



2021-2022

Informe BIC: Empresas con Propósito

Huella Delta



Contenido

03

Mensaje de las fundadoras

06

Nuestro enfoque

09

Gobierno Corporativo

11

Enfoque de Género

12

Prácticas Laborales

15

Prácticas con la Comunidad

19

Prácticas Ambientales

21

Casos de soluciones efectivas



Mensaje de las fundadoras

Es con gran alegría que presentamos el primer informe de gestión de Huella Delta Impacto Colectivo. Creamos esta empresa para contribuir a la mejora de los medios de vida de las comunidades rurales y a la preservación de los ecosistemas mediante la promoción de relaciones con el mercado más justas, rentables, incluyentes y sostenibles.

Fundamos esta empresa como empresa de Beneficio e Interés Colectivo —BIC— porque esta figura jurídica nos permite incorporar en nuestro estatutos, modelo de negocio y procesos de decisión, nuestro propósito de generar impacto social y ambiental. En este informe, compartimos cómo hemos incorporado esta visión en cada aspecto de nuestro modelo de negocio: los servicios ofrecidos, el gobierno corporativo, las prácticas laborales, las prácticas ambientales y las relaciones con la comunidad.

El corazón de Huella Delta es nuestra metodología de trabajo, orientada a territorios ambientalmente estratégicos y de alta complejidad social. Este enfoque es el resultado de nuestra reflexión y co-creación a partir de nuestros años de trabajo con comunidades, empresas, organizaciones sociales y ambientales, y en investigación desde la academia.

Desde 2021 hasta hoy, hemos implementado la metodología de trabajo Huella Delta con más de 70 organizaciones comunitarias en Colombia, Ecuador y Perú en diversos sectores. Estos sectores abarcan desde productos forestales no maderables del bosque hasta turismo de naturaleza y etnoturismo, e incluyen productos tradicionales como el café y el cacao.

En todos los casos hemos identificado los factores territoriales y de mercado que limitan y promueven los negocios de estas comunidades, y planteado caminos concretos y específicos para avanzar hacia la inclusión y la conservación, preservación, regeneración y aprovechamiento sostenible.

Esta implementación la hemos realizado acompañando los componentes de acceso a mercados de proyectos. programase iniciativas lideradas por organizaciones con las que compartimos propósito, como WWF, NESsT, Mercy Corps, Fondo Acción, GGGI, y Corporación Emprender Paz.

Trabajar por la reducción de las desigualdades económicas y promover que las comunidades rurales consoliden relaciones más justas con el mercado es una tarea apremiante, fascinante y desafiante.

Desde nuestro origen, hemos trabajado de forma intencionada para desarrollar un modelo de negocio que prioriza la equidad, la sostenibilidad y el bienestar de todos aquellos con quienes interactuamos: nuestro equipo de trabajo, aliados, organizaciones comunitarias, empresas y los propios ecosistemas.

Cada día ampliamos nuestra visión de las enormes oportunidades que existen para este tipo de negocios. También seguimos expandiendo nuestro entendimiento de los muchos desafíos que conlleva dirigir y operar una empresa conformada principalmente por mujeres, con una perspectiva alternativa para lograr acceso al mercado en comunidades rurales.

Agradecemos a todos nuestros aliados, organizaciones y comunidades rurales con quienes compartimos el propósito de mejorar los medios de vida y la conservación de los ecosistemas a través de mejores relaciones con el mercado. Sin ustedes, no podríamos avanzar hacia el Impacto Colectivo.

Estamos entusiasmadas por compartir nuestro viaje y los resultados que hemos obtenido durante el período 2021-2022.

Continuamos construyendo un modelo empresarial orientado a la inclusión, la justicia y la sostenibilidad, y esperamos que este informe BIC sea un testimonio transparente de nuestro compromiso con este propósito.

Gracias por acompañarnos,



Eliana Villota



Jenny Melo



Paso de vehículos para el tránsito de café y otros productos agrícolas en la subregión del Macizo Caucaño, Colombia. Una ilustración de las condiciones que dificultan y limitan la interacción con los mercados en términos justos y rentables.

Nuestro enfoque

Creemos que al reducir las desigualdades económicas y mejorar el acceso y la relación con el mercado, promovemos oportunidades para mejorar los medios de vida de las comunidades y proteger los ecosistemas.

Huella Delta se creó para promover relaciones de mercado más justas, rentables, incluyentes y sostenibles. Hemos definido el sentido de estos términos así:

Relaciones Justas

Reconocemos las desigualdades presentes en las relaciones comerciales actuales, donde los actores más pequeños tienen menos poder para decidir a quién vender, cómo vender y en qué términos. Somos conscientes de estas asimetrías y buscamos intencionadamente nivelar el terreno a través de relaciones con clientes que compartan este entendimiento.

Relaciones inclusivas

Creemos que la inclusión se evidencia en cada decisión. Promover la inclusión implica preguntarse sobre las formas de propiedad en los negocios, la participación en la toma de decisiones, la gestión de riesgos y la distribución equitativa de los beneficios generados.

Relaciones Rentables

Nos preocupamos por generar valor económico que tenga un impacto tangible en las condiciones de vida de las comunidades. Por eso priorizamos entender las condiciones que permiten llegar al punto de equilibrio y superarlo. Con cuentas claras es posible generar ingresos que permitan mejorar de manera significativa las condiciones socioeconómicas de las personas involucradas.

Relaciones sostenibles

Entendemos el rol esencial de los ecosistemas para la reproducción de la vida humana. Promovemos modelos de negocio y relaciones comerciales que entiendan su impacto en la conservación, restauración y protección de la biodiversidad.

Nuestro enfoque

Para promover relaciones con el mercado consideramos la interacción entre mercado, capacidad de la organización y el territorio.

Esto significa que cuando acompañamos a organizaciones comunitarias, consideramos simultáneamente :

- las diversas posibilidades de mercado que tienen sus productos y servicios,
- las capacidades organizativas actuales y potenciales para acercarse a esos mercados, y
- las dinámicas del territorio que influyen a la organización internamente y que facilitan o limitan el acercamiento al mercado.

