



Estrategia de Identidad Regional para la Promoción  
y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen  
a la conservación de la Biodiversidad del sur de la Amazonia  
colombiana, a través de la marca de origen:



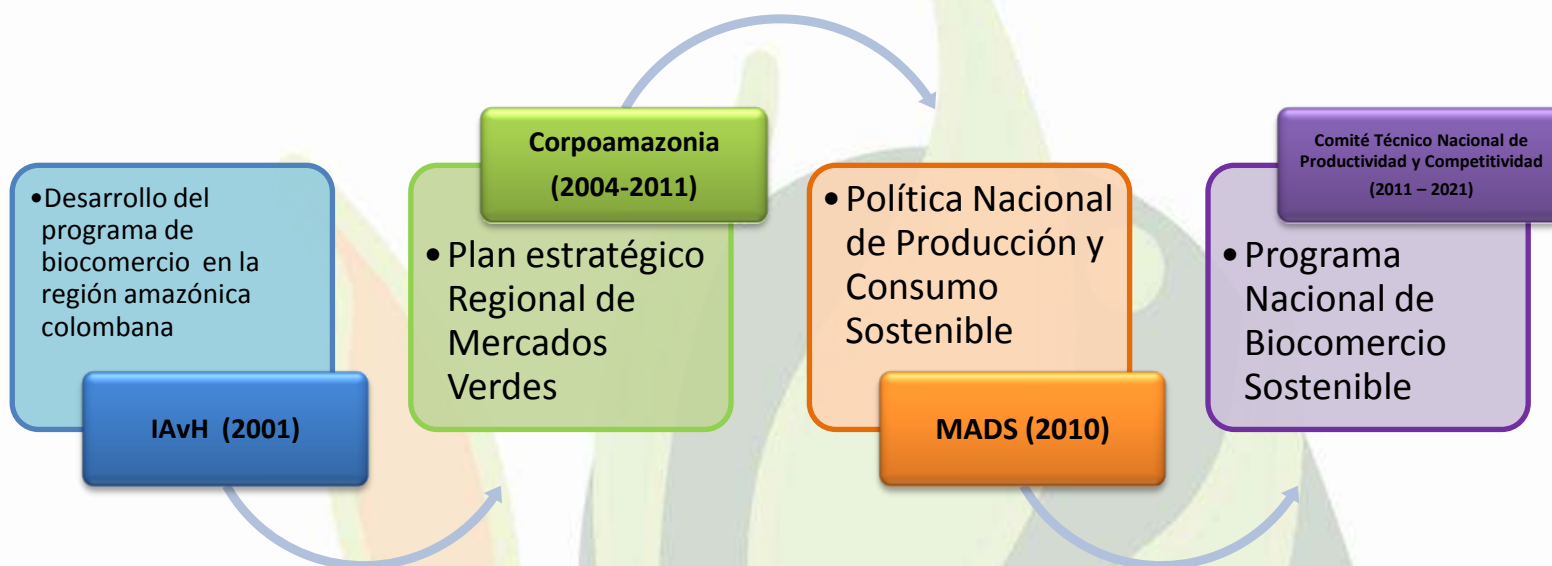
Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios** que contribuyen a la conservación de la **Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



# *Cómo nace la idea*



Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios** que contribuyen a la conservación de la **Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen **Amazonia Esencia de Vida**.



El término **Biocomercio** es entendido como aquellas actividades de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas) que involucran prácticas de conservación y uso sostenible, y son generados con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Este concepto fue adoptado por la tercera conferencia de las partes (COP3) del Convenio de Diversidad Biológica (CDB).

**Los Mercados Verdes o Negocios verdes** incluyen el Biocomercio, entre otros sectores que presentan condiciones de sostenibilidad ambiental, social y comercial más responsables en comparación con otros bienes y servicios de su mismo sector

Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



Tres instrumentos de política son de especial importancia para el desarrollo de la estrategia: (i) la Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible, (ii) el Programa Nacional de Biocomercio Sostenible y (iii) el CONPES 3527, Política Nacional de Competitividad.



