ESTUDIO Y ANÁLISIS DE MERCADO DE PALMA REAL, MAJO Y COPOAZÚ

EN LA CIUDAD DE COBIJA, BOLIVIA

2022

El presente documento fue elaborado dentro el Programa de Empoderamiento Local Asociación Boliviana para la Investigación y Conservación de Ecosistemas Andino-Amazónicos (ACEAA - Conservación Amazónica)

Autores: Daniel Ardaya y Janys Saavedra

Edición: Janys Saavedra

Diseño y maquetado: CreArte Diseño

Fotografías: Abraham Poma, Junior Lima, Lirio Lima, Misael Campos y Natalio Roque.

ISBN: 978-9917-9889-8-4

Depósito Legal: 4-2-1802-2022

Cita sugerida:

ACEAA-Conservación Amazónica. 2022. Programa Empoderamiento Local. Estudio y análisis de mercado para la palma real (***Mauritia flexuosa***), majo (***Oenocarpus bataua***) y copoazú (***Theobroma grandiflorum,*** **Sterculiaceae (Malvaceae))** en la ciudad de Cobija, Folleto Técnico, La Paz, Bolivia, 20 p.

Elaborado por:

Con el apoyo de:

PRESENTACIÓN

La Asociación Boliviana para la Investigación y Conservación de Ecosistemas Andino-Amazónicos (ACEAA-Conservación Amazónica) trabaja con el fin de fortalecer y diversificar los beneficios derivados del aprovechamiento de diferentes recursos de la biodiversidad de los bosques amazónicos del norte de Bolivia, mejorando las condiciones de vida de comunidades campesinas e indígenas que habitan en esta región.

Es por esto, que la generación de información técnica para la toma oportuna de decisiones por parte de los actores involucrados en las cadenas de valor de los distintos recursos es de gran importancia. Este es el caso del aprovechamiento y transformación de los frutos de majo (***Oenocarpus bataua***) y palma real (***Mauritia flexuosa***), especies de palmeras que crecen naturalmente en la Amazonía, además del copoazú (***Theobroma grandiflorum***, Sterculiaceae) cultivado, que complementa y diversifica las alternativas productivas de las comunidades e iniciativas productivas.

Actualmente, si bien estos frutos se consumen en su mayoría localmente, presentan nichos de mercado emergentes en la región amazónica, abriendo la posibilidad de comercializar su pulpa u otros derivados de los frutos. Es en este sentido, que el presente estudio pretende aportar a la dinámica comercial de los productos primarios y secundarios de estos frutos con información obtenida en el centro urbano del municipio de Cobija. Estos datos serán fundamentales para vincular a los emprendimientos artesanales y semi-industriales de producción y venta de pulpa con un mercado en crecimiento.

Marcos Terán Valenzuela
Director Ejecutivo ACEAA-Conservación Amazónica

INTRODUCCIÓN

La Amazonía es una región mega diversa que brinda a los pobladores locales una variedad de frutos, que son fundamentales para garantizar su seguridad alimentaria como para la generación de actividades y oportunidades económicas sustentables basada en la rotación de recursos según su disponibilidad en épocas de cosecha y recolección.

Los frutos amazónicos tienen un importante potencial de mercado en la industria alimenticia por su composición nutricional, característica que actualmente responde a tendencias de mercados saludables, orgánicos, ecológicos y naturales en crecimiento. En este escenario, se espera un incremento de consumo del 20% en el mercado de salud y bienestar para el 2025 (Euromonitor, 2021). Por otro lado, los hábitos alimenticios de los consumidores están cambiando a causa del COVID 19, dando prioridad a la salud, generando un impacto en la elección de productos más saludables y sustentables.

En la amazonia boliviana los frutos amazónicos como el majo, copoazú y palma real entre otros, son aprovechados por las familias de la región, principalmente para el consumo local, sin llegar a comercializarse o posicionarse en otras ciudades del país por diferentes razones. A continuación, se describe brevemente las características principales de estos tres frutos de origen amazónico.

El ***Oenocarpus bataua*** (Aracaceae) conocido como majo en el norte amazónico del país, pataua en Brasil, milpesos o seje en Colombia, chapil en Ecuador, unguraui en Perú y aricagua en Venezuela (Paniagua –Zambrana, N. 2005) es una palmera originaria del noreste de América del Sur y Panamá, se encuentra distribuida en las Guyanas y al norte de la cuenca amazónica, que abarca el Perú, Colombia, Venezuela y Brasil (IIAP, 1997); en Bolivia está distribuida al noreste de La Paz, este de Cochabamba, oeste de Santa Cruz, centro y noreste de Pando, sudoeste y noreste de Beni (Mostacedo et al. 2003). Esta palmera llega a medir hasta 25m de altura, su fruto tiene de 2,5 a 4,5 cm de largo y 2,2 a 2,5 cm de diámetro y es de color púrpura oscuro-negro, se cosecha durante los 12 meses del año, ocurriendo en algunas zonas desde octubre a marzo.

Este fruto es muy apreciado por los pobladores de la región amazónica. Tradicionalmente como alimento básico se consume crudo y preparado en bebidas donde su pulpa contiene proteína comparable con la proteína animal y mejor que la mayoría de granos y leguminosas (Rojas et al 2018). También es posible obtener aceite de majo, producto que es considerado de alta calidad ya que es mucho menos susceptible a la oxidación, por lo que tiene alta estabilidad y larga vida útil. En comparación con el aceite de oliva tiene similar sabor y composición química (IIAP, 2009; Ocampo et al., 2013) su consumo tiene beneficios para la salud cardiovascular (Chaves et al. 2020).

