

PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA EL SUBSECTOR DE LA PRODUCCIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA

Autores:

Carlos Andrés López Montoya

Felipe Molina Echeverri

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES

PEREIRA

2010

**PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA EL SUBSECTOR DE
LA PRODUCCIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES EN EL
DEPARTAMENTO DE RISARALDA**

Autores:

Carlos Andrés López Montoya

Felipe Molina Echeverri

Proyecto de grado para optar al título de
Administrador del Medio Ambiente

Director:

Samuel Guzmán López

Decano Facultad de Ciencias Ambientales

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES

PEREIRA

2010

**PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA EL SUBSECTOR DE LA
PRODUCCIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES EN EL DEPARTAMENTO DE
RISARALDA**

CONTENIDO

LISTA DE TABLAS	
LISTA DE FIGURAS	
LISTA DE ANEXOS	
ABSTRACT / RESUMEN	I
DEFINICIONES	II
	Página

PARTE I

1. INTRODUCCIÓN	1
2. JUSTIFICACIÓN	3
3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	7
4. OBJETIVOS	9
4.1. Objetivo General	9
4.2. Objetivos Específicos	9
5. METODOLOGÍA	10

PARTE II

DIAGNÓSTICO DEL SUBSECTOR DE LA COSMÉTICA NATURAL EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA

6. MARCO GENERAL	18
6.1. Área de estudio	23
6.1.1. Geografía	23
6.1.2. Situación socio-económica y política	25
6.1.3. Estado de la gestión socio-ambiental	31
7. ANÁLISIS DOFA	33
7.1. Matriz DOFA	33
7.2. Análisis de alternativas	45

PARTE III

PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA EL SUBSECTOR DE LA PRODUCCIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA

8. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	48
8.1. Principios estratégicos	48
8.1.1. Misión	48
8.1.2. Visión	49
8.1.3. Objetivos	49
9. ESCENARIOS	50
10. SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA	54

	Página
11. LINEAS ESTRAGÍCAS	56
12. PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN	59
13. EVALUACIÓN, SEGUIMIENTO Y CONTROL	65
14. DIFICULTADES	67
15. CONCLUSIONES / RECOMENDACIONES	68
BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS	76

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 – Tabla metodológica	14
Tabla 2 – Cronograma	16
Tabla 3 – Matriz de actores	25
Tabla 4 – Matriz de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas	34
Tabla 5 – Matriz de impactos ponderada	38
Tabla 6 – Matriz de escenarios tendenciales DOFA	42
Tabla 7 – Registro consolidado de flora en el departamento	44
Tabla 8 – Cuadro de Escenarios vs Clasificación de alternativas	53
Tabla 9 – Cuadro de financiación	62
Tabla 10 – Propuesta de formato de indicadores de gestión en el departamento	65

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Esquema metodológico	15
Figura 2 – Eslabones productivos de la cadena de plantas aromáticas, medicinales y condimentarias	21
Figura 3 – Mapa político de Risaralda	23
Figura 4 – Mapa geográfico de actores	29
Figura 5 – Modelo de sostenibilidad deseada	55
Figura 6 – Esquema de actores participantes en la financiación	61

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 – Entrevistas semi-estructuradas	77
Anexo 2 – Criterios de valoración	86
Anexo 3 – Cuadro de estrategias	90

Resumen

El "Plan de Gestión Ambiental Regional para el subsector de la producción de cosméticos naturales en el departamento de Risaralda" orienta las acciones para el desarrollo económico, social y ambiental del departamento de Risaralda. Tiene en cuenta los actores públicos, privados (productores y transformadores) y académicos, a través de una investigación bibliográfica, entrevistas semi-estructuradas y datos oficiales administrativos, obteniendo así el diagnóstico del estado actual del subsector y definiendo los conflictos y las potencialidades que se le presentan. El desarrollo de este plan de gestión es posible. En él, se proponen líneas estratégicas, que aproximan al subsector a convertirse en uno de los renglones económicos más importantes de la economía departamental, enmarcado en las teorías del biocomercio y del desarrollo sostenible, aprovechando las favorables condiciones de biodiversidad, presentes en casi todo el territorio colombiano y el saber tradicional convertido en conocimiento científico, a través de programas de investigación y desarrollo técnico y tecnológico e inversión de capital público y privado. Para ello es necesaria una revisión normativa, que facilite las condiciones para los productores y transformadores de plantas aromáticas y medicinales del subsector incluyendo más plantas, insumos y cosméticos naturales en la lista de productos aprobados por el Invima.

Abstract

The "Regional Environmental Management Plan for the production subsector natural cosmetics in the department of Risaralda" guides the actions for economic development, social and environmental Department of Risaralda. It takes account of public and private actors (producers and processors) and academics through a literature search, semi-structured interviews and data administrative officers, thus obtaining a diagnosis of the state subsector and defining current and potential conflicts before it. The development of this management plan is possible. In it, proposed strategic lines, which approximate the subsector become one of the most important economic branches of the economics department, framed in theories of bio and sustainable development, taking advantage of favorable conditions biodiversity present in almost all Colombian territory and knowledge become traditional scientific knowledge, through programs research and technical and technological development and investment public and private capital. This requires a regulations review, to provide the conditions for producers and processors aromatic and medicinal plants including more plants subsector, inputs and natural cosmetics in the list of products approved by the Invima.

DEFINICIONES

Cuando se dice que un producto cosmético es bueno para aliviar la piel o el cabello, también se está indicando que tiene características medicinales. La superposición de estas dos funciones motiva a que algunos productos de la medicina natural, a veces sean confundidos con productos cosméticos y por ello es necesario partir de la premisa de que existen productos cosméticos con características medicinales, pero no hay productos medicinales con características cosméticas. De esta forma, se reconoce que tanto los productos cosméticos y medicinales naturales tienen al sector de las plantas aromáticas y medicinales en común. La falta de teoría en el subsector de la cosmética natural deriva en las siguientes definiciones, propuestas por los autores de la presente investigación:

Productos Naturales: Son todos aquellos productos sin aditivos químicos que se elaboran a base de plantas que tienen propiedades especiales y beneficiosas para el cuerpo humano. Dentro de estas propiedades, se encuentran las aromáticas, las medicinales y las cosméticas.

Productos de Medicina Natural: Son los productos naturales cuya principal función es aliviar alguna dolencia, prevenir o curar alguna enfermedad.

Cosmética Tradicional: Cosmética química que se fabrica a base de insumos desarrollados en laboratorios. Abarca un amplio rango de productos que son conocidos tradicionalmente como aquellos que se aplican directamente sobre la piel o el cabello. Dentro de estos están los jabones, shampoos, productos de maquillaje y demás.

Insumos Naturales: Son todos los aceites, polvos, colorantes y odorizantes que se extraen de las plantas o sus partes para la transformación de estas en cosméticos naturales.

Cosmética Natural: Cosmética desarrollada a base de plantas. Su objetivo es aprovechar los beneficios de estas o sus partes, para reemplazar los posibles efectos de los químicos que contienen los productos cosméticos tradicionales. Su rango abarca los productos tradicionales de maquillaje (labiales, cremas y demás) que se aplican sobre la piel o el cabello como algunas cremas anti-arrugas.

PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA EL SUBSECTOR DE LA PRODUCCIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA

PARTE I

1. INTRODUCCIÓN

La crisis económica mundial obliga a buscar soluciones viables y eficientes desde los criterios ambiental, económico y social, para los diversos territorios y al interior del país, de manera específica en Risaralda, existe la oportunidad evidenciada en la biodiversidad. De manera concreta, la diversidad de flora puede ser utilizada de diferentes formas; algunas ya abordadas en procesos artesanales, como la elaboración de productos medicinales, condimentarios y aromáticos. Sin embargo, no se ha profundizado lo suficiente, como para formar empresas competitivas a nivel nacional e internacional. De esta forma, la biodiversidad es un activo que podría reportar beneficios económicos importantes al departamento.

Es aquí donde se evidencia la oportunidad de profundizar en la exploración del subsector de los productos naturales y su utilización en una industria de auge mundial, como lo es la de la cosmética natural. También se reconoce la importancia de la administración del medio ambiente, en especial sobre la utilización del campo del biocomercio.

Se usará el biocomercio sostenible como base teórica de la investigación. Ésta será apoyada por otras teorías administrativas de las ciencias ambientales, como los bienes y servicios ambientales, administración ambiental, política ambiental y economía ambiental, como herramientas

para describir y evaluar la situación actual del subsector de los productos naturales en el departamento de Risaralda.

Se pretende concluir con la elaboración de un plan de gestión ambiental, donde se incluyan las líneas estratégicas y programas que colaboren para la organización de las empresas artesanales, semi-tecnificadas y tecnificadas del departamento, dentro de un nivel más alto de competitividad y que sean comprometidas ambientalmente, organizadas de manera interinstitucional y responsables con la normatividad, para que la industria se complemente en formas eficientes y eficaces con el resto de los eslabones pertenecientes a su cadena productiva.

2. JUSTIFICACIÓN

El subsector de la cosmética natural en el mundo es fuente de diversas oportunidades económicas. Éste representa un gran potencial para el país y en particular para la región del eje cafetero. Según el Informe Nacional Sobre el Estado de la Biodiversidad de 1997, desarrollado por el Instituto Alexander Von Humboldt, “Tradicionalmente Colombia ha sido catalogado como uno de los países megadiversos, por el número de especies de vertebrados y plantas que se encuentran en su territorio. Es el segundo país más rico en especies vegetales (35.000) a nivel mundial y latinoamericano, después de Brasil”¹. Al interior del país, el departamento de Risaralda, por su amplia biodiversidad es fuente de una gran variedad de plantas que pueden ser objetivo de estudios para la confirmación de sus propiedades medicinales y cosméticas. Esto a su vez es una gran oportunidad de inversión para el departamento, ya que con la promoción de los productos naturales a base de este tipo de plantas, se genera empleo en otro campo que hasta ahora ha sido poco aprovechado y esta es una buena oportunidad de desarrollo económico para Risaralda.

El territorio colombiano posee una gran biodiversidad tanto en especies de flora como de fauna y se ubica en un alto puesto dentro del ranking mundial, y además fue noveno en desenvolvimiento ambiental en el 2008 según el SEDAC de la Universidad de Columbia en Nueva York. Brasil se encuentra muy por debajo de Colombia en esta tabla de desenvolvimiento (puesto #35)². Sin embargo, se han encargado de usar mejor la

¹ INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE RECURSOS BIOLÓGICOS ALEXANDER VON HUMBOLDT. Informe Nacional Sobre el Estado de la Biodiversidad 1997 – Colombia. Editado por María Elfi Chaves S. y Natalia Arango V. Santafé de Bogotá: Instituto Humboldt, PNUMA, Ministerio del Medio Ambiente, 1998, Vol. I. p XLVIII.

² SEDAC, Socio-Economic Data and Applications Center. Environmental Performance Index – Rankings & Scores, 2008 [artículo en Internet] http://sedac.ciesin.columbia.edu/es/epi/papers/2008EPI_rankingsandscores_23Jan08.pdf [25 de Febrero de 2009]

biodiversidad de flora en la industria de los cosméticos naturales, posicionándose en el mercado internacional con productos extraídos de las flores nativas de las selvas amazónicas.

En Colombia “se comercializan cerca de 156 especies de plantas medicinales y aromáticas, de las cuales el 41% corresponde a especies nativas. Sólo el 40% del total esta incluido en la lista básica de plantas permitidas en el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima)”³. Los registros documentales evidencian que la industria de la cosmética natural no ha evolucionado lo suficiente. Una de las razones principales es la carencia de una mejor legislación relacionada con el uso del material genético. Además, el Invima sólo incluye 64 especies de plantas en su lista. Este número evidencia la falta de investigación acerca de las características de alrededor de 35.000 plantas nativas con propiedades medicinales, cosméticas y aromáticas y que pueden ser mencionadas en esta lista.

Por ejemplo, la encuesta realizada entre las corporaciones autónomas regionales (CARs) sobre proyectos competitivos arrojó que el 80% están orientados hacia el aprovechamiento de la biodiversidad⁴, queriendo decir que es en efecto una oportunidad que no se utiliza correctamente ya que Colombia vende anualmente 11 millones de dólares en plantas aromáticas, medicinales y condimentarias, pero importa 22 millones⁵.

Esta propuesta del Plan de Gestión Ambiental para el sector de la producción de cosméticos naturales en Risaralda, se enmarca dentro de

³ OLAYA – ÁLVAREZ, A.M. Conservación *ex situ* de la flora. En: Chaves, M. E. y Santamaría, M. (eds). 2006. Informe sobre el avance en el conocimiento y la información de la biodiversidad 1998 – 2004. Instituto de Investigación de recursos biológicos Alexander Von Humboldt. Bogotá D.C., Colombia. Tomo 1. p44.

⁴ UNEP – UNCTAD. Taller Andino sobre Bienes y Servicios Ambientales en el contexto Regional y Multilateral: Caso Colombia. 12 y 13 de Abril de 2005. Lima, Perú. [artículo de Internet]. <http://www.comunidadandina.org/desarrollo/tallerabril2005/Colombia.pdf>. [3 de Marzo de 2009]

⁵ PORTILLA, Álvaro. Entorno Cadena Productiva de la Sábila en Colombia. En: Quinto Congreso Nacional Sabilero: Certificación, Transformación y Comercialización. 6 y 7 de Marzo de 2009. Pereira.

los principios del Administrador del Medio Ambiente. De esta forma, se da continuidad a la tendencia de diversificación de productos y mercados, teniendo en cuenta principios como la sostenibilidad, que ayudan a que los productos que se desean obtener sean de calidad y que la utilización de estas plantas no cause alteraciones en el ambiente. Además, dentro del campo de acción del Administrador Ambiental se encuentra el proponer planes, programas y proyectos basados en el biocomercio y en los bienes y servicios ambientales. Los productos de la cosmética natural derivan de plantas consideradas bienes ambientales comerciables, dando validez a esta formulación inicial.

Otro de los objetivos del Administrador del Medio Ambiente es “Promover alternativas productivas apropiadas ambientalmente enmarcadas en la política de producción más limpia”⁶ y esto se ve referenciado en la propuesta de ayudar a organizar la industria de los productos cosméticos en la región, mediante unas líneas estratégicas planteadas para este subsector y los programas que a futuro desemboquen en proyectos específicos de soporte y fortalecimiento al subsector; de manera limpia porque al tratarse de productos naturales, estos deberán sustentarse con una completa trazabilidad, para poder garantizar que las plantas en las cuales se basan dichos productos, provengan de cultivos limpios.

El biocomercio sostenible es una línea de investigación del Programa Uso y Valoración de la Biodiversidad, que hace parte del Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. Es un programa que ayuda a los empresarios y organizaciones que están produciendo bienes o servicios amigables con la biodiversidad a realizar investigaciones estratégicas para la promoción de los productos verdes y diseñar y desarrollar mecanismos que impulsen la inversión y el comercio de los productos y servicios de la biodiversidad o que sean amigables con ella para alcanzar el desarrollo sostenible en Colombia.

⁶ UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA. Pensum de Administración del Medio Ambiente. Pereira: Facultad de Ciencias Ambientales. Escuela de Administración Ambiental, 2009.

Precisamente, el Instituto Alexander von Humboldt (IAvH) en colaboración con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), presentaron el documento “*Desarrollo empresarial comunitario de biocomercio sostenible en Colombia*”⁷, y en este ofrecen una metodología para la evaluación de la situación actual, la identificación de productos viables, y la planificación de empresas sostenibles, a través de estudios de caso realizados en la Guajira, Quindío y Santander.

El documento tiene como propósito divulgar los resultados de la implementación de la metodología Análisis y desarrollo de mercados (AyDM) y ofrecer a las organizaciones y comunidades locales una metodología flexible con una ruta clara para la puesta en marcha de iniciativas empresariales comunitarias sostenibles, desarrolladas a partir de productos de la biodiversidad⁸.

Las previas investigaciones del instituto Von Humboldt sirven como un referente importante, para analizar si las condiciones existentes en este departamento del Eje Cafetero son apropiadas o no para el establecimiento de una industria como tal, en materia de productos de cosmética natural.

⁷ INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE RECURSOS BIOLÓGICOS ALEXANDER VON HUMBOLDT. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA - FAO. Desarrollo empresarial comunitario de biocomercio sostenible en Colombia. Aplicación de la metodología, análisis y desarrollo de mercado. 2006 – Bogotá D.C., Colombia. Editado por P.A. Lozada, M.H. Cendales, J.A. Gómez, M.T. Becerra y S. Grouwels.

⁸ *Ibidem*, p11.

3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La creciente preocupación por la calidad de la salud ha despertado a nivel mundial un deseo por que todos los productos, que se usan en lo cotidiano, sean cada vez más naturales, ya que significan una mejor calidad de vida.

Brasil ha sido un pionero en la industrialización de productos cosméticos naturales en el continente y debe su bonanza a la gran biodiversidad que en efecto posee, ya que muchos de sus productos se derivan de la variedad de las plantas que existe en sus selvas amazónicas. Colombia comparte gran parte de esa selva amazónica con Brasil, y esto proporciona unas condiciones al menos similares en cuanto a número de especies disponibles. La variedad de Colombia se incrementa aún más si se cuentan las plantas que se dan también en las selvas del pacífico, entre las chocoanas y del Darién. Las características geográficas y biológicas del departamento de Risaralda, lo convierten en un beneficiario directo, al compartir parte de las selvas del Chocó, haciendo que su biodiversidad sea considerablemente importante.

La oportunidad de Colombia, en particular de Risaralda, frente a la biodiversidad, motiva a consolidar el subsector de la cosmética natural en el departamento, a partir de la formulación de un plan de gestión ambiental, que establezca las líneas estratégicas para definir el camino hacia un grado de industrialización, que permita un nivel de competitividad ideal.

Se considera que el potencial de Risaralda es suficiente para la consolidación de una industria de cosméticos naturales en el departamento, y que éste, articulado con las demás regiones puede llegar

a ser de trascendencia nacional a nivel socio-cultural, provocando un cambio en el tipo de cultivos empleados por los campesinos de la región; a nivel ambiental, por las implicaciones limpias y sostenibles de estos cultivos; y a nivel económico, por un aumento en los ingresos del sector. Consolidar el subsector requiere de un proceso, que debe empezar por la formulación de unas líneas estratégicas y específicas para el caso y sus respectivos programas. Este es un primer paso en el largo proceso que estimula nuevas investigaciones posteriores y por lo tanto, un gran aporte desde el estudio de la Administración del Medio Ambiente.

En general, las dificultades y el potencial encontrado en la exploración de la biodiversidad evidencian la necesidad de saber ¿Cuáles son las acciones a seguir para consolidar el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda?

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Diseñar un plan de gestión ambiental para consolidar el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda.

4.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual del subsector productivo de las plantas medicinales en el departamento de Risaralda.
- Clasificar los conflictos y las potencialidades del subsector de producción de plantas medicinales para reconocer su viabilidad socio-ambiental en el departamento de Risaralda.
- Formular líneas estratégicas para el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda.

5. METODOLOGÍA

La Planeación Estratégica es el proceso mediante el cual, quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la organización, así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro⁹.

Planear es un proceso básico para un Administrador del Medio Ambiente. Es necesario tener siempre presente, a la hora de escoger la metodología para emprender una investigación, los fundamentos de dicha metodología. En este caso, los principios rectores de la Planeación Estratégica se presentan apropiados, según los objetivos que se desean alcanzar.