# Estrategia de Identidad Regional para la Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



## PRC de AMAZONAS

En el año 2019 el departamento del Amazonas habrá sentado las bases de una economía sólida y ambientalmente sustentable, enfatizada en los sectores de la agrobiodiversidad y el turismo competitivos, responsable con la conservación de los ecosistemas amazónicos, caracterizada por una competitividad local, regional y global acorde con sus condiciones y potencialidades naturales, biogeográficas y productivas, garantizando en primera instancia la satisfacción de las necesidades básicas y expectativas de mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, su seguridad alimentaria y el respeto por sus prácticas culturales, dentro de una sociedad multiétnica, pluricultural e incluyente

## PRC de CAQUETÁ

En el año 2032 el Caquetá estará integrado al comercio internacional y será el departamento más competitivo de la Amazonia colombiana, mediante la oferta de bienes y servicios de alto valor agregado, la consolidación del biocomercio sostenible y el Fortalecimiento del capital humano y social

## PRC de PUTUMAYO

En el 2032 el Putumayo será un departamento competitivo a nivel nacional, con una economía estable social y ambientalmente sustentable, confiable y calificada, soportada en proyectos productivos pertinentes a las condiciones de la región que garantice el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes

**VISION DE LOS PLANES REGIONALES DE COMPETITIVIDAD DEL SUR DE LA MAZONIA**

Aun cuando la región del sur de la amazonia cuenta con ventajas en cuanto a la dotación y disponibilidad de recursos naturales para su aprovechamiento sostenible, esta condición no es suficiente para desarrollar el sector del Biocomercio. Por el contrario, se necesitan crear herramientas que permitan generar las ventajas competitivas requeridas y un entorno favorable para una inserción exitosa en la dinámica de la economía nacional, así como brindar herramientas gerenciales a los empresarios de Biocomercio para que incorporen nuevas estrategias de competitividad en sus organizaciones.

En ese marco de acción, CORPOAMAZONIA y el Instituto de Recursos Biológicos “Alexander von Humboldt” realizaron un estudio para identificar la mejor estrategia de comercialización para productos de la Amazonia. Como resultado de los modelos de negocio actuales y posibles analizados, y considerando la viabilidad de pertenecer a estos, con sus respectivas implicaciones de tipo productivo, comercial y financiero, se planteó finalmente como estrategia de comercialización de productos de la Amazonia, la marca sombrilla AMZONIA ESENCIA DE VIDA, sustentada en elementos diferenciadores, que responda a los intereses y necesidades del mercado, teniendo en cuenta el producto, la empresa, la cadena a la que pertenece, el origen regional, los beneficiarios y sobre todo las prácticas realizadas en el uso y conservación de la biodiversidad.

Estrategia de Identidad Regional para la Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios** que contribuyen a la conservación de la **Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



*Qué busca la marca?*  
*Que desee transmitir?*



Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



## Hecho en el sur de la amazonia

Detrás de cada producto amazónico hay un conjunto de emociones, sensaciones y experiencias que agregan valor, dando credibilidad y reconocimiento diferenciado a cada uno de ellos. Un producto hecho en la amazonia además de exaltar su origen, favorece al desarrollo regional.

# Estrategia de Identidad Regional para la Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



## Artesanías



Grupos étnicos y comunidades locales conservan y recrean sus tradiciones culturales a través de la elaboración de objetos de uso cotidiano, decorativo y ceremonial, empleando madera, fibras, cortezas y semillas de la selva amazónica.

## Frutales



El sabor, aroma, color y textura, así como las propiedades nutricionales, son atributos que convierten a los frutales amazónicos en productos promisorios para el mercado nacional e internacional.

## Flores y Follajes



Rojos, amarillos y verdes vistosos, característicos de heliconias, flores tropicales y follajes asociados, que contribuyen al enriquecimiento natural del ecosistema amazónico, inician a identificarse como una alternativa productiva sostenible en la región.