Las propiedades químicas del aceite de majo podrían ser usadas en una amplia gama industrial alimenticia y farmacéutica además de presentar un alto potencial en la industria cosmetológica, dado al creciente interés a nivel mundial en el uso de productos naturales que beneficien la salud humana y ambiental (Ortega et al., 2015; Valencia et al., 2013).

El copuazú o (***Theobroma grandiflorum***, Sterculiaceae (Malvaceae)) es pariente muy cercano del cacao, es un árbol originario de la amazonía oriental con una amplia distribución en toda esta región principalmente por sistema agrosilvicultural, este fruto puede encontrarse de forma silvestre en la parte sur y sudoeste de Pará en Brasil, su cultivo se viene realizando en la Amazonía continental y en Bolivia en el municipio de Guayaramerín, las provincias vecinas del departamento de Pando y alrededores de la ciudad de Cobija (Peralta et al, 2009). El árbol puede llegar a una altura de 20 m en bosque natural, y en cultivo a 8 m de altura, el fruto presenta características de tipo baya de forma ovada, elíptica u oblonga de 12 a 15 cm de longitud, su peso promedio de 1,5 kg, aunque en el Brasil se llegó a registrar frutos de hasta 4 kg (Ariza et al., 2001), el fruto puede contener de 20 a 50 semillas envueltas de abundante pulpa de color blanco, crema o amarillo cremoso, generalmente la mayor época de producción o fructificación está entre los meses de abril a junio.

En el norte amazónico del país el consumo es especialmente en jugos, refrescos, helados, néctares, mermeladas, la pulpa tiene un gran potencial agroindustrial por contener baja acidez que facilita la conservación. Su cáscara es considerada como un excelente abono orgánico. (Rojas, Zapata, Pereira & Varón, 1996; Hernández & Calderón, 2006).

Mientras que la semilla al igual que el cacao se utiliza para elaboración de un tipo de chocolate blanco. Por su alto contenido de proteína y grasa se emplea

en la preparación de manteca de copoazú que se compone de ácidos grasos beneficiosos para la hidratación de la piel y el cabello, protege contra los efectos dañinos de los rayos UV del sol, y es 1,5 veces más hidratante que la manteca de karíte ***(Vitellaria paradoxa)***, siendo un potencial insumo para la industria de la cosmética (Alimentos Andinos, 2020). La manteca o grasa del copoazú puede ser un sustituto de la manteca de cacao, presentando características nutracéuticas superiores por su composición y mayor concentración de los ácidos grasos insaturados (Moreno et al.,2013).

El copoazú presenta alto contenido de fósforo y contenido medio de calcio, vitamina C, grasas insaturadas y fibra, evitando la hipertensión arterial, las insuficiencias cardíacas, las cardiopatías y otros problemas relacionados (Quintero, 2020). Brinda un efecto positivo a la salud de los consumidores similar a los del cacao (Díaz y Fernandéz, 2020), además de tener un efecto similar al de la cafeína, pese a no contener esta sustancia, es uno de los pocos parientes del cacao que no lo hace, sin embargo, conserva este efecto energético. (INDECOPI BIOPAT Perú, 2019)

Brasil es el país productor y exportador de copoazú a nivel mundial, al ser un fruto originario de la región. Los países con mayor demanda de este producto son Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, Italia, Bélgica, Países Bajos que lo utilizan principalmente para la industria alimentaria y cosmética (Meneses, 2020).

La ***Mauritia flexuosa*** (Aracaceae) conocida en Bolivia con el nombre de palma real, canangucho en Colombia, buriti en Brasil y aguaje en Perú (Morcote y Bernal 2001), es una de las palmeras más abundantes en la región amazónica; se distribuye en el occidente por Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia; y hacia el oriente por Venezuela, las Guyanas, Trinidad y los estados brasileños de Bahía, Goiás, Mato Grosso, Minas Gerais y Sao Paulo. Esta palmera alcanza una altura de 35 m, su diámetro oscila entre 30-60 cm, su fruto tiene una forma ovalada de aproximadamente 6 cm de largo por 4 cm de diámetro, en promedio, cubiertos por escamas de color rojo vino; crece en zonas de pantanos y poco drenaje, además puede llegar a producir 290 kg de fruto por palmera (IIAP, 2006).

La palma real es una especie clave en el paisaje amazónico de Sudamérica por ser un recurso de enorme versatilidad que ha sido empleado por pobladores de esta región desde tiempos precolombinos (Morcote y Bernal, 2001). Actualmente es parte de la base alimentaria de las comunidades locales y se utiliza para tratamientos de quemaduras de la piel y reumatismo (CIAT, 2018). En ciudades como Iquitos, Perú, se calcula que al menos cinco mil familias están relacionadas a la cadena de comercialización de este fruto en distintas presentaciones entre ellas: fruto maduro y verde, pulpa, jugos, helados, mermeladas y yogures.

Este fruto cuenta con una reserva alta de betacaroteno (vitamina A) cinco veces mayor comparado con la zanahoria y la espinaca conocidos por su alto contenido de vitamina A, recomendado para dieta de niños y madres gestantes pues ayuda a la formación y mantenimiento de dientes sanos, tejidos blandos y óseos, membranas mucosas y la piel (IIAP, 2006).