El modelo de Planeación Estratégica presenta unos principios rectores que influyen en la presente investigación, tales como la representación de un proceso mental, un ejercicio intelectual más que una serie de procedimientos, estructuras o técnicas prescritas. La Planeación Estratégica concibe a la organización como un todo (Enfoque Sistémico), ayuda a establecer objetivos específicos claros para toda la organización, ayuda a establecer un plan de trabajo que permite alcanzar esos objetivos con eficiencia y eficacia, ofrece objetividad y cuantificación, ya que cuando se planea es necesario basarse en datos reales, razonamientos precisos y exactos, y nunca en opiniones subjetivas, especulaciones, o cálculos arbitrarios, y por último, identifica las condiciones internas de la

⁹ SERNA GÓMEZ, Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. Bogotá: Fondo editorial Legis, 1994. p5.

organización y sistémicamente reconoce las oportunidades y amenazas que surgen en el futuro¹⁰.

La teoría administrativa sobre la Planeación Estratégica cubrirá el acercamiento al problema especificado, según las necesidades planteadas, aportando elementos valiosos para el desarrollo de la fase descriptiva-cualitativa, evaluativa y propositiva. Esta metodología guiará el conocimiento de la situación inicial donde se encuentra el subsector a describir, permitiendo identificar los elementos estructurales (históricos, culturales, económicos, políticos) y demás situaciones, que ayudan a la configuración de unos posibles escenarios, para seleccionar el que se pretende alcanzar y así enfilar las líneas estratégicas que integrarán el plan de gestión ambiental.

De manera adicional, el objetivo general planteado en el presente trabajo, implica establecer parámetros organizativos, que distribuirán las tareas y las maneras de alcanzarlos. Para ello, será necesario comenzar con las tres diferentes fases correspondientes cada una a los objetivos específicos. Las fases o estados sucesivos del Plan de Gestión contendrán unas etapas, que a su vez son cada uno de los pasos necesarios para completar una fase.

Es necesario disponer de unas técnicas, que son procedimientos enmarcados dentro de la Planeación Estratégica y se componen de unas herramientas cuya utilidad es simplificar las actividades a desarrollar para alcanzar unos resultados, que a mediano y largo plazo terminen en el cumplimiento de las metas trazadas.

¹⁰ VILLA, Rafael. Planeación Estratégica. Programa de educación continua y empresarial. Universidad Sergio Arboleda, 2003. Bogotá, Colombia. [artículo en Internet]
<http://www.usergioarboleda.edu.co/consultoria/METODOLOGIA%2520PLANEACION%2520ESTRATEGICA.ppt+planeacion+estrategica&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=co&client=pub-4173935454389133> [2 de Febrero de 2009]

Fase I

Descriptiva-Cualitativa: Esta fase se conformará con tres etapas. Primero, el análisis del diagnóstico previo, realizado por Ivonne Villada para el subsector de las plantas aromáticas, medicinales y condimentarias. Segundo, la actualización de datos. Tercero, la descripción cualitativa donde se establecerá el estado actual real del subsector.

Esta fase hace parte del diagnóstico estratégico, técnica para la cual se utilizarán herramientas como la consulta bibliográfica de información secundaria acerca de los productos a base de plantas medicinales que se encuentre disponible en la biblioteca central de la Universidad Tecnológica de Pereira, en el centro de documentación de la Facultad de Ciencias Ambientales, en la biblioteca pública Ramón Correa Mejía, en la biblioteca del Banco de la República, Internet y otras fuentes. Además de otra información oficial, incluida la legislación.

Se realizará una descripción basada en la observación, a través de un diario de campo, como apoyo técnico para la herramienta RACEER, que se encarga del proceso de la recolección, documentación y fichaje de información.

A través de la herramienta de análisis multicriterio simple, se identificarán los representantes más destacados del subsector, y se realizarán entrevistas semi-estructuradas con ellos, para obtener datos que contribuyan al conocimiento de la situación actual del subsector.

Fase II

Evaluativa: En la segunda fase se desarrollará la etapa de evaluación de los escenarios basados en las fortalezas y las debilidades encontradas.

En esta fase, la técnica a utilizar será el análisis DOFA, cuya herramienta es la misma matriz DOFA. De esta forma es posible facilitar el análisis de

ciertas ventajas y desventajas que posea el subsector de plantas medicinales, como base de la cosmética natural, identificadas a partir del diagnóstico y así llegar a la elección final de un escenario, hacia el cual este subsector debe apuntar para fortalecerse y convertirse, de la mano del resto de la cadena productiva, en una verdadera industria de importancia nacional e internacional.

Ogliastri¹¹, en su Manual de Planeación Estratégica expresa que la técnica por excelencia de la planeación estratégica es la de matrices de evaluación y planeación de los productos y mercados de la organización.

Fase III

Propositiva: En la última etapa se formulará una propuesta, que buscará la consolidación del subsector de los cosméticos naturales en el departamento de Risaralda.

Al hacer referencia a un plan de gestión ambiental, en su fase propositiva, se deben mencionar las técnicas que se abarcarán. Siendo encadenadas de manera lógica, estas herramientas conducen la investigación por una ruta directa y estratégica. Estas técnicas son: direccionamiento, formulación, proyección, control y difusión de las líneas estratégicas.

En función de cumplir la fase tres, se partirá de los escenarios obtenidos del análisis DOFA. Además, se utilizarán herramientas como los objetivos, la misión y la visión estratégica, que serán a su vez la base para la formulación de las líneas estratégicas, paso fundamental para la formulación de los programas estratégicos con sus mecanismos de control, que ya a manera de conclusión conformarán el documento final del plan de gestión ambiental que ayudará a la consolidación del subsector de los productos de cosmética natural en el departamento de Risaralda.

¹¹ OGLIASTRY, Enrique. Manual de Planificación Estratégica: Teoría, aplicaciones y casos. Bogotá: Tercer Mundo editores, 1992. p37.

Por último, se difundirán los resultados, para establecer el camino para la consolidación del subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda.

Tabla 1 – Cuadro metodológico

Objetivo General	Objetivos Específicos	Fases	Etapas	Técnicas	Herramientas	Resultados	Metas					
Diseñar el Plan de Gestión Ambiental para consolidar el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda	Diagnosticar la situación actual del subsector productivo de las plantas medicinales en el departamento de Risaralda	1. Descriptiva-cualitativa	Análisis del diagnóstico	Diagnóstico estratégico	RACEER	Obtención de la bibliografía e información necesaria para sustentar la propuesta	Diagnóstico del subsector					
			Actualización de datos		Análisis multicriterio simple	Selección de actores representativos						
			Descripción cualitativa		Entrevistas Semi-estructuradas	Obtención de datos actualizados del subsector						
	Clasificar los conflictos y las potencialidades del subsector de producción de plantas medicinales para reconocer su viabilidad socio-ambiental en el departamento de Risaralda	2. Evaluativa	Evaluación de escenarios	Análisis DOFA	Matriz DOFA	Identificación de problemática y potencialidades / Elaboración del documento "Diagnóstico del subsector de la Cosmética Natural en el departamento de Risaralda"						
						3. Propositiva		Formulación de una propuesta	Direccionamiento de Líneas Estratégicas	Identificación de los Principios Estratégicos	Misión, Visión y Objetivos Generales	Consolidación del subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda
									Formulación de Líneas Estratégicas	Líneas Estratégicas	Elaboración de la Matriz de Correlación – Objetivos	
	Proyección de Líneas Estratégicas	Programas Estratégicos										
	Formular líneas estratégicas para el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda	3. Propositiva	Formulación de una propuesta	Evaluación, Seguimiento y Control	Mecanismos e Instrumentos de Control	Obtención de indicadores de cumplimiento	Retroalimentación del Plan de Gestión Ambiental					
				Difusión de Líneas Estratégicas	Síntesis	Elaboración del documento "Plan de Gestión Ambiental para el subsector de la producción de cosméticos naturales en el departamento de Risaralda"	Difusión de los resultados					

Fuente: Elaboración propia

Figura 1 – Esquema metodológico (Fuente: elaboración propia)

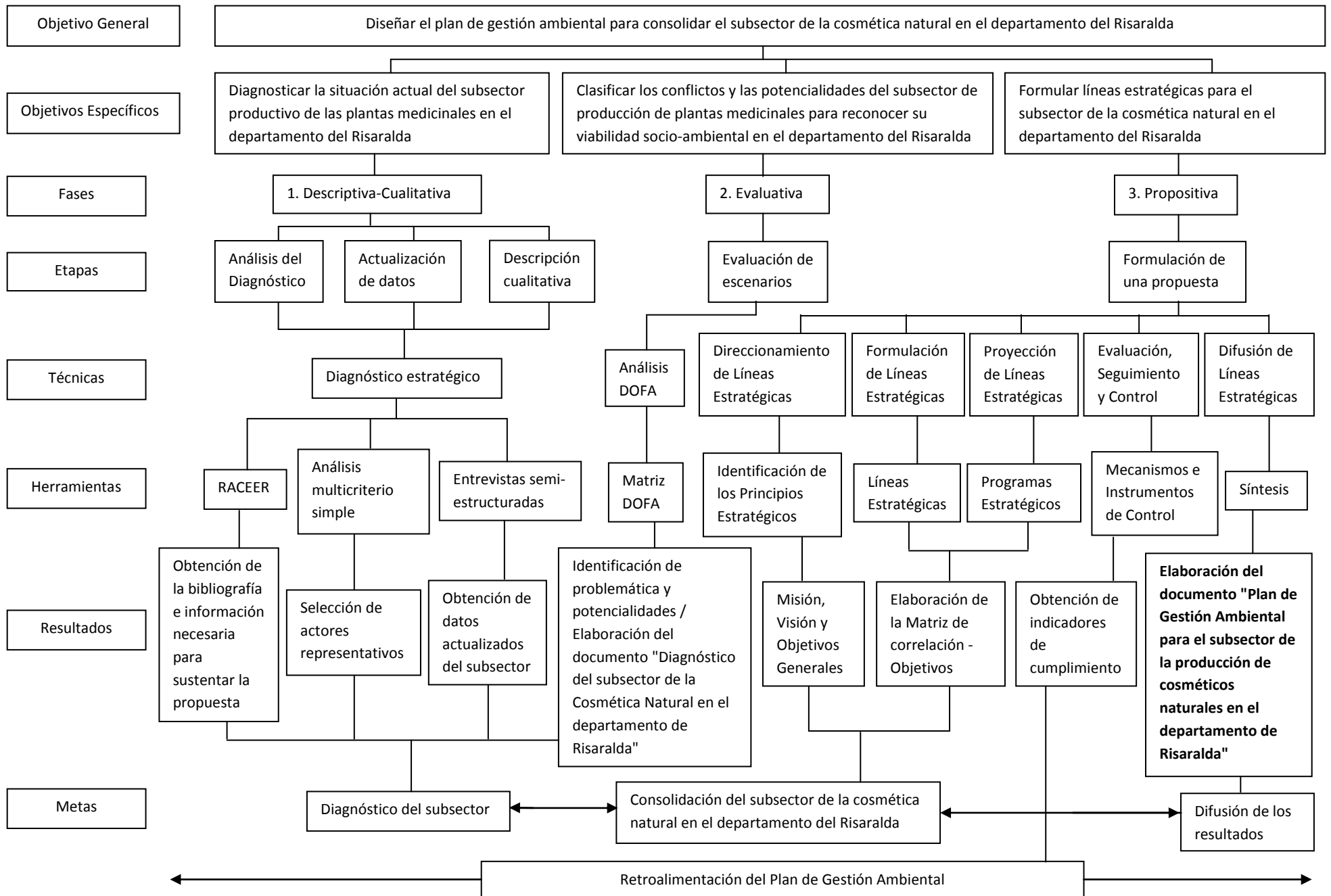


Tabla 2 – Cronograma

FASE	ETAPA	TÉCNICA	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	MES 1 - Junio				MES 2 Julio				MES 3 - Agosto				MES 4 – Septiembre						
				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA						
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
Descriptiva cualitativa	1. Análisis del Diagnóstico	Diagnóstico estratégico	Consulta de fuentes bibliográficas secundarias, internet, organizaciones/entidades públicas y privadas																			
			Diseño de una entrevista semi-estructurada para la actualización de datos																			
	Identificación de las empresas representativas del subsector de productos naturales en el departamento de Risaralda																					
	Consulta con los líderes/representantes visibles de las empresas del subsector de productos naturales en el departamento de Risaralda																					
	Reconocimiento de las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas																					
3. Descripción cualitativa	4. Evaluación de escenarios	Análisis DOFA	Elaboración de la Matriz DOFA y los escenarios de conflictos y potencialidades del subsector																			
			Evaluación de prefactibilidad, basada en los recursos disponibles																			
			Elaboración del documento "Diagnóstico del subsector de la Cosmética Natural en el departamento de Risaralda"																			
Propositiva	5. Formulación de una propuesta	Análisis de Viabilidad	Viabilidad socio-ambiental del subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda (Identificación de un escenario guía)																			
		Direccionamiento estratégico	Formulación de la Misión, Visión y Objetivos Generales																			
		Formulación estratégica	Formulación de las líneas estratégicas para el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda																			
		Proyección Estratégica	Formulación de los Programas Estratégicos, Presupuesto y Financiación y Mecanismos e instrumentos de seguimiento y control																			
		Difusión Estratégica	Elaboración del documento "Plan de Gestión Ambiental para el subsector de la producción de cosméticos naturales en el departamento de Risaralda"																			

PARTE II

DIAGNÓSTICO DEL SUBSECTOR DE LA COSMÉTICA NATURAL EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA

6. MARCO GENERAL

La cadena de productos naturales incluye en uno de sus subsectores a los productos de cosmética natural. Éstos, a su vez, incluyen todo tipo de planta, o partes de ésta, que pueda ofrecer como insumo: aceites, gel, polvos, colorantes, esencias y demás extractos, que además tengan propiedades medicinales. En Risaralda se encuentra información suficiente, acerca de las plantas que componen el subsector de la cosmética natural, pero es difícil hallar información sobre el subsector mismo, por lo cual la investigación se iniciará con una evaluación socio-económica del subsector de las plantas medicinales, de las cuales se obtienen ciertos productos naturales, que se ofrecen como cosméticos, teniendo en cuenta que las mismas plantas van a hacer parte del subsector de la cosmética natural.

Debido al gran espectro de plantas que abarcan los productos cosméticos y además por ciertas características que tienen en común con los productos medicinales, es que se debe comprender el desarrollo del presente trabajo como una aproximación a la industria de la cosmética natural, desde el reconocimiento de la importancia del subsector de las plantas medicinales en el departamento de Risaralda y las potencialidades que representan a favor de esta industria, para así comenzar a aportar información nueva acerca del tema de la cosmética natural.

Aunque no existe una definición universal de qué es la cosmética natural o vegetal, se entiende que un cosmético natural es aquel que presenta en su composición un 90% ó más de materias primas naturales de origen no animal,

además no debe incluir en su composición sustancias dañinas para la salud del usuario.

Las materias primas naturales mencionadas son sustancias de origen vegetal o mineral que han sufrido el menor número posible de transformaciones en el proceso de refinado, manteniendo al máximo la integralidad de su composición y propiedades originales.

Los cosméticos naturales deben garantizar que durante el proceso de elaboración no han sufrido disminución de las propiedades aportadas por las materias primas elegidas, y que éstas se han transformado en productos sanos y efectivos. La elaboración de estos productos conlleva además una ética ecológica, ya que no provoca residuos químicos perjudiciales para el medio ambiente y usualmente emplea envases ecológicos y reciclables.

A partir del siglo XV, con la entrada del Renacimiento, se retomaron las antiguas costumbres egipcias, griegas y romanas de utilización de las plantas naturales hasta tal punto, que se hicieron profundas investigaciones para descubrir las propiedades químicas de diversos aceites vegetales con propiedades aromáticas, balsámicas y cicatrizantes, y esto se fue incrementando aún más a partir de 1900.

Los aceites esenciales que hoy conocemos, fueron descubiertos por casualidad a principios de este siglo (en la década de 1920), por un químico francés llamado René-Maurice Gattefossé quien trabajaba en su laboratorio en la búsqueda de un nuevo perfume, al producirse una explosión que le quemó la mano y ante la desesperación sumergió la misma en un frasco con esencia de Lavanda. Al ver el alivio inmediato que esto le produjo, sumado a que posteriormente no le quedaban marcas de la quemadura, se

sintió empujado a estudiar en profundidad las propiedades de los aceites...¹².

De manera particular, el sector de los productos cosméticos químicos tradicionales en la región del eje cafetero ha sido representado por las empresas cosméticas multinacionales, establecidas con anterioridad y con gran trayectoria y reconocimiento internacional. De este grupo de empresas, algunas ya han incursionado en este nuevo tipo de cosmética natural, con productos basados en forma amplia en plantas y frutos orgánicos e incluso contando con sus recipientes de presentación en formatos 100% biodegradables. Algunas de estas empresas, cuentan a su favor con el 'nombre' o posicionamiento de marca, que les permite incrementar sus precios a comparación de otras marcas locales.

La región del eje cafetero se caracteriza por ser fuente de muchos componentes naturales, empleados en su mayoría en productos medicinales y suplementos energéticos y vitamínicos con una leve influencia de lo cosmético. Se pueden encontrar en su mayoría, productos como barras energéticas, productos adelgazantes, plantas aromáticas para bebidas y otros digestivos y productos orgánicos de consumo general como frutas y verduras; pero en el aspecto cosmético apenas se notan avances en cuanto a cicatrizantes, shampoos y jabones como los representantes más notables.

Sin embargo, la cosmética natural en la región y con plantas nativas, no está desarrollada en todo su potencial. Todavía falta un modelo de organización que propicie la fabricación de estos productos y se pueda tomar como una industria, más que como la simple existencia de empresas dedicadas al tema, porque el subsector aún se encuentra en etapas artesanales y semi-tecnificadas.

¹² DEON, Marina Gimena. Escritos sobre Salud y Cosmética Natural: Historia de la Cosmética Natural. En: Revista Crecimiento Interior #94. Argentina. Febrero, 2006 [artículo en Internet] <http://www.deon.com.ar/94cosmetica.html> [19 de Febrero de 2009]

Brasil es el referente más cercano e importante para Colombia, porque comparten la selva amazónica y porque ha conseguido llevar su producción a un nivel industrial organizando empresas tecnificadas. Este nivel aún no se evidencia en Colombia, donde la mayoría de la producción en este campo es de carácter artesanal. En la industrialización de este subsector se encuentra una gran oportunidad de desarrollo, ya que como ejemplo, Brasil duplicó sus ingresos en el sector en tan solo tres años y en los últimos cinco, el crecimiento de esta industria ha sido del 145.45%, posicionándose en el tercer lugar a nivel mundial en esta materia, superando incluso a otros países fuertes en cosmética química tradicional, como Francia, Alemania e Inglaterra¹³. Cabe adicionar que el valor agregado que se le da a estos productos de tipo natural es un aliciente más para participar de lleno en este mercado.

No por el simple hecho de compartir un porcentaje de la selva amazónica con Brasil, se debe dar por sentado que en Colombia se podría alcanzar una evolución económica similar en el subsector. Este proceso de consolidación es a largo plazo, sobre todo teniendo en cuenta las diferencias tecnológicas, legislativas, económicas y culturales; pero sí se debe reconocer que las condiciones básicas son similares, que es una gran oportunidad que está representada en estos momentos por un desuso, poco uso o uso no sostenible de este material vegetal en esta región y que en primera instancia se pueden alcanzar metas significativas al aprender de lo que ha avanzado Brasil.