De esta forma, nuestro análisis y accionar tiene como punta de lanza la relación con el mercado. En los últimos dos años, esta metodología de trabajo ha sido probada acompañando a más de +70 organizaciones comunitarias en relaciones con clientes finales, clientes empresariales, en distintos circuitos de comercialización y en sectores como turismo, ingredientes naturales para la industria cosmética, cacao especial para chocolatería fina, meliponicultura, y artesanía indígena para tiendas especializadas.

Nuestro enfoque tiene tres pilares:

- Identificar las oportunidades comerciales reales de las empresas comunitarias para entender las dinámicas territoriales, los mercados que valoran las diferencias y la habilidad de las organizaciones para mantener y desarrollar su modelo de negocio.
- Realizar ciclos de pruebas de mercado cortos y ágiles, a bajo costo y bajo riesgo, permite obtener información específica del mercado, mejorar la estrategia comercial y optimizar el tiempo de las organizaciones comunitarias.
- Acompañar a las organizaciones comunitarias en una relación de pares, y a través de pruebas de mercado ágiles, aporta conocimiento, habilidades y recursos útiles para la acción comercial.

Usando este enfoque ofrecemos tres servicios:

Diseño de rutas de mercado:

Para cada organización comunitaria creamos rutas para la articulación y crecimiento en el mercado con escenarios de corto y mediano plazo y recomendaciones puntuales de acción.

Estas rutas de mercado —concretas y listas para su ejecución— dan claridad para el proceso comercial, permiten orientar inversiones, y evitar el desgaste de las organizaciones. Cada ruta cuenta con datos clave que consideran la interacción entre territorio, mercado, modelo de negocio y capacidad de las organizaciones, una lectura del estadio comercial, recomendaciones de escenarios comerciales con empresas (B2B) y consumidores finales (B2C), y mapas de riesgos y amenazas.

Desarrollo de rutas de mercado

Acompañamos a organizaciones comunitarias rurales en la implementación de rutas de articulación y crecimiento en el mercado en segmentos B2B y B2C, en mercados locales, nacionales y/o internacionales. Las guiamos en su proceso de entrar en contacto con el mercado a partir de un proceso de aprender-haciendo.

Este acompañamiento se realiza a través de ciclos de pruebas de mercado. Estas pruebas están diseñadas para generar cambios en el modelo de negocio, capacidad organizacional, y en el proceso comercial, incrementando el saber-hacer de las organizaciones y sus proyecciones de crecimiento en el tiempo.

Entregamos un análisis de la evolución del modelo de negocio, de sus capacidades organizacionales y de los resultados de acercamiento y relación con el mercado y globales en clave de inclusión, justicia, sostenibilidad y rentabilidad.

Análisis para la acción

Realizamos análisis especializados que amplían el entendimiento de los mercados y las interrelaciones entre territorio, mercado y organizaciones comunitarias.

Pueden incluir:

- Caracterización de cadenas de valor y tamaño del mercado.
- Estudios de caso, buenas prácticas y aprendizajes.
- Clasificación de organizaciones comunitarias según su potencial comercial y recomendaciones de apoyo.
- Evaluaciones de proyectos y prefactibilidad.
- Codiseño de estrategias, programas e iniciativas.

Gobierno Corporativo

Nuestra estructura y procesos internos procuran transparencia y rendición de cuentas, tomar decisiones con el mayor y mejor conocimiento disponible, y garantizar el cumplimiento de nuestro propósito.

Nuestro Gobierno Corporativo incorpora tres elementos fundamentales: estructura, integración con colaboradores —equipo motor, profesionales en campo y consejeros y asesores externos— y comunicación con los diferentes grupos de interés.

Estructura

Nuestra estructura tiene cuatro grupos diferenciados, que realizan actividades específicas a su involucramiento en la toma de decisiones, experiencia y experticia particular.

Las fundadoras cuidan del propósito y ofrecen la visión estratégica. El Equipo Motor se encarga de facilitar la interfaz entre el desarrollo metodológico y el trabajo en campo. Los profesionales en campo acompañan la implementación de la metodología con organizaciones específicas en campo. Finalmente, los consejeros y asesores externos aportan perspectiva y conocimiento específicos de acuerdo a las necesidades de las organizaciones comunitarias.



Bases para el trabajo colectivo

Contribuir a la mejora de los medios de vida de las comunidades rurales y a la preservación de los ecosistemas ocurre en escenarios de alta complejidad. Creemos que para abordarla necesitamos el trabajo colectivo, que impone el desafío de articular distintos actores, intereses y formas de relacionarse.

Para propiciar y facilitar el trabajo colectivo usamos Teoría U y Art of Hosting. La Teoría U es un marco de pensamiento y práctica para la innovación y la transformación personal y organizativa, basado en la escucha profunda y la acción colectiva. El Art of Hosting es un enfoque participativo para la facilitación de conversaciones y la creación de espacios colaborativos efectivos.

Usando estos elementos propiciamos tres procesos que dan las bases para el trabajo colectivo.

- **Onboarding:** desarrollamos un proceso incremental y sistemático que proporciona al equipo de colaboradores la claridad necesaria sobre el propósito, estructura, filosofía y los valores que guían las relaciones y acciones dentro de la organización.
- **Apropiación:** promovemos el trabajo colectivo, de forma virtual, híbrida y presencial a través de metodologías de liderazgo que permiten entrenar y crecer las capacidades de trabajo coordinado y eficiente.
- **Consolidación:** promovemos un aprendizaje constante que permita ampliar los conocimientos de todos los colaboradores con temas emergentes, de punta, y específicos a sectores, comunidades y territorios.

Anualmente dedicamos en promedio 100 horas para el desarrollo de estos tres procesos, lo que nos permite fortalecer nuestra cultura corporativa, promover la cohesión del equipo y maximizar el desempeño organizacional.