Es una de las palmas con mayor número de usos para nuevos productos de alto valor añadido en la industria de alimentos y cosmética por las características fisicoquímicas que contiene (CIAT, 2018). Uno de los subproductos más atractivos es el aceite de buriti o aguaje nombre con el que es comercializado, el cual se obtiene de la pulpa del fruto o de la corteza del árbol, conteniendo propiedades que proporcionan firmeza y cuidado de la piel (principalmente por su actividad anticancerígena y anti-UV), lo cual lo ha llevado a ser un ingrediente potencial como una alternativa orgánica o natural para las nuevas formulaciones cosméticas (PromPerú, 2021). Hoy en día el aceite de aguaje se vende directamente al consumidor o como insumo en países como Francia, España, Alemania y Corea del Sur (Sierra y Selva exportadora, 2018).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

¿Qué se buscaba conocer?	Metodologías y herramientas de investigación
Datos e información acerca de la demanda actual y potencial de mercado de palma real, majo y copoazú, en lugares de compra con mayor preferencia, características importantes a la hora de decidir una compra	Encuesta de dieciséis preguntas compuestas: dos preguntas abiertas, once cerradas y tres mixtas.
	El estudio se realizó en seis distritos urbanos del del Municipio de Cobija, tomado como referencia aquellos con mayor población y actividad económica. La muestra de la población fue de 382 habitantes, las encuestas fueron realizadas en julio del 2021 (92 en Distrito I, 99 en Distrito II, 42 en Distrito III, 50 en Distrito IV, 42 en Distrito V, 57 en Distrito VI) donde el 59% fueron mujeres y 41% hombres mayores de 15 años. Se realizó un análisis correlacional entre cada una de las variables facilitando el análisis de la demanda.
Identificar y caracterizar el perfil del consumidor, sus exigencias y necesidades	Se implementó la investigación descriptiva que facilitó puntualizar las características de los clientes como actitudes, preferencias actuales y potenciales con relación a la adquisición de los productos. Para el análisis del comportamiento de mercado se tomó en cuenta datos base del INE, Plan Territorial de Desarrollo Integral Departamental y Municipal entre otros.
Comprender la dinámica del mercado de Cobija para comercialización de la palma real, majo y copoazú	Con el fin de conocer los canales de distribución y comercialización, se realizó una muestra de 152 encuestas a puntos de venta con licencias de funcionamiento vigentes y registrados en el Gobierno Autónomo Municipal de Cobija. La encuesta constó de trece preguntas compuestas por diez cerradas y tres mixtas, que fueron realizadas en los seis distritos urbanos de Cobija (36 en Distrito I, 48 en Distrito II, 17 en Distrito III, 20 en Distrito IV, 17 en Distrito V, 23 en Distrito VI). A la par se realizó una investigación exploratoría ya que se cuenta con poca información en relación a la temática en Cobija.

RESULTADOS ESTUDIO DE MERCADO A CONSUMIDORES EN EL MUNICIPIO DE COBIJA

Conocimiento y preferencia de consumo del copoazú, majo y palma real en el Municipio de Cobija.

- El 22 % de las personas encuestadas mencionó que la fruta amazónica de preferencia para jugo o consumo diario es el asaí, el 14% menciona al copoazú, el 12% indica que todas las frutas, mientras que el 5% señala al majo y por muy debajo la palma real con el 0,3%.

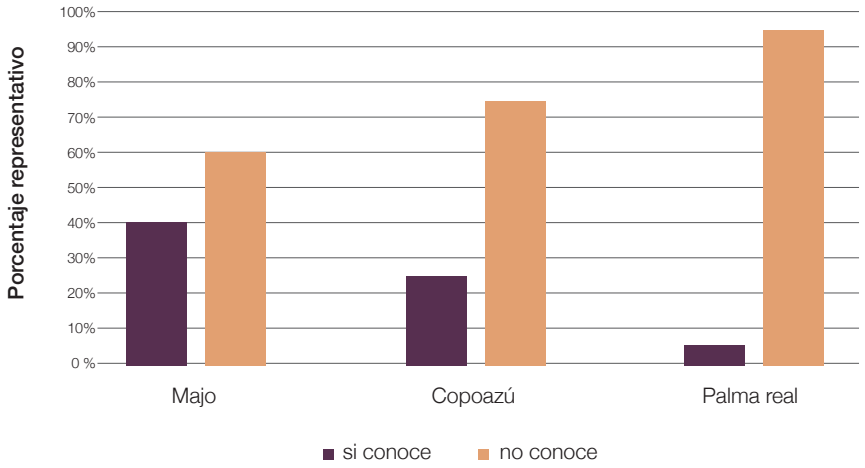
- En cuanto al conocimiento del copoazú, majo y palma real el 54% de los encuestados conoce los tres frutos, el 31% conoce el copoazú y majo y el 9% solo conoce el copoazú.

- Respecto al consumo en la ciudad de Cobija se consume mayormente el copoazú, seguido por el majo. Dato que coincide con más del 50% de preferencia por la presentación de jugo de copoazú seguido por el jugo de majo.

Grafico 1. ¿Consume copoazú, palma real o majo?

- A cerca del conocimiento sobre los beneficios nutricionales en el majo, copoazú y palma real más 50% de las personas encuestadas desconocen de estos beneficios.

