nativa Colpa Sacha, distrito San José de Sisa, San Martín. Las socias manejan de forma mejorada un área de 15 hectáreas de plantaciones de cacao bajo un sistema agroforestal (ver mapa). Estas parcelas se encuentran en el caserío Santa Cruz, área urbana de la comunidad donde también cultivan otros productos de subsistencia. El cultivo del cacao se realiza aplicando prácticas como el uso de abonos orgánicos, control de plagas con insumos naturales, podas y técnicas de conservación de suelos. Incluye capacitaciones y asistencia técnica.



Choco Warmis, viene implementando acciones enmarcadas en las salvaguardas sociales y ambientales, a través de la promoción para la participación e inclusión de mujeres jóvenes en los procesos de capacitación para la transferencia de información e implementación de capacitaciones sobre manejo de parcelas. Al procesar el cacao cultivado en sus parcelas agroforestales, evitan la expansión de la frontera agrícola hacia las 6,145 hectáreas de bosques titulados de la comunidad. Además, cuentan con una política de compra responsable que verifica que la materia prima adicional provenga de proveedores con certificación orgánica que monitorean sus cultivos.



En la planta de producción se han implementado medidas de higiene y salubridad a través de flujogramas de procesos. Se cuenta con un área destinada al manejo de residuos sólidos y se ha capacitado a las socias en temas de salvaguardas sociales y ambientales. Estas prácticas se enmarcan en un enfoque de producción más limpia acorde con los conocimientos de las comunidades indígenas kichwas, aportando a la conservación de la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales en sus territorios.



Conclusiones y recomendaciones



La asociación ha capitalizado efectivamente el proceso de fortalecimiento brindado por el proyecto y se encuentra en una fase de crecimiento. No obstante, para alcanzar una madurez operacional completa, requiere de continuo acompañamiento y financiamiento tipo donación.



Recomendaciones a la cooperativa y aliados: Es necesario continuar mejorando la inocuidad de sus productos, a través de la mejora de su infraestructura para instaurar controles de calidad en las distintas fases del ciclo de producción y realizar análisis de laboratorio periódicos a los productos finales. Por otro lado, mejora la digitalización de controles administrativos digitalizándolos y compartan entre las socias para asegurar la continuidad en caso de cambios en la directiva. Finalmente consideramos que es necesario que el compromiso de todas las socias sea mayor, debido a que actualmente el negocio depende de dos personas claves.



“Destaco las capacitaciones que tuvimos con el proyecto, como el fortalecimiento para calcular los costos de producción de nuestros productos contribuyó a mi asociación, así como las capacitaciones en salvaguardas para vivir en armonía con la naturaleza. Todo esto nos ha facilitado contar con informaciones precisas y detalladas sobre la tecnología y técnicas para atraer más clientes y vender nuestros productos”

Delly Neira, tesorera



Cooperativa de Servicios Múltiples Shipibo Konibo Xetebo (KOSHICOOP)



Cooperativa compuesta por familias indígenas Shipibo Konibo que brinda asistencia técnica y asesoría comercial para la producción y comercialización de plátano bellaco y otros productos agroforestales, mediante técnicas agrícolas sostenibles como la permacultura y agroforestería sintópica, con un enfoque de género.



Durante el desarrollo del proyecto mejoró su gestión y control administrativo, y los socios fueron fortalecidos a nivel técnico en campo.



Video



Ubicación:
Cellería (Ucayali)



Sector:
Agricultura



Tipo de sociedad
Cooperativa



Pueblos indígenas
Shipibo Konibo



Comunidades beneficiadas
4



Fondos entregados por AIRR
\$10,000 USD



Liderado por
Hombre



Socios
36



Mercado objetivo
Nacional y internacional



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial a KOSHICOOP



Los socios de la cooperativa poseen capacitaciones técnicas para tener un mejor manejo de la producción en campo.



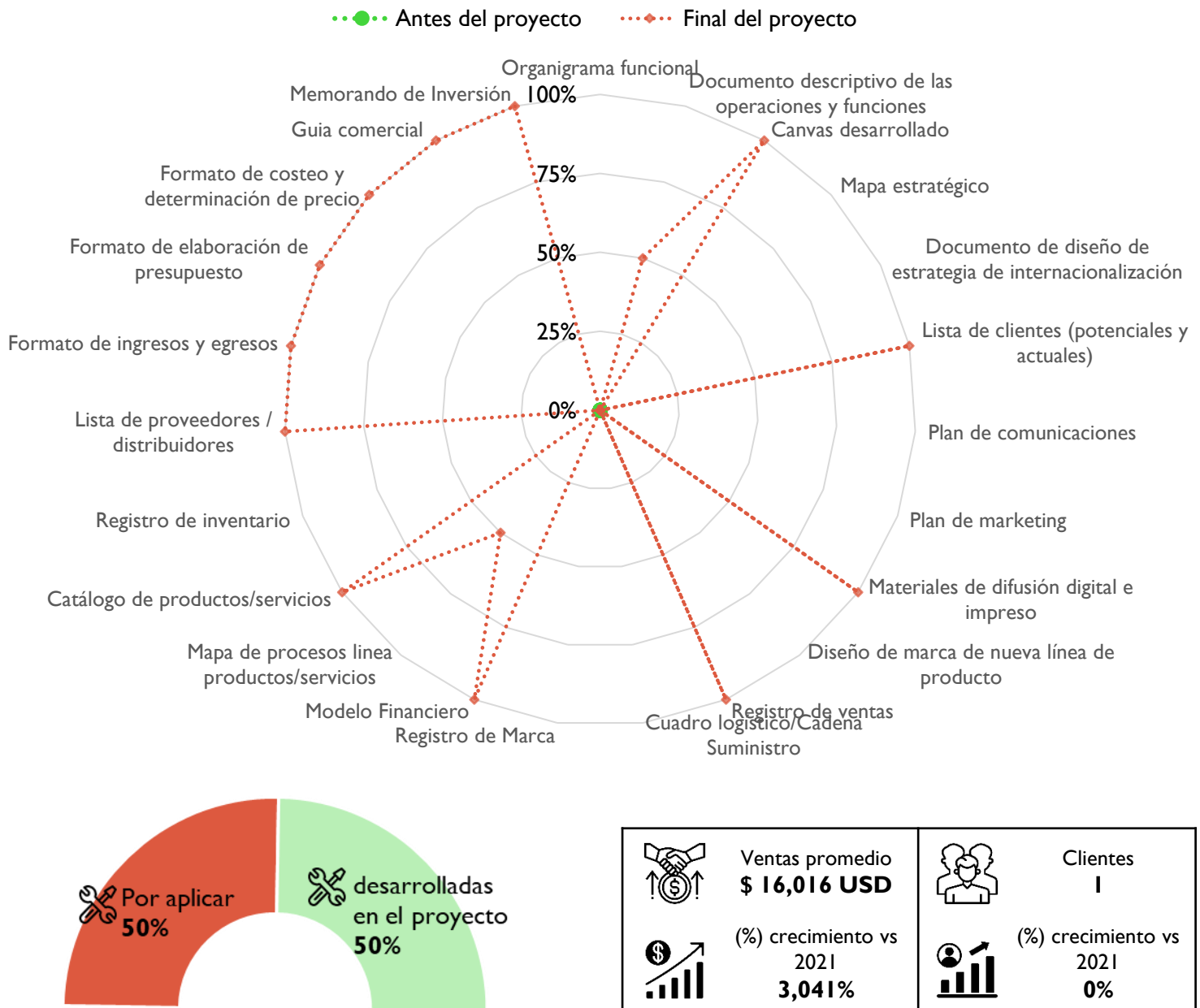
La organización ha mostrado una gran capacidad de resiliencia, luego de haber tenido eventos climatológicos extremos que malograron sus campos se realizó una campaña de resiembra importante que les ha permitido retomar las ventas en un corto tiempo.