Creemos en la importancia de la conversación, por eso mantenemos diálogos con grupos de interés, colaboradores y aliados para promover una reflexión-acción conjunta sobre los retos y oportunidades de promover este tipo de negocios. Con la idea de expandir esta conversación sobre la reducción de desigualdades y el fortalecimiento de comunidades rurales, también compartimos recursos y resultados en nuestra web y LinkedIn.

Enfoque de Género

Somos una empresa fundada por mujeres y conformada principalmente por mujeres. Reconocemos las brechas de género que existen en la ruralidad y en todas las esferas de la sociedad. Por ello, nos esforzamos constantemente por integrar la perspectiva de género en nuestras prácticas de contratación, trabajo de campo y relaciones con aliados y comunidades. Nuestro objetivo es contribuir a la construcción de una sociedad más justa e igualitaria.

Nuestro compromiso como empresa BIC es promover la igualdad de género y la equidad en todas nuestras operaciones; por eso nos encontramos trabajando en una política de género que estará publicada en nuestra página web en el segundo semestre de 2023. Esta política considera:

- Mecanismos para propiciar que las mujeres participen y sean escuchadas y reconocidas;
- Mecanismos para la identificar y actuar sobre las distintas acciones de discriminación y sexismo que refuerzan y perpetúan las desigualdades de género, desde micromachismos hasta formas más explícitas de violencia física, sexual o psicológica.

Es relevante profundizar nuestro entendimiento y ampliar las acciones que permitan reconocer y mitigar las brechas de género que se mantienen en el mundo actual y que se evidencian de varias formas:

- Brechas en el ámbito laboral evidenciado en la distancia salarial del 20% de las mujeres en comparación con los hombres (OIT), así como en la discriminación de género, y desequilibrio entre su vida laboral–personal.
- Escasa representación femenina en puestos de liderazgo tanto en organizaciones sociales y privadas como en instituciones públicas.
- Acceso limitado a servicios básicos para las mujeres, especialmente de comunidades rurales, como atención médica, educación, agua potable y saneamiento.
- Restricción a oportunidades económicas de las mujeres asociada al acceso a tierra, crédito y capacitación en habilidades empresariales.
- Violencias basadas en género, que pueden ser físicas, sexuales, psicológicas o económicas, y están arraigadas en las desigualdades y estereotipos de género en la sociedad.

Prácticas Laborales

Nuestra cultura organizacional integra tres (3) aspectos que nos permiten mantener una dinámica y ambiente de trabajo flexible, inclusivo y en constante evolución: Bienestar, Horizontalidad y Aprendizaje Constante, y Diversidad.

Bienestar

Tomamos decisiones relacionadas a las actividades de nuestro equipo de trabajo, buscando el bienestar individual y colectivo y el balance vida-trabajo.



Trabajo Remoto

El 100% de nuestro equipo de trabajo trabaja remotamente. Esta práctica, además de facilitar el balance vida-trabajo, ayuda a reducir nuestro aporte a la generación de emisiones de gases de efecto invernadero.



Horario Flexible

Implementamos horarios de trabajo flexible que permiten a cada miembro del equipo de trabajo cumplir sus objetivos y atender sus asuntos personales, educativos y de salud.



Igualdad

Promovemos igualdad y equidad de oportunidades y asignamos responsabilidades en función de las capacidades y habilidades de cada persona. Así cada uno actúa desde su mejor rol.



Libertad de Expresión

Promovemos la libre expresión de la personalidad en todas las dimensiones materiales, intelectuales, culturales, artísticas, religiosas y de diversidad sexual de cada individuo.

Prácticas Laborales

Horizontalidad y aprendizaje constante

Practicamos el arte del liderazgo participativo (Art of Hosting) como una forma de promover conversaciones abiertas y significativas dentro de nuestro equipo de trabajo y así facilitar la sabiduría colectiva, el trabajo conjunto y la cocreación.



Conversación

Todos los espacios de encuentro entre el equipo de trabajo están guiados por una lógica de diálogo abierto y escucha atenta. Así podemos trabajar de forma orgánica en escenarios de alta complejidad.



Aprendizaje

Creamos espacios de aprendizaje sobre nuevas tendencias, metodologías y teorías que permiten al equipo adaptarse ante los cambios y promover la innovación.

Diversidad

Creemos en la diversidad (antecedentes, experiencias, perspectivas) como una fuente esencial de la innovación, la adaptabilidad y la flexibilidad. Es también clave en la búsqueda de la justicia y la igualdad.

- El 45% de nuestros colaboradores tiene edades entre los 25 y 35 años, mientras que el 55% restante se encuentra en el rango de edades entre los 35 y 60 años.
- El 77% de nuestros colaboradores cuenta con formación académica a nivel de posgrado. Además, el 95% posee experiencia laboral superior a los 6 años.
- Nuestros colaboradores se encuentran ubicados en diversas ciudades de Colombia (Bogotá, Medellín, Cali, Santa Marta y San Augustin) y en Estados Unidos (Midwest).

Presencia territorial de nuestro equipo

Gracias a nuestra estructura y formas de trabajo, contamos con colaboradores en distintos lugares del país.

Santa Marta (Magdalena)

4% Colaboradores

Medellin (Antioquia)

22% Colaboradores

Cali (Valle del Cauca)