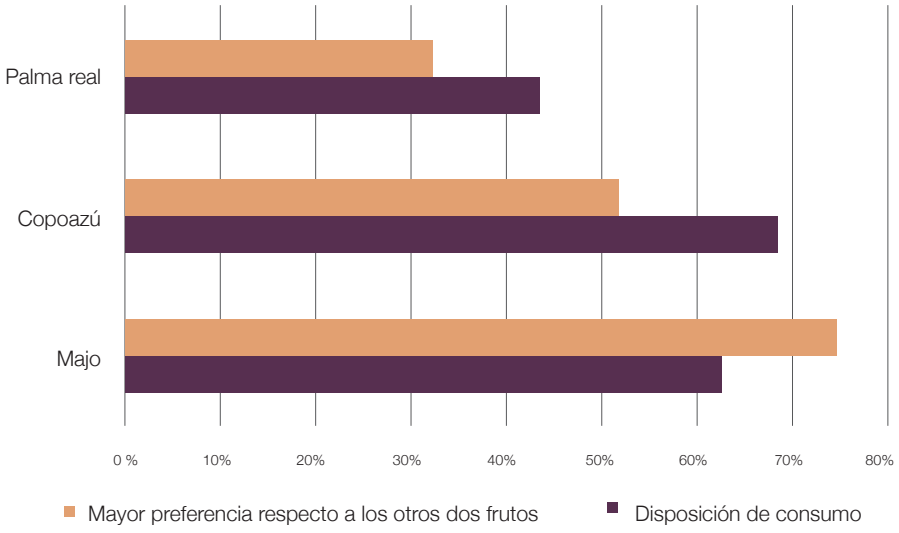
Grafico 2. ¿Conoce sobre los beneficios nutricionales del copoazú, palma real o majo?



Fotografía: Racimo con frutos de majo (*Oenocarpus bataua*) en palmera.

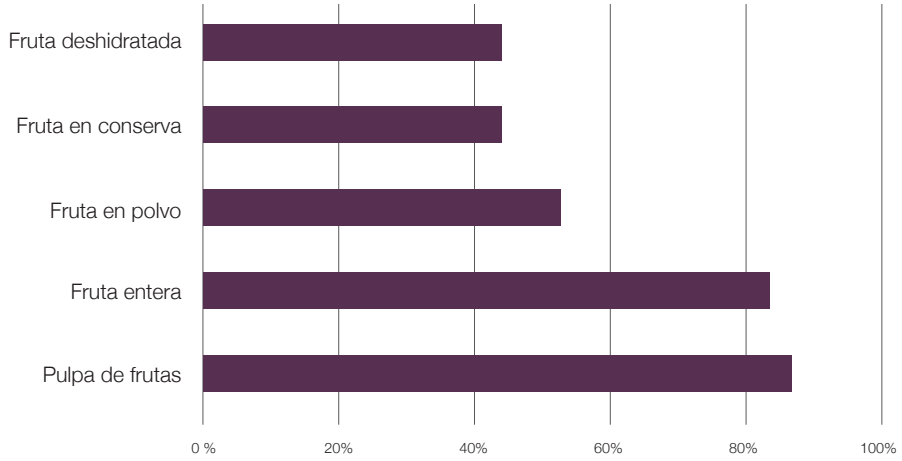
- Por otro lado, se consultó si conociendo los beneficios nutricionales de estos tres frutos estarían dispuestos a consumirlos de acuerdo con su preferencia, Resultando el copoazú con mayor disposición de consumo, y el majo como el producto de mayor preferencia sobre el copoazú y la palma real.

Gráfico 3. ¿Luego de conocer sobre los beneficios nutricionales estaría dispuesto a consumirlo? Mencione el orden de preferencia



- Las presentaciones que prefiere el consumidor es la fruta entera y pulpa de frutas, siendo esta última la con mayor aceptación

Grafico 4. Preferencias de consumo de las frutas y derivados

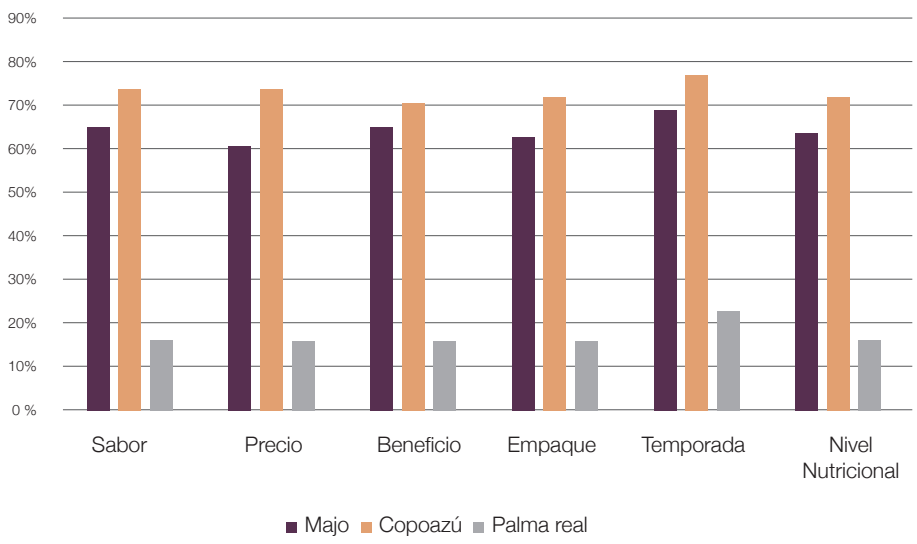


Características del producto que valora el consumidor, frecuencia y disposición de compra del copoazú, majo y palma real en el Municipio de Cobija.