## Pesces Ornamentales



Por su colorido, belleza y rareza, los peces ornamentales de la amazonía Colombiana representan un potencial de desarrollo y una oportunidad para la creación de iniciativas locales, en la zona de

## Ecoturismo



La recreación, el estudio del entorno y el respeto por la naturaleza, es el escenario propicio que ofrece la amazonía para el desarrollo del ecoturismo, con la participación de actores locales.

## Integración de diferentes cadenas de productos y servicios

Amazonia esencia de vida busca vincular a todos los actores, productores, transformadores, comercializadores, investigadores y a toda la población en general, en una estrategia de identidad regional que permita valorar la importancia de la amazonia y el potencial de uso y aprovechamiento sostenible de su biodiversidad, elaborando productos diferenciados con alto valor agregado

Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



El agua, como elemento de vida y el río como vínculo entre culturas y territorios



El canto y el vuelo de la aves, augurio de un nuevo amanecer, representado en el ojo del tucán



El colorido, formas y aromas de las flores que embellecen caminos y jardines, se expresa en las maracas y heliconias

El ají, fruto alimento y vida de las culturas amazónicas

Las riqueza vegetal y la Victoria regia, la planta acuática representativa del río Amazonas



El hombre, sus tradiciones y saberes, soporte de conservación y uso sostenible de la biodiversidad.

## Riqueza y sostenibilidad ambiental

## Quienes pueden usar la Marca?

**Sector Sistemas productivos sostenibles *ex situ*.** Productos provenientes de actividades agrícolas, pecuarios o piscícolas, obtenidos mediante el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales bajo adecuadas prácticas ambientales y sociales en los diferentes sistemas o arreglos productivos y de transformación industrial.

**Productos Naturales Maderables.** Aquellos provenientes del aprovechamiento sostenible de especies maderables de bosques naturales y plantaciones con fines de comercialización de maderas como materia prima o transformada.

**Productos Naturales no Maderables.** Individuos, partes y derivados vivos o muertos obtenidos mediante el aprovechamiento de especies provenientes del medio natural que en ningún caso hayan sufrido procesos de domesticación, entendiéndose esta como cualquier intervención del hombre en sus ciclos naturales.

**Servicios ambientales.** Se entienden por servicios ambientales los beneficios que la sociedad recibe de los ecosistemas, es cualquier bien o servicio provisto por la naturaleza y que da bienestar a alguna persona, entre ellos se consideran los servicios de provisión, servicios de regulación, servicios de soporte y servicios culturales. A este sector pertenecen las siguientes categorías de productos

**Que cumplan con los requisitos y criterios establecidos para cada sector y categorías de productos**

**Estrategia de Identidad Regional para la Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.**



| Sector                                          | Categoría de producto                                          | Requerimientos normativos aplicables                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sistemas productivos sostenibles <i>Ex situ</i> | Alimentos procesados                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de Biocomercio Sostenible para sistemas agrícolas sostenibles (productores y cultivadores) y transformadores</li> <li>• Normas CITES.</li> <li>• NTC-ISO 14020. Sellos y Declaraciones Ambientales.</li> <li>• NTC-ISO 14024. Rótulos y Declaraciones Ambientales, Rotulado Ambiental Tipo I.</li> <li>• NTC 512-1. Industrias alimentarias. Rotulado o etiquetado. Esta norma tiene por objeto establecer los requisitos mínimos de los rótulos o etiquetas de los envases o empaques en que se expenden los productos alimenticios, incluidos los de hostelería, para consumo humano.</li> </ul> |
|                                                 | Alimentos frescos                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de Biocomercio Sostenible para sistemas agrícolas sostenibles (productores y cultivadores)</li> <li>• Normas CITES</li> <li>• NTC-ISO 14020. Sellos y Declaraciones Ambientales.</li> <li>• NTC-ISO 14024. Rótulos y Declaraciones Ambientales, Rotulado Ambiental Tipo I.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Productos Naturales Maderables (PNM)            | Artesanías, muebles, elementos utilitarios elaborados con PNM. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de Biocomercio Sostenible para productos maderables y no maderables del bosque – extracción silvestre.</li> <li>• Normas CITES</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Productos Naturales no Maderables (PNNM)        | Artesanías elaboradas con PNNM                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de Biocomercio Sostenible para productos maderables y no maderables del bosque – extracción silvestre.</li> <li>• Normas CITES</li> <li>• NTC 5637. Criterios ambientales para artesanías en fique</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Servicios ambientales                           | Actividades de consultoría ambiental                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                 | Turismo sostenible                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de Biocomercio Sostenible para ecoturismo</li> <li>• Resolución 0118 del 25 de enero de 2005, expedida por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial, por la cual se establecen los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo</li> <li>• Lineamientos del Viceministerio de Turismo para realizar inventarios de atractivos turísticos.</li> </ul>                                                                                                                                                                                             |
|                                                 | Actividades de educación ambiental                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