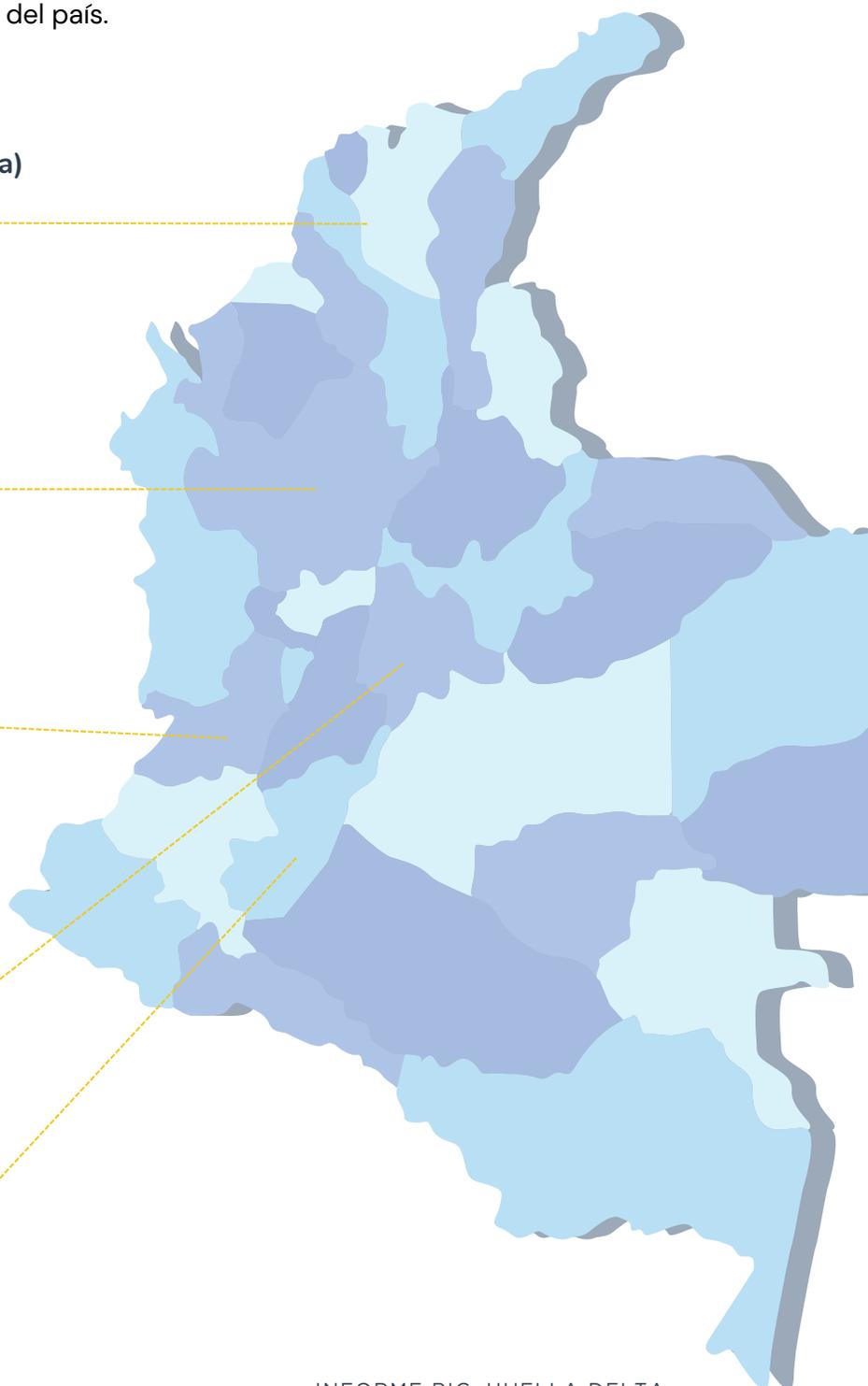
27% Colaboradores

Bogotá

30% Colaboradores

San Agustín (Huila)

9% Colaboradores



Prácticas con la Comunidad

Enfocamos nuestro modelo de negocio en comunidades rurales que se encuentran condiciones históricas de desigualdad y en situación de vulnerabilidad social y económica —comunidades campesinas, indígenas, afro. Estas comunidades son las principales usuarias de nuestros servicios. Trabajamos con ellas como pares, adaptándonos a sus necesidades, respetando su conocimiento local y formas de gobernanza, promoviendo su capacidad de actuar de manera autónoma e informada sobre el futuro de sus empresas e iniciativas productivas.

Entre 2021 y 2022, acompañamos a organizaciones de base comunitaria cuyas iniciativas productivas están estrechamente relacionadas con procesos de autonomía, gobernanza del territorio y construcción de tejido social. Este acompañamiento se dio en el componente de acceso a mercados de iniciativas lideradas por WWF Colombia y NESsT.

Hemos acompañado a organizaciones con distintas formas de gobernanza con sus territorios y en cuyos modelos de negocio el fortalecimiento de la identidad y la creación del tejido social hacen parte central.

Fortalecimiento de identidad y preservación cultural

Nuestro trabajo con comunidades étnicas y campesinas involucra el fortalecimiento de su identidad y la preservación de su patrimonio cultural. En estos procesos reconocemos y valoramos los conocimientos tradicionales, las prácticas y las técnicas ancestrales y artesanales de las comunidades.

En nuestro acompañamiento incorporamos estos aspectos como un diferencial de sus negocios y lo incorporamos en la estrategia de comunicación y de relación con clientes.

Reconciliación y reintegración social

Hemos acompañado iniciativas productivas conformadas por excombatientes, creadas como un medio para promover la integración e inclusión en la vida social y económica de la región. Creemos que desarrollar estos negocios contribuye a la construcción de la paz, la estabilidad y la cohesión social.

Prácticas con la comunidad Colombia



- Chocolate de mesa** [Circuito corto] Campesina ●
- Cacao especial y amazónico** [Chocolatería Nacional y Europea] Campesina e indígena ●●
- Néctar de mucílago y Chocolate mesa** [Circuito corto] Campesina ●
- Cacao amazónico** [Chocolatería Nacional y Europea] Indígena ●



- Turismo naturaleza y aventura** [Turista y agencia Regional y Nacional] Campesina ●●●● y reincorporados ●
- Hospedaje** [Turista y agencia Nacional e internacional] Indígena ●



- Aceite natural de cacao** [Industria cosmética Nacional, EEUU y Europea] Indígena ●
- Plantas medicinales** [Local y regional] Campesina ●
- Aceites esenciales** [Regional y nacional] Indígena ●



- Aceite de Sacha Inchi** [Industria de alimentos y laboratorios] Campesina ●
- Aceite Milpés** [Autoconsumo, restaurantes regional y nacional] Indígenas ●



