

El mercado de Santa Cruz, La Paz y Cochabamba para la oleorresina de copaibo y el aceite de cusi prensado en frío.

Los ingredientes naturales cobran cada vez más importancia en el desarrollo y fabricación de productos cosmecéuticos, entendidos como aquellos que buscan mejorar tanto la salud como la belleza. En una gran mayoría, estos productos provienen de bosques naturales.

En el marco de su estrategia de gestión de cadenas de valor de productos del Bosque Chiquitano, la Cooperación

Alemana a través de la GIZ y su Proyecto PROBOSQUE, realizó un estudio de mercado sobre los derivados del cusi (*Attalea speciosa*) y el copaibo Chiquitano (*Copaifera langsdorffii*) que son comercializados localmente y vienen penetrando los mercados de las principales ciudades de Bolivia.

El objetivo principal de la investigación se orientó a analizar y caracterizar

la demanda actual y potencial de estos productos en los mercados de Santa Cruz, La Paz, y Cochabamba. Para ello se efectuaron encuestas a muestras representativas de empresas transformadoras (50) e intermediarias (34), del universo de empresas del rubro cosmético, farmacéutico e intermediarios identificadas en el eje central del país.



Fotografía 1. Izquierda, presentaciones de oleorresina de copaibo. Centro, cusi en cala, fruto y aceite. Derecha, presentaciones de aceite de cusi prensado en frío.

Principales resultados del estudio

Empresas transformadoras

El 68% de las empresas transformadoras de las áreas de Santa Cruz, La Paz y Cochabamba muestran interés por al menos uno de los aceites priorizados y el 72% emplean actualmente algún ingrediente natural en sus formulaciones. Entre ellas, un 22% utiliza o utilizó el aceite virgen de cusi, 18% el aceite cocido de cusi y solo un 10% la oleorresina de copaibo.

El 71% de las empresas valoran que sus materias primas provengan de recolectores o agricultores nacionales, aunque algunas también hablan de experiencias negativas con proveedores rurales que los llevaron a desconfiar de su seriedad para cumplir con los plazos, volúmenes y calidad comprometidos.

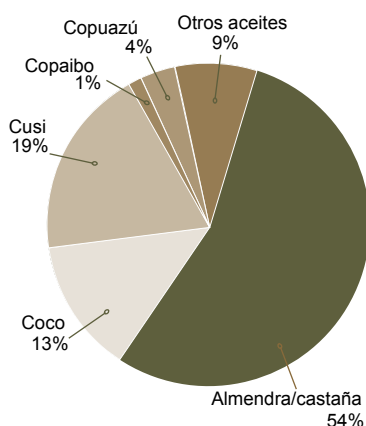


Ilustración 1: Consumo de aceites naturales empresas transformadoras
Fuente: Elaboración propia

El consumo real de aceite de cusi para el conjunto de empresas asciende a 4.161,5 litros/año (3.715 l/año aceite virgen y 446 l/año aceite cocido). Una aproxima-

Tabla 1: Demanda anual de aceite de cusi y copaibo

| Demanda | Cusi | Copaibo |
|--|-------|---------|
| Consumo actual entre las empresas encuestadas Litros/año | 4.162 | 299 |
| Consumo promedio por empresa Litros/año | 231 | 30 |

Fuente: Elaboración propia

ción a la demanda potencial, basada en la proyección realizada para el universo de empresas, muestra que podría incrementarse a 5.498 l/año. Otro cálculo efectuado con base a los estimadores estadísticos obtenidos, establece una demanda potencial de 10.404 l/año.

El consumo actual de oleorresina de copaibo es de 299 litros. La demanda potencial podría incrementarse a 1.262 l/año (963 litros adicionales) entre las empresas transformadoras del rubro cosmético y farmacéutico. En base a estimaciones estadísticas la demanda potencial¹ de aceite de copaibo podría alcanzar 822 l/año.

¹ Las proyecciones de demanda deben tomarse como referenciales, pues debido a la alta dispersión en los valores de consumo de las empresas e intermediarios, los estimadores estadísticos se muestran poco robustos.

Intermediarios

Los intermediarios interesados en comercializar cusi (65%) y copaibo (59%) fueron principalmente tiendas de productos naturales. Solo una empresa distribuidora se mostró interesada en la oferta.

Seis productos con copaibo y más de 30 productos con cusi (considerando diferente tamaño de envases y combinaciones con otros ingredientes naturales), se ofertan en tiendas de productos naturales en las ciudades de La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. La oleorresina de copaibo se oferta principalmente en presentaciones fraccionadas (10 ml, 15 ml y 30 ml) y sólo dos tiendas la comercializan por litro en la ciudad de Santa Cruz.

Las ventas mensuales de aceites fraccionados de 10 a 150 ml promedian 46 unidades/mes para el aceite virgen de cusi y 23 unidades/mes para el aceite cocido. Sobre el aceite de copaibo fraccionado en envases de 10 a 30 ml, promedian 31 unidades/mes.

Tomando en cuenta los comercializadores que muestran interés por estos productos, la demanda total de aceite de cusi podría ascender a 1.635 unidades/mes para Santa Cruz, La Paz y Cochabamba. En litros la demanda total estimada se calcula en 98,1 litros/mes y 1.177,2 litros/año empleando los frascos de la asociación de Palmarito para la conversión (60 ml).