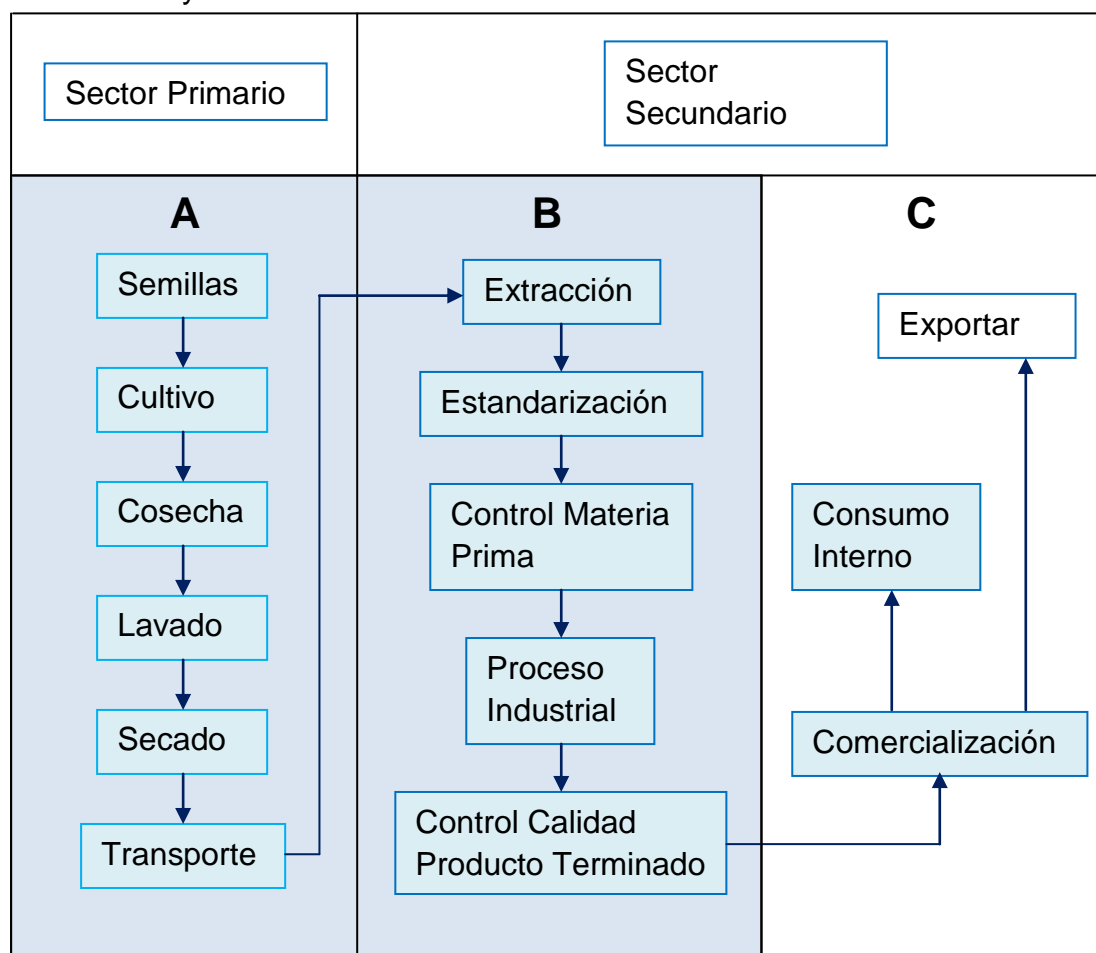
Es por esto que se desea formular un plan de gestión ambiental que sirva para orientar al subsector, a través de la planeación estratégica como estructura base.

A continuación, se muestra el diagrama de la cadena productiva de plantas aromáticas, medicinales y condimentarias, del cual se debe partir para

¹³ PORTILLA, Álvaro. Misión Tecnológica Brasil: Avances. En: Socialización Misión a Brasil del Ministerio de Agricultura. Ministerio de Agricultura. Bogotá: 2008

diferenciar los dos grandes grupos que se desea apoyar, los productores y los transformadores.

Figura 2 – Eslabones productivos de la cadena de plantas aromáticas, medicinales y condimentarias:



Fuente: Elaboración propia

El alcance del presente Plan de Gestión Ambiental se basará en los aspectos de producción y transformación de los insumos (A y B). Éste es un subsector en nacimiento, por lo tanto no cuenta con un mercado abierto para la comercialización. Esta situación no significa que se vaya a excluir del plan, puesto que una de las metas al posicionar el subsector deberá ser la consecución de un mercado, pero que en principio sea de carácter nacional (C), para no exceder las capacidades y no crear falsas expectativas. De esta manera se buscará el beneficio colectivo de agricultores y transformadores

dejando la exportación como un objetivo nuevo para plantear después del posicionamiento del subsector en el mercado local.

6.1. Área de estudio

6.1.1. Geografía

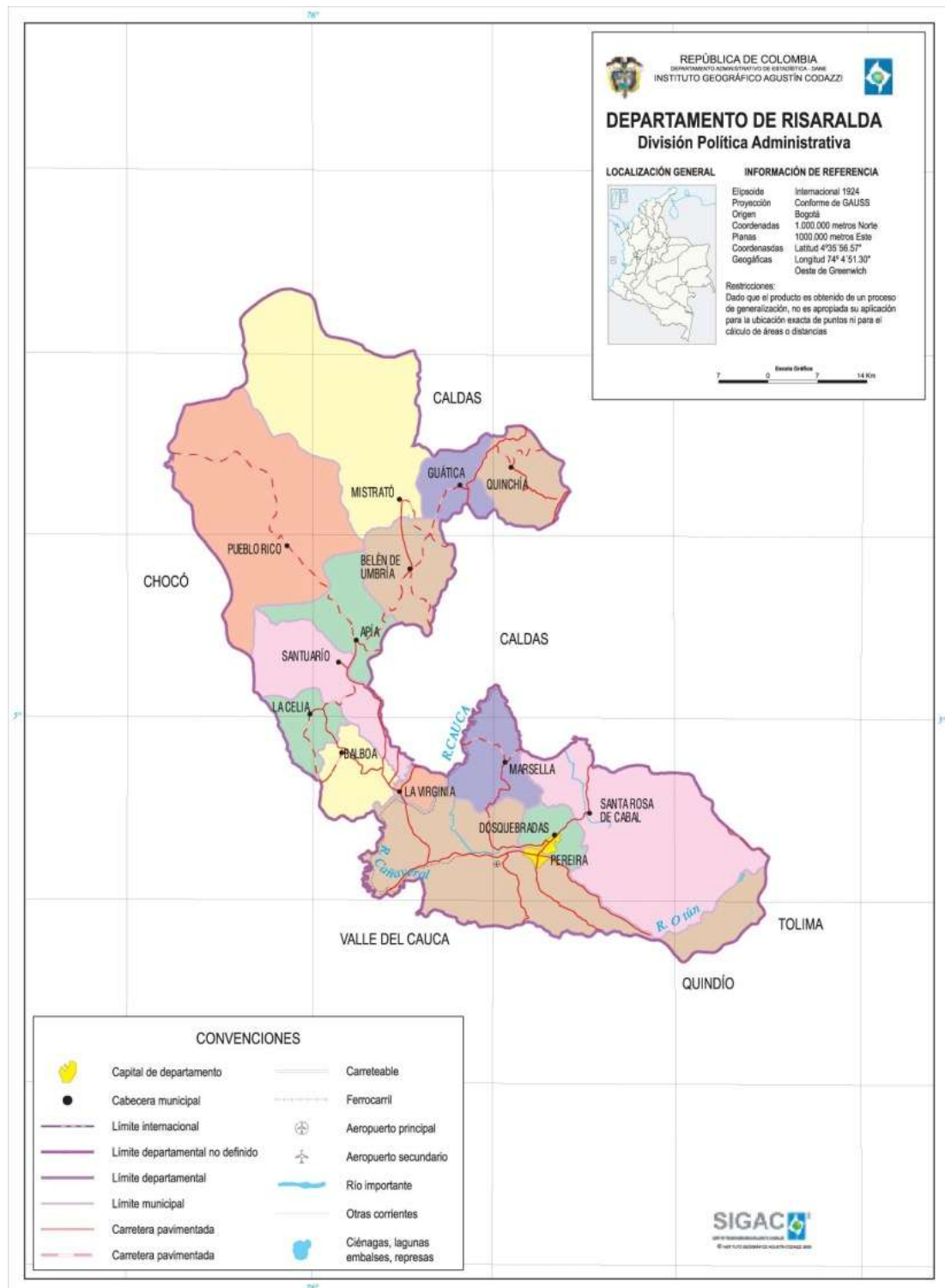
Risaralda está localizado en el centro-occidente de Colombia, limita al norte con los departamentos de Antioquia y Caldas, por el sur con Quindío y Valle del Cauca, por el oriente con Tolima, por el noroccidente con Chocó y por el suroccidente con Valle del Cauca y se encuentra en el centro del llamado eje cafetero o triángulo del café. Este departamento se encuentra localizado entre los 4° 39' y 5° 32' de latitud Norte y los 75° 23' y 76° 18' de longitud Oeste¹⁴.

Risaralda tiene una extensión de 3.592Km², con una temperatura cuyo promedio anual es de 19°C. El departamento está conformado por una zona central de topografía ligeramente ondulada a una altura inferior a los 2.000m. Esta zona está bordeada por las cordilleras Central y Occidental. La cordillera Central supera los 4.500m en los nevados de Santa Isabel y Quindío y la Occidental alcanza los 4.000m en el Cerro Tatamá. Las dos cordilleras están separadas por el cañón del río Cauca¹⁵.

¹⁴ GOBERNACIÓN DE RISARALDA. Risaralda, 40 años de grandeza. Ed. Fondo Editorial Gobernación de Risaralda. 2007. p19.

¹⁵ *Ibidem*.

Figura 3 – Mapa político de Risaralda



Fuente: IGAC¹⁶

¹⁶ Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC) – Mapa de Risaralda. [imagen de Internet]
http://ssiglims.igac.gov.co/ssigl/mapas_de_colombia/galeria/IGAC/deptales-pdf/Risaralda_08.pdf [17 de Marzo de 2009]

6.1.2. Situación socio-económica y política

Sociedad:

Los actores principales involucrados en el subsector de la cosmética natural, son:

Tabla 3 – Matriz de actores

Institución u Organización	Funciones o actividades que desarrolla dentro del subsector
Gella	Las empresas privadas: Los productores y transformadores encargados de realizar las actividades fundamentales para el desarrollo del subsector, como los cultivos y la transformación de esta materia prima que son las plantas aromáticas y medicinales, en insumos de los cosméticos.
Agrobamboo de Colombia	
Medicinales del Valle	
Arobellas	
Amer	
Selva Tropical	
Ebrón	
Cosméticos del Café	
Fundación Bavaria [Red de Emprendedores]	El sector privado: Algunas de las grandes empresas privadas a través de sus fundaciones ofrecen apoyo técnico o económico a estas pequeñas empresas cosméticas en formación.
Fundación Corona	
Gobernación de Risaralda	El sector público: Las entidades encargadas de brindar apoyo y soporte técnico y económico a los productores y transformadores acerca de los requerimientos para su correcto funcionamiento.
Alcaldía municipal de Pereira	
Ministerio de Agricultura	
Ministerio de Desarrollo	
CARDER	
Invima	
Instituto Alexander von Humboldt – IAvH	Academia: Las entidades educativas o con fines investigativos, que se encargan de generar y difundir el
SENA (Fondo Emprender)	

UTP, UCPR, UNILIBRE, U. Andina, UNAD, Unisarc.	conocimiento y el desarrollo técnico y tecnológico.
Colciencias	
Consumidores	El destinatario y mercado objetivo del subsector.

Fuente: Elaboración propia

De estos actores, el enfoque inicial del presente trabajo se dirige hacia los productores y transformadores, en quienes debe estar toda la atención al ser éste un sector en proceso de formación; en el apoyo de las entidades públicas y privadas, ya que éstas deben ofrecer un soporte, para que este sector se mantenga y prospere como un renglón importante dentro de la economía del departamento, y en el sector académico que debe buscar generar y difundir el conocimiento y el desarrollo técnico y tecnológico.

En forma previa, se han realizado esfuerzos para desarrollar la cadena de plantas aromáticas, medicinales y condimentarias por diferentes instituciones públicas como el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Protección social, el Ministerio del Medio Ambiente y diferentes universidades. Estos esfuerzos se han expresado de diferentes maneras, las instituciones públicas, como el Ministerio de Agricultura, se han encargado de fomentar y financiar proyectos comunitarios en el sector agrícola, específicamente en el campo de la cadena de plantas aromáticas, medicinales y condimentarias, y las universidades han realizado estudios acerca de esta cadena, pero con el enfoque de la producción agrícola y no con el enfoque de la transformación de éstas en insumos o productos de cosmética natural.

El logro más significativo de las actividades desarrolladas por parte del Ministerio de Agricultura, es la consolidación a nivel nacional de la Cadena Productiva de las Plantas Aromáticas, Medicinales, Condimentarias y afines, y la consideración del notable uso de estas en la cosmética en el documento “Agenda prospectiva de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Cadena Productiva PAMC con énfasis en ingredientes naturales para la

industria cosmética en Colombia”¹⁷. El Ministerio de Protección Social con la ayuda del Departamento de Farmacia de la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Colombia, ha desarrollado una importante labor al consolidar el “Vademécum Colombiano de Plantas Medicinales”¹⁸, publicado el 27 de Mayo de 2008, no solo por el registro del conocimiento, sino porque se logró que algunas de estas fueran incluidas en la lista de plantas permitidas del Invima. Por su parte, el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, se ha encargado de realizar seminarios y capacitaciones como el “Seminario Nacional Biocomercio Sostenible”¹⁹. Durante el evento se buscó recoger las experiencias aprendidas, durante el periodo 1999 – 2009, en materia de Biocomercio Sostenible en Colombia y presentar la estructura de trabajo, para la construcción del “Programa Nacional de Biocomercio Sostenible (2009 - 2019)”²⁰

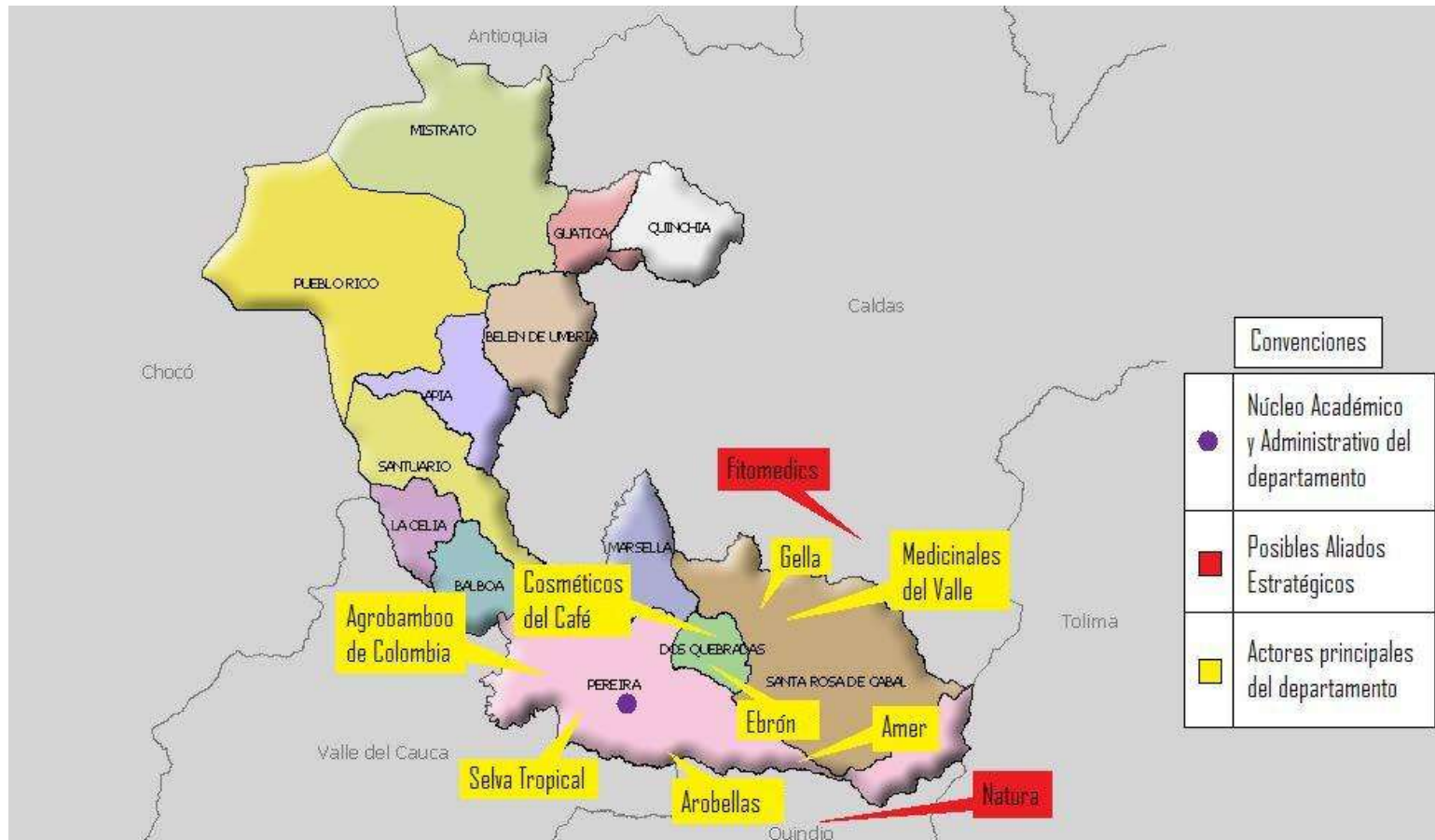
¹⁷ Ministerio de Agricultura – Instituto Alexander von Humboldt – Cámara de Comercio de Bogotá. Agenda prospectiva de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Cadena Productiva PAMC con énfasis en ingredientes naturales para la industria cosmética en Colombia. Diciembre de 2008. [artículo en Internet]
http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2009713162330_Prospectiva_agronet_2009.pdf [4 de Agosto de 2009]

¹⁸ Ministerio de la protección social. Vademécum colombiano de plantas medicinales. 27 de Mayo de 2008. Bogotá [artículo en Internet]
<http://www.minproteccionsocial.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo17421DocumentNo6871.PDF> [4 de Agosto de 2009]

¹⁹ Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Memorias del Seminario Nacional de Biocomercio. 14 de Agosto de 2009. Bogotá [artículo en Internet]
<http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido.aspx?conID=3935&catID=609> [28 de Agosto de 2009]

²⁰ Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. Programa Nacional de Biocomercio. Agosto de 2009. Bogotá [artículo en Internet]
http://www.minambiente.gov.co/documentos/3940_260809_prog_nal_biocomercio_mavdt_311009.pdf [28 de Agosto de 2009]

Figura 4 – Mapa geográfico de actores



Fuente: Mapa de Risaralda tomado de Internet²¹ (edición propia)

²¹ Hotel Mirador Los Ángeles [imagen en Internet]
<http://www.hoteldelosangeles.com/ciudad.html> [10 de Septiembre de 2009]

Economía y población:

Risaralda está conformado por 14 municipios y según el último censo del DANE, en el 2005 contaba con una población de 897.509 habitantes²².

La economía del departamento gira alrededor de las actividades económicas de la agricultura, la ganadería, la industria y el comercio.

En cuanto a la agricultura, se cultivan café, caña de azúcar, plátano, yuca y frutales. El comercio se localiza principalmente en la capital Pereira. También es importante resaltar que la actividad comercio dentro del PIB, presenta un comportamiento durante los últimos diez años más importante que el del sector agropecuario, lo que sumado al sector servicios, significaría una nueva vocación económica a tener en cuenta para desarrollar²³

Territorio:

Risaralda, específicamente su capital Pereira, se encuentra en el corazón del país. El Departamento está ubicado en el centro del territorio geográfico del país y del Eje Cafetero, y el municipio de Pereira, se halla también en el centro de las tres capitales más importantes de este Eje.

Las vías de Risaralda son de gran importancia para el comercio nacional e internacional, puesto que el Océano Pacífico se encuentra a unas pocas horas de camino.