- Miel de abeja Apis** [Circuito corto] Campesina ●
- Miel de abeja Apis y Nativa Sin Aguijón** [Circuito corto y mercado de nicho] Campesina ●



- Café especial pergamino seco** [Consumo interno y exportación] Campesina ●●



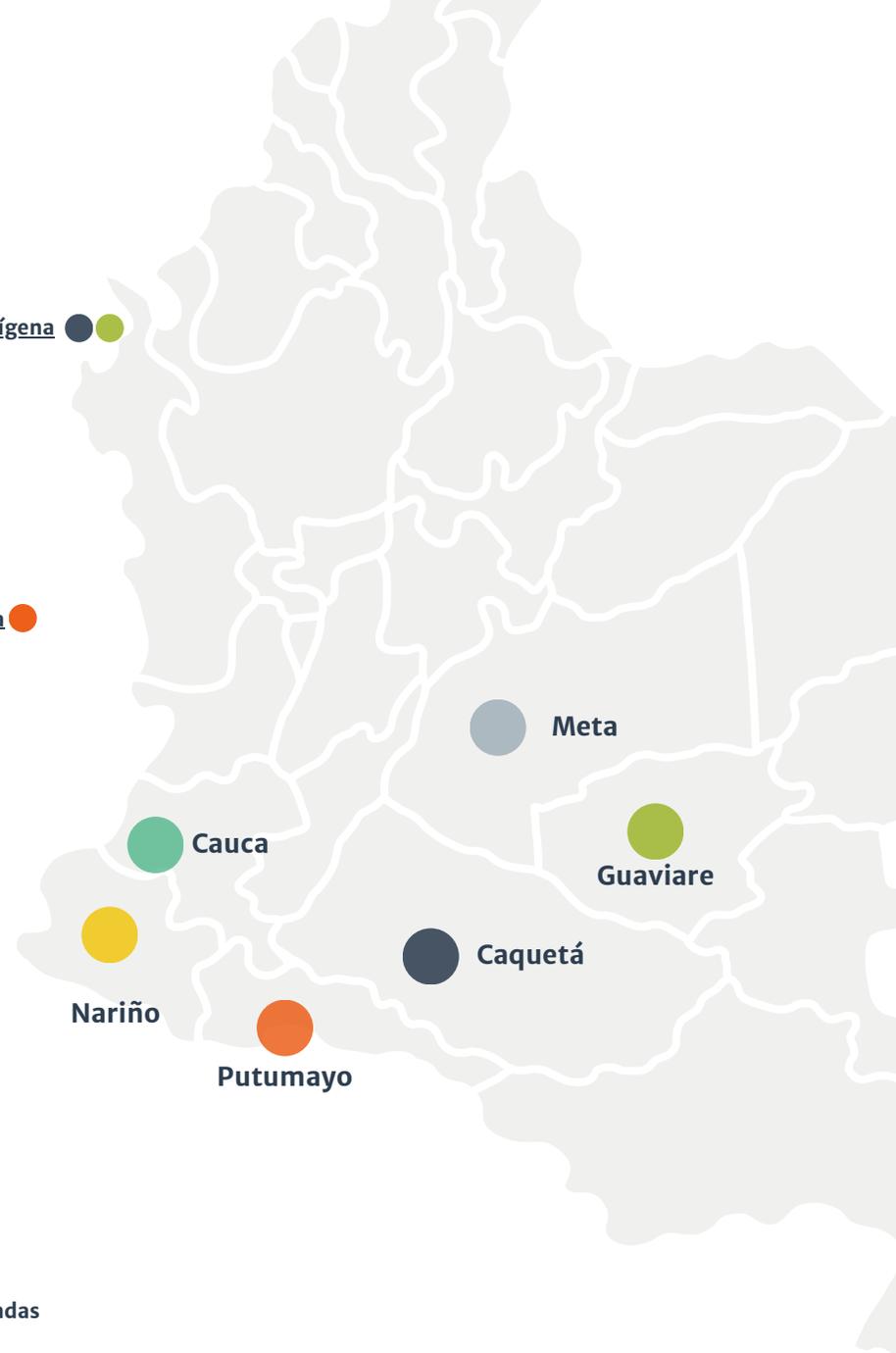
- Mascaras enchapadas en chaquira y accesorios** [Ferias y tiendas de bisutería artesanal y souvenir nacional e internacional] Indígena ●



- Lácteos a partir de Ganadería en sistemas agroforestales** [Circuito corto y tiendas leche y queso] Campesina ●



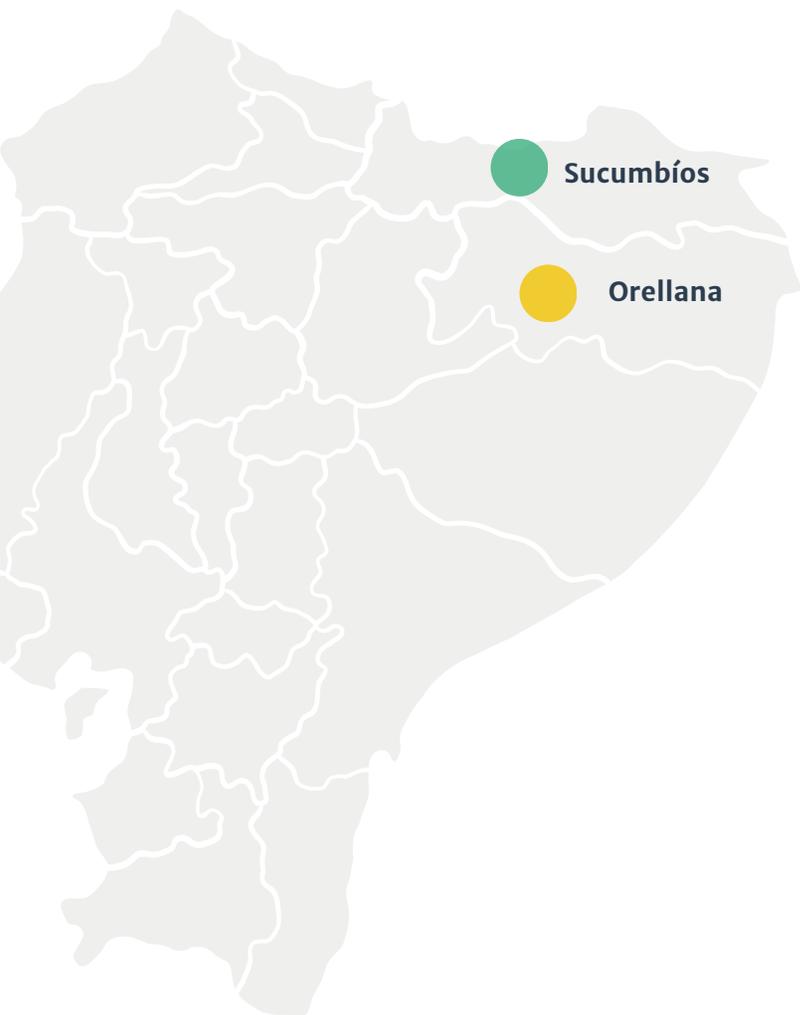
- Derivados de frutas, hortalizas y de otros cultivos agrícolas** [Circuito corto] Campesina ●