- Respecto a las características que los consumidores consideran fundamentales al momento de comprar una fruta, más del 90% prioriza el sabor, aroma y frescura (mencionado en este orden de prioridad) y el 80% las vitaminas/aporte nutricional y el origen del fruto.

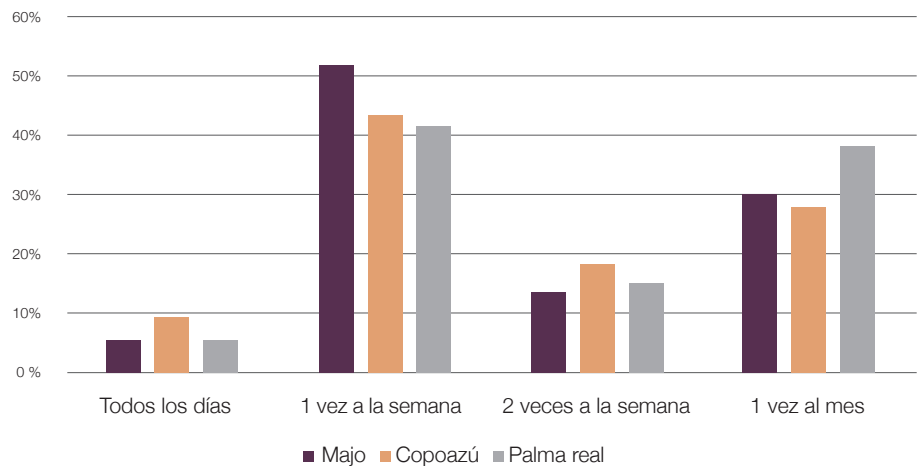
- Para el caso de la compra del copoazú, palma real y majo las características que consideran fundamentales los consumidores para su compra principalmente es la disponibilidad que tiene que ver con la temporada del fruto y el sabor.

Grafico 5. Características más importantes consideradas a la hora de comprar majo, copoazú y palma real



- Entre el 40% y 50 % de los encuestados prefiere adquirir los tres productos una vez a la semana y el 32% en promedio, realiza su compra una vez al mes, esto dependerá de la temporada y disponibilidad del fruto.

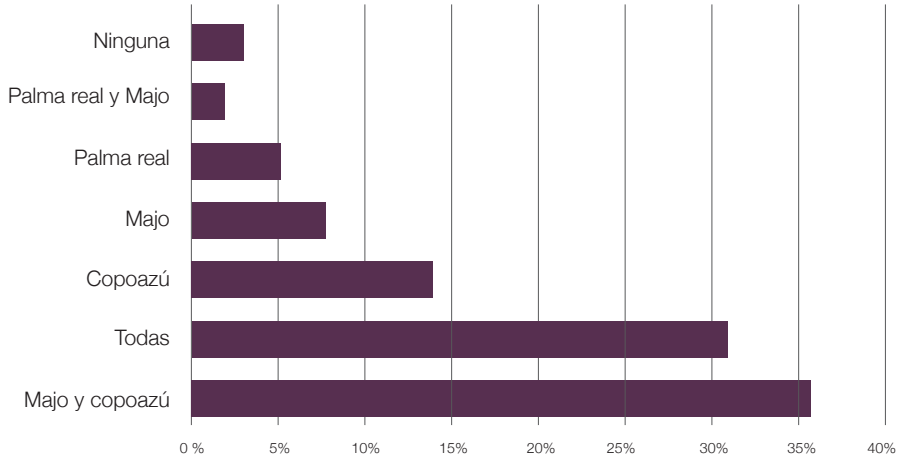
Grafico 6. Frecuencia de compra de majo, copoazú y palma



Fotografía: Natalio Roque (ACEAA). Fruto de palma real (*Mauritia flexuosa*).

Sobre la disposición de compra el 36% está dispuesto adquirir especialmente dos frutos: majo y copoazú, el 31% tres frutos: majo, copoazú y palma real, y el 14% solo copoazú, siendo éste, entre los tres frutos, el que tendría mejor disposición de compra en Cobija.

Gráfico 7. Disposición de compra de majo, copoazú y palma real

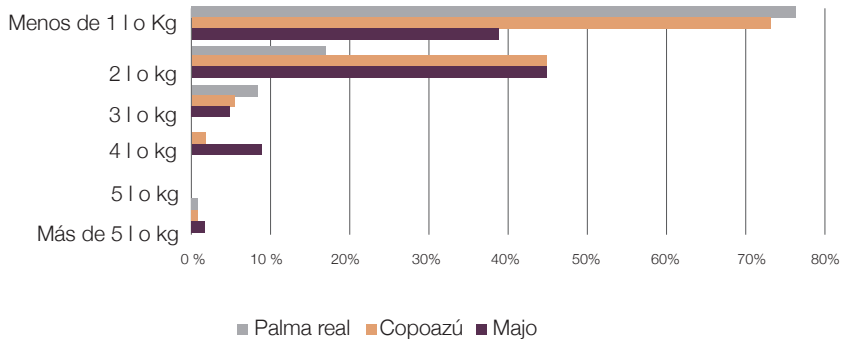


Compra semanal de pulpa en kilos o litros de copoazú, majo y palma real, disposición de pago y lugar de preferencia de compra en el Municipio de Cobija.

