



Avances Act. 1 - Ecuador

Proyecto: *Negocios basados en la biodiversidad en la región Andina*

15 de Abril de 2005



Contenido de la presentación

- El objetivo de la consultoría
- El proceso seguido
- Contenidos del documento

Objetivo de la Consultoría

CORPEI identificará ejemplos de políticas a nivel local o nacional en el Ecuador que impidan el desarrollo de los mercados de la biodiversidad o que directamente atenten contra el manejo sostenible de los recursos naturales, incluyendo la biodiversidad, en el país



El proceso...

- El equipo realizo un “barrido” para la identificación de productos de la biodiversidad:
 - Información general del Banco Central del Ecuador sobre las partidas arancelarias con registros existentes de exportaciones
 - Experiencia de la Iniciativa Biocomercio y CORPEI
- Lista preliminar para revisión de EcoCiencia y al MAE con el objeto de discriminar a favor de los productos que puedan ser considerados de Biocomercio o del uso sustentable de la Biodiversidad.
- Actualmente, CORPEI/Biocomercio, :
 - realizará una revisión de la lista preliminar con respecto a sus herramientas sobre restricción e incentivos al comercio.
 - realizará encuestas/entrevistas con actores claves de los sectores identificados para definir los incentivos y barreras existentes a nivel local y nacional.

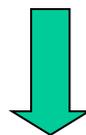


Selección de productos de bc

BCE y
Experiencia
BC/CORPEI



90 productos iniciales



EcoCiencia y
MAE



50 productos (Lista preliminar)



BC/CORPEI



10 Sectores + 1

10 Sectores seleccionados de productos + 1 de servicios

- **Sector 1:** Ingredientes naturales para la industria cosmética (farmacéutica: hierbas naturales y sus derivados, colorantes naturales, aceites esenciales, alcaloides vegetales, aceites vegetales (oleoginosas))
- **Sector 2:** Alimentos e Ingredientes Naturales para la industria de alimentos. (Cacao orgánico, quinua, especerías, frutas amazónicas orgánicas y comercio justo, otros cereales y tubérculos andinos, leguminosa.
- **Sector 3:** Plantas vivas y flores (orquídeas, bromelias, flores naturales nativas, plantas vivas)

- **Sector 4:** Peces ornamentales (peces ornamentales)
- **Sector 5:** Productos de humedales (crustáceos, moluscos, peces nativos)
- **Sector 6:** Exportación de fauna (mariposas, ranas-sapos, productos de caimanes y cocodrilos).



- **Sector 7 y 8:** Artesanías a base de fibras e ingredientes naturales, bambú y maderas.
- **Sector 9:** Productos textiles fibras de alpaca y especies nativas
- **Sector 10:** Productos derivados de la biodiversidad marina (algas)



- **SECTOR 11:** Turismo Sostenible (Aviturismo)



Contenido del documento

1. Antecedentes
2. Productos y sectores definidos como productos de Biocomercio
3. Barreras e incentivos a nivel local y nacional
4. Definición de restricciones a nivel del marco legal local y nacional
5. Incentivos inadecuados relacionados con Buenas Prácticas de Biodiversidad
6. Políticas vigentes que atentan contra el desarrollo del Biocomercio en Ecuador
7. Anexo 1. Listado de actores consultados e información revisada



2. Productos y sectores definidos como productos de Biocomercio

- Productos no maderables del bosque:
Sectores 1, 3, 6, 7 y 8
- Productos orgánicos:
Sector 2
- Acuicultura:
Sector 4, 5 y 10
- Turismo Sostenible



3. Barreras e incentivos a nivel local y nacional

- Leyes relevantes
- Barreras:
 - Aprovechamiento
 - Procesamiento
 - Comercialización
 - Exportación
- Incentivos



Productos no maderables del bosque

Codificación de la Ley Forestal y Reglamento de aplicación

BARRERAS:

- Aprovechamiento:
 - Licencia de comercio
 - Emisión de patentes anuales
- Movilización:
 - Guía de circulación (MAE – primer eslabón)
 - Guía de Remisión al Reglamento de Facturación (industria-acopio)
- Procesamiento:
 - Patente de funcionamiento (MAE)
 - Control de calidad - INEN
 - Autorización MAE para instalación & funcionamiento de industrias
- Comercialización:
 - Registro Sanitario: proceso largo/burocrático, costos adicionales, falta de conocimiento en obtención
 - Productos Naturales de uso medicinal, (categoría C) cuenta solamente con permiso de circulación y por ende se limita su comercialización (e.g. farmacias, supermaxi)
- Exportación
 - CITES
 - Discrepancia entre la Ley Forestal y Reglamento de aplicación
 - Requerimientos de países importadores