El Área Metropolitana Centro Occidente (incluyendo Cartago y Santa Rosa de Cabal) como geocentro estratégico del desarrollo regional, presenta unas tendencias para su crecimiento económico que por su tradición, la experiencia de sus empresarios y sus

²² Colombia. DANE. Censo poblacional 2005 [artículo en Internet]
<http://www.dane.gov.co/censo/files/presultados.pdf>. [2 de Marzo de 2009]

²³ GUZMÁN LÓPEZ, Samuel. RISARALDA: ¿Una economía en crisis o una economía emergente? [Fragmento]. En: Scientia et Technica Año X, No 26. Diciembre, 2004. p189. [artículo en Internet]
<http://www.utp.edu.co/php/revistas/ScientiaEtTechnica/docsFTP/115619187-192.pdf>

aportes a la generación de ingresos y empleo más su capacidad actual y futura de aportar a las exportaciones, las califica como dinámicas y promisorias en la economía regional. Esas tendencias han permitido identificar a los sectores industrial y manufacturero, servicios y agrícola como los más estratégicos²⁴.

El subsector de la cosmética natural para esta región reúne varias de estas condiciones tendenciales, como lo son el fomento de una agricultura diversa, y el fomento y consolidación de la producción industrial de productos cosméticos con un amplio y creciente mercado.

Medio Ambiente:

La gran biodiversidad de la región cafetera de Colombia es famosa por sus hermosos paisajes, muy atractivos para sus habitantes y visitantes. Es por esto que esta región ha tenido un gran auge en el turismo, y más específicamente en el ecoturismo.

El ecoturismo dentro de la región del Eje Cafetero es ampliamente reconocido, comenzando con los grandes parques temáticos que se encuentran en el departamento del Quindío, como el Parque Nacional del Café y Panaca. En el departamento de Risaralda, se están proyectando parques turísticos con enfoque ecológico, como el parque temático de Flora y Fauna y el Malecón Turístico de La Virginia, entre otros²⁵.

Las entidades territoriales son quienes se encargan de administrar y controlar los recursos Ambientales del departamento, y en este caso es la Corporación Autónoma Regional De Risaralda (CARDER), quien en asociación con las corporaciones vecinas, administran la ecorregión.

²⁴ *Ibidem*, p190.

²⁵ HENAO TOBÓN, Olga Clemencia. Comisión Regional de Competitividad de Risaralda. En: Socialización del Plan Regional de Competitividad. 3ra entrega. Pereira: Área Metropolitana de Centro Occidente – Cámara de Comercio de Dosquebradas. Marzo de 2008.

La ecorregión del Eje Cafetero está integrada por Risaralda, Caldas, Quindío, además de 18 municipios del occidente del Tolima y 19 del Norte del Valle del Cauca, para un total de 92 municipios, ya que la CARDER menciona, que “las localidades que integran la ecorregión cuentan en su conjunto con grandes potencialidades geoestratégicas... y una rica y completa oferta... de flora, de fauna, forestal (54% del territorio) y estructurado y articulado por corredores ambientales”²⁶.

6.1.3. Estado de la gestión socio-ambiental

La entidad territorial ambiental de Risaralda y las demás instituciones públicas de orden nacional, regional y local están comprometidas con el desarrollo de las zonas rurales. Es por esto que todas estas entidades tienen en sus presupuestos inversiones de diferentes montos, aprovechados de diferentes maneras, ya sea a través de las transferencias directas como las que llegan a la Alcaldía Municipal de Pereira o a la Gobernación de Risaralda desde los ministerios, o a través de convenios entre estas diferentes instituciones públicas, privadas y diversas ONG's nacionales e internacionales. Entre estas inversiones se encuentran capacitaciones y créditos a los pequeños productores, pero en su mayoría de orden comunitario, es decir, mientras los beneficiados sean un grupo de productores o agricultores campesinos y no empresas transformadoras de insumos.

La alcaldía de Pereira, a través de su secretaría de desarrollo rural tiene programas de crédito agropecuario con un presupuesto anual de 1.200 millones de pesos para la asistencia técnica agropecuaria. El apalancamiento financiero que la secretaría gestiona para el productor campesino, le da la posibilidad de acceder a créditos blandos, gracias al convenio firmado entre la Alcaldía, el Banco Agrario y FINAGRO. Con esta estrategia, los pequeños productores del municipio pueden obtener garantías hasta el 100% del valor del proyecto productivo y los medianos hasta el 80% del valor del proyecto. El objetivo es que todos los municipios de Risaralda se beneficien de las oportunidades ofrecidas por el Estado. La Gobernación de Risaralda, a través

²⁶ CARDER, Corporación Autónoma Regional De Risaralda. La Gestión Ambiental en Risaralda. Pereira: Carder, 2005. p78.

de su secretaría de desarrollo agropecuario, ofrece créditos blandos a pequeños empresarios hasta del 80% del valor del proyecto productivo, gracias a un convenio con el Banco Agrario de Colombia, disponiendo de 10.000 millones de pesos para todo el período del plan de acción (2008 - 2011) en su línea estratégica de productividad y competitividad.

Si el mayor peso de la economía risaraldense descansa sobre la conurbación Pereira – Dosquebradas, es obvio que también desde la capital se define la estructura económica del departamento y se influencia con ella todo el proceso del desarrollo productivo para la región, lo que obligaría a las autoridades departamentales a definir políticas claras y actividades económicas conducentes a permear el desarrollo de aquellos municipios diferentes a la capital²⁷.

A través de la secretaría de desarrollo económico y competitividad, se ejecuta el fortalecimiento de los sectores estratégicos contemplados en la agenda de competitividad de Risaralda. En el sector agroindustrial, la tendencia actual está marcada por inversiones en el biocomercio, y los sectores de la mora y la panela. Esta secretaría brinda asesoría especializada en desarrollo de los productos, comercialización y exportaciones e incluso apoyo financiero siempre y cuando el proyecto demuestre ser beneficioso para la comunidad en general y no personal o de carácter privado. Esta dependencia recibe solicitudes de todo el departamento, pero tienen preferencia por aquellos que como se mencionaba anteriormente, sean de carácter comunitario y en los municipios menos desarrollados del departamento.

²⁷ GUZMÁN LÓPEZ, Samuel. RISARALDA: ¿Una economía en crisis o una economía emergente? [Fragmento]. En: Scientia et Technica Año X, No 26. Diciembre, 2004. p189. [artículo en Internet]
<http://www.utp.edu.co/php/revistas/ScientiaEtTechnica/docsFTP/115619187-192.pdf>

7. ANÁLISIS DOFA

El análisis DOFA implicó la elaboración de un modelo de entrevista semi-estructurada²⁸ con los actores principales. En la actualidad no existen muchos actores dedicados a la producción y transformación de plantas aromáticas y medicinales en insumos y cosméticos naturales en el departamento. Específicamente, son ocho los establecimientos representativos dedicados a estas funciones que se encuentran agrupados en tres municipios vecinos dentro del departamento de Risaralda (Pereira, Dosquebradas y Santa Rosa de Cabal)²⁹. La entrevista permite obtener la información más relevante, acerca del estado actual del subsector. Por esta razón, y con el ánimo de obtener la mayor cantidad de información, se entrevistó a cinco productores con disponibilidad para participar en la investigación.

7.1. Matriz DOFA

En el análisis DOFA deben incluirse factores claves relacionados con el subsector. Aquí se incluyen los mercados, la competencia, los recursos financieros, la infraestructura, el recurso humano, los inventarios, el sistema de mercadeo y distribución, la investigación y desarrollo, las tendencias políticas, sociales, económicas y tecnológicas y variables de competitividad.

A continuación, se enmarcan las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas del subsector de la cosmética natural, recuperadas de las entrevistas realizadas a los líderes de este subsector en el departamento.

²⁸ Ver Anexo 1 – Entrevistas semi-estructuradas con los representantes del subsector.

²⁹ Ver Figura 4 – Mapa geográfico de actores.

Tabla 4 – Matriz de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas:

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Es un mercado nuevo para explotar y dar a conocer.</p> <p>A nivel nacional existen posibilidades de expandir su comercio.</p> <p>En la región existe mucha variedad de plantas.</p> <p>Apenas comienza a verse el mercado para la formación de tecnólogos químicos</p> <p>Existen oportunidades en el campo de la investigación en cuanto que es un aspecto que está disponible para ser desarrollado.</p> <p>La falta de explotación del mercado, se convierte en oportunidad pues es un campo que está disponible para comerciar y no ha sido ampliamente aprovechado.</p> <p>Existen oportunidades de trabajo importantes.</p> <p>Existen oportunidades de investigación importantes.</p> <p>La gente cree mucho en los productos naturales.</p> <p>El hecho de que existan vacíos en la producción de cosméticos naturales finos es una oportunidad de mercado.</p> <p>Si el producto, la planta o sus componentes están incluidos en la lista del Invima, los costos de producción se pueden abaratar pues la materia prima es abundante.</p> <p>Existe un amplio mercado para la producción de este tipo de productos de cosmética natural.</p>	<p>El producto debe ser 100% orgánico, y para esto debe ser totalmente libre de pesticidas y agroquímicos, pero estas condiciones de cultivo son muy difíciles de mantener y por ello han optado por usar plaguicidas autorizados, pero existen deficiencias en el total cumplimiento de estas condiciones por desconocimiento de los productos autorizados.</p> <p>El TLC como una amenaza cercana, pues representa la entrada a la región de competencia de empresas multinacionales con más ventajas, tanto en investigaciones, como en tecnologías y oportunidades de mercado.</p> <p>Existe una baja formación de tecnólogos químicos.</p> <p>Se siente una latente amenaza al encontrarse solo, sin apoyo, sin mercado, etc.</p> <p>Más importante aún, la falta de tecnología es la amenaza más notable porque esta facilita mucho los procesos y ayuda a disminuir los costos de producción.</p> <p>La falta de tecnología les dificulta mucho la apertura de mercados y por consiguiente, los hace menos competitivos.</p> <p>Además existe mucha burocracia por parte del INVIMA y demás instituciones públicas que en vez de fomentar y promover el desarrollo, se encargan de poner más trabas al pequeño productor.</p> <p>Los altos costos de los certificados son una amenaza grande para las personas que apenas comienzan en el sector y para los pequeños microempresarios.</p> <p>El TLC, es una amenaza importante, ya que la competencia sería contra productos más económicos importados.</p> <p>La falta de calidad en algunos productos</p>

	<p>domésticos ‘callejeros’ al igual que la falta de buena publicidad o de publicidad restringida por el Invima son factores de amenaza.</p> <p>También la falta de Tecnología más asequible con costos que se adapten a las capacidades de los pequeños productores.</p> <p>Todo esto prácticamente por la falta de conocimiento o claridad normativa que sobre el tema manejan los empleados del Invima, causando en ocasiones, incluso, contradicciones entre ellos mismos.</p> <p>Estos factores de inconsistencia, se generan en parte, porque se basan en normatividad de otros países para ciertos aspectos.</p> <p>Entre las amenazas se incluyen que el Invima es muy estricto en algunas normas que ni siquiera están bien definidas y que son muy inconsistentes con otros aspectos para los cuales se basan en normas internacionales.</p> <p>Además, la preferencia de la gente es por otras características diferentes a las funcionales (Imagen, Color, Olor, Presentación, etc.).</p> <p>No hay flexibilidad estatal en cuanto a algunas de las normas.</p> <p>No hay estímulo por parte del estado ni técnico, ni económico.</p> <p>El Invima frena, obstaculiza, en vez de facilitar los procesos.</p>
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Ya comenzó a funcionar el cultivo bajo cubierta en ciertas partes del mismo.</p> <p>Cuenta con un proceso diferenciado de deshidratación que lo ayuda a posicionarse.</p> <p>Ninguna. Debido a las mismas debilidades; la falta de mercado, trabajadores, materia prima, etc.</p>	<p>La mayor parte de algunos cultivos sufre mucho a campo abierto y por ello suele haber disminución del producto.</p> <p>El conocimiento tradicional no está muy difundido.</p> <p>Todas. No existe un mercado establecido.</p> <p>No existe un apoyo técnico eficiente por</p>

<p>La tradición de los ‘abuelos’, ya que desde hace tiempo se conocen muchas de las bondades de gran cantidad de plantas.</p> <p>La gran cantidad de mezclas que se pueden efectuar entre los diversos tipos de plantas.</p> <p>El registro de los productos cosméticos naturales es más sencillo que el registro de otros productos de tipo ‘natural’ y que los mismos productos fitoterapéutico.</p> <p>Las fortalezas que destacan, son la existencia suficiente de los insumos o materia prima.</p> <p>Han mejorado los costos de las etiquetas, cajas, envases y demás insumos suplementarios.</p> <p>Aunque es muy lento el progreso notado, el mercado ha ido surgiendo poco a poco. Ha habido mejor aceptación.</p>	<p>parte de químicos farmacéuticos debido a su bajo número y conocimiento del tema.</p> <p>No existe un eficiente apoyo institucional.</p> <p>No hay la suficiente materia prima para sostener una producción a nivel industrial.</p> <p>No hay suficientes asesorías técnicas y tecnológicas (ya que considera que todas las oportunidades están concentradas en las tres ciudades principales del país – Bogotá, Medellín y Cali).</p> <p>Hay falta de claridad en las normas (legislación), ya que no se establecen bien medidas, tiempos, cantidades, etc.</p> <p>Existe mucha dificultad para poder conseguir buenas publicidades ya que los costos de estas son muy elevados, sobre todo por el tipo de mercado objetivo al que estos productos están dirigidos.</p> <p>La falta de recursos para la investigación (aunque de hecho la falta de investigaciones es considerada también como una oportunidad para abordar el tema).</p> <p>La falta de conocimiento del público en general de las características específicas de los productos de cosmética natural en comparación de los productos cosméticos tradicionales.</p> <p>Las pocas mezclas permitidas de todas las posibles.</p> <p>Las restricciones del Invima, ya que por ejemplo, en la lista de plantas permitidas, solo hay algo más de 100 plantas (incluso de algunas plantas solo se permiten ciertas partes y no la planta completa).</p> <p>El sector se rige por la imagen del producto y por ello la competencia extranjera lleva la delantera.</p>
---	---

	<p>Existe poco desarrollo tecnológico (ya que las máquinas más avanzadas y más cercanas se encuentran en Medellín).</p> <p>El distribuidor se concentra exclusivamente en el precio y no en las características específicas de los productos.</p> <p>Existen altos costos tecnológicos.</p> <p>El desarrollo tecnológico es muy rudimentario, artesanal.</p>
--	--

Fuente: Elaboración propia

Es necesario seleccionar los factores claves de éxito que servirán de base para el análisis DOFA. Hay que escoger solamente aquellos que sean fundamentales para el éxito o el fracaso del subsector. Para ello, debe utilizarse el análisis de impacto. Este consiste en definir cuál es el impacto de cada debilidad, oportunidad, fortaleza o amenaza en el subsector y por lo tanto convertirla en el factor clave de éxito. Para ello elaboramos una matriz de impactos (DOFA - Ponderada), en la cual definimos y categorizamos cada factor en relación con el impacto en el subsector. Adicionalmente, es necesario definir unos criterios de categorización de estos factores.

Criterios de categorización:

Se optó por una transformación de una valoración numérica de 0 a 3 en unas categorías (Baja - Media - Alta), que representen un nivel de afectación según el impacto. Por ello, se decidió dividir la valoración numérica en tres rangos. Para la formación de los rangos se tomó como base la sumatoria máxima obtenida (9) y por ello se decidió que los dos primeros rangos fueran de tres valores (0 - 2 y 3 - 5) y el último de cuatro valores (6 - 9) por considerarse que la alta afectación debe tener un 'adicional' que demuestre una afectación mayor a comparación de los otros dos rangos. Del cuadro de criterios de valoración³⁰, se obtuvo la siguiente tabla:

³⁰ Ver Anexo 2 – Criterios de valoración.

Tabla 5 – Matriz de impactos ponderada

FORTALEZAS	Impacto			OPORTUNIDADES	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Ya comenzó a funcionar el cultivo bajo cubierta en ciertas partes, lo que ayuda a proteger los cultivos y así obtener mayor cantidad y ofrecer mayor calidad			X	La falta de explotación del mercado, se convierte en oportunidad pues es un campo que esta disponible para comerciar y no ha sido ampliamente aprovechado	X		
Algunos productores cuentan con un proceso diferenciado de deshidratación que los ayuda a posicionarse		X		En la región existe mucha variedad de plantas	X		
Aunque es muy lento el progreso notado, el mercado ha ido surgiendo poco a poco, ha habido mejor aceptación		X		Apenas comienza a verse el mercado para la formación de tecnólogos químicos		X	
La tradición de los ‘abuelos’, ya que desde hace tiempo se conocen muchas de las bondades de gran cantidad de plantas		X		Existen oportunidades en el campo de la investigación en cuanto que es un aspecto que esta disponible para ser desarrollado	X		
La gran cantidad de mezclas que se pueden efectuar entre los diversos tipos de plantas	X			Existen oportunidades de trabajo importantes	X		
El registro de los productos cosméticos naturales es más sencillo que el registro de otros productos de tipo natural y que los mismos productos fitoterapéuticos		X		La gente cree mucho en los productos naturales		X	
La existencia suficiente de los insumos o materia prima	X			El hecho de que existan vacíos en la producción de cosméticos naturales finos es una oportunidad de mercado	X		
Han mejorado los costos de las etiquetas, cajas, envases y demás insumos suplementarios			X	Si el producto (o sus componentes) están incluidos en la lista del Invima, los costos de producción se pueden abaratar pues la materia prima es abundante	X		
Debilidades	Impacto			Amenazas	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
La mayor parte de algunos cultivos sufre mucho a campo abierto y por ello suele haber disminución del producto			X	El producto debe ser 100% orgánico, y para esto debe ser totalmente libre de pesticidas y		X	

				agroquímicos, pero estas condiciones de cultivo son muy difíciles de mantener y por ello han optado por usar plaguicidas autorizados, pero existen deficiencias en el total cumplimiento de estas condiciones por desconocimiento de los productos autorizados			
El conocimiento tradicional no está muy difundido		X		El TLC como una amenaza cercana, pues representa la entrada a la región de competencia de empresas multinacionales con más ventajas, tanto en investigaciones, como en tecnologías y oportunidades de mercado		X	
No existe un mercado establecido	X			Existe una baja formación de tecnólogos químicos			X
No existe un apoyo técnico eficiente por parte de químicos farmacéuticos debido a su bajo número y conocimiento del tema		X		Hay una latente amenaza como productor al encontrarse solo, sin apoyo, sin mercado, etc.	X		
No existe un eficiente apoyo institucional	X			La falta de tecnología es la amenaza más notable porque esta facilita mucho los procesos y ayuda a disminuir los costos de producción	X		
No hay la suficiente materia prima para sostener una producción a nivel industrial		X		La falta de tecnología les dificulta mucho la apertura de mercados y por consiguiente, los hace menos competitivos	X		
No hay suficientes asesorías técnicas y tecnológicas (ya que considera que todas las oportunidades están concentradas en las tres ciudades principales – Bogotá, Medellín y Cali)	X			Existe mucha burocracia por parte del INVIMA y demás instituciones públicas que en vez de fomentar y promover el desarrollo, se encargan de poner más trabas al pequeño productor	X		
Hay falta de claridad en las normas (legislación), ya que no se establecen bien medidas, tiempos, cantidades, etc.	X			Los altos costos de los certificados son una amenaza grande para las personas que apenas comienzan en el sector y	X		

				para los pequeños microempresarios			
Existe mucha dificultad para poder conseguir buenas publicidades ya que los costos de estas son muy elevados, sobre todo por el tipo de mercado objetivo al que estos productos están dirigidos		X		La falta de calidad en algunos productos domésticos "callejeros"			X
La falta de recursos para la investigación (aunque de hecho la falta de investigaciones es considerada también como una oportunidad para abordar el tema)	X			La falta de buena publicidad o de publicidad restringida por el Invima son factores de amenaza		X	
La falta de conocimiento del público en general de las características específicas de los productos de cosmética natural en comparación de los productos cosméticos tradicionales		X		Deficiente estímulo por parte del estado ni técnico, ni económico		X	
Las pocas mezclas permitidas de todas las posibles	X			Falta de conocimiento o claridad normativa que sobre el tema manejan los empleados del Invima, causando en ocasiones, incluso, contradicciones entre ellos mismos	X		
Las restricciones del Invima, ya que por ejemplo, en la lista de plantas permitidas, solo hay algo más de 100 plantas (incluso de algunas plantas solo se permiten ciertas partes y no la planta completa)	X			Estos factores de inconsistencia, se generan en parte, porque se basan en normatividad de otros países para ciertos aspectos	X		
El sector se rige por la imagen del producto y por ello la competencia extranjera lleva la delantera		X		Además, la preferencia de la gente es por otras características diferentes a las funcionales (Imagen, Color, Olor, Presentación, etc.)		X	
Existe poco desarrollo técnico y tecnológico, en este momento es casi artesanal (ya que las máquinas más avanzadas y más cercanas se encuentran en Medellín, y además estas son de alto costo)	X						
El distribuidor se concentra exclusivamente en el precio y		X					

no en las características específicas de los productos							
--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

En esta matriz DOFA ponderada, se pueden ver tendencias de importancia cuando se identifican los aspectos político, económico, social y ambiental. La coincidencia principal en todas las entrevistas realizadas fue la mención del Invima como un agente que por ser estrictamente de control, en muchas ocasiones limita en vez de facilitar todos los procesos, debido a los largos períodos de tiempo que se toman para realizar sus trámites generando altos costos a los productores. Otro factor explícito es la falta de acompañamiento de las instituciones regionales, debido que este subsector no se encuentra plenamente reconocido en el departamento, aún cuando esté incluido en los sectores promisorios de los documentos oficiales de las instituciones nacionales como los ministerios. Y el último aspecto del cual derivan muchos de los demás problemas sociales, ambientales y económicos, es la falta de desarrollo teórico, técnico y tecnológico que deriva en falta de conocimiento difundido, falta de oportunidades de empleo, y por consiguiente falta de desarrollo económico en la región.