Con relación a la cantidad de compra semanal por el consumidor, se observa que el majo se consume en 2 litros o kilos semanalmente, mientras que el copoazú y la palma real se consumen por menos de 1kilo o litro por semana, es importante considerar que estos datos están condicionados a la disponibilidad en el mercado en relación a la temporada del fruto.

Respecto a la cantidad que el consumidor está dispuesto a comprar por semana a futuro, el resultado no cambia significativamente.

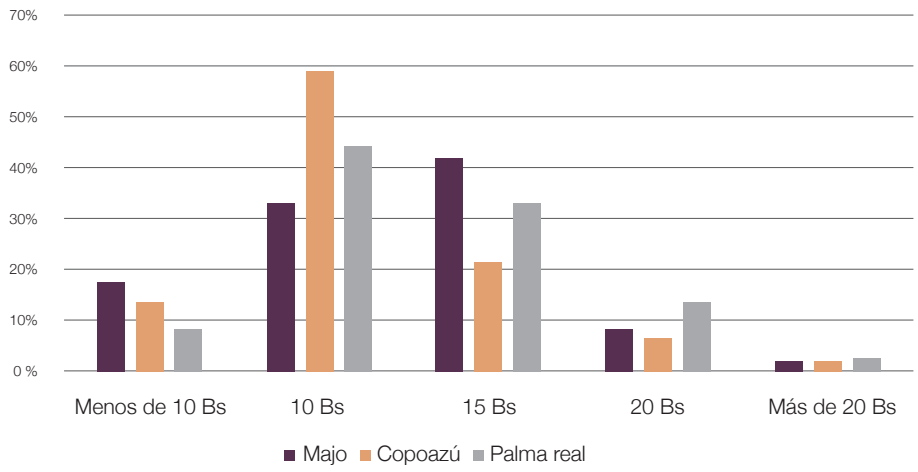
Grafico 8. Cantidad semanal de compra de pulpa de majo, copoazú y palma real



Actualmente la mayoría de los encuestados paga un precio promedio de 15 Bs por un litro o kilo de majo, y por la misma cantidad de copoazú y palma real se paga 10 Bs.

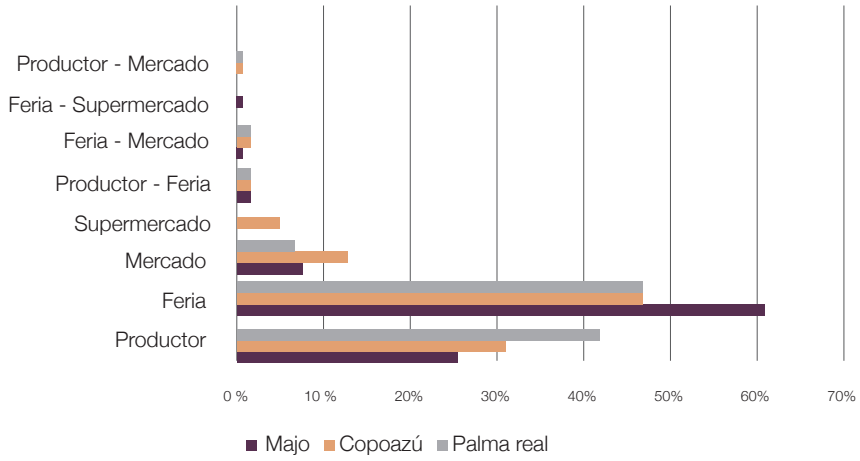
Respecto a la disposición de pago por un litro o kilo de copoazú, majo o palma real solo un 10% de los encuestados está dispuesto a pagar 20 Bs, mientras que más del 50% de los consumidores pagaría entre 10 Bs y 15 Bs por el mismo peso y por cualquiera de estos tres frutos.

Gráfico 9. Precio promedio de un litro o kilo de pulpa de majo, copoazú y palma real en el municipio de Cobija



El lugar de compra de pulpa o fruto de copoazú, majo y palma real más frecuentado es la feria, seguido de la compra al productor

Gráfico 10. Lugar de preferencia de compra de la pulpa o fruto de majo, copoazú y palma real en el municipio de Cobija

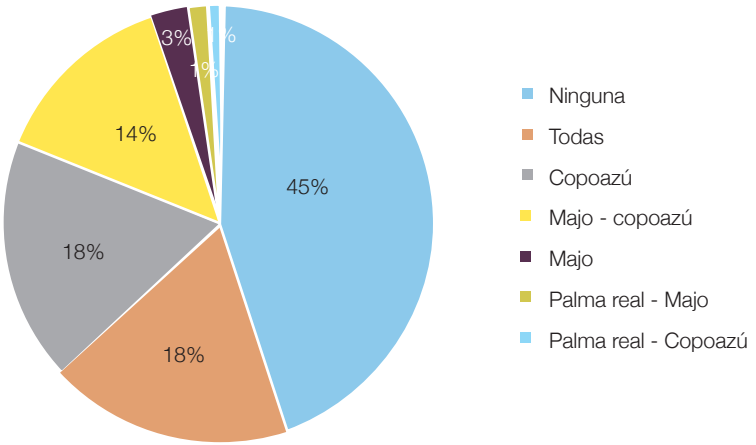


RESULTADOS DE LA OFERTA EN PUNTOS DE VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN EL MUNICIPIO DE COBIJA

Características de los negocios pequeños y medianos que ofertan productos alimenticios como jugos, frutos, etc.