INCENTIVOS

- Anteproyecto de Ley especial para la Conservación y Uso Sustentable de la Biodiversidad
- Programas como PPD/PNUD, Prolocal, GTZ, USAID, GEF, EXPOEcuador/CORPEI, etc
- Tendencias en mercados internacionales que incentivan la demanda local y un mayor precio por temas de salud y/o belleza (e.g. noni)



Productos orgánicos

Decretos y Acuerdos Ministeriales (2003)

- **BARRERAS:**
 - Producción:
 - Pequeños productores con limitados recursos
 - Altos costos para la obtención de certificado – venden como productos convencionales
 - Tiempo de transición a agricultura orgánica
 - Sistema de Control de la A.O
 - Costos adicionales -> competitividad de productos ecuatorianos y afectan a un sector en desarrollo
 - Comercialización:
 - Mercado limitado a nivel nacional
 - ◇ Promoción y difusión
 - ◇ Orientado al precio, más que la calidad
 - ◇ Falta de confianza del consumidor por venta de productos convencionales por orgánicos
 - ◇ Falta de información de mercado confiable y accesible a productores
 - ◇ VA concentrado en los intermediarios en detrimento del primer eslabón
 - ◇ SESA:
 - Capacidad personal y recursos para cumplir su rol.
 - Falta de potestad para sanciones a infractores – solo retiro (Acuerdo Ministerial)
- **INCENTIVOS:**
 - ExpoEcuador/CORPEI: Cofinanciamiento US\$25K – limitado a empresas constituidas y con potencial exportador
 - Precio mayor de los productos al cliente final
 - MAG – apoyando formulación del Marco Legal y conformación de sus Comités



Acuacultura

Ley de Pesca y Desarrollo Pesquero y Reglamento (1974), y Anteproyecto Ley de Pesca

- Barreras:
 - Autorizaciones por el MICIP para cada fase del proceso: extracción, cultivo, procesamiento y comercialización
 - Desactualizada con requerimientos de mercados y usuarios
 - En algunos casos, las vedas no se basan en sustentos técnicos (e.g. conchas, cangrejos)
 - Falta de parámetros de calidad homogénea y volumen (e.g. crustáceos y moluscos)
- Incentivos
 - Incentivo si se da el Anteproyecto de Ley - sostenibilidad
 - Delimitación de espacios marinos para viveros o depósitos de conservación de especies bioacuáticas, laboratorios y centros de experimentación
 - Existe una demanda



Turismo Sostenible

Ley Especial de Desarrollo Turístico, Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la provincia de Galápagos, Propuesta de Reglamento de turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP) y Proyecto de Reglamento de Ecoturismo

- **BARRERAS:**

- Obtención de una patente de operación turística
- Zonas con mayor potencial están en el SNAP
- Contradicciones entre Reglamento de Turismo en Áreas Protegidas y Reglamento de Ecoturismo
- Sobre-posición de leyes y muchos actores

- **INCENTIVOS**

- Proyección y Fomento del turismo nacional e internacional por parte del Gobierno
- Promueve el involucramiento de actores locales
- Prioridad del Aviturismo por parte del Ministerio de Turismo



5. Incentivos inadecuados relacionados con Buenas Prácticas de Biodiversidad

- Poca inversión estatal en investigación, tecnología, e infraestructura para el desarrollo e implementación de buenas prácticas
- Pocas facilidades de inversión en nuevos productos
- Poco incremento de precio a favor de productos con Buenas Prácticas
- Falta de educación sobre el tema
- Desconocimiento de regulaciones ambientales para el comercio
- Falta de facilidades de financiamiento para desarrollar cambios tendientes hacia buenas prácticas
- Pocas o ausentes facilidades para exportación e información



En elaboración

- **4. Definición de restricciones a nivel del marco legal local y nacional**
- **6. Políticas vigentes que atentan contra el desarrollo del Biocomercio en Ecuador**



Anexo 1

1. Listado de actores consultados

Principales retos identificados:

- Dificultades de acceso a recursos económicos
- Tener un enfoque empresarial y comercial, y contar con planes de negocios claros y conocer los canales de comercialización
- Tener un enfoque de la cadena productiva y el establecimiento de redes de productores organizados u otro tipo de alianzas estratégicas que permitan el trabajo conjunto para disminuir costos, mejorar la calidad, alcanzar volúmenes de interés comercial y comercializar directamente eliminando a los intermediarios
- Fortalecimiento de las organizaciones
- Requerimientos del mercado en cantidad, calidad y requisitos (certificación bio)
- Falta información de mercados (oferta, demanda, precios, preferencias consumidor) y de los productos (usos/cualidades, potencial de VA)

2. Información revisada



MUCHAS GRACIAS

Para mayor información:
www.biocomercioecuador.org
biocomercio@corpei.org.ec

Guayaquil: Tel. + 593.4.2.681.550

Fax. + 593.4.2.681.551

Quito: Tel. +593.2.246.0606

Fax: +593.2.246.0605