La cooperativa tiene productos de alto potencial que todavía no han sido desarrollados como el camu camu.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensual de ventas.



Ventas y Marketing: Tienen una guía comercial. Ha participado en eventos como Expo Amazónica Chachapoyas en el 2022 y Expoamazonica Tingo Maria 2023 en alianza con el GOREU, para identificar potenciales clientes y comercializar sus productos con valor agregado.



Legal: La actualización de su junta directiva ha sido exitosa



Red: se ha incorporado a la cámara de comercio de pueblos indígenas a través de su organización matriz COSHICOX (Consejo Shipibo-Konibo-Xetebo), esto le permitirá identificar aliados estratégicos para su proceso de fortalecimiento.

Aportes a la conservación y a la mitigación de potenciales impactos ambientales y sociales



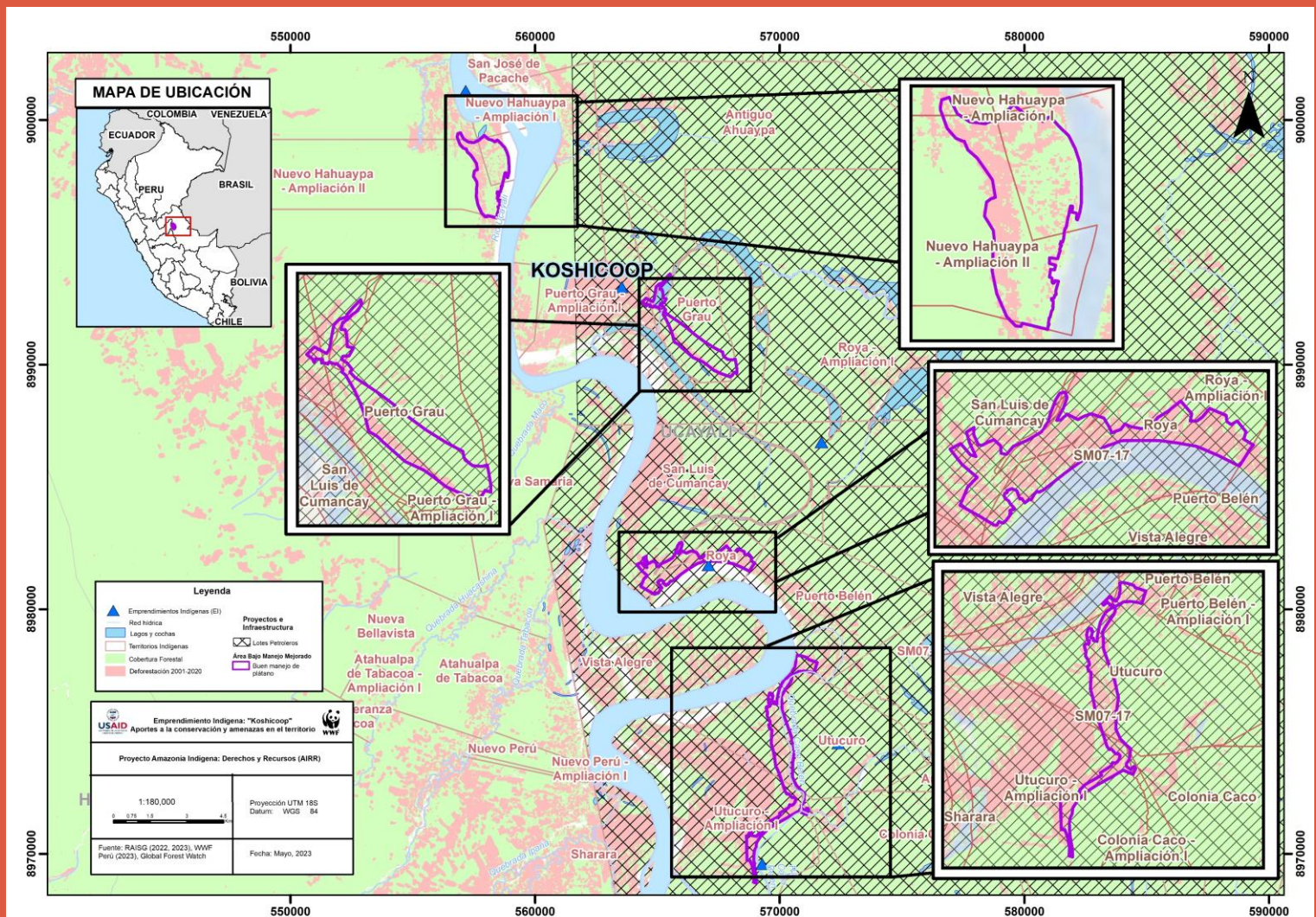
KOSHICOOP es una cooperativa que integra a 43 familias del pueblo indígena Shipibo-Konibo en las comunidades nativas de Utucuro, Nueva Ahuaypa, Roya y Puerto Grau, ubicadas en el departamento de Ucayali. En el marco del proyecto, lograron mejorar el manejo de 361 hectáreas dedicadas al cultivo de plátano bellaco orgánico, aplicando técnicas agroforestales sostenibles como la permacultura y agroforestería sintópica (ver mapa). Sus territorios se encuentran dentro de la zona de influencia del Parque Nacional Sierra del Divisor y la Reserva Comunal El Sira.



Las prácticas implementadas por la Cooperativa contribuyen significativamente a la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales en sus territorios ancestrales. Al evitar por completo el uso de pesticidas químicos y adoptar un manejo integral de plagas basado en escuelas de campo facilitadas por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA), protegen la biodiversidad, los suelos y las fuentes de agua. Además, al georreferenciar cuidadosamente sus parcelas y utilizar solo áreas con aptitud agrícola según la zonificación comunal aprobada, así como el aplicar filtros ambientales y sociales para integrar nuevos socios, previenen la deforestación y degradación de los bosques. Por otro lado, la gestión de residuos orgánicos está alineada con los conocimientos tradicionales indígenas.