- El 62% de los negocios encuestados menciona que no oferta copoazú, majo o palma real. Los negocios que venden copoazú llegan al 29% y solo el 3% menciona que incluye en su oferta a los tres frutos.
- Respecto con los aspectos que consideran los negocios para adquirir majo, copoazú o palma real, se mencionan el rendimiento y precio como los más importantes
- Sobre la disposición de compra de copoazú, majo o palma real por los negocios el 45% menciona que no está interesado por ninguno de los tres frutos, solo el 18% esta dispuesto a comprar copoazú y 3% majo.

Gráfico 11. Disposición de compra de majo, copoazú y palma real por puntos de venta



- Los negocios que no están dispuestos a comprar copoazú, majo o palma real mencionan dos principales razones, por un lado "no se vende" y por otro "no le interesa".
- Los propietarios de los negocios que ofertan estos tres productos los adquieren principalmente del productor y en segundo lugar de la feria.

Conservación Amazónica – ACCA. Frutos no maduros de majo (*Oenocarpus bataua*) en palmera.

Tipo de presentación, peso y precio que los negocios ofertan el copoazú, majo y palma real

- El 45% de los negocios que oferta el copoazú, majo y palma real lo hacen principalmente en presentación de jugo, el 37% como pulpa y menos del 10% en fruta entera.

- Respecto al precio de un kilo o litro de cualquiera de estos tres frutos más del 50% lo adquiere a 10 Bs. y cerca del 30% paga 15 Bs. por este mismo peso.

- El 90% de los negocios que compran majo, copoazú o palma real adquieren semanalmente 10 litros o kilos de uno de estos frutos; con una preferencia de presentaciones de 1 kilo de pulpa.

- Por otra parte, se consultó a los negocios con qué presentación les gustaría ofertar el copoazú, majo y palma real, donde cerca del 40% opta por la presentación en jugo, 30% en pulpa de fruta y menos del 11% en fruta entera; presentaciones como fruta deshidratada, en polvo o en conserva no son tan atractivas en la ciudad de Cobija.

- Respecto a la disposición de pago por 1 kilo o litro de pulpa de cualquiera de estos tres frutos: 50% prefiere pagar 10 Bs y 26% se inclina por pagar 15 Bs, datos que coinciden con el precio que actualmente pagan a sus proveedores.

- Los propietarios de los negocios que comercializan copoazú, majo y palma real mencionan que el 90% de sus clientes compran 1 kilo o litro, por semana, y menos del 10%, 2 kilos o litros, siempre y cuando el producto esté disponible por temporada.

Misael Campos. Fruto de copoazú (*heobroma grandiflorum*, Sterculiaceae) en arból.

DEMANDA, DINÁMICA DEL MERCADO Y SUS ACTORES

Los resultados del estudio de mercado permitieron conocer la demanda actual y potencial en los seis distritos de Cobija, que formaron parte del estudio, con los siguientes resultados:

Tabla 2. Demanda actual y potencial para los seis distritos

Fruto	Demanda Actual de consumo	Demanda Potencial de consumo
Copoazú	LLega a 42.460 habitantes	Es de 43.522 habitantes
Majo	LLega a 39.276 habitantes	Es de 40.337 habitantes
Palma Real	LLega a 16.984 habitantes	Es de 42.991 habitantes

El desarrollo de las cadenas de valor de copoazú, majo y palma real en Pando aún es débil o inexistente ya que no han logrado implementar procesos de producción estandarizados, desarrollar alianzas de cooperación y beneficio mutuo entre los actores principales como inversionistas, comercializadores, productores de base, proveedores de insumos entre otros, que permita generar una oferta diferenciada respondiendo a segmentos de mercado. Sin embargo, a nivel local, se evidencia el aprovechamiento del majo, palma real (en un mínimo porcentaje) y el copoazú mediante la implementación de sistemas agroforestales, para el consumo familiar y comercialización en mercados municipales, incluyendo la capital del departamento, Cobija.

Las presentaciones de comercialización en tiendas y supermercados son de pulpa y en ferias y mercados de fruto o pulpa, mientras que en restaurantes, heladerías y puestos de venta ambulantes se tienen las presentaciónes de jugo, helado y crema de copoazú (postre); esta transformación primaria de la pulpa y transformación secundaria en jugos, helados o crema se realiza de manera artesanal con distintas calidades y una notable ausencia de información acerca del producto.

Lirio Lima. Frutos de copoazú (*heobroma grandiflorum*, Sterculiaceae) en canastillos.

Natalio Roque (ACEAA). Frutos de palma real (*Mauritia flexuosa*) sobre mano.

CONCLUSIONES

La investigación evidenció que los dos frutos amazónicos con mayor tendencia de consumo en la ciudad de Cobija son asaí y copoazú. Concerniente a los frutos priorizados en el estudio, el copoazú es el que cuenta con mayor preferencia de consumo, seguido del majo y la palma real con menor preferencia.

Respecto a los datos presentados sobre las características más importantes a tomar en cuenta para el posicionamiento del majo y de la palma real en Cobija, se deduce que la estrategia comercial a desarrollar debe tomar en cuenta las siguientes consideraciones: i) la presentación al consumidor debe ser en jugo o refresco, y pulpa de 1 kg, ii) los elementos diferenciadores para la propuesta de valor son los atributos nutricionales, sabor, frescura y aroma, y iii) respecto al acceso del producto, recordar al público la temporada que tiene el fruto, creando expectativa.

Por otra parte, debido a sus similitudes de mercado, el posicionamiento actual del copoazú y asaí en el municipio de Cobija permite desarrollar estrategias de crecimiento de mercado para majo y palma real.