De esa misma matriz se obtuvo un cuadro de estrategias³¹, para convertir las amenazas en oportunidades, aprovechar las fortalezas, anticipar el efecto de una amenaza y prevenir el efecto de las debilidades pasando a una lista de objetivos positivos y así obtener los escenarios tendenciales.

³¹ Ver Anexo 3 – Cuadro de estrategias.

Tabla 6 – Matriz de escenarios tendenciales DOFA:

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	<p>Escenario FO:</p> <p>Al Profundizar la investigación de los saberes tradicionales, para convertir estos en conocimiento científico, apoyada en la investigación tecnológica que facilite y abarate el manejo de los insumos se estará incentivando la producción de plantas medicinales y aromáticas aprovechando la biodiversidad existente en nuestro departamento consolidando este subsector de gran proyección. Y más adelante, al ampliar el conocimiento del público objetivo / posibles clientes en las funcionalidades de los productos cosméticos naturales y la gama de productos, se podrá fortalecer este mercado</p>	<p>Escenario FA:</p> <p>Es necesario disminuir el nivel de burocracia para convertir a este subsector naciente, en un subsector eficiente, y preservarlo desarrollando principios de protección, ante los posibles factores que puedan representar amenazas, como el TLC, al mismo tiempo que se desarrollan tecnologías para el correcto aprovechamiento de la amplia biodiversidad del departamento</p>
DEBILIDADES	<p>Escenario DO:</p> <p>Si se aprovechan las capacidades locales para el establecimiento de un mercado de productos cosméticos naturales y se encuentran formas de financiación para desarrollar las investigaciones de teoría y tecnología. Y al lograr especificar la legislación para que mejoren las condiciones del subsector, se logrará mejorar las condiciones de la producción y distribución de los cosméticos naturales en el departamento</p>	<p>Escenario DA:</p> <p>Lograr que el gobierno acompañe, apoye e incentive a los productores para el establecimiento del mercado de los cosméticos naturales en el departamento, por medio de Planes, Programas y Proyectos para promover este renglón económico a nivel nacional</p>

Fuente: Elaboración propia

De los resultados reflejados en la matriz DOFA, son los más notables el hecho de que no existe mucha teoría respecto al tema de la cosmética natural en las diferentes bibliotecas públicas y privadas de la ciudad de Pereira, entre ellas, la del Banco de la República, la Universidad Tecnológica de Pereira Jorge Roa Martínez, la biblioteca pública Ramón Correa Mejía, la biblioteca de la CARDER y las de las Universidades Católica Popular del Risaralda, Libre, Andina, UNAD y Unisarc, aunque sí se encuentra información acerca de plantas medicinales y aromáticas; pero ésta sólo sirve como base, pues es tratada de manera tradicional, en el enfoque del cultivo tipo pancoger y no como investigaciones científicas reconocidas que se puedan respaldar ante el

Invima. Además, es un elemento común a diferentes subsectores y no tiene el enfoque, debido para este caso, y para el consiguiente manejo de este tema se deberá recurrir a la elaboración propia de teoría.

Se deberá fomentar la investigación acerca de los productos y de los insumos, para comprender que la oportunidad de mercado es buena y que la biodiversidad que nos rodea es amplia y un recurso 'ganado', pues en muchos de los casos las plantas crecen de manera silvestre en el departamento.

Colombia cuenta con una de las floras más variadas del mundo. El departamento de Risaralda a pesar de su extensión y de los notables cambios en su composición vegetal, aporta, de forma interesante, una importante estadística de registros, que si bien son parciales, reflejan una alta diversidad de especies³².

Risaralda presenta un 37% de superficie boscosa con interesantes nichos de biodiversidad que aporta una interesante variedad de especies³³.

El dato más reciente sobre el número de especies de plantas en Risaralda, es el de informe ambiental de la contraloría, realizado en 1997. Éste dice que existen al menos, 1.548 especies de plantas vasculares.

³² Contraloría general del departamento de Risaralda. Departamento de Risaralda. Informe Ambiental. Pereira: Contraloría General, 1997 p 41.

³³ Planeación departamental, Departamento de Risaralda. 1998 Primer Año de Gestión, Carlos Arturo López Ángel. Pereira: Gobernación de Risaralda. Enero de 1999. p43.

Tabla 7 – Registro consolidado de flora en el departamento:

Categoría	Plantas			Brioflora								
	Vasculares			Musgos			Hepáticas			Epifitas		
Área de Estudio	Fam.	Gen.	Sp.	Fam.	Gen.	Sp.	Fam.	Gen.	Sp.	Fam.	Gen.	Sp.
Región Noroccidental (1)	142	650	1900	17	24	36	19	42	80	7	9	14
Parque Municipal Natural la Nona (2)	35	50	60									
Parque Regional Natural Ucumarí (3)	112	350	598	34	58	88	18	42	102	7	23	54

Tomado del Informe Ambiental de 1997.

Es imperativo efectuar una revisión de los procesos y trámites necesarios, pues en muchos de los casos el departamento encargado de controlar la utilización de estas plantas, el Invima, causa estancamiento de los procesos hacia los productores y desinformación que obstaculiza en vez de promover y apoyar.

Hace falta un proceso ágil de información en las demás entidades municipales y departamentales y también hace falta mucho apoyo económico de organizaciones públicas y privadas a las pequeñas empresas del subsector, para promover el policultivo y las prácticas amigables con el ambiente. Diversidad de cultivos que cree empleo, y que disminuya los riesgos de pérdidas económicas. Además, información confiable que circule entre los diferentes niveles de las organizaciones públicas competentes y entre los productores y transformadores de estos insumos, para ofrecer verdaderas oportunidades de ampliación del subsector.

Existen pocas empresas productoras de cosméticos naturales en el departamento de Risaralda (3), y muchos menos productores de plantas medicinales y aromáticas con fines cosméticos. No existen asociaciones o agremiaciones aunque ha habido intentos y todos los productores desarrollan sus actividades por su cuenta y en su mayoría sin un apoyo económico

concreto por parte de las instituciones públicas u organizaciones privadas. Esto implica un bajo nivel de competencia a nivel de región (la competencia real se ubica en Bogotá, Medellín y Cali), y una oportunidad de crear un subsector sólido a nivel nacional.

Hace falta una mayor investigación de parte de las diferentes academias ya que en realidad no son muy conocidos los bienes con los que cuenta el departamento. Es necesario que las universidades en sus diferentes facultades, conozcan más acerca de este novedoso tema en términos de viabilidad de mercado, mercadeo y producción de técnicas y tecnologías apropiadas para desarrollar la industria a nivel regional, así mismo, es importante promover la transmisión del conocimiento para aumentar las posibilidades de éxito en el subsector.

Se deberá trabajar mucho en mejorar la información que llega al cliente o consumidor final de este tipo de productos, ya que lo único atractivo para ellos es el término 'Natural' y no precisamente por las verdaderas características de los productos, sino las características secundarias como el olor, color, presentación, etc. Hacen falta más publicidad y campañas de expectativa.

7.2. Análisis de Alternativas

Como ya se ha enunciado anteriormente, sí existen los recursos naturales suficientes para sustentar este nuevo subsector. Desde el punto de vista de la biodiversidad, la variedad de especies que posee el departamento es muy grande, pero todo pasa por dos puntos de coyuntura en particular, la falta de investigaciones científicas acerca de las características cosméticas de todas estas plantas y la complicación que trae el obtener los permisos para su utilización debido a que el Invima basa algunas de sus normas en las condiciones que maneja la comunidad europea, limitando en extremo tanto a productores como a transformadores.

Tampoco existe suficiente apoyo económico por parte de las instituciones públicas, como capacitaciones en tecnologías para la transformación de los recursos en insumos, es más, el desarrollo tecnológico en este tema es muy escaso o nulo y por ello los costos de producción suelen ser demasiado altos, puesto que en muchas ocasiones, se hace necesario importar toda esta tecnología.

Aun con tantas dificultades, no se puede dejar de reconocer que hay muchas personas con ganas de trabajar en este campo. Los productores ven con mucho agrado el que se abra un mercado nuevo para sus productos y los transformadores confían en su mayoría, en que las condiciones pueden cambiar para bien y que solo es cuestión de voluntad institucional.

Es por eso, que dentro de los propósitos que orientan este Plan de Gestión Ambiental Regional, se encuentra movilizar a un mayor número de instituciones del sector productivo y de las organizaciones sociales alrededor del tema ambiental³⁴.

Por esto, la opción más lógica desde el punto de vista de un Administrador del Medio Ambiente es la formulación de un Plan de Gestión Ambiental para el desarrollo económico de la región basado en el desarrollo sostenible de los recursos naturales. Es una nueva opción de comercio impulsada desde las zonas rurales del departamento y con una proyección a largo plazo. Como administrador, fomentando y promoviendo un nuevo subsector con potencial para aprovechar los recursos disponibles y fortalecer la región; y en la parte ambiental en el sentido de comerciar con productos naturales (impulsando la producción más limpia), promoviendo la diversidad de cultivos (aprovechando la biodiversidad con responsabilidad - biocomercio), para garantizar un uso sostenible de los recursos, con un beneficio económico para los habitantes del departamento.

³⁴ BELTRÁN VARGAS, Julio; CAPERA LAYTON, Claudia; VELÁZQUEZ TORO, Martha Lía. Guía de planificación ambiental regional: herramientas de prospectiva y participación. Proyecto Somos SINA, Cooperación Alemana al Desarrollo (GTZ), Ministerio del Medio Ambiente (MMA). Bogotá, Colombia. Enero de 2003. p32.

Este nuevo subsector, representa la entrada de un mercado nuevo con creciente fuerza internacional, con gran potencial para el departamento de Risaralda y para Colombia, si se logra establecer como un renglón productivo importante, a mediano y largo plazo, debido que los Planes de Gestión Ambiental Regional tienen un horizonte temporal de 10 años.

Según estas condiciones planteadas, el Plan de Gestión Ambiental Regional será un instrumento de negociación que apunte a brindar soluciones concertadas de tipo proactivo³⁵.

³⁵ Ibidem, p22.

PARTE III

PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA EL SUBSECTOR DE LA PRODUCCIÓN DE COSMÉTICOS NATURALES EN EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA

La respuesta a la pregunta formulada en el planteamiento del problema inicial, en la presente investigación (¿Cuáles son las acciones a seguir para consolidar el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda?), están agrupadas en la idealización de un Plan de Gestión Ambiental Regional, que comprende la mayor cantidad de variables posibles y que agrupa y simplifica las acciones necesarias para la consolidación de la cosmética natural, como subsector y a través de ello, alcanzar un desarrollo económico en el departamento de Risaralda al posicionarla como un renglón productivo de gran importancia en el país.

8. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

8.1. Principios estratégicos

A través del planteamiento de los principios estratégicos, se pretende visualizar un enfoque de dirección hacia futuro y así orientar principalmente las líneas estratégicas, que a su vez se encargarán de enmarcar los programas, proyectos y demás actividades suplementarias que definirán el buen proceder del plan para un desarrollo equilibrado y constante.

8.1.1. Misión

Promover el desarrollo económico, social y ambiental del departamento de Risaralda con el posicionamiento del subsector de la cosmética natural,

impulsando los sectores agrícola e industrial basados en el biocomercio y el desarrollo sostenible.

8.1.2. Visión

Posicionar a Risaralda como un departamento líder en el año 2020 a nivel nacional en el subsector de la cosmética natural para que como renglón productivo de gran importancia, se destaque a nivel internacional y se amplíe aún más su mercado.

8.1.3. Objetivos

- Obtener el apoyo de las instituciones académicas públicas y privadas para así integrar a los actores principales en torno a la generación de conocimiento.
- Impulsar la generación de empleo en el departamento de Risaralda en los sectores agropecuario e industrial, para que a través de la investigación se puedan identificar y desarrollar nuevos productos de cosmética natural.
- Profundizar en los campos del desarrollo tecnológico y legislativo para dar más oportunidades y garantías a todos los actores del subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda.
- Enfocar el apoyo de las instituciones públicas en torno a la ampliación del mercado de la cosmética natural en el departamento.

9. ESCENARIOS

Los resultados del diagnóstico llevaron a la conclusión de que efectivamente sí se dan las condiciones para que la cosmética natural sea un subsector viable y sostenible.

Como es lógico, es necesario que haya un acompañamiento integral puesto que es un subsector en etapa de formación y todos sus aspectos tienen debilidades; además, apoyar un solo aspecto crearía una inclinación en el balance, desfavorable para los productores y/o transformadores.

También son entendibles las dificultades de coordinación para cubrir todos los escenarios que puedan surgir, pero este aspecto se puede minimizar dada la estrecha relación entre todos estos escenarios y porque este enfoque académico se encargó de abarcar la mayor cantidad de variables posibles. Así, se evita hacer una priorización innecesaria sobre las líneas estratégicas, puesto que se considera que en todas las secciones se nota un encadenamiento cronológico inicial, es decir, es primordial cubrir todas las necesidades que surjan dentro de las fases de desarrollo del plan ya que todas las alternativas son complementarias.

Como es pertinente, en los tres escenarios tendenciales identificados, se abarcaron los campos legal, biofísico, socioeconómico y ambiental:

Escenario Estratégico 1

Sistema investigativo de apoyo:

Se deberá conformar de una red de investigación científica, que valide los saberes tradicionales que se tienen sobre las plantas para agilizar el proceso de aceptación de estas en la lista que maneja el ente de control. Las funciones de este organismo serán la creación y difusión de la teoría, y deberán incluir una revisión de los procesos y requisitos manejados por los entes de control como el Invima, para identificar los puntos donde existen los obstáculos que perjudican a los productores y transformadores, al igual que la revisión de las normas ambientales que rigen al Invima, enmarcadas en la Constitución Nacional.

Comenzando por la investigación de las características y propiedades de las plantas medicinales y aromáticas transformando todo el conocimiento tradicional en conocimiento científico, continuando con la formación de tecnólogos químicos que impulsen la creación de nuevos productos de cosmética natural y concluyendo con una propuesta de investigación y desarrollo tanto en técnicas, como en desarrollo tecnológico para fomentar el abaratamiento de costos y una producción de mayor calidad, cantidad y variedad.

Esta es una propuesta mixta, ya que la implementación de un grupo de investigación es una solución no periódica o discontinua, pero sí son continuas sus funciones, que implican una constante inversión para mantener al día tanto en el desarrollo del conocimiento, como en la vanguardia tecnológica.

Escenario Estratégico 2

Desarrollo agrícola e industrial:

Esta alternativa propende por la diversificación de los cultivos en la región y generación de empleo en el campo agrícola e industrial. La diversificación de los cultivos ayuda a la reconversión de terrenos ganaderos y a que se mantenga la idea del policultivo y con cultivos poco o nada impactantes, de amplia aceptación en suelos que reciben con gran facilidad a las plantas

medicinales y aromáticas, ya que estas crecen en todos los pisos térmicos que el departamento de Risaralda abarca. Además se propicia la generación de empleo no solo en el campo, sino en las empresas transformadoras de las plantas en insumos. Empleo orientado hacia tecnólogos que implique también un incremento en la oferta y en la demanda de este mercado a nivel académico.

Este escenario es de tipo continuo, debido a la consolidación y ampliación del mercado, y la constante necesidad de generar empleo en el departamento.

Escenario Estratégico 3

Coordinación del gasto público / Inversión privada:

Debido a la gran cantidad de instituciones, tanto públicas como privadas que tienen interés en la inversión en este subsector, ya sea por convicción o por deber, es comprensible que los esfuerzos se vean de forma muy individual, inconexos y por ello se sienta como una inversión de recursos malgastados. Existe entonces la necesidad de encontrar un sistema integral para coordinar los esfuerzos, un mecanismo que los invierta más efectivamente para tratar conseguir de un modo más integral el beneficio de todos los actores involucrados de manera comunitaria.

Esta alternativa tiene la necesidad de ser de tipo continuo, pero se convierte en discontinuo y periódico en cuanto a que en su gran mayoría, los recursos son de carácter público y dependen de la voluntad de la administración que esté a cargo en el respectivo período. El aspecto positivo de que se utilicen recursos públicos en su mayoría de manera periódica, es que esto sirve como un mecanismo de control para buscar la retroalimentación de este plan de gestión.

Tabla 8 – Cuadro de Escenarios vs Clasificación de alternativas

Escenario	Clasificación de las Alternativas		
1) Sistema investigativo de apoyo	Continuo. Implica una constante inversión para mantener al día, tanto en el desarrollo del conocimiento, como en la vanguardia tecnológica. Además de una constante actualización normativa.		
2) Desarrollo agrícola e industrial	Continuo. Debido a la consolidación y ampliación del mercado, y la constante necesidad de generar empleo en el departamento.		
3) Coordinación del gasto público / Inversión privada	Inversiones iniciales	Según cada período de gobierno	Según cada período de gobierno

Fuente: Elaboración propia

10. SOSTENIBILIDAD DE LA PROPUESTA

El principal recurso a utilizar es la biodiversidad. Este es un bien ambiental que puede ser comercializado de manera sostenible. Está disponible en grandes cantidades y de ésta se obtienen los insumos en sus diferentes estados.

La presente propuesta sólo es sostenible en la medida en la que los recursos necesarios estén disponibles o sea factible conseguirlos.

Los recursos económicos sí están disponibles, pero para obtenerlos se debe hacer una correcta gestión, organizada en el presente plan de gestión ambiental.

Existe un déficit en el campo laboral, según la Gobernación Departamental el índice de desempleo de mayo de 2009 se ubica por encima del 10%³⁶ en el departamento. Esto indica que habría una gran cantidad de personal disponible en ámbito del recurso humano para trabajar.