Este modelo productivo indígena logra armonizar la autonomía económica a través de la comercialización de productos agroforestales 100% orgánicos, con la conservación de sus bosques y el respeto profundo a sus conocimientos tradicionales sobre el manejo sostenible del territorio



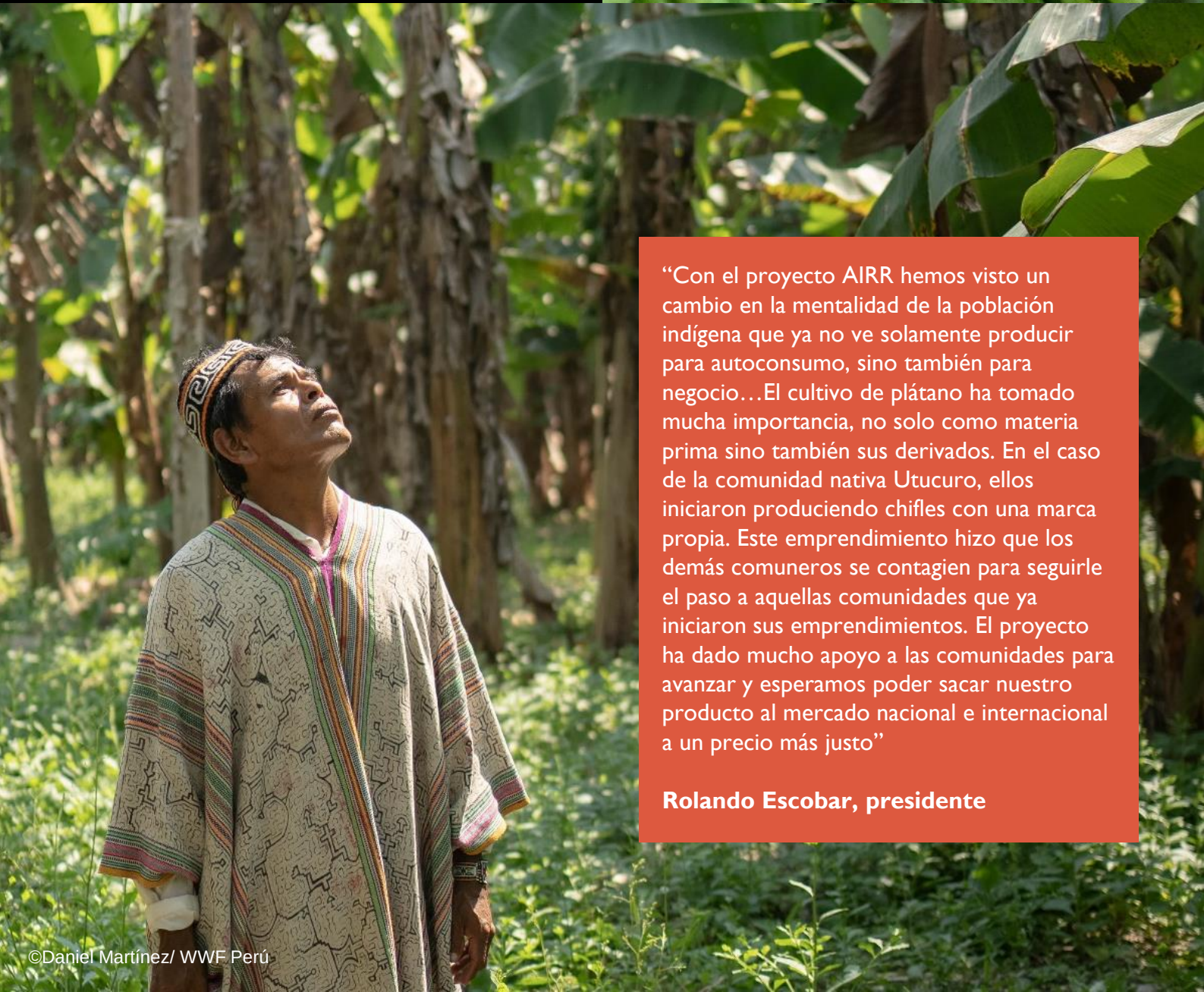
Conclusiones y recomendaciones



La cooperativa es candidata para la búsqueda y recepción de donaciones. Actualmente demuestra una buena capacidad técnica y genera un impacto positivo en las comunidades y el territorio.



Recomendaciones al emprendimiento y aliados: Mejorar el soporte comercial a través de la ampliación de sus contactos y el seguimiento comercial. Así mismo, generar un histórico financiero para lograr ser candidata para financiamiento por préstamos. Con el fin de completar el proceso de certificación orgánica del banano requiere financiamiento para lograr finalizarlo.



“Con el proyecto AIRR hemos visto un cambio en la mentalidad de la población indígena que ya no ve solamente producir para autoconsumo, sino también para negocio...El cultivo de plátano ha tomado mucha importancia, no solo como materia prima sino también sus derivados. En el caso de la comunidad nativa Utucuro, ellos iniciaron produciendo chifles con una marca propia. Este emprendimiento hizo que los demás comuneros se contagien para seguirle el paso a aquellas comunidades que ya iniciaron sus emprendimientos. El proyecto ha dado mucho apoyo a las comunidades para avanzar y esperamos poder sacar nuestro producto al mercado nacional e internacional a un precio más justo”

Rolando Escobar, presidente



Video

Asociación de Productores de Plantas Medicinales Ampik Sacha



Emprendimiento conformado por miembros de comunidades nativas Kichwas de San Martín, su actividad promueve el aprovechamiento sostenible de plantas amazónicas con propiedades medicinales, rescatando y valorando los conocimientos ancestrales sobre su uso medicinal.



Inició el proyecto en una etapa temprana de formación y, superando barreras de conectividad que dificultaban su proceso de fortalecimiento, logró alcanzar una administración más ordenada, mejores habilidades en el área comercial y adquisición de capacidades empresariales.



Ubicación:
San José de Sisa (San Martín)



Sector:
Forestal no maderable



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Kichwa



Comunidades beneficiadas
3



Fondos entregados por AIRR
\$7,500 USD



Liderado por
Mujeres



Socios
18



Mercado objetivo
Local, nacional e Internacional



Fondos apalancados:
\$11,390 USD



Ventajas que hacen especial a Ampik Sacha



La asociación es liderada por mujeres.