Respecto al conocimiento, posible compra o mayor consumo del copoazú se observa que es posible desarrollar estrategias de penetración de mercado a partir de la segmentación, identificando aquellos grupos que respondan a necesidades comunes relacionadas a las siguientes características reflejadas en el estudio: atributos nutricionales, sabor y presentaciones gastronómicas innovadoras.

Por otra parte, en complementación a lo expuesto, se sugiere promover acciones que fortalezcan el turismo interno a partir de la gastronomía local con el uso estratégico de estos tres frutos, como insumos e ingredientes principales de presentaciones culinarias innovadoras y accesibles a la población. Y que al mismo tiempo permitan posicionar características como: i) calidad que cumpla con las condiciones de inocuidad, ii) mayor rendimiento en el uso, y iii) los beneficios directos de su consumo para la conservación del bosque amazónico.

Así mismo, será importante desarrollar estrategias de comunicación sobre los principales beneficios (económicos, sociales, ambientales y de salud) que obtiene el consumidor final del majo, copoazú y palma real, a través de alianzas interinstitucionales (privadas, públicas y de la sociedad civil) que permitan la promoción mediante acciones conjuntas, sumando esfuerzos para llegar de manera oportuna al potencial mercado.

La implementación de acciones estratégicas sobre los anteriores puntos mencionados puede ayudar a mejorar la rotación de una compra por semana y aumentar los volúmenes de compra semanal actuales que se mantienen entre 1kg para copoazú y palma real y 2 kg para majo, incidiendo directamente en los actores de la cadena productiva de estos productos.

Con relación a los precios, si bien existe un equilibrio en la disposición de compra y venta de la oferta y demanda en los puntos de venta, es importante realizar análisis sobre los costos desde el productor hasta el producto terminado, con el fin de promover cadenas productivas o de valor justas donde los beneficios económicos impacten de forma positiva en todos los actores involucrados.

BIBLIOGRAFÍA

Chaves etal. (2020). Análisis del perfil de ácidos grasos y propiedades fisicoquímicas del aceite de palma de mil pesos (Oenocarpus Bataua).

Corpoica. (2001). Especies promisorias de la amazonia Conservación, Manejo y Utilización del Germoplasma. Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria.

Diaz & Hernandez. (2020) Theobromas de la Amazonia Colombiana una alternativa saludable, Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas – Sinchi.

Galeano & Padines.(2012). Actividad antioxidante de extractos metanólicos de granos de copoazú Theobroma grandiflorum. Universidad Antioquía.

García M; Charry A; Jäger M; Hurtado JJ; Rosas G; Ramírez U; Agudelo J; Rojas S; Romero M; Sierra L; Quintero M. 2018. Estrategia sectorial de la cadena de productos no maderables del bosque en Caquetá, con enfoque agroambiental y cero deforestación. Publicación CIAT No. 455. Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT).

Henderson A. Galeano G., & Bernal R. (1995). Libro Field Guide to the Palms of the Americas.

Lorini, H. (2015). El mercado para productos derivados de asaí, majo, castaña y copoazú en las ciudades de La Paz, Riberalta y Cobija. Conservation Strategy Fund. Informe Final de Consultoría.

Meneses. (2020). Estudio de mercado de frutas exóticas colombianas caso copoazú Theobroma grandiflorum en San Francisco California, Universidad de La Salle.

Moreno L., Sandoval A., Criollo J., Criollo D. (2013). Caracterización fisicoquímica de la grasa de las semillas del fruto de copoazú. Universidad del Tolima.

Montero M. (2016). Fichas Tecnicas de Especies de uso Forestal y Agroforestal de la Amazonia Colombiana_27 copoazú. Instituto amazónico de investigaciones científicas Sinchi.

Paniagua –Zambrana N. (2005). Diversidad, densidad, distribución y uso de las palmas en la región del Madidi, oreste del departamento de La Paz, Ecología en Bolvia.

Peralta, C., Vos V., Llanque O. y Zonta A. (2009). Productos del Bosque. Potencial social, natural y financiero en hogares de pequeños productores de la Amazonia. Proyecto ForLive. Universidad Autónoma del Beni José Ballivián.

PromPerú, (2021). Ingredientes Naturales, Patentes de invención Aguaje aceites en la industria cosmética.

Rojas et al.(2018). Una revisión sobre las potencialidades y la contribución a la Bioprospección del aceite de dos palmas nativas de Colombia.

Sierra y selva exportadora. 2018. Ministerio de Agricultura y Riego. Prospección global del mercado de derivados de los frutos de las palmas amazónicas e ingredientes. Lima, Perú.

Conservación Amazónica – ACCA.

CONSERVACIÓN AMAZÓNICA

Oficina Central ACEAA-Conservación Amazónica La Paz, Bolivia

Dirección:
Calle 16 Calacoto N° 8230

Tefl. Oficina:
(+591) 2- 2124987

Correo electrónico:
info@conservacionamazonica.org.bo

Oficina Cobija ACEAA Pando, Bolivia

Dirección:
Calle Juan Oliveira Barros s/n (a media cuadra de la calle Cataratas), Barrio La Cruz.

Cel. Oficina:
(+591) 671 72203

Correo electrónico:
asistcobija@conservacionamazonica.org.bo

Visítanos en Facebook:
/ACEAA.Conservacion.Amazonica

Síguenos en Twitter:
@AceaaAmazonica

Mayor información en:

www.conservacionamazonica.org.bo