## ARTESANIAS



*Grupos étnicos y comunidades locales conservan y recrean sus tradiciones culturales a través de la elaboración de objetos de uso cotidiano, decorativo y ceremonial, empleando madera, fibras, cortezas y semillas de la selva amazónica*

## FLORES Y FOLLAJE



*Rojos, amarillos y verdes vistosos, característicos de heliconias, flores tropicales y follajes asociados, que contribuyen al enriquecimiento natural del ecosistema amazónico, inician a identificarse como una alternativa productiva sostenible en la*

## FRUTALES



*El sabor, aroma, color y textura, así como las propiedades nutricionales, son atributos que convierten a los frutales amazónicos en productos promisorios para el mercado nacional e internacional.*

## ECOTURISMO



La recreación, el estudio del entorno y el respeto por la naturaleza, es el escenario propicio que ofrece la amazonía para el desarrollo del ecoturismo, con la participación de actores locales

## AMAZONIA ESENCIA DE VIDA



Es la estrategia de identidad regional para la promoción, diferenciación y comercialización de bienes y servicios de la biodiversidad amazónica, aprovechados sosteniblemente

## PECES ORNAMENTALES



Por su colorido, belleza y rareza, los peces ornamentales de la amazonía Colombiana representan un potencial de desarrollo y una oportunidad para la generación de iniciativas locales, en la zona de mayor biodiversidad del planeta

Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios** que contribuyen a la conservación de la **Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



# Cómo operar la estrategia?



La estrategia se desarrolla en dos etapas:

La primera etapa es de **sensibilización e institucionalización del concepto e identidad regional**. En esta etapa se da a conocer el concepto a nivel institucional, sectorial y empresarial. Se busca que los productores, transformadores, comercializadores e instituciones de apoyo socialicen e interioricen su identidad regional a través de la imagen concepto.

La segunda etapa corresponde a la **presentación y posicionamiento de los productos** identificados con el concepto de identidad regional al consumidor y a los diferentes mercados

# Estrategia de Identidad Regional para la Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



## REPÚBLICA DE COLOMBIA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

RESOLUCION No. 2731  
(28/01/2011)

Por la cual se concede un registro

Radicación No 09 146156

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS  
en ejercicio de sus facultades legales conferidas, y

### CONSIDERANDO

Que la solicitud de Registro de la Marca que se tramita bajo el expediente indicado en la referencia, cumple con los requisitos previstos en las disposiciones legales vigentes.

### RESUELVE

ARTICULO PRIMERO: Conceder el registro de:

LA MARCA MIXTA  
PARA DISTINGUIR  
AMAZONIA ESENCIA DE VIDA(SEGUN MODELO ADJUNTO)  
PUBLICIDAD, GESTION DE NEGOCIOS, ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
DE LA DENOMINACION DE ORIGEN DE PRODUCTOS DE BIOCOMERCIO  
(ARTESANIAS, TALLAS EN MADERA, ALIMENTOS DE FRUTOS  
AMAZONICOS, TEJIDOS, ECOTURISMO) PROVENIENTES DE PUTUMAYO,  
CAQUETA Y AMAZONAS.