Tiene una amplia línea de productos



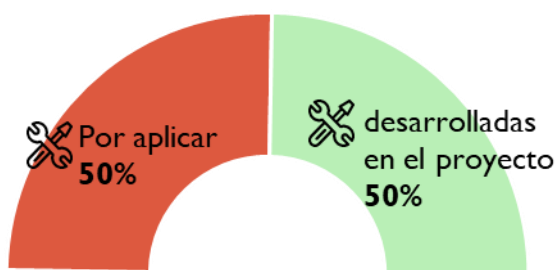
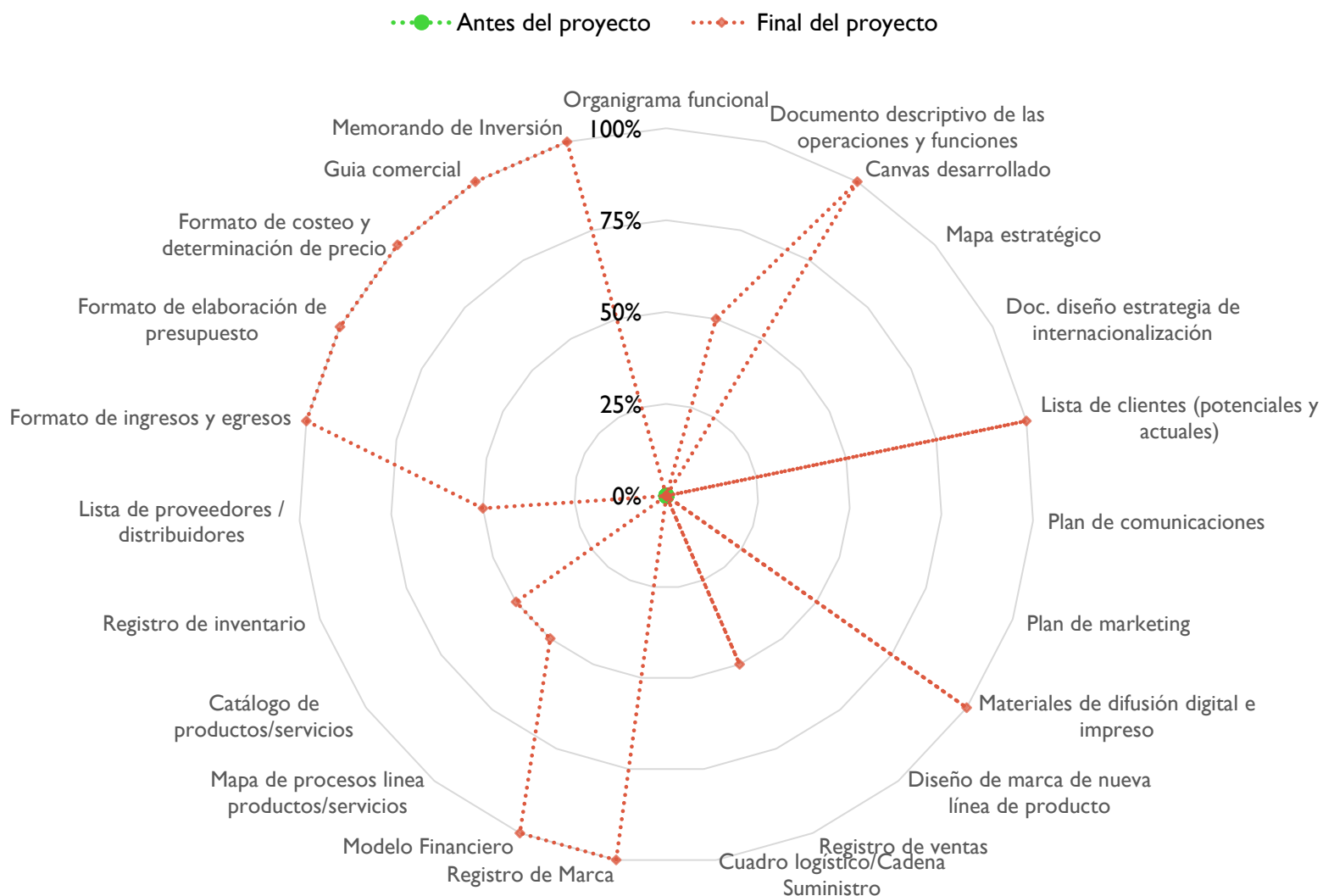
Trabaja por la recuperación de plantas medicinales y sus usos



Posee buenas prácticas de manufactura, higiene y saneamiento según Codex alimentarius.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



	Ventas promedio \$ 2,527 USD		Clientes 5
	(%) crecimiento vs 2021 42%		(%) crecimiento vs 2021 400%

Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensual de ventas.