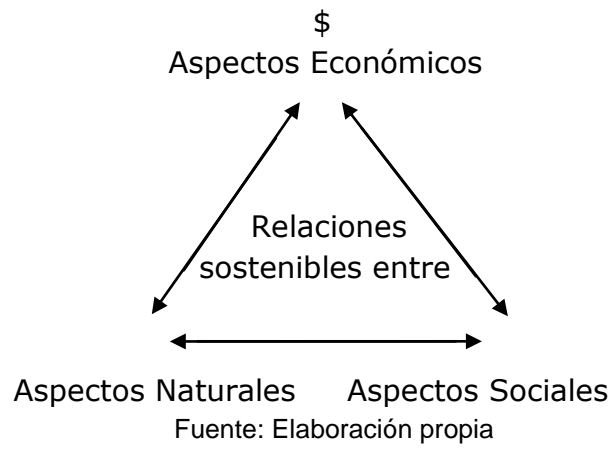
En la actualidad, el modelo de sostenibilidad no se identifica con claridad, puesto que la única preocupación a la hora de fijarse en los resultados es el aspecto económico. Pero es en la formulación de este Plan de Gestión Ambiental que se desea proponer un modelo de sostenibilidad que esté conformado por tres aspectos con profundas relaciones de dependencia entre sí, para obtener los máximos beneficios económicos posibles, pero estando conscientes de las necesidades de la comunidad y del ambiente del que forman parte.

³⁶ Gobernación de Risaralda. Boletín de prensa, 19 de Mayo de 2009.

[artículo en internet]

<http://www.risaralda.gov.co/newweb/repositorio/boletines%20pdf/MAYO%2009/Boletin%2019%20de%20mayo%20de%202009.pdf>

Figura 5 – Modelo de sostenibilidad deseada



11. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Los dos escenarios DOFA que más resaltan, son el Maxi-maxi, en el que se identificaron las oportunidades a ser aprovechadas, a través de las fortalezas y el Maxi-mini, en el que se identifican las fortalezas para enfrentar o evitar las principales amenazas. De este modo, cabe recalcar que el elemento en común son las fortalezas, dándonos a entender que es un subsector con una amplia proyección a futuro. Si se suman estas características a los escenarios del plan de gestión ambiental, se entenderá que la conformación de un subsector, es un tema delicado y que sus componentes se deben abarcar en su totalidad. Por ello se plantea la implementación de programas que agrupen los aspectos comunes a diferentes sectores en un subsector reconocible de cosmética natural y que encadenen los esfuerzos requeridos para la sustentación y consolidación de este subsector en el departamento de Risaralda.

Línea Estratégica 1

Sistema Investigativo de Apoyo

- *Programa de investigación y capacitación académica para la ampliación y difusión del conocimiento en el tema de la cosmética natural.*

Para hacer más efectiva la actuación institucional, especialmente la del Invima, se plantea la creación de un semillero de investigación que se encargue de el desarrollo de un programa de revisión legislativa que especifique, aclare y coordine los procesos y requisitos necesarios para el manejo de plantas en productos naturales de cosmética, así como sus insumos para que no se restrinja en exceso la producción y transformación de estas y para que por consecuencia se permita el libre desarrollo del subsector en el departamento. Convirtiendo así a las instituciones de control en verdaderos entes facilitadores.

Este programa busca establecer la cosmética natural como un renglón productivo importante en la región, ofreciendo las herramientas necesarias para lograrlo. Capacitaciones teóricas, técnicas y tecnológicas basadas en investigaciones respecto a las propiedades y el manejo de plantas medicinales y aromáticas. De esta forma se ampliará la oferta de personal capacitado en el campo laboral.

Línea Estratégica 2

Desarrollo Agrícola e Industrial

Desarrollo agrícola

- *Programa de fomento a la siembra de plantas aromáticas y medicinales en el departamento de Risaralda.*

Lograr el desarrollo sostenible de las áreas rurales del departamento mediante la siembra limpia de plantas que impactan poco los suelos buscando obtener un aumento en los ingresos del campesino garantizando un mercado que les compre estos bienes ambientales en estado puro o en forma de insumo, aprovechando los beneficios que ofrece el departamento para la siembra de cualquier tipo de planta con esas características aromáticas y medicinales. Así se amplía la demanda de personal capacitado en el subsector de la cosmética natural.

Desarrollo industrial

- *Programa de fomento al desarrollo industrial en el sector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda.*

Ofrecimiento de créditos para los pequeños y medianos empresarios para el desarrollo de las actividades de transformación y producción industrial de cosméticos a base de plantas aromáticas y medicinales. Mediante trámites simples y efectivos que garanticen una pronta y continua producción en vez

de procesos largos que dificulten el progreso de los empresarios que apenas comienzan. Consolidando un mercado local y regional con proyección nacional en el campo de la cosmética natural. Ampliando así la demanda de personal capacitado en el subsector de la cosmética natural.

Línea Estratégica 3

Coordinación del Gasto Público / Inversión Privada

- *Programa de coordinación del gasto público en el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda.*

Orientando los esfuerzos de las diferentes instituciones públicas en un subsector prometedor se pueden obtener múltiples beneficios en el campo de la administración, ya que el objetivo principal es buscar el desarrollo económico del departamento (en especial, un desarrollo comunitario y desde lo rural). Esto, aunado a los esfuerzos de la inversión privada en un sistema integral que ofrezca garantías de transparencia y eficiencia, puede ayudar a consolidar el desarrollo del subsector, enlazando así la oferta y la demanda del mercado.

12. PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN

Valor estimado del Plan de Gestión Ambiental: \$ 3.000'

Estimados en \$1.500' en inversión para el sector agrícola, \$1.000' en apoyo financiero para las fomipymes (sector industrial) y \$500' destinados para las investigaciones académicas y demás actividades complementarias como la creación de una entidad que se encargue de la coordinación y orientación de los actores directos del subsector.

El deseo inicial de este Plan de Gestión Ambiental es fomentar el consumo interno para reactivar la economía nacional. El mercado interno es la base fundamental para el desarrollo de una economía dinámica y productiva. El mercado externo es insignificante para jalonar el crecimiento económico por su baja participación en el PIB, y por ello este Plan no considera recursos o inversiones que impliquen responsabilidades internacionales.

Es necesario fomentar la involucración de las grandes empresas privadas a través de sus fundaciones y a la academia en la creación y desarrollo teórico, técnico y tecnológico, en la asesoría y capacitación para los actores del subsector y en la formación de químicos con énfasis en cosmética natural.

Para alcanzar estas metas, será necesario hacer uso de los créditos blandos ofrecidos a través de las instituciones públicas como la Gobernación de Risaralda y la Alcaldía Municipal de Pereira, y de las demás opciones de financiación ofrecidas por las otras instituciones nacionales y las fundaciones privadas.

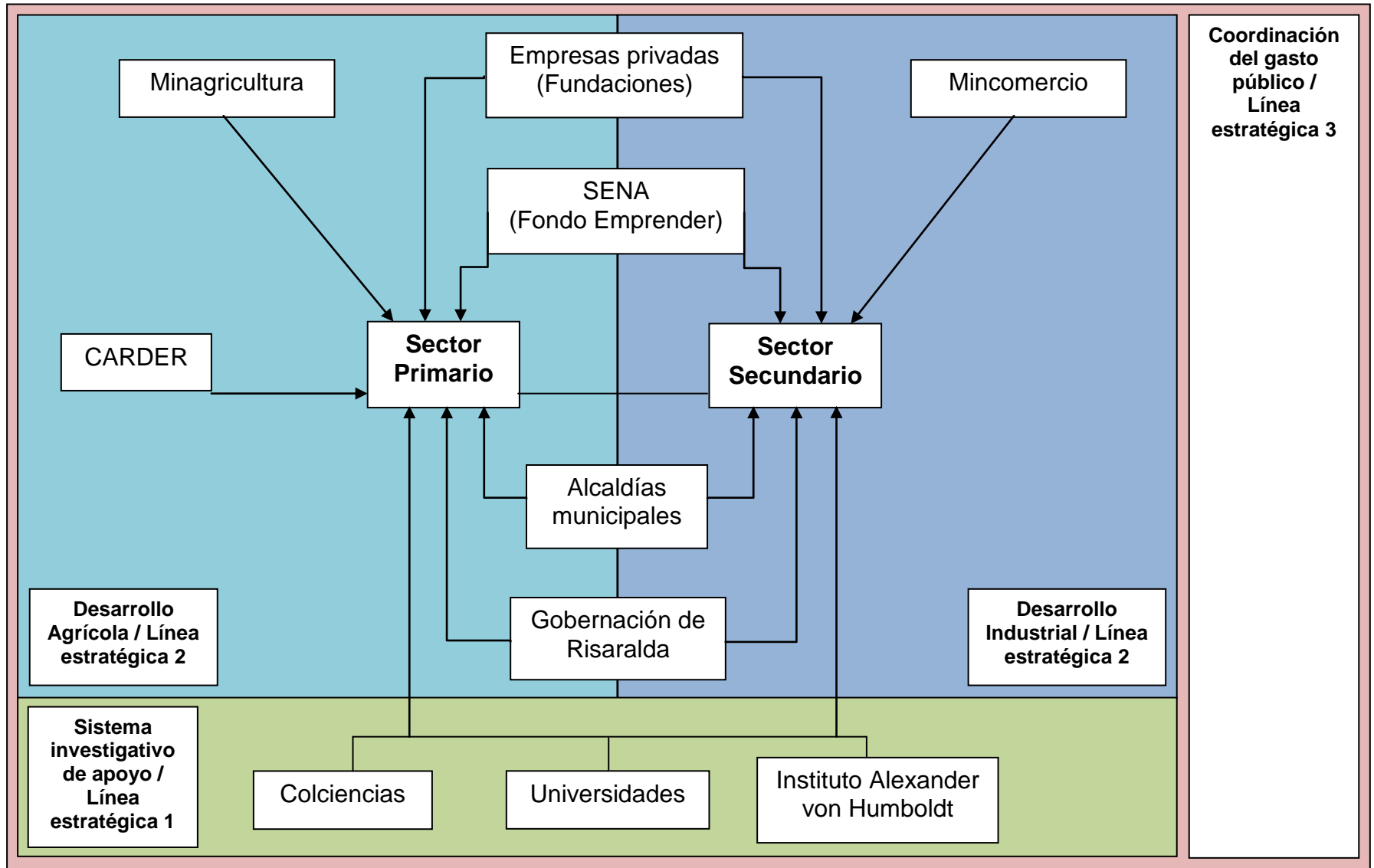
Estos recursos destinados por el Estado colombiano se convierten en gastos públicos obligatorios, cuando el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

incluye al sector de la cosmética en el listado de sectores promisorios³⁷ y cuando el Departamento lo incluye en la revisión de su Agenda Interna de Competitividad³⁸, y en sus presupuestos, lineamientos, estrategias y planes de acción, incluyen el apoyo a los sectores agrícola (apoyo a las cadenas de plantas medicinales, aromáticas y condimentarias – PMAYC), industrial y académico (mediante la I+D enfocado para este subsector), que se refleje un beneficio comunitario incluyendo la creación de empleos.

³⁷ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Sectores emergentes y establecidos inician planes de negocios. 5 de Febrero de 2009. Bogotá [artículo en Internet]
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=6866&IDCompany=1> [16 de Septiembre de 2009]

³⁸ Gobernación de Risaralda. Boletín de prensa, 13 de Marzo de 2009.
[artículo en internet]
<http://www.risaralda.gov.co/newweb/repositorio/boletines%20pdf/marzo/Boletin%20Marzo%2013%20de%202008.pdf>
[16 de Septiembre de 2009]

Figura 6 – Esquema de actores participantes en la financiación



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 – Cuadro de financiación

INSTITUCIÓN	SECTOR	PROGRAMA/ Forma de apoyo	MONTO (Millones de \$ / %)
Gobernación de Risaralda	Primario/ Secundario	Según el Plan Regional de Competitividad (formulado en la visión 2019), y distribuidos en las correspondientes secretarías: Secretaría de Desarrollo Agropecuario: Línea estratégica de producción y competitividad Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad: Fortalecimiento de sectores estratégicos del ministerio de comercio	\$ 10.000' (En modalidad de créditos blandos) Mediante apoyo técnico y financiero por proyectos (monto no especificado)
Alcaldía municipal de Pereira	Primario/ Secundario	Implementación de estrategias de fortalecimiento al emprendimiento y desarrollo comercial en el municipio de Pereira Implementación banco de las oportunidades municipio de Pereira Apoyo a la producción competitiva y sostenible del sector rural municipio de Pereira Implementación de Alianzas Interinstitucionales para la Gestión de Recursos Municipio de Pereira Apoyo a la gestión ambiental para el desarrollo sostenible en el municipio de Perera	\$ 60.8' \$ 601.3' \$ 600.8' \$ 50' \$ 50'
Ministerio de Agricultura y Desarrollo Territorial	Primario	El programa de transformación productiva para el sector agropecuario y agroindustrial busca establecer una alianza entre el sector público y el privado de largo plazo para el fortalecimiento del aparato productivo, diversificar la oferta de productos del campo y generar sectores ganadores de clase mundial (programa en alianza con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo) Dentro del presupuesto definido para el año 2009, se encuentran:	Fecha de lanzamiento del programa: 16 de septiembre de 2009 (monto no especificado)

		Implementación programa para el desarrollo de las oportunidades de inversión y capitalización de los activos de las microempresas rurales a nivel nacional	\$ 12.000'
		Asistencia técnica al desarrollo tecnológico del sector agropecuario a nivel nacional	\$ 40.000'
		Implantación y operación fondo de comercialización de productos agropecuarios a nivel nacional	\$ 110.000'
		Dentro del plan de acción 2009 está el “Desarrollar instrumentos para incentivar la competitividad agropecuaria, que permitan proteger la sostenibilidad financiera de las explotaciones rurales”	\$ 142.000'
		Y dentro del plan estratégico 2006 – 2010, se encuentra como línea el “Impulsar la investigación, innovación y transferencia de tecnología” para el área rural y “Proteger los ingresos de los productores y mejorar la competitividad de la producción: Programa Agro Ingreso Seguro – AIS”	\$ 100.000' (Trienal)
			\$ 133.748' (Trienal)
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	Secundario	Fondo colombiano de modernización y desarrollo tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas fomipyme.	\$ 3.000' (Mediante licitación/ concurso de proyectos)
SENA	Primario/ Secundario	Fondo Emprender: Mediante inscripción de un plan de negocios	100% del valor del plan o hasta los doscientos veinticuatro (224) salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV)
CARDER	Primario	Montos de inversión incluidos en el Plan de acción trienal 2007 – 2009. En el programa III, de Conocimiento, conservación y uso sostenible de los recursos naturales y la biodiversidad se encuentra el proyecto de “Apoyo a la comercialización de productos derivados del aprovechamiento sostenible de la biodiversidad” * Todavía no se encuentra	\$ 26.5' (2009)

		aprobado su presupuesto para el Plan de Acción trienal 2010 – 2012	
Instituto Alexander von Humboldt	Primario/ Secundario	A través de la línea de investigación 'Biocomercio Sostenible' del Programa Uso y Valoración de la Biodiversidad que hace parte del Instituto de Investigación de Recursos Biológicos interactuando con los otros entes generadores de conocimiento del país. Esta línea incluye valoración económica de bienes y servicios e investigaciones de mercado	Convenios interinstitucionales (monto no especificado)
Colciencias	Primario/ Secundario	Solicitud de financiación de proyectos de Apropiación Social de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación - CT+I Solicitud de financiación de proyectos de innovación y desarrollo empresarial en la modalidad de cofinanciación	(financiación sujeta a disponibilidad presupuestal) (financiación sujeta a disponibilidad presupuestal)
Universidades	Primario/ Secundario	No existen trabajos relacionados al subsector de la cosmética natural. Sin embargo, las universidades pueden ser fuente de numerosas investigaciones, no sólo en el campo del uso de las plantas útiles para el subsector, sino también en desarrollo técnico y tecnológico y en la capacitación de técnicos en el área agrícola y química	(monto no especificado)
Fundación Bavaria [Red de Emprendedores]	Primario/ Secundario	Convocatorias destapa futuro: El Capital Semilla, no es reembolsable y será entregado sólo a las mejores ideas de negocio o empresas que demuestren un gran potencial de crecimiento real e innovación	Entrega de Capital Semilla (monto no especificado / por concurso de proyectos)
Fundación Corona	Primario/ Secundario	En su línea de desarrollo empresarial, la Fundación Corona tiene varios programas de apoyo pertinentes para este caso: * Jóvenes con empresa * Programa de inserción laboral productiva para personas con discapacidad * Proyecto de apoyo a emprendimientos rurales juveniles para Fundación Smurfit – Cartón de Colombia	(monto no especificado / por concurso de proyectos)

Fuente: Elaboración propia

13. EVALUACIÓN, SEGUIMIENTO Y CONTROL

Los mecanismos de evaluación seguimiento y control se formularon basados en las líneas estratégicas establecidas en el Plan de Gestión Ambiental. Están conformados básicamente por unos indicadores de gestión que señalan un progreso en el mismo plan, como signo positivo de desarrollo económico, social y ambiental de la comunidad en el subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda. Adicional a estos indicadores, se han planteado unas actividades periódicas o constantes de retroalimentación que garanticen la continuidad del plan hacia el logro de sus objetivos.

Tabla 10 – Propuesta de formato de indicadores de gestión en el departamento

Tipo de indicador	Indicador	Medida / Cantidad / Unidad
Indicador de crecimiento agrícola	ha. de plantas aromáticas y medicinales sembradas en el departamento de Risaralda	# de ha. plantadas
Indicador de crecimiento industrial	No. de empresas dedicadas a la transformación y producción de cosméticos naturales (Laboratorios certificados por el Invima)	# de empresas avaladas
Indicador financiero	Inversión realizada por los actores (Instituciones públicas y privadas) en el subsector	\$ Millones
Indicador normativo	No. de plantas incluidas en la lista del Invima	# de plantas admitidas
Indicador académico	No. de investigaciones acerca de plantas aromáticas y medicinales realizadas por las universidades	# de investigaciones
Indicador de	Cantidades de producto obtenido en una	Unidad de

tecnología	apropiada unidad de tiempo (Específico por cada proceso tecnológico, según sea una tecnología aplicada / implementada en el campo – en una plantación, por ejemplo – o en un laboratorio o proceso industrial)	producto / unidad de tiempo
Indicador de oferta de empleo	No. de empleos creados en el subsector (campesinos, tecnólogos químicos, operarios, etc. vinculados)	# de empleos

Fuente: Elaboración propia

Para el correcto funcionamiento de los indicadores propuestos en necesario tener los datos concretos y más actuales de la cantidad de ha. sembradas en plantas aromáticas y medicinales, de la cantidad de empresas dedicadas a la producción de cosméticos naturales y del gasto público invertido en el subsector.

Como instrumento de retroalimentación se plantea una revisión periódica de la legislación, con la finalidad de que los actores se encuentren actualizados en el aspecto normativo. También se debe efectuar una revisión constante del mercado nacional para mantener al día con las cambiantes tendencias en torno a las proyecciones de los productos.

Las investigaciones académicas serán un bastión importante de retroalimentación, puesto que éstas ayudarán a mantener al subsector con los pies en la tierra, innovando siempre en teorías, técnicas y tecnologías.

14. DIFICULTADES

A continuación se mencionan las dificultades más grandes, presentadas en la actualidad y que pueden llegar a afectar el desarrollo del presente Plan de gestión Ambiental:

- La falta de articulación entre las empresas del subsector es un aspecto que dificulta el progreso de éste, puesto que tanto los productores como los transformadores son reacios a compartir sus procesos en cuanto a que ven vulneradas las ventajas competitivas que puedan tener frente a sus competidores, pero es conveniente aclarar que no es necesario compartir todos los 'secretos' sino tener en cuenta con claridad los aspectos que se compartirán, como todos aquellos elementos generales que sirvan para fortalecer el subsector en el departamento, por ejemplo una base de datos de las características de las plantas (basadas en investigaciones científicas/académicas) puede resultar de utilidad, así como avances tecnológicos y normativos para que se empiece a fortalecer el sentimiento de unidad con resultados visibles.
- La falta de coordinación institucional dificulta los procesos de apoyo, debido a que son demasiados los actores estatales que entran en el proceso. Es difícil operar bajo diferentes voluntades políticas, y se puede dificultar aún más si incluimos la incertidumbre de las voluntades políticas de los futuros cambios de gobierno departamentales y municipales.