Convenciones

Nombre producto
[Tipo de mercado]
Tipo de comunidad

Prácticas con la comunidad Ecuador



Bebida energizante natural de de guayusa tradicional [Cadenas supermercados y tiendas especializadas productos naturales nacional]
Indígena ●



Turismo de naturaleza y etnoturismo [Agencias de turismo masivo con destinos culturales, naturales, emergentes y sostenibles nacionales]
Indígena ● ●

Convenciones

Nombre producto
[Tipo de mercado]
Tipo de comunidad

Prácticas con la comunidad Perú



Chocolate orgánico en Bitter, Pasta de cacao, manteca, polvo y Nibs

[Chocolaterías Europeas y tiendas especializadas de productos naturales, orgánicos y artesanales nacionales]

Indígena ● ●



Turismo de naturaleza y etnoturismo en la reserva natural Bosque de las Nuwas

[Turista y agencia de destinos emergentes nacional e internacional] Indígena ●



Aceite natural de Aguaje [Industria cosmética natural con marca propia y Tienda especializada de productos naturales nacional] Indígena ●

Castañas orgánica y aceite [Comercializadores de superalimentos amazónicos y empresa transformadora nacional e internacional] Indígena ●

Plantas medicinales [Circuito corto, tiendas y Fitolaboratorios nacionales] Indígena ●



Paichei [Restaurantes de gastronomía amazónica, Tiendas especializadas, Cadenas supermercados y Comercializadores de superalimentos amazónicos] Indígena ●

Comercio legal de tortuga taricayas [Autoconsumo, Restaurantes de gastronomía amazónica y comercializadores de huevos para consumo] Indígenas ●

Pulpas de unguurahui y aguaje congeladas [Heladerías artesanales, Empresas de bebidas de frutos amazónicos, y Comercializadores de superalimentos amazónicos nacionales] Indígena ●

Plátano Bellaco [Empresas que producen harinas y snack a partir de plátano y Comercializadores de superalimentos amazónicos nacionales] Indígenas ●



Convenciones

Nombre producto
[Tipo de mercado]
Tipo de comunidad

Prácticas Ambientales

Nuestro compromiso ambiental está en el corazón de nuestro modelo de negocio. Trabajamos principalmente con iniciativas productivas que tienen como uno de sus diferenciales la conservación, restauración o protección de distintos ecosistemas estratégicos.

Entre 2021 y 2022, acompañamos a organizaciones de base comunitaria con operaciones en zonas de amortiguación de las áreas protegidas en la región amazónica de Colombia, Perú y Ecuador. Nos aseguramos que sus modelos de negocio reconozcan su diferencial ambiental y tomen decisiones comerciales buscando fortalecerlo, para así garantizar la conservación de la biodiversidad y los servicios ambientales que brindan.

Hemos acompañado organizaciones que tienen dos tipos de relación con los ecosistemas:

Aprovechamiento sostenible de los recursos naturales

Comunidades que realizan prácticas de producción y/o colecta sostenibles con recursos de la biodiversidad. Estas incluyen productos tradicionales como cacao, café, insumos para las artesanías indígenas, colecta de productos forestales no maderables, productos apícolas y ganadería en sistemas agroforestales.