Ventas y Marketing: Tienen una guía comercial

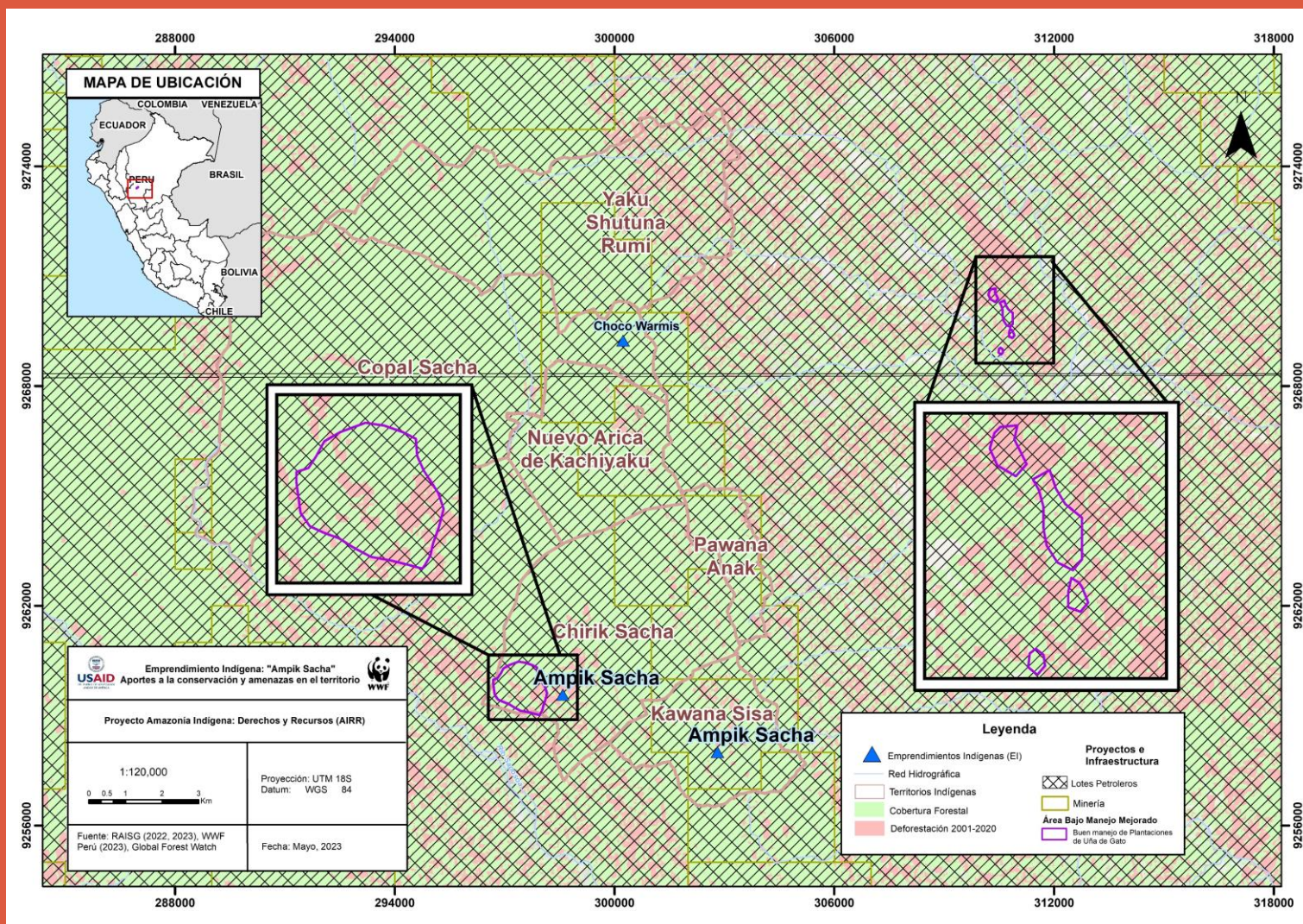


Ampik Sacha, involucra a 18 familias de las comunidades nativas Copal Sacha, Kawana Sisa y Chirik Sacha del pueblo Kichwa, ha contribuido al manejo mejorado de 113 hectáreas en total (ver mapa). En las comunidades de Copal Sacha y Kawana Sisa, se cultivan plantas medicinales aromáticas como hierba luisa, pampa orégano y albahaca negra en 13 hectáreas ubicadas en parcelas familiares dentro de los caseríos, utilizando prácticas sostenibles como el uso de abonos orgánicos, podas y control de plagas con insumos naturales. En Chirik Sacha, se aprovecha de forma ordenada la uña de gato (*Uncaria tomentosa*) en 100 hectáreas dentro del territorio comunal titulado, empleando técnicas ancestrales como el manejo de la regeneración natural.

Las actividades desarrolladas por Ampik Sacha aportan significativamente a la conservación y manejo. En primer lugar, el aprovechamiento ordenado de la uña de gato en Chirik Sacha, bajo un plan de manejo, permite la conservación del bosque y la regeneración de esta especie. Además, los cultivos de plantas medicinales en parcelas familiares de Copal Sacha y Kawana Sisa se realizan con prácticas agroecológicas fomentando la conservación de suelos. Asimismo, gestionan los residuos sólidos y orgánicos.

En el ámbito social, las medidas implementadas promueven la participación equitativa de hombres y mujeres, la inclusión de jóvenes y el fortalecimiento de capacidades en temas como seguridad laboral y salud ocupacional, apuntando a mejorar las condiciones laborales y oportunidades económicas de los socios de manera responsable con su entorno natural y cultural.

Por otro lado, las comunidades han fortalecido sus sistemas de vigilancia y control territorial para proteger sus áreas tituladas de invasiones, y tienen proyectado establecer áreas de conservación y reforestación con especies nativas maderables.



Conclusiones y recomendaciones



La asociación ha logrado avances significativos en capacidades y mejora de sus instalaciones gracias al proyecto.



Recomendaciones al emprendimiento y aliados: Continuar fortaleciendo a su equipo de gestión especialmente en el área comercial y de administración.



Presupuestar y asignar fondos específicos para actualizar los permisos necesarios para garantizar el acceso a mercados más regulados. Ampliar su red de distribuidores y socios comerciales para ayudarles a una diversificación de la cartera de clientes.



“Gracias al proyecto AIRR, hemos logrado obtener las máquinas para la asociación. Este es un proceso importante para nosotros. El fortalecimiento que nos ha brindado el proyecto ha sido bueno para la asociación, y para todas las personas que formamos parte de Ampik Sacha”

Irma Tuanama, presidenta





Video



Asociación de Manejo de Bosques Naturales Esperanza (AMBNE)



Emprendimiento dedicado a la producción de aceite de aguaje (*Mauritia flexuosa*) 100% natural, utilizando frutos de la palmera manejada y cosechada de forma sostenible en los bosques naturales dentro de la Reserva Nacional Pacaya Samiria.



Inició el proyecto con una experiencia sólida en el manejo de sus operaciones y durante su desarrollo, logró alcanzar mayores capacidades en el área comercial, evidenciando un aumento significativo de clientes y una mejora en el registro y control de sus ingresos.



Sector:
Forestal no maderable



Tipo de sociedad
Asociación



Pueblos indígenas
Kukama - Kukamiria



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$15,000 USD



Liderado por
Hombre



Socios
8



Mercado objetivo
Nacional e Internacional



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial a AMBNE



La asociación es una iniciativa familiar que incluye varias generaciones.



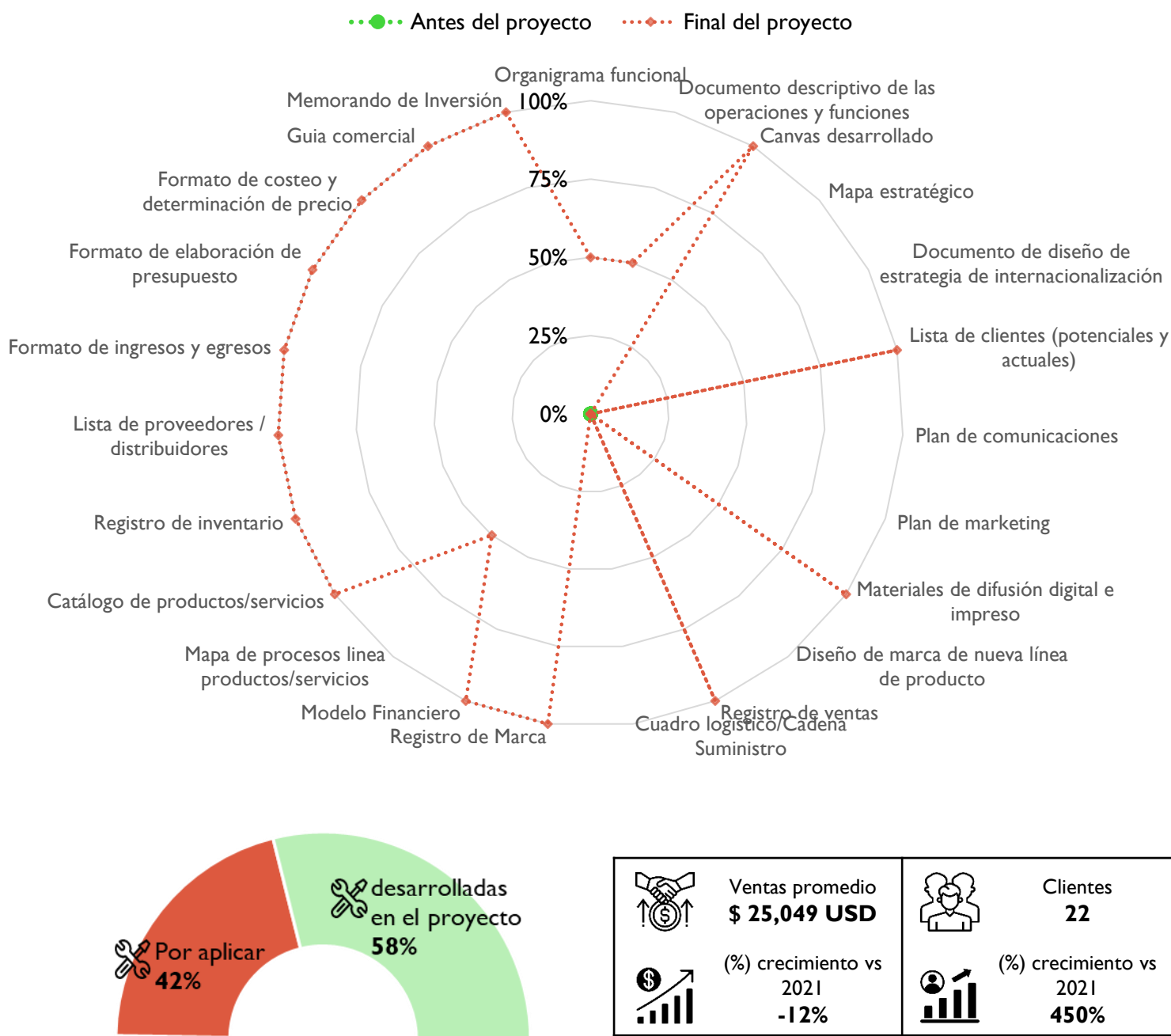
Desarrollaron una tecnología para escalar las palmeras con el fin de recolectar los frutos sin tumarlas.