15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El subsector de la cosmética natural es en definitiva, un subsector prometedor y viable para el departamento de Risaralda. Es factible su consolidación, pero existe un gran trabajo por realizar, desarrollando todos sus aspectos desde los sociales y económicos, hasta los ambientales.
- No es posible que un sector de tipo agroindustrial funcione sin un buen desarrollo técnico y tecnológico. Por esto es necesario que exista un compromiso por parte de todos los actores involucrados, para alcanzar un nivel tecnológico avanzado que permita que los costos de producción disminuyan y obtener por ende mejores ingresos.
- Si se piensa a futuro, específicamente en una proyección de mercado internacional, se debe ser muy cuidadoso con los acuerdos de comercio que firme el país. La posible firma del TLC con los Estados Unidos, si no se garantizan unas condiciones que no sólo beneficien a la contraparte firmante, pueden permitir la entrada de empresas multinacionales que competirían directamente con los pequeños y medianos productores en cuanto a tecnologías de producción, investigaciones, variedad de productos, volúmenes, presentación, etc., todo esto traducido en precios más bajos además de que tentativamente se abriría la posibilidad de que estas empresas patentaran sus procesos basados en plantas nativas.
- Como se ha afirmado durante todo este documento, es imperativo basar cualquier acción que se efectúe en el subsector, en investigaciones de carácter científico, para que sean tomadas en cuenta por el Invima y así se permita la entrada de los nuevos productos en su lista.

- Para el éxito del subsector es necesaria la conformación de semilleros de investigación que se encarguen de producir, agrupar y difundir el conocimiento teórico, técnico y tecnológico.
- Es necesario que las empresas que se consoliden en el subsector, sean conscientes de la necesidad de compartir información de ciertos aspectos generales ya que las bases de datos unificadas, pueden traer beneficios en cuanto a tendencias a aprovechar o coyunturas a afrontar unidos como subsector.
- Para que los procesos que se realicen al interior tanto de los cultivos como de las empresas sean transparentes y se garantice tanto la integridad ambiental como la óptima calidad de los productos, es necesario que exista un diseño de los procesos que sea trazable. A través de los departamentos de gestión ambiental que se deberán implementar en los laboratorios, las empresas se podrán encargar de velar por la trazabilidad de todos sus procesos.
- Se deben buscar alianzas estratégicas con las empresas de departamentos vecinos (Caldas y Quindío – ver Figura 7) que ya están conformadas como laboratorios de fabricación de productos naturales, y así sentar las bases para que la consolidación del ‘subsector de la cosmética natural en el departamento de Risaralda’ pueda transformarse en un futuro próximo en el ‘subsector de la cosmética natural del Eje Cafetero’ y así fomentar la sana competencia interna con los grandes mercados nacionales establecidos en Bogotá, Medellín y Cali teniendo en cuenta que en un futuro también serán aliados para el comercio internacional.
- Se debe recordar que la implementación del presente Plan de Gestión Ambiental, está proyectada a largo plazo y por ello es importante tomar las primeras decisiones para desarrollar los pasos a seguir de manera inmediata.

- En etapas más avanzadas será necesaria la presencia de un organismo que agrupe o agremie a las empresas de la región para que amplíe los mercados, impulse el comercio y vele por su bienestar pensando en el desarrollo económico, social y ambiental de la región. La voluntad política es muy importante. Es necesario que exista un compromiso institucional serio para el éxito del subsector de la cosmética natural, así se ampliarán las probabilidades de desarrollo del departamento.
- Es importante la articulación del sector público y el privado en torno al subsector, de manera que no se pierda de vista su potencial. Las cadenas productivas suelen ser frágiles cuando no se hace un acompañamiento institucional adecuado y cuando el sector privado tiene sus intereses en el aspecto económico. Si estos tres grandes actores (sector público, sector privado de apoyo y cadena productiva) se encuentran bien engranados, ésta se fortalecerá orientando sus logros a los campos social, económico y ambiental.
- El subsector de la cosmética natural es innovador en el departamento, y por ello representa más una gran oportunidad a aprovechar y no una dificultad a afrontar ya que se cuenta con los recursos necesarios para desarrollarlo, desde los bienes ambientales, como el talento humano y los recursos económicos.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA MUNICIPAL DE PEREIRA. SECRETARÍA DE PLANEACIÓN. Revisión al Plan de Desarrollo. Pereira: Alcaldía de Pereira, 2008.

BAVARIA. Red de Emprendedores. Destapa Futuro. [artículo en Internet]
<http://www.redemprendedoresbavaria.net/mod/o2ostaticpages/?context=destapafuturo> [14 de Septiembre de 2009]

BELTRÁN VARGAS, Julio; CAPERA LAYTON, Claudia; VELÁZQUEZ TORO, Martha Lía. Guía de planificación ambiental regional: herramientas de prospectiva y participación. Bogotá: Proyecto Somos SINA, Cooperación Alemana al Desarrollo (GTZ), Ministerio del Medio Ambiente (MMA). Enero de 2003.

CARDER. Plan de Acción Trienal 2007 – 2009. Capítulo III. [artículo en Internet]
http://www.carder.gov.co/documento.php?a=view_categ&categ=111 [14 de Septiembre de 2009]

CARDER, CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE RISARALDA. La Gestión Ambiental en Risaralda. Pereira: Carder, 2005.

COLCIENCIAS. Productos y Servicios. Financiación [artículo en Internet]
<http://quihicha.colciencias.gov.co/web/guest/catalogo> [14 de Septiembre de 2009]

CONTRALORÍA GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE RISARALDA. Departamento de Risaralda. Informe Ambiental. Pereira: Contraloría General, 1997.

DANE. Censo poblacional 2005 [artículo en Internet]
<http://www.dane.gov.co/censo/files/presultados.pdf>. [2 de Marzo de 2009]

DEON, Marina Gimena. Escritos sobre Salud y Cosmética Natural: Historia de la Cosmética Natural. En: Revista Crecimiento Interior #94. Argentina. Febrero, 2006 [artículo en Internet]
<http://www.deon.com.ar/94cosmetica.html> [19 de Febrero de 2009]

FUNDACIÓN CORONA. Desarrollo Empresarial. Proyectos de Desarrollo Empresarial [artículo en Internet]
http://www.fundacioncorona.org.co/espanol/desarrollo/linea_1.htm [14 de Septiembre de 2009]

GOBERNACIÓN DE RISARALDA. Boletín de prensa, 19 de Mayo de 2009. [artículo en internet]
<http://www.risaralda.gov.co/newweb/repositorio/boletines%20pdf/MAYO%2009/Boletin%2019%20de%20mayo%20de%202009.pdf> [2 de Septiembre de 2009]

GOBERNACIÓN DE RISARALDA. Boletín de prensa, 13 de Marzo de 2009. [artículo en internet]
<http://www.risaralda.gov.co/newweb/repositorio/boletines%20pdf/marzo/Boletin%20Marzo%2013%20de%202008.pdf> [16 de Septiembre de 2009]

GOBERNACIÓN DE RISARALDA. Risaralda, 40 años de grandeza. Ed. Fondo Editorial Gobernación de Risaralda. 2007.

GUZMÁN LÓPEZ, Samuel. RISARALDA: ¿Una economía en crisis o una economía emergente?. En: Scientia et Technica Año X, No 26. Diciembre, 2004. [artículo en Internet]
<http://www.utp.edu.co/php/revistas/ScientiaEtTechnica/docsFTP/115619187-192.pdf>

HENAO TOBÓN, Olga Clemencia. Comisión Regional de Competitividad de Risaralda. En: Socialización del Plan Regional de Competitividad, 3ra entrega. Pereira: Área Metropolitana de Centro Occidente – Cámara de Comercio de Dosquebradas. Marzo de 2008.

Hotel Mirador Los Ángeles [imagen en Internet]
<http://www.hoteldelosangeles.com/ciudad.html> [10 de Septiembre de 2009]

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE RECURSOS BIOLÓGICOS ALEXANDER VON HUMBOLDT. Biocomercio Sostenible. Biocomercio – Uso y Valoración. [artículo en Internet]
<http://www.humboldt.org.co/humboldt/mostrarpagina.php?codpage=40002> [14 de Septiembre de 2009]

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE RECURSOS BIOLÓGICOS ALEXANDER VON HUMBOLDT. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA - FAO. Desarrollo empresarial comunitario de biocomercio sostenible en Colombia. Aplicación de la metodología, análisis y desarrollo de mercado. 2006 – Bogotá D.C., Colombia. Editado por P.A. Lozada, M.H. Cendales, J.A. Gómez, M.T. Becerra y S. Grouwels.

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN DE RECURSOS BIOLÓGICOS ALEXANDER VON HUMBOLDT. Informe Nacional Sobre el Estado de la Biodiversidad 1997 – Colombia. Editado por María Elfi Chaves S. y Natalia Arango V. Santafé de Bogotá: Instituto Humboldt, PNUMA, Ministerio del Medio Ambiente, 1998, Vol. I.

INSTITUTO GEOGRÁFICO AGUSTÍN CODAZZI (IGAC) – Mapa de Risaralda. [imagen de Internet]
http://ssiglims.igac.gov.co/ssigl/mapas_de_colombia/galeria/IGAC/deptalespdf/Risaralda_08.pdf [17 de Marzo de 2009]

INVIMA. Normatividad. Cosméticos [artículo en Internet]
http://web.invima.gov.co/Invima//normatividad/cosmeticos_decisiones.jsp?codigo=441 [14 de Septiembre de 2009]

INVIMA. Formatos y formularios vigentes para el tramite de cosméticos [artículo en Internet]
http://web.invima.gov.co/Invima//tramites/formatos_vigentes_cosmeticos.jsp?codigo=399 [14 de Septiembre de 2009]

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL – INSTITUTO ALEXANDER VON HUMBOLDT – CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Agenda prospectiva de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Cadena Productiva PAMC con énfasis en ingredientes naturales para la industria cosmética en Colombia. Diciembre de 2008. Bogotá [artículo en Internet]
http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2009713162330_Prospectiva_agronet_2009.pdf [4 de Agosto de 2009]

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Presupuesto 2009. Bogotá [artículo en Internet]
http://www.minagricultura.gov.co/07presupuesto/07_presup.aspx [14 de Septiembre de 2009]

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Programas y Proyectos de Inversión 2009. Bogotá [artículo en Internet]
http://www.minagricultura.gov.co/09juridica/09_proy_inversi.aspx [14 de Septiembre de 2009]

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Plan de Acción 2009. Bogotá [artículo en Internet]
http://www.minagricultura.gov.co/09juridica/09_plan_accion.aspx [14 de Septiembre de 2009]

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. Plan Estratégico 2006 – 2010. Bogotá [artículo en Internet]
http://www.minagricultura.gov.co/09juridica/09_plan_accion.aspx [14 de Septiembre de 2009]

MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL. Memorias del Seminario Nacional de Biocomercio. 14 de Agosto de 2009. Bogotá [artículo en Internet]
<http://www.minambiente.gov.co/contenido/contenido.aspx?conID=3935&catID=609> [28 de Agosto de 2009]

MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL. Programa Nacional de Biocomercio. Agosto de 2009. Bogotá [artículo en Internet]

http://www.minambiente.gov.co/documentos/3940_260809_prog_nal_biocomercio_mavdt_311009.pdf [28 de Agosto de 2009]

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Sectores emergentes y establecidos inician planes de negocios. 5 de Febrero de 2009. Bogotá [artículo en Internet]

<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=6866&IDCompany=1> [16 de Septiembre de 2009]

MINISTERIO DE LA PROTECCIÓN SOCIAL. Vademécum colombiano de plantas medicinales. 27 de Mayo de 2008. Bogotá [artículo en Internet]

<http://www.minproteccionsocial.gov.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo17421DocumentNo6871.PDF> [25 de Febrero de 2009]

OLAYA – ÁLVAREZ, A.M. 2006. Conservación ex situ de la flora. En: Chaves, M. E. y Santamaría, M. (eds). 2006. Informe sobre el avance en el conocimiento y la información de la biodiversidad 1998 – 2004. Instituto de Investigación de recursos biológicos Alexander Von Humboldt. Bogotá D.C., Colombia. Tomo 1.

OGLIASTRI, Enrique. Manual de Planificación Estratégica: Teoría, aplicaciones y casos. Bogotá: Tercer Mundo editores, 1992.

PLANEACIÓN DEPARTAMENTAL, DEPARTAMENTO DE RISARALDA. 1998 Primer Año de Gestión, Carlos Arturo López Ángel. Pereira: Gobernación de Risaralda. Enero de 1999.

PORTILLA, Álvaro. Misión Tecnológica Brasil: Avances. En: Socialización Misión a Brasil del Ministerio de Agricultura. Bogotá: Ministerio de Agricultura. Septiembre de 2008.

PORTILLA, Álvaro. Entorno Cadena Productiva de la Sábila en Colombia. En: Quinto Congreso Nacional Sabilero: Certificación, Transformación y Comercialización. Pereira. 6 y 7 de Marzo de 2009

SEDAC, Socio-Economic Data and Applications Center. Environmental Performance Index – Rankings & Scores, 2008 [artículo en Internet]

http://sedac.ciesin.columbia.edu/es/epi/papers/2008EPI_rankingsandscores_23Jan08.pdf [25 de Febrero de 2009]

SENA. Fondo Emprender. Apoyo a proyectos productivos [artículo en Internet]

<http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/b/beneficiarios/beneficiarios.ASP> [25 de Febrero de 2009]

SERNA GÓMEZ, Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. Colombia. Fondo editorial Legis, 1994.

UNEP – UNCTAD. Taller Andino sobre Bienes y Servicios Ambientales en el contexto Regional y Multilateral: Caso Colombia. 12 y 13 de Abril de 2005. Lima, Perú. [artículo de Internet].
<http://www.comunidadandina.org/desarrollo/tallerabril2005/Colombia.pdf>. [3 de Marzo de 2009]

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA. FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES, ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN AMBIENTAL. Pensum de Administración del Medio Ambiente. Pereira. UTP, 2009.

VILLA, Rafael. 2003. Planeación Estratégica. Programa de educación continua y empresarial. Universidad Sergio Arboleda, 2003. Bogotá, Colombia. [artículo en Internet]
<http://www.usergioarboleda.edu.co/consultoria/METODOLOGIA%2520PLAN EACION%2520ESTRATEGICA.ppt+planeacion+estrategica&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=co&client=pub-4173935454389133> [2 de Febrero de 2009]

ANEXOS

Anexo 1 – Entrevistas semi-estructuradas con los representantes del subsector

Este es el modelo semi-estructurado propuesto para las entrevistas con los personajes más visibles del subsector. ‘Semi’, porque aunque las preguntas eran de carácter concreto y se tenían claros los objetivos de estas, el factor más importante era lograr un punto de confianza con el entrevistado y de manera relajada alcanzar a conocer más factores alrededor del subsector.

Preguntas:

1. ¿Cuáles son las principales *Debilidades* que ha encontrado en el proceso de producción?
2. ¿Qué *Oportunidades* ha identificado en su gremio de producción?
3. ¿Qué *Fortalezas* identifica en el subsector de las plantas medicinales y aromáticas?
4. ¿Qué *amenazas* afectan a su gremio productivo?

ENTREVISTADO 1

Oscar Tobar (AMER – Pereira)

Características generales:

Don Oscar Tobar es el representante de AMER, una empresa local dedicada a la producción y transformación de plantas medicinales para su venta en diferentes almacenes de cadena (Carrefour, Olímpica, Makro, entre muchos otros supermercados). En realidad es una asociación de pequeños productores con más de 18 ha. totales de cultivos. En la actualidad, se encuentran adscritos a un plan denominado Oportunidades Rurales, perteneciente a la Secretaría de Agricultura de la Gobernación de Risaralda con el objetivo de obtener créditos.

La reunión tuvo lugar a las 2pm del día 25 de Junio de 2009 en una cafetería ubicada en la carrera 10ma con calle 12 para mayor comodidad de don

Oscar, ésta reunión duró 25 minutos, los cuales utilizamos para informar a don Oscar del propósito de la entrevista y efectuarla. Él se encontraba de muy buena disposición y abierto a compartir su conocimiento con nosotros.

La entrevista se encargaba básicamente de identificar en su empresa los elementos DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas).

Respuestas:

D: La mayor parte de algunos cultivos sufre mucho a campo abierto y por ello suele haber disminución del producto. El conocimiento tradicional no está muy difundido.

O: Es un mercado nuevo para explotar y dar a conocer. A nivel nacional existen posibilidades de expandir su comercio. En la región existe mucha variedad de plantas.

F: Ya comenzó a funcionar el cultivo bajo cubierta en ciertas partes del mismo. Cuenta con un proceso diferenciado de deshidratación que lo ayuda a posicionarse.

A: El producto debe ser 100% orgánico, y para esto debe ser totalmente libre de pesticidas y agroquímicos, pero estas condiciones de cultivo son muy difíciles de mantener y por ello han optado por usar plaguicidas autorizados, pero existen deficiencias en el total cumplimiento de estas condiciones por desconocimiento de los productos autorizados. Siente al TLC como una amenaza cercana, pues representa la entrada a la región de competencia de empresas multinacionales con más ventajas, tanto en investigaciones, como en tecnologías y oportunidades de mercado.

ENTREVISTADO 2

Michael Tistl (Agrobamboo de Colombia – Pereira)

Características generales:

Michael Tistl es la cabeza visible de Agrobamboo de Colombia, empresa dedicada a la producción de productos cosméticos a base de cristales de sábila. Actualmente la producción se encuentra en un alto, debido a dificultades encontradas en la consecución de materia prima y la falta de un mercado que garantice la compra de su producto.

La reunión tuvo lugar a las 5:35pm del día 14 de Julio de 2009 en la cafetería ubicada en la Facultad de Ciencias Ambientales de la Universidad Tecnológica de Pereira, ésta reunión duró 45 minutos, los cuales utilizamos para informar al señor Michael del propósito de la entrevista y efectuarla. Él se encontraba de muy buena disposición y abierto a compartir su conocimiento con nosotros, aunque su actitud frente al tema era de carácter negativo.

La entrevista se encargaba básicamente de identificar en su empresa los elementos DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas).

Respuestas:

D: Todas. No existe un mercado establecido, no existe un apoyo técnico eficiente por parte de químicos farmacéuticos debido a su bajo número. No existe un eficiente apoyo institucional, no hay la suficiente materia prima para sostener una producción a nivel industrial. No hay suficientes asesorías técnicas y tecnológicas (ya que considera que todas las oportunidades están concentradas en las tres ciudades principales – Bogotá, Medellín y Cali). Afirma que hay falta de claridad en las normas (legislación), ya que no se establecen bien medidas, tiempos, cantidades, etc. Y para terminar, se enfatiza en la dificultad para poder conseguir buenas publicidades ya que los costos de estas son muy elevados, sobre todo por el tipo de mercado objetivo al que estos productos están dirigidos.

O: Pocas. Existe una baja formación de tecnólogos químicos, pero porque apenas comienza a verse el mercado para estos. Además existe mucha burocracia por parte del INVIMA y demás instituciones públicas que en vez de fomentar y promover el desarrollo, se encargan de poner más trabas al pequeño productor.

F: Ninguna. Debido a las mismas debilidades; la falta de mercado, trabajadores, materia prima, etc.

A: Todas. Al encontrarse solo, sin apoyo, sin mercado, etc. Pero más importante aún, la falta de tecnología es la amenaza más importante porque esta facilita mucho los procesos y ayuda a disminuir los costos de producción. La falta de tecnología les dificulta mucho la apertura de mercados y por consiguiente, los hace menos competitivos.