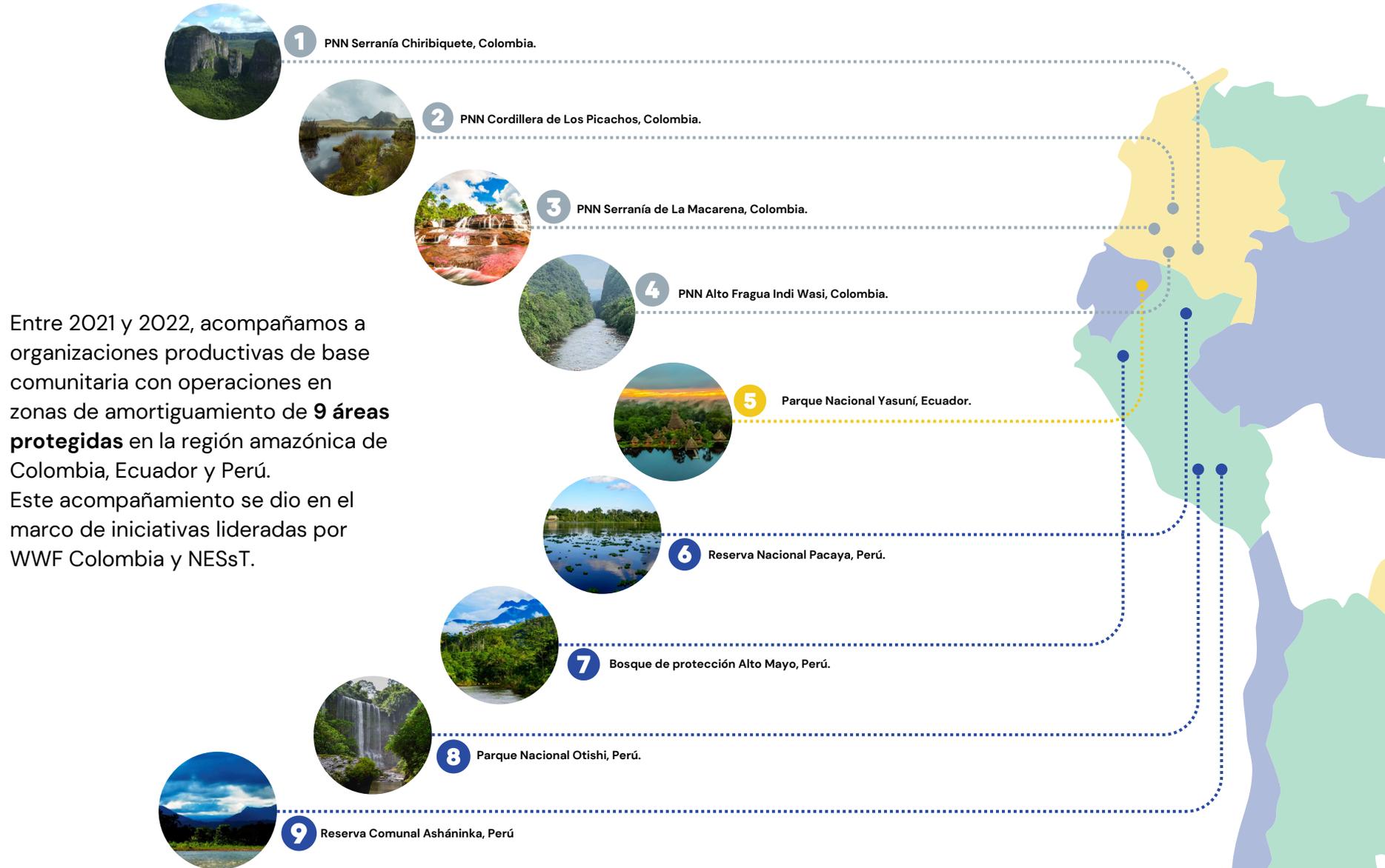
Hemos acompañado iniciativas y organizaciones rurales comercializando estos productos en circuitos de mercados locales, nacionales e internacionales.

Prestación de servicios basados en el valor ecosistémico

Iniciativas que desarrollan servicios turísticos, de naturaleza, aventura, y comunitario, basados en la valoración y apreciación de los ecosistemas estratégicos. Hemos acompañado en la identificación y desarrollo de acceso a mercados a iniciativas que desarrollan estos tipos de turismo, promoviendo la importancia de estos ecosistemas, al tiempo que generan beneficios económicos para las comunidades locales.

Prácticas ambientales

Al promover estos modelos de negocio sostenibles, buscamos que haya una mejora en los medios de vida de las comunidades, reducir paulatinamente la presión sobre los bosques y se fortalezcan los procesos de gobernanza en los territorios.



Casos de soluciones efectivas de acceso al mercado

La experiencia nos ha demostrado que es viable lograr resultados concretos de acceso al mercado trabajando con organizaciones comunitarias rurales. Es posible con un acompañamiento que ofrece enfoques multidimensionales, planes realistas y optimizando el tiempo de todos los involucrados.

A continuación presentamos algunos resultados que hemos obtenido usando este enfoque acompañando el componente de acceso a mercados en proyectos liderados por WWF en Colombia.



Caso: Empresa de turismo de aventura y naturaleza liderada por Reincorporados, Caquetá

Necesidad: Orientación de inversiones requeridas para mejorar desarrollo comercial y aumentar ventas.



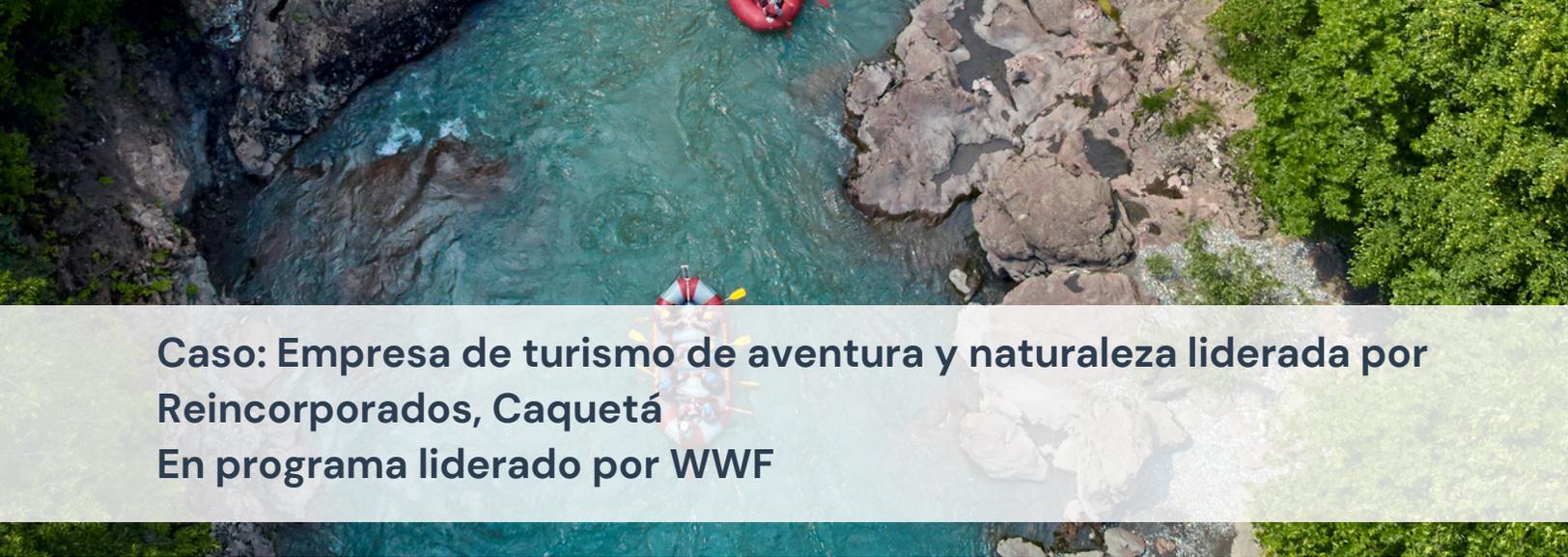
Caso: Asociación campesina de productores de cacao, Caquetá

Necesidad: Articulación entre aspectos de conservación, certificación orgánica y trazabilidad en la calidad de cacao orientada a un desarrollo comercial de cliente internacional.