La asociación tiene varios aliados, y trabaja coordinadamente con la jefatura de la Reserva Nacional Pacaya Samiria

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensual de ventas.



Ventas y marketing: la asociación cuenta con un representante legal comercial en Lima encargado de generar ventas a nivel nacional e internacional.



Certificaciones: La asociación recibió un sello verde, reconocimiento la sostenibilidad de sus productos.



Estrategia de crecimiento: la asociación está invirtiendo por el desarrollo de nuevos mercados.



AMBNE, un grupo conformado por ocho familias de la comunidad nativa Parinari del pueblo Kukama Kukamiria, realiza un manejo mejorado en un área de 504 hectáreas de bosques de aguaje (*Mauritia flexuosa*) en la Reserva Nacional Pacaya Samiria. Este grupo ha perfeccionado técnicas sostenibles como el uso del escalador "Súper II" para cosechar los frutos de aguaje sin talar las palmeras. Seleccionan cuidadosamente las palmeras semilleras sin extraer sus frutos y realizan actividades de reforestación, contribuyendo así a la conservación y regeneración de los aguajales.



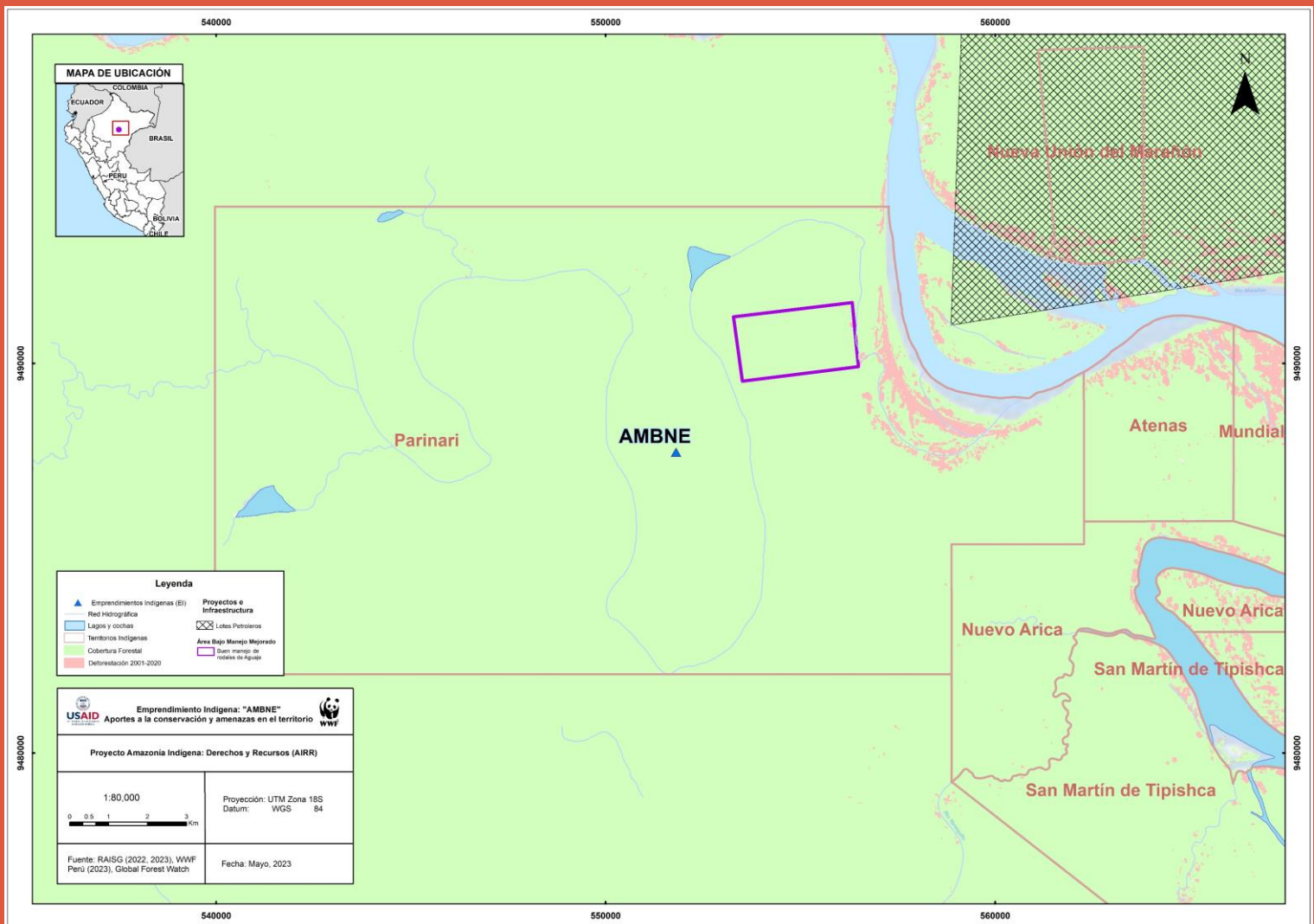
Realizan una cosecha artesanal respetando ciclos naturales y buenas prácticas ambientales para obtener aceite 100% natural. Cuentan con un Plan de Manejo Forestal aprobado que guía el aprovechamiento. Han capacitado a los comuneros en el uso adecuado de equipos para escalar y cosechar sin dañar plantas.



Promueven la participación de hombres, mujeres y jóvenes de la comunidad en la cosecha y transformación. Han elaborado protocolos de seguridad, salud, recolección de agua, disposición de materiales y manejo de residuos para minimizar riesgos.