ENTREVISTADO 3

Farley Olivia Montoya (Medicinales del Valle – Santa Rosa de Cabal)

Características generales:

Farley Olivia Montoya es la directora del laboratorio Medicinales del Valle, empresa dedicada a la producción de productos fitoterapéuticos a base de plantas medicinales. Las actividades en las que se enfocan actualmente son las de hacer maquila a terceros, diseño y desarrollo de nuevos productos y la venta directa de materia prima e insumos para la elaboración de nuevos productos.

La conversación tuvo lugar en las instalaciones de la empresa, en Santa Rosa de Cabal, el día 21 de Julio de 2009, a las 3 de la tarde. La reunión tuvo una duración aproximada de 30 minutos, y la doctora Farley se encontraba de muy buena disposición para atendernos y de manera muy cordial procedimos a explicarle las razones de nuestra visita.

La entrevista se encargaba básicamente de identificar en su empresa los elementos DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas).

Respuestas:

D: Las debilidades más notorias para la directora de Medicinales del Valle, son la falta de recursos para la investigación (aunque de hecho la falta de investigaciones es considerada también como una oportunidad para abordar el tema), también la falta de conocimiento del público en general de las características específicas de los productos de cosmética natural en comparación de los productos cosméticos tradicionales, las pocas mezclas permitidas de todas las posibles. Todo esto se agrega a las demás restricciones del Invima, ya que por ejemplo, en la lista de plantas permitidas, solo hay algo más de 100 plantas (incluso de algunas plantas solo se permiten ciertas partes y no la planta completa).

O: Existen oportunidades en el campo de la investigación en cuanto que es un aspecto que esta disponible para ser desarrollado, al igual que falta explotación del mercado, se convierte en oportunidad pues es un campo que esta disponible para comerciar y no ha sido ampliamente aprovechado. Existen oportunidades de trabajo importantes, y también en el punto de la investigación. La gente cree mucho en los productos naturales.

F: Las fortalezas más destacadas en el campo de la cosmética natural son básicamente la tradición de los 'abuelos', ya que desde hace tiempo se conocen muchas de las bondades de gran cantidad de plantas y la gran cantidad de mezclas que se pueden efectuar entre los diversos tipos de plantas y otra fortaleza es que el registro de los productos cosméticos naturales es más sencillo que el registro de otros productos de tipo 'natural' y que los mismos productos fitoterapéutico.

A: Los altos costos de los certificados son una amenaza grande para las personas que apenas comienzan en el sector y para los pequeños microempresarios. El TLC, es una amenaza importante, ya que la

competencia sería contra productos más económicos importados. La falta de calidad en algunos productos domésticos “callejeros” al igual que la falta de buena publicidad o de publicidad restringida por el Invima son factores de amenaza y también la falta de Tecnología más asequible con costos que se adapten a las capacidades de los pequeños productores. Todo esto prácticamente por la falta de conocimiento o claridad normativa que sobre el tema manejan los empleados del Invima, causando en ocasiones, incluso, contradicciones entre ellos mismos. Estos factores de inconsistencia, se generan en parte, porque se basan en normatividad de otros países para ciertos aspectos.

ENTREVISTADO 4

Mario García (Laboratorio Gella – Santa Rosa de Cabal)

Características generales:

Mario García es el representante del laboratorio Gella, una empresa que realiza Maquila, diseño y desarrollo de productos cosméticos y venta de materia prima (insumos) al igual que productos químicos propios terminados. El laboratorio Gella es uno de 3 registrados frente al Invima en el Departamento de Risaralda (siendo los otros dos: Agrobamboo de Colombia y Cosméticos del Café). La fundación Bavaria, financió el 80% de los recursos necesarios para su funcionamiento, después de que la empresa participara de un programa similar al fondo emprender (SENA) y obtuviera el primer lugar a nivel nacional. En estos momentos, su objetivo principal es el fortalecimiento de los servicios (la maquila), más que el fortalecimiento de sus productos propios. Don Mario considera que la necesidad de los pequeños productores es de ‘sacar’ productos de alto valor o valor agregado al igual que la inversión en los empaques con mejores terminados, para así mejorar la presentación y así obtener una ganancia adecuada frente a la ganancia que se puede obtener con una producción en masa de productos de baja calidad.

La entrevista tuvo lugar en las instalaciones de la empresa, en Santa Rosa de Cabal, el día 21 de Julio de 2009, a las 4:15 de la tarde. La reunión tuvo una

duración aproximada de 30 minutos, donde conocimos las instalaciones y los procesos que allí se manejan.

Esta conversación se encargaba básicamente de identificar en su empresa los elementos DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas).

Respuestas:

D: Este sector apenas está naciendo y por ello presenta muchas dificultades. El sector se rige por la imagen del producto y por ello la competencia extranjera lleva la delantera. Existe poco desarrollo tecnológico (ya que las máquinas más avanzadas y más cercanas se encuentran en Medellín). El distribuidor se concentra exclusivamente en el precio y no en las características específicas de los productos, y los altos costos tecnológicos, son las debilidades más destacables.

O: El hecho de que existan vacíos en la producción de cosméticos naturales finos es una oportunidad de mercado y si el producto (o sus componentes) están incluidos en la lista del Invima, los costos de producción se pueden abaratar pues la materia prima es abundante.

F: Las fortalezas que destacan, son la existencia suficiente de los insumos o materia prima y la mejora en los costos de las etiquetas, cajas y envases.

A: Entre las amenazas se incluyen que el Invima es muy estricto en algunas normas que ni siquiera están bien definidas y son muy inconsistentes con otros aspectos para los cuales se basan en normas internacionales. Además, la preferencia de la gente es por otras características diferentes a las funcionales (Imagen, Color, Olor, Presentación, etc.).

ENTREVISTADO 5

Leonel Naranjo (Selva Tropical – Pereira)

Características generales:

Leonel Naranjo es el representante de la empresa Selva Tropical, dedicada a la elaboración y distribución de productos naturales, pero en la actualidad la producción de cosméticos naturales se encuentra inactiva por falta de fondos y sólo desarrolla actividades de comercialización de productos medicinales.

La entrevista tuvo lugar en un café del centro comercial Bolívar Plaza, el día 22 de Julio de 2009, a las 10:15 de la mañana. La reunión tuvo una duración aproximada de 20 minutos y durante esta, aprovechamos para conocer los procesos que Selva Tropical desarrolla.

Esta conversación se encargaba básicamente de identificar en su empresa los elementos DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas).

Respuestas:

D: El desarrollo tecnológico es muy rudimentario, artesanal.

O: Existe un amplio mercado para la producción de este tipo de productos de cosmética natural.

F: Aunque es muy lento el progreso notado, el mercado ha ido surgiendo poco a poco, ha habido mejor aceptación.

A: No hay flexibilidad estatal en cuanto a algunas de las normas. No hay estímulo por parte del estado ni técnico, ni económico. El Invima frena, obstaculiza, en vez de facilitar los procesos.

Dina (Arobellas – Pereira)

Características generales:

Después de varios intentos de contactar a la señora Dina, incluso habiendo concretado varias citas, fue imposible hablar con ella acerca del tema y entrevistarla. Se consideraba que esta conversación era de gran importancia, puesto que Arobellas cuenta con gran tradición en el municipio de Pereira y es una de las asociaciones pioneras en el campo de las plantas aromáticas y medicinales.

María Claudia Torres (Ebrón – Dosquebradas)

Características generales:

Después de varios intentos de contactar a la señora María Claudia, fue imposible hablar con ella acerca del tema y entrevistarla ya que ella es la persona responsable de la empresa y sus empleadas no quisieron dar información sin su autorización. Se considera que hubo algo de desconfianza por parte de doña María Claudia quien estuvo muy reticente a recibirnos.

(Cosméticos del Café – Dosquebradas)

Fue imposible localizar una dirección o teléfono correspondiente a esta empresa.

Anexo 2 – Criterios de valoración

En el subsector de la cosmética natural (observándolo desde todos los ángulos posibles, tanto el económico como el legislativo, el social y el ambiental), es necesario tener en cuenta los siguientes criterios:

Cuadro de criterios de valoración de los aspectos de la matriz DOFA:

Impacto	Signo		Aspecto económico	Aspecto ambiental	Aspecto legal	Aspecto social	total
	Positivo	Negativo					
FORTALEZAS							
Ya comenzó a funcionar el cultivo bajo cubierta en ciertas partes, lo que ayuda a proteger los cultivos y así obtener mayor cantidad y ofrecer mayor calidad	+		2	0	0	0	2
Algunos productores cuentan con un proceso diferenciado de deshidratación que los ayuda a posicionarse	+		3	0	0	0	3
Aunque es muy lento el progreso notado, el mercado ha ido surgiendo poco a poco, ha habido mejor aceptación	+		2	0	0	1	3
La tradición de los ‘abuelos’, ya que desde hace tiempo se conocen muchas de las bondades de gran cantidad de plantas	+		0	3	0	1	4
La gran cantidad de mezclas que se pueden efectuar entre los diversos tipos de plantas	+		3	1	0	2	6
El registro de los productos cosméticos naturales es más sencillo que el registro de otros productos de tipo ‘natural’ y que los mismos productos fitoterapéuticos	+		2	0	2	0	4
La existencia suficiente de los insumos o materia prima	+		2	3	0	1	6
Han mejorado los costos de las etiquetas, cajas, envases y demás insumos suplementarios	+		1	0	0	0	1
Debilidades							
La mayor parte de algunos cultivos sufre mucho a campo abierto y por ello suele haber disminución del producto		-	1	0	0	1	2
El conocimiento tradicional no está muy difundido		-	1	1	0	1	3
No existe un mercado establecido		-	3	1	0	2	6
No existe un apoyo técnico eficiente por parte de químicos farmacéuticos debido a su bajo número y		-	2	0	0	0	2

conocimiento del tema							
No existe un eficiente apoyo institucional		-	3	1	1	2	7
No hay la suficiente materia prima para sostener una producción a nivel industrial		-	2	0	0	2	4
No hay suficientes asesorías técnicas y tecnológicas (ya que considera que todas las oportunidades están concentradas en las tres ciudades principales – Bogotá, Medellín y Cali)		-	3	1	0	2	6
Hay falta de claridad en las normas (legislación), ya que no se establecen bien medidas, tiempos, cantidades, etc.		-	3	0	3	2	8
Existe mucha dificultad para poder conseguir buenas publicidades ya que los costos de estas son muy elevados, sobre todo por el tipo de mercado objetivo al que estos productos están dirigidos		-	2	0	0	1	3
La falta de recursos para la investigación (aunque de hecho la falta de investigaciones es considerada también como una oportunidad para abordar el tema)		-	1	3	1	2	7
La falta de conocimiento del público en general de las características específicas de los productos de cosmética natural en comparación de los productos cosméticos tradicionales		-	2	0	0	1	3
Las pocas mezclas permitidas de todas las posibles		-	2	2	1	1	6
Las restricciones del Invima, ya que por ejemplo, en la lista de plantas permitidas, solo hay algo más de 100 plantas (incluso de algunas plantas solo se permiten ciertas partes y no la planta completa)		-	3	1	1	1	6
El sector se rige por la imagen del producto y por ello la competencia extranjera lleva la delantera		-	2	0	1	0	3
Existe poco desarrollo técnico y tecnológico, en este momento es casi artesanal (ya que las máquinas más avanzadas y más cercanas se encuentran en Medellín, y además estas son de alto costo)		-	3	1	0	2	6
El distribuidor se concentra exclusivamente en el precio y no en las características específicas de los productos		-	2	1	0	1	4
OPORTUNIDADES							

La falta de explotación del mercado, se convierte en oportunidad pues es un campo que esta disponible para comerciar y no ha sido ampliamente aprovechado	+		2	1	2	1	6
En la región existe mucha variedad de plantas	+		2	3	0	1	6
Apenas comienza a verse el mercado para la formación de tecnólogos químicos	+		2	0	0	2	4
Existen oportunidades en el campo de la investigación en cuanto que es un aspecto que esta disponible para ser desarrollado	+		1	1	1	3	6
Existen oportunidades de trabajo importantes	+		3	2	0	2	7
La gente cree mucho en los productos naturales	+		1	2	0	1	4
El hecho de que existan vacíos en la producción de cosméticos naturales finos es una oportunidad de mercado	+		2	2	0	2	6
Si el producto (o sus componentes) están incluidos en la lista del Invima, los costos de producción se pueden abaratar pues la materia prima es abundante	+		2	2	1	1	6
Amenazas							
El producto debe ser 100% orgánico, y para esto debe ser totalmente libre de pesticidas y agroquímicos, pero estas condiciones de cultivo son muy difíciles de mantener y por ello han optado por usar plaguicidas autorizados, pero existen deficiencias en el total cumplimiento de estas condiciones por desconocimiento de los productos autorizados		-	1	1	0	1	3
El TLC como una amenaza cercana, pues representa la entrada a la región de competencia de empresas multinacionales con más ventajas, tanto en investigaciones, como en tecnologías y oportunidades de mercado		-	1	1	1	1	4
Existe una baja formación de tecnólogos químicos		-	1	0	0	1	2
Hay una latente amenaza como productor al encontrarse solo, sin apoyo, sin mercado, etc.		-	2	2	2	2	8
La falta de tecnología es la amenaza más notable porque esta facilita mucho los procesos y ayuda a disminuir los costos de producción		-	3	1	0	2	6

La falta de tecnología les dificulta mucho la apertura de mercados y por consiguiente, los hace menos competitivos	-	3	1	0	2	6
Existe mucha burocracia por parte del INVIMA y demás instituciones públicas que en vez de fomentar y promover el desarrollo, se encargan de poner más trabas al pequeño productor	-	3	2	2	2	9
Los altos costos de los certificados son una amenaza grande para las personas que apenas comienzan en el sector y para los pequeños microempresarios	-	3	1	1	1	6
La falta de calidad en algunos productos domésticos 'callejeros'	-	0	0	1	1	2
La falta de buena publicidad o de publicidad restringida por el Invima son factores de amenaza	-	2	0	1	1	4
Deficiente estímulo por parte del estado ni técnico, ni económico	-	2	0	1	1	4
Falta de conocimiento o claridad normativa que sobre el tema manejan los empleados del Invima, causando en ocasiones, incluso, contradicciones entre ellos mismos	-	2	1	3	2	8
Estos factores de inconsistencia, se generan en parte, porque se basan en normatividad de otros países para ciertos aspectos	-	1	1	2	2	6
Además, la preferencia de la gente es por otras características diferentes a las funcionales (Imagen, Color, Olor, Presentación, etc.)	-	2	1	0	1	4

Calificación de los factores
0 = No relacionado
1 = Relación leve
2 = Relación media
3 = Relación fuerte

Calificación mínima posible = 0
Calificación máxima obtenida = 9

Rangos =	0 - 2
	3 - 5
	6 - 9

Bajo: Cuyo impacto se limita únicamente a un solo aspecto, o que su impacto es de poca importancia o de poca afectación sobre el subsector. Esta categoría equivaldría numéricamente a un rango entre 0 y 2 sobre un total de 9.

Medio: Los impactos son moderados en su afectación. Esta categoría equivaldría numéricamente a un rango entre 3 y 5 sobre un total de 9.

Alto: Para alcanzar este nivel de impacto, estos factores deberán ser de alta afectación sobre el subsector o de afectación en múltiples aspectos. Esta categoría equivaldría numéricamente a un rango entre 6 y 9 sobre un total de 9.

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3 – Cuadro de estrategias

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>1. En la región existe mucha variedad de plantas</p> <p>2. La falta de explotación del mercado, se convierte en oportunidad pues es un campo que esta disponible para comerciar y no ha sido ampliamente aprovechado</p> <p>3. Existen oportunidades en el campo de la investigación en cuanto que es un aspecto que esta disponible para ser desarrollado</p> <p>4. Existen oportunidades de trabajo importantes</p> <p>5. Si el producto (o sus componentes) están incluidos en la lista del Invima, los costos de producción se pueden abaratar</p> <p>6. La gente cree mucho en los productos naturales</p> <p>7. El hecho de que existan vacíos en la producción de cosméticos naturales finos y otros productos es una oportunidad de mercado</p>	<p>1. Hay una latente amenaza como pequeño productor al encontrarse solo, sin mercado</p> <p>2. Existe mucha burocracia por parte del Invima y demás instituciones públicas que en vez de fomentar y promover el desarrollo, se encargan de poner más trabas al pequeño productor</p> <p>3. Los altos costos de los certificados son una amenaza grande para las personas que apenas comienzan en el sector y para los pequeños microempresarios</p> <p>4. Falta de conocimiento o claridad normativa que sobre el tema manejan los empleados del Invima, causando en ocasiones, incluso, contradicciones entre ellos mismos</p> <p>5. Estos factores de inconsistencia, se generan en parte, porque se basan en normatividad de otros países para ciertos aspectos</p> <p>6. La falta de tecnología es una amenaza notable porque esta facilita mucho los procesos y ayuda a disminuir los costos de producción para ser más competitivos</p> <p>7. El TLC como una amenaza cercana, pues representa la entrada a la región de competencia de empresas multinacionales con más ventajas, tanto en</p>

		investigaciones, como en tecnologías y oportunidades de mercado
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<p>1. La existencia suficiente de los insumos o materia prima</p> <p>2. La gran cantidad de mezclas que se pueden efectuar entre los diversos tipos de plantas</p> <p>3. La tradición de los 'abuelos', ya que desde hace tiempo se conocen muchas de las bondades de gran cantidad de plantas</p>	<p>1. Desarrollar la producción de plantas medicinales y aromáticas aprovechando biodiversidad existente en nuestro departamento</p> <p>2. Profundizar la investigación de los saberes tradicionales, para convertir estos en conocimiento científico</p> <p>3. Ampliar en la investigación tecnológica, ya que muchos equipos necesarios pueden ser desarrollados localmente</p> <p>4. Ampliar el conocimiento de la gente en las funcionalidades de los productos cosméticos naturales</p> <p>5. Ampliar la gama de productos</p>	<p>1. Disminuir el nivel de burocracia para convertir a este subsector naciente, en un subsector eficiente</p> <p>2. Desarrollar tecnologías para el correcto aprovechamiento de la amplia biodiversidad del departamento</p> <p>3. Desarrollar principios de protección del subsector, ante la posible firma del TLC</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>1. No existe un mercado establecido</p> <p>2. La falta de recursos para la investigación (aunque de hecho la falta de investigaciones es considerada también como una oportunidad para abordar el tema)</p> <p>3. No hay suficientes asesorías técnicas y tecnológicas (ya que considera que todas las oportunidades están concentradas en las tres ciudades principales – Bogotá, Medellín y Cali)</p> <p>4. Hay falta de claridad en las normas (legislación</p>	<p>1. Aprovechar las capacidades locales para el establecimiento de un mercado de productos cosméticos naturales</p> <p>2. Encontrar formas de financiación para desarrollar las investigaciones de teoría y tecnología</p> <p>3. Especificar la legislación para que mejoren las condiciones del subsector</p>	<p>1. Lograr que el gobierno acompañe, apoye e incentive a los productores para el establecimiento del mercado de los cosméticos naturales en el departamento, por medio de Planes, Programas y Proyectos</p>

<p>Invima), ya que no se establecen bien medidas, tiempos, cantidades, etc.</p> <p>5. Las restricciones del Invima, ya que por ejemplo, en la lista de plantas permitidas, solo hay algo más de 100 plantas (incluso de algunas plantas solo se permiten ciertas partes y no la planta completa). Las pocas mezclas permitidas de todas las posibles</p> <p>6. Existe poco desarrollo tecnológico, en este momento es casi artesanal (ya que las máquinas más avanzadas y más cercanas se encuentran en Medellín, y además estas son de alto costo)</p> <p>7. No hay la suficiente materia prima para sostener una producción a nivel industrial</p> <p>8. El distribuidor se concentra exclusivamente en el precio y no en las características específicas de los productos</p>		
--	--	--

Fuente: Elaboración propia