La demanda potencial por productos envasados de copaibo (frascos de 10 a 30 ml) se estimó en 1.457 unidades/mes. Para el cálculo se consideró la fracción de empresas que estarían interesadas en comercializar este producto. La demanda mensual se estima en 21,85 litros/mes y 262,26 litros/año empleando para la conversión los frascos de 15 ml.

La tabla 2 muestra el precio que pagan las empresas transformadoras e intermediarios a sus proveedores y los precios sugeridos para ambos productos. Para los proveedores se muestran más elevados que al nivel de los intermediarios respecto al precio pagado y ofertado por las empresas transformadoras. Esto podría sugerir que éste sería el segmento donde los productores lograrían mayor margen de utilidades.

Resulta interesante que el precio promedio

Tabla 2: Precios pagados a proveedores y precios sugeridos por transformadores e intermediarios para oleorresina de copaibo y aceite de cusi

| Aceite natural | Nivel de los transformadores | Nivel de los intermediarios* |
|--|---|---|
| Precio pagado al proveedor de oleorresina de copaibo (Bs/l) | 345 ($\sigma=200$) (60 - 800) | 858 ($\sigma=915$) (210 - 3100) |
| Precio sugerido por el cliente potencial de oleorresina de copaibo (Bs/l) | 658 ($\sigma=935$) (21 - 3.000) | 1345 ($\sigma=1806$) (104 - 6500) |
| Precio pagado al proveedor de aceite virgen de cusi (Bs/l) | 105 ($\sigma=129$) (35 - 450) | 115 ($\sigma=72$) (20 - 210) |
| Precio pagado al proveedor de aceite virgen de cusi (Bs/l) | 97 ($\sigma=105$) (20 - 333) | 121 ($\sigma=89$) (14 - 250) |
| Precio pagado al proveedor de aceite virgen de cusi (Bs/l) | 86 ($\sigma=96$) (10 - 300) | 154 ($\sigma=112$) (15 - 375) |

Nota: Se presenta el precio promedio, la desviación estándar y rango de precios para los productos que son empleados por más de un emprendimiento. () Los precios de productos al nivel de los intermediarios corresponden a productos envasados que fueron transformados a litros dependiendo del precio y volumen de cada envase, después de la transformación se obtuvieron los estimadores que se presentan en esta tabla.*

sugerido por las empresas para la oleorresina de Copaibo sea superior al efectivamente pagado. Se puede concluir que esto se debe a que no es un producto posicionado en el mercado. Esto representa una oportunidad para los productores, quienes podrán establecer un precio referencial en los mercados donde el producto se introducirá por primera vez.

Conclusiones:

- El mercado para el aceite de cusi y la oleorresina de copaibo, se encuentran en una etapa inicial, es decir, el producto se ha introducido en las ciudades, pero las ventas son lentas y bajas con canales de comercialización poco definidos.
- El aceite cocido de cusi se encuentra mejor posicionado en estos mercados, esto se debe a que los consumidores, intermediarios y transformadores, aún desconocen (o no encuentran en el mercado) el aceite virgen.
- Las características superiores del aceite de cusi prensado en frío frente al cocido, son reconocidas y valoradas por los intermediarios, quienes muestran plena disposición para reemplazar su consumo actual.
- Las empresas transformadoras se muestran más cautelosas al respecto y demandan información técnica que les permita valorar los pros y contras de una u otra oferta, siendo el precio, un aspecto importante. Los emprendimientos que producen aceite prensado en frío tienen menos oportunidades de acceder a este nicho, dado que el precio de su aceite no es competitivo.

- Revisando oportunidades para que estos productos (aceite de cusi y copaibo) ingresen al segmento de empresas transformadoras, vale la pena considerar que si bien se ha identificado empresas que actualmente usan en sus formulaciones ingredientes naturales, varios de estos insumos/extractos vegetales tienen que ser importados bajo el argumento de que para adquirirlos debe haber una garantía de su pureza y grado terapéutico, además de contar con provisión continua.
- Respecto a la imagen del producto, tanto la oleorresina de copaibo y aceite de cusi que se comercializa en los mercados carece de una adecuada presentación, muchos no cuentan con marca y etiqueta o los que la tienen carecen de prolijidad. En esa línea sería importante que la estrategia de comercialización considere aspectos como el desarrollo de imagen corporativa para estos productos, envases y etiquetas que den a conocer información suficiente para poder identificarlos plenamente, entre un producto y otro y saber de dónde proviene. De esta manera se cambiaría la percepción de desconfianza o productos de baja calidad que a simple vista inspiran estos aceites en general.

PROYECTO DE GESTIÓN INTEGRAL DE BOSQUES PARA LA REDUCCIÓN DE LA DEFORESTACIÓN - PROBOSQUE

Santa Cruz de la Sierra

Av. Principal Esq. Calle 7 Edificio Jorori Norte Of. 102 – B/Plan 12 Hamacas
Teléfono: +591 (3) 343 2788

www.giz.de

Contacto

Paola Navarro
Asesora técnica PROBOSQUE
probosque@cooperacion-alemana.org