AMBNE demuestra que es posible generar ingresos para las familias indígenas protegiendo los ecosistemas amazónicos al vincular la conservación con el desarrollo económico local.



Conclusiones y recomendaciones



La asociación posee capacidad instalada necesaria para la producción en volumen con un alto potencial para la exportación. No obstante, requiere de la diversificación de clientes.



Recomendaciones al emprendimiento y aliados: Diversificar los clientes a través de una estrategia de marketing. Continuar fortaleciéndose financieramente adoptando herramientas contables modernas y mejorando la revisión de la información por los socios periódicamente. Establecer relaciones con brokers o agentes exportadores para asegurar contratos de largo plazo. Así como articularse a programas nacionales como Prom Perú.



“Los cambios en la infraestructura nos ayuda ante las empresas a las que ofrecemos nuestros productos. Tener las maquinarias nos ayudó en el área productiva. El fortalecimiento que logramos fue gracias a las capacitaciones e intercambios de experiencias con diferentes países [a través del proyecto AIRR]. Desde el primer intercambio hicimos alianzas con los emprendimientos de otros departamentos...Con las capacitaciones en ventas hemos mejorado nuestra forma de expresarnos. Por medio de las organizaciones indígenas pudimos participar en ferias y oportunidades laborales”

Astrid Flores, socia





Video



FRUTIAWAJÚN
FRUTAS AMAZONICAS PROCESADAS CON COMUNIDADES AWAJÚN

Frutiawajún SAC



Emprendimiento inclusivo e intercultural conformado por familias de la etnia Awajún, que se dedica al aprovechamiento sostenible y conservación de los bosques amazónicos, recolectando y procesando frutos de palmeras como el aguaje (*Mauritia flexuosa*) y el ungurahui (*Oenocarpus bataua*) en la región San Martín.



Antes del proyecto, contaba con una experiencia previa importante, pero requerían de una nueva planta de producción. A través de su participación en el proyecto lograron la construcción de la nueva planta y la reintroducción de sus productos al mercado, además, se vieron fortalecidos en sus capacidades empresariales para impulsar su crecimiento.



Ubicación:
Moyobamba
(San Martín)



Sector:
Forestal no maderable
(aguaje y ungurahui)



Tipo de sociedad
SAC



Pueblos indígenas
Awajún



Comunidades beneficiadas
1



Fondos entregados por AIRR
\$6,400 USD



Liderado por
Hombre



Socios
3



Mercado objetivo
Consumo masivo,
productos orgánicos



Fondos apalancados:
\$0 USD



Ventajas que hacen especial a Frutiawajún



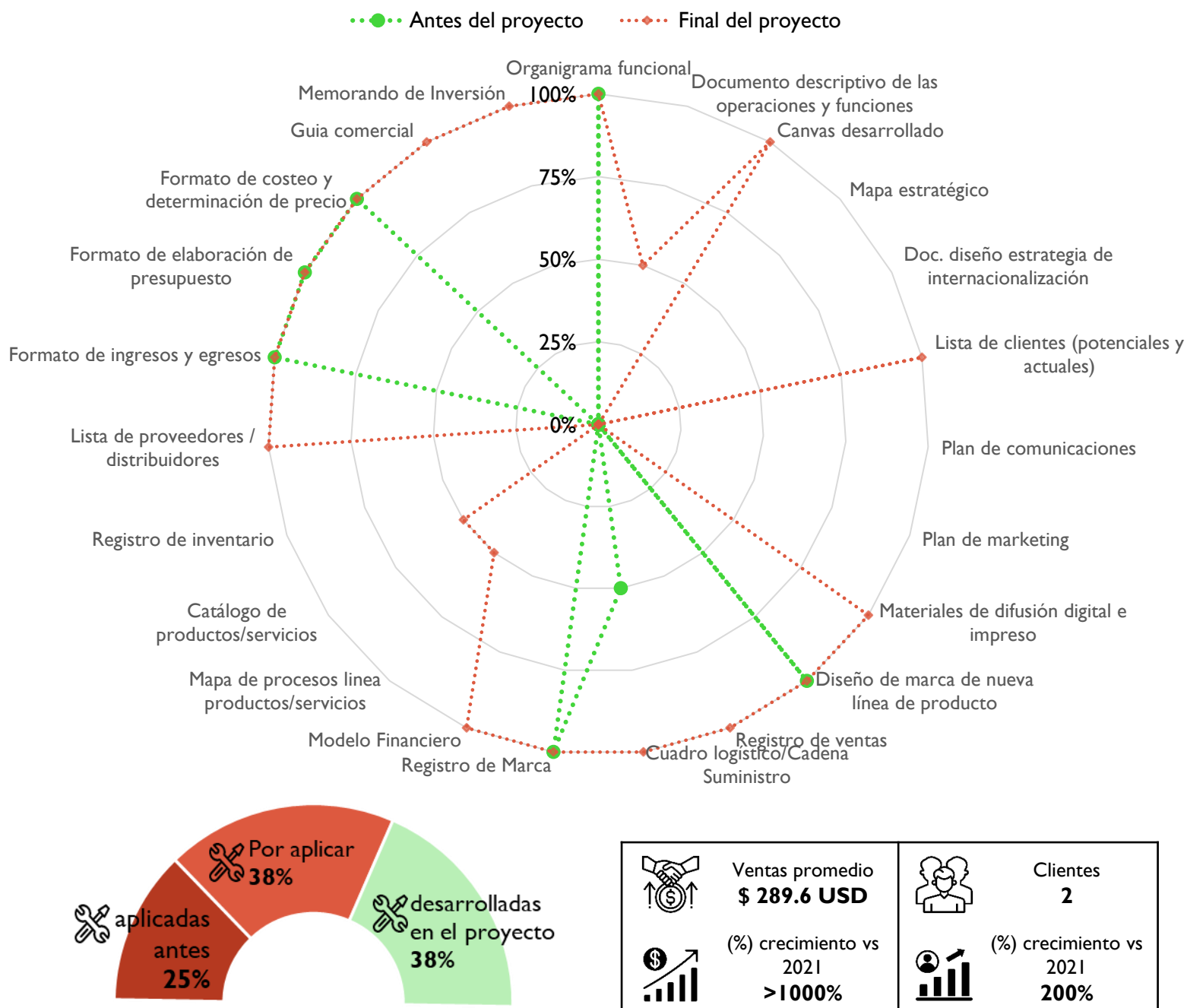
La empresa cuenta con experiencia previa en mercado.



Se provee de insumos directamente de las comunidades sin la tala de las palmas.

Resultados e hitos alcanzados

En la siguiente gráfica se muestra el avance en la implementación de las herramientas empresariales, comparando el antes y el después del proyecto. Es importante destacar que, aunque hay capacidades que no parecen estar muy desarrolladas al cierre del proyecto, son oportunidades de mejora para los emprendimientos.