Caso: Empresa indígena de Ingredientes Naturales, Putumayo.

Necesidad: Identificación de diferenciales de producto (ingrediente natural amazónico), sociales y ambientales para orientar un desarrollo comercial a cliente internacional. .



Caso: Empresa de turismo de aventura y naturaleza liderada por Reincorporados, Caquetá En programa liderado por WWF

Necesidad: Orientación de inversiones requeridas para mejorar desarrollo comercial y aumentar ventas.

Resultados del trabajo articulado Huella Delta – Empresa de Turismo Comunitaria

15%

de incremento de las ventas en el periodo 2022 -2021

FOCALIZACIÓN DE INVERSIONES

La priorización adecuada de inversiones —capital de trabajo, publicidad y marketing, personal, desplazamiento y logística— permitió fortalecer la capacidad comercial del equipo.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Se identificaron los volúmenes mínimos reales de venta acorde a la capacidad de operación, estableciendo un mix de ventas que ha ayudado a alcanzar el punto de equilibrio.

ARTICULACIÓN TERRITORIAL

Los datos comerciales recopilados fueron utilizados como insumo para el Plan de Ordenamiento Ecoturístico (POE) de la zona de amortiguación del Parque Nacional Natural.



Caso: Asociación campesina de productores de cacao, Caquetá En programa liderado por WWF

Necesidad: Articulación entre aspectos de conservación, certificación orgánica y trazabilidad en la calidad de cacao orientada a un desarrollo comercial de cliente internacional.

Resultados del trabajo articulado Huella Delta – Asociación Campesina:

150%

de incremento en la proyección de ventas al 2025 como resultado de acuerdo comercial

50%

de aumento en la capacidad proyectada de producción para el 2024, como resultado de inversiones focalizadas

140 Has

en acuerdos de conservación firmados por los productores con la asociación

\$1,500

de aumento en el precio por kilo de cacao convencional a cliente nacional e internacional, en el periodo 2021-2022

40 productores

en proceso de conversión a certificación orgánica

**CAPACIDAD PARA
MANTENER CERTIFICACIÓN**

Equipo técnico capacitado para garantizar el cumplimiento del sistema de control interno para la certificación orgánica



Caso: Empresa indígena de Ingredientes Naturales, Putumayo En programa liderado por WWF

Necesidad: Identificación de diferenciales de producto (ingrediente natural amazónico), sociales y ambientales para orientar un desarrollo comercial a cliente internacional.e inversiones requeridas para mejorar desarrollo comercial y aumentar ventas.

Resultados del trabajo articulado Huella Delta – Empresa Indígena:

PROPUESTA DE VALOR

Se identificaron los componentes clave del producto y de los diferenciales que son de interés real para el mercado.

ESTRATEGIA COMERCIAL

Se definió a base de evidencia una estrategia comercial que incluye tipo de mercado a desarrollar, perfiles de cliente y canales.

REQUISITOS DE EXPORTACIÓN

Se identificaron los requisitos que debe cumplir la empresa para exportar a los perfiles de clientes internacionales validados.

TRAZABILIDAD

Se definieron los aspectos clave de trazabilidad a partir de información de clientes en pruebas de mercado.

Voces de algunas de las organizaciones que hemos acompañado entre 2021 y 2022:



Huella Delta nos proporcionó bases concretas y lineamientos claros sobre cómo seguir adelante. Fue el primer acompañamiento que realmente nos brindó resultados específicos, junto con documentos e insumos importantes. Agradecemos todo el trabajo realizado, ya que consideramos que son una empresa que comparte nuestra pasión y compromiso como productores.

Líder de Asociación de Productores de cacao

Gracias al acompañamiento de Huella Delta, hemos mejorado nuestra comprensión del modelo de negocio y hemos identificado estrategias clave para alcanzar el punto de equilibrio y mejorar nuestras relaciones con los clientes. Nos han proporcionado información rigurosa con la que no contábamos, lo que nos permitirá abordar los desafíos para posicionar nuestra experiencia única en aventura y memoria histórica como destino turístico en la región.

Líder de iniciativa de turismo

El proceso con Huella Delta fue valioso, ya que aportó a nuestra visión estratégica y mejoró nuestra imagen corporativa. También nos ayudó a comprender mejor a nuestros diferentes tipos de clientes, teniendo en cuenta nuestros diferenciadores como parte de nuestra gestión comercial. Este proceso ha fortalecido a nuestra empresa, proporcionándonos herramientas para enfrentar el mercado internacional y aterrizar hipótesis que teníamos, lo que es especialmente importante, ya que esto requiere tiempo y dinero.

Cofundadora empresa de biocosméticos





Nuestra gratitud a todos los aliados, organizaciones, empresas y comunidades rurales, con las que compartimos el propósito de mejorar los medios de vida y la conservación de los ecosistemas a través de mejores relaciones con el mercado.

Este informe fue elaborado por el equipo motor de Huella Delta.

Jenny Melo
Ana María Ramirez
Nataly Hernández
Eliana Villota

Mayo, 2023

Contacto

Huella Delta Impacto Colectivo
Bogotá

www.huelladelta.com 
somos@huelladelta.com 
[huella-delta](https://www.linkedin.com/company/huella-delta) 