Servicios comprendidos en la clase 35 de la Edición Número 9 de la Clasificación Internacional de Niza.

VIGENCIA  
TITULAR(ES)  
DOMICILIO  
Diez (10) años contados a partir de la fecha de la presente resolución  
CORPOAMAZONIA  
MOCOA,PUTUMAYO,COLOMBIA  
CRA. 17 # 14-85

ARTICULO SEGUNDO: Asignar número de certificado al derecho concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTICULO TERCERO: Notifíquese personalmente al(a) doctor(a) ALBA PATRICIA MUÑOZ DAZA apoderado del titular, o a quien haga sus veces, el contenido de la presente resolución, entregándole copia de la misma, advirtiéndole que contra ella proceden los recursos de reposición ante el Jefe de la División de Signos Distintivos y el de apelación para ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, interpuestos dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha de su notificación.

NOTIFIQUESE Y CUMPLASE.

Dado en Bogotá D.C., el 28-Enero-2011

La Superintendencia de Industria y Comercio concede a CORPOAMAZONIA el registro de la marca por un término de 10 años, mediante Resolución 2371 del 28 de enero de 2011.

CORPOAMAZONA emite la Resolución No. 0785 de 2013 por medio de la cual se establecen los parámetros para concesionar el uso de la Marca AMAZONIA ESENCIA DE VIDA



Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



**Manual de identidad corporativa de la marca.** Es un instructivo que tiene como fin proporcionar información acerca de los pormenores relativos al Logotipo de la campaña publicitaria “Amazonia Esencia de Vida”. Define su composición gráfica y los elementos que deben ser tenidos en cuenta para una optima implementación como marca comercial.

**Lineamientos para el acceso, control y seguimiento al uso de la Marca.** Incluye los requisitos y criterios para el uso de la marca, el procedimiento para otorgar la Concesión de uso de la marca, el procedimiento para realizar el seguimiento y control al uso de la marca, el manual de condiciones de uso de la marca y todos los formatos que acompañan cada uno de los procedimientos anteriormente mencionados.