Hitos significativos alcanzados



Contable y financiero: Cuentan con registros mensual de ventas.



Estrategia de crecimiento: la asociación está invirtiendo por el desarrollo de nuevos mercados y cuenta con una planta de procesamiento mejorada.



Ventas y marketing: Ha relanzado productos.



Operaciones: Cuentan con una nueva planta de producción.



Red: Actualizó la información técnica de los productos para el catálogo de Eco y Bionegocios del MINAM.



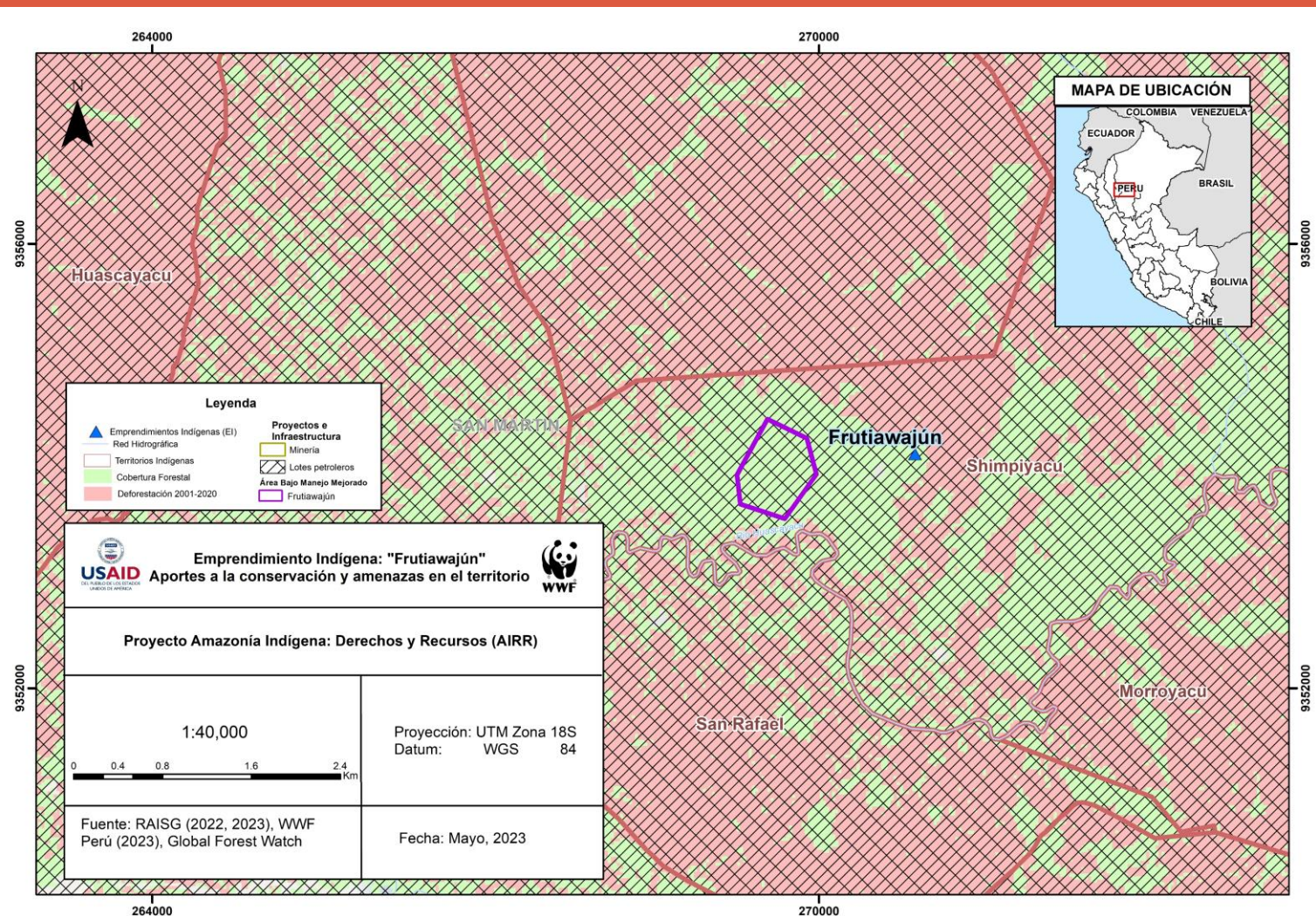
Frutiawajun está constituido por tres familias de la etnia Awajún de las comunidades de Shimpiyacu y Shimpiyacu. Produce y comercializa pulpa congelada de aguaje (*Mauritia flexuosa*) a los mercados de San Martín, Pucallpa y Lima. Para ello, aprovecha los frutos del bosque de la comunidad nativa Shimpiyacu en un área de 42 ha, alrededor de 102 familias y realizan el aprovechamiento de los frutos de aguaje sin tumbar las palmeras. El plan de manejo para el aprovechamiento del aguaje está en proceso de aprobación.



Para el manejo del aguaje, seleccionan y marcan las palmeras hembras reproductoras a aprovechar dentro del área de manejo forestal (UMF). Esto asegura que solo se aprovechen los frutos de las palmeras marcadas, respetando las reproductoras fuera del área. Realizan labores silviculturales como limpieza, retiro de árboles muertos y reforestación cuando hay acceso a riego. Vigilan el área para mantenerla libre de terceros, instruyen a los usuarios sobre la prohibición de cambio de uso, denuncian el cambio de uso ante la autoridad competente y paralizan acciones ilegales de terceros en la UMF.



Por otro lado, está promoviendo la participación de mujeres y jóvenes en los procesos de capacitación, ferias y toma de decisiones. Además, ha fortalecido las capacidades de sus socios en el uso de equipos de protección personal, seguridad industrial y buenas prácticas de manufactura para prevenir accidentes laborales.





La empresa ha fortalecido su capacidad gerencial, requiere reactivar sus operaciones y recuperar su posición en el mercado, tras varios años de inactividad, cuenta con experiencia previa en la operación de su planta y con una base sólida de clientes.



Recomendaciones al emprendimiento y aliados: Se recomienda reiniciar la producción en lotes pequeños, generando ingresos iniciales para ir escalando, con esto se puede subsabar la falta de liquidez y de capital. Con el fin de recuperar su posición en el mercado recomendamos reestablecer las relaciones con sus antiguos clientes, captar nuevos clientes con apoyo de aliados, dándole prioridad.



“Nuestro mayor cambio fue terminar la planta [para procesar el aguaje y ungurahui] con todas las características necesarias. Sin el apoyo del proyecto AIRR talvez no lo habríamos logrado. Yo destaco los cursos y cómo nos enseñaron a calcular los costos de producción. Antes no lo tenía claro, pero ahora sé cómo vender la pulpa. Por otro lado, destaco el taller de cómo cosechar el aguaje, este es conocimiento importante que también tiene impacto y lo recuerda la comunidad”

Israel Tenteis, fundador





Amazonía Indígena

Derechos y Recursos (AIRR)