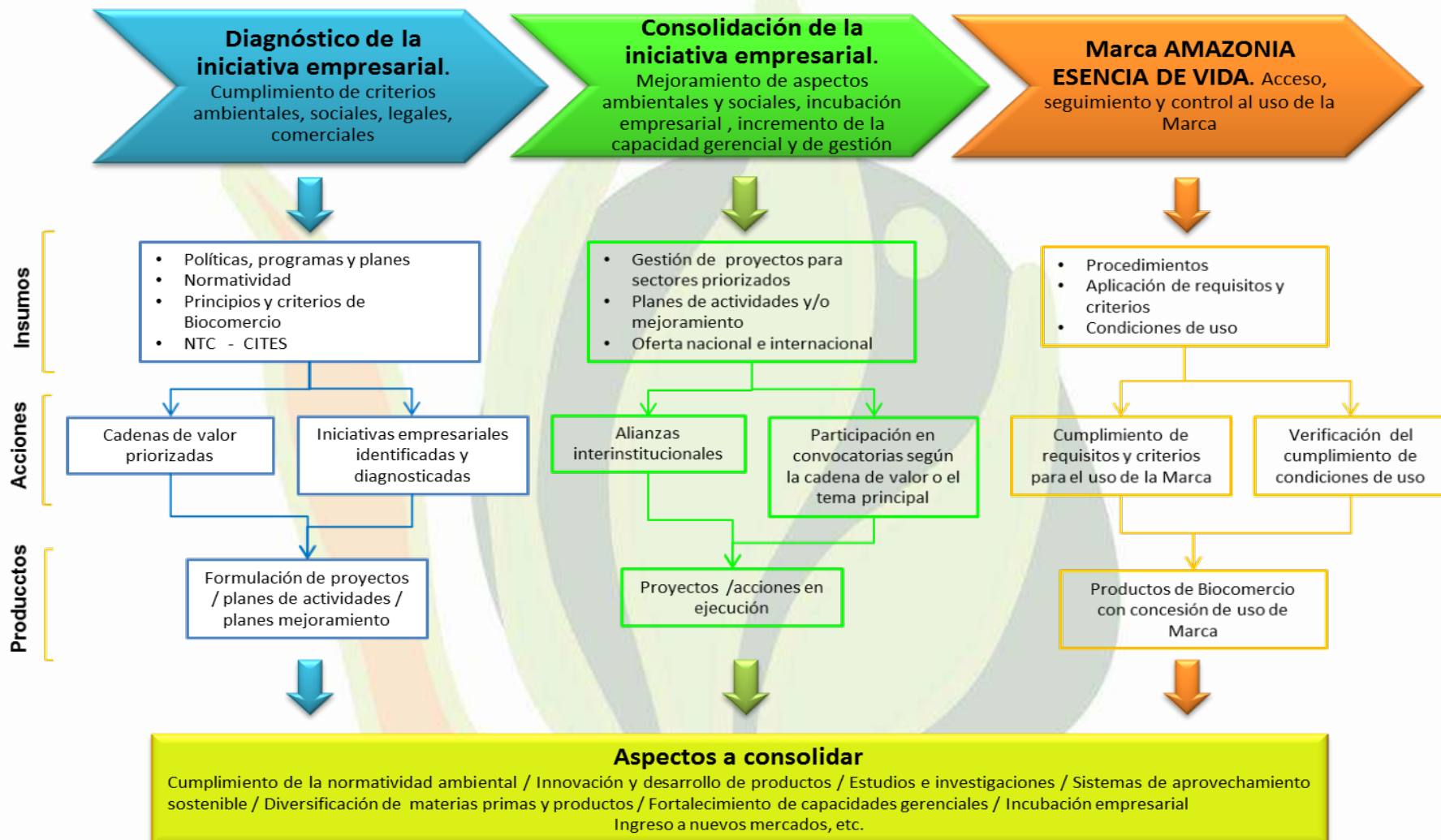
**Plan de marketing de la Marca.** Establece que para todo el mix de marketing, la marca “Amazonia, esencia de vida” tendrá dos momentos en orden de ejecución: i) Desarrollo como marca sombrilla y ii) Uso como marca ingrediente. Lo anterior en respuesta al hecho que primero es necesario posicionar la marca, sus productos y servicios, para luego ser usada como un factor de confianza en los consumidores y clientes.

Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios** que contribuyen a la conservación de la **Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



# Ruta de intervención para alcanzar el propósito de la estrategia

# Estrategia de Identidad Regional para la Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios que contribuyen a la conservación de la Biodiversidad del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios** que contribuyen a la conservación de la **Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



# Retos...



Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios** que contribuyen a la conservación de la **Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



- ✓ Vincular a la academia e investigadores para implementar acciones de ciencia, tecnología e innovación en los procesos productivos
- ✓ Conquistar aliados que apoyen el desarrollo de los aspectos a consolidar en las iniciativas empresariales
- ✓ Integrar las iniciativas de marcas territoriales



**COMPETITIVIDAD  
E IMPACTO  
REGIONAL**



Estrategia de Identidad Regional para la **Promoción y Diferenciación de Bienes y Servicios** que contribuyen a la conservación de la **Biodiversidad** del sur de la Amazonia colombiana, a través de la marca de origen Amazonia Esencia de Vida.



# Gracias

[negociosverdes@ccputumayo.org.co](mailto:negociosverdes@ccputumayo.org.co)  
[correspondencia@corpoamazonia.gov.co](mailto:correspondencia@corpoamazonia.gov.co)

