

Perfil de Mercado **COPOAZÚ Y ACHACHAIRÚ**



Actualizado a abril 2010

Índice

Sumario

1.	Introducción	1
1.1.	Descripción del producto	1
1.2.	Partidas arancelarias	1
1.3.	Metodología	2
2.	Principales destinos de las exportaciones bolivianas	3
2.1.	Copoazú	3
2.2.	Achachairú.....	3
3.	Principales mercados importadores en el mundo.....	4
4.	Principales competidores	5
4.1.	Copoazú	5
4.2.	Achachairú.....	5
5.	Tendencias en el mercado.....	7
5.1.	Tendencias en el consumidor y comportamiento	7
5.2.	Tendencias en la industria y el comportamiento.....	7
5.2.1.	Achachairú.....	7
5.2.2.	Copoazú	8
5.3.	Tendencias en la distribución y la estructura de comercio	8
5.4.	Tendencias en los segmentos	9
5.5.	Desarrollo de los precios.....	9
6.	Tendencias en el producto	10
6.1.	Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación	10
6.1.1.	Copoazú	10
6.1.2.	Achachairú.....	10
6.2.	Tendencias en las especificaciones de producto	10
6.3.	Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado,	10
6.3.1.	Copoazú	10
7.	Puntos críticos de acceso a mercados.....	12
7.1.	Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP.....	12
7.2.	Trazabilidad	12
7.3.	Requisitos generales para todos los productos.....	13
7.4.	Requisitos específicos para las demás frutas o frutos frescos.....	13
7.5.	Aranceles	14
8.	Oportunidades.....	15
9.	Ferias y sitios de comercio virtual	16
9.1.	Ferias comerciales	16
9.2.	Sitios de comercio virtual.....	16
10.	Cómo podemos ayudarlo	17
	Fuentes de información	18
	Fuentes fotográficas.....	18

Sumario

El presente estudio hace un análisis del comercio internacional del copoazú (*Theobroma grandiflorum*) y el achachairú (*Garcinia humilis*) boliviano, así como también del desempeño de los principales importadores y exportadores de estos productos a nivel mundial. De la misma manera se identifican las tendencias existentes en el mercado, los requerimientos legislativos para acceder al mercado y las oportunidades que este ofrece.

Exportaciones bolivianas de copoazú

No existen registros de exportación de ningún producto de copoazú boliviano al mundo hasta la gestión 2009, pero se sabe que el mercado brasilero tiene gran potencial debido a la demanda de este producto en algunas regiones de ese país.

Conozca a los principales países demandantes de copoazú y achachairú

Los países interesados en los productos del copoazú son: Estados Unidos de América, Alemania, Francia, Japón e Italia los cuales demandan estos productos a Brasil. En el caso del achachairú no existe información específica sobre las importaciones mundiales de este producto, pero los principales países importadores de la partida arancelaria que incluye al achachairú son: China, Federación de Rusia y Alemania.

Los principales países exportadores de estas frutas exóticas

El principal país productor y exportador de copoazú a nivel mundial es Brasil debido a que la fruta es originaria de esa región, aunque también es cultivada ocasionalmente en Ecuador y Guayana. El achachairú es una fruta originaria de Bolivia aunque se ha venido cultivando en Australia, sin embargo, no se considera aún un competidor directo. Por su parte, los principales países exportadores de "las demás frutas frescas" entre las cuales se encuentra el achachairú, así como también el copoazú para el año 2009 fueron Viet Nam, España y Países Bajos.

Cómo podemos ayudarlo

En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser perfiles de mercado e informes del mercado potencial para un producto en un determinado país. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

Persona de contacto: Sr. Miguel Ángel Hernández Q.

Cargo: Gerente de Promoción

E-mail: gpromocion@ibce.org.bo

Teléfono: +591 – 3362230

Fax: +591 – 3324241

Dirección: Av. Las Américas Nº 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)

Casilla: 3440

1. Introducción

El presente estudio hace un análisis del comercio internacional del copoazú (*Theobroma grandiflorum*) y el achachairú (*Garcinia humilis*) boliviano, así como también del desempeño de los principales importadores y exportadores de estos productos a nivel mundial. De la misma manera se identifican las tendencias existentes en el mercado, los requerimientos legislativos para acceder al mercado y las oportunidades que este ofrece.

1.1. Descripción del producto

▪ Copoazú

El copoazú (*Theobroma grandiflorum*) es un pariente muy cercano del cacao, el cual es originario de la amazonía oriental, el cual es considerado una fruta tropical muy promisoriosa para los trópicos húmedos. Sus frutos contienen una pulpa de buen sabor y aroma agradable. El principal producto obtenido de la fruta del copoazú es la pulpa congelada del fruto al natural. Para tal efecto, la pulpa es extraída cumpliendo normas de calidad que permiten conservar su exquisito sabor y agradable aroma. La pulpa es utilizada para preparar refrescos, helados, néctares, mermeladas, vino, licores y otros productos frescos. De las semillas del fruto se obtiene manteca de copoazú, muy utilizada en la formulación de cosméticos hidratantes y en la industria alimenticia. De las semillas molidas se obtiene una pasta similar al chocolate de cacao, denominada "cupulate". Finalmente, la cáscara es usada como abono orgánico en los sistemas agroforestales y debidamente procesada constituye un componente en el alimento para animales de cría.

▪ Achachairú

El achachairú (*Garcinia humilis*) es un fruto de dos semillas con la pulpa comestible, de color blanco, con un sabor agridulce y una cáscara de color amarillo apergaminado. Significa "beso de miel" en idioma guaraní. En Bolivia este producto es consumido en su estado natural como fruta silvestre debido a que el grado de industrialización de este producto es todavía mínimo o nulo.

1.2. Partidas arancelarias

El análisis del mercado internacional partió de la información sobre las partidas arancelarias relacionadas con los productos mencionados. Una de las dificultades para conocer las tendencias de los mercados internacionales de los productos de la biodiversidad es la inexistencia de partidas arancelarias específicas; por este motivo, el estudio toma partidas similares (las demás de las demás) que registran el comercio de los productos objetos de estudio. Una de las razones por la que estos productos no se encuentran identificados de manera específica en una partida arancelaria es que los volúmenes de exportación/importación de dichos productos son muy pequeños con respecto a otros similares.

Por lo tanto, a manera de referencia se mostrarán cuadros estadísticos relacionados con el comercio de las demás frutas o frutos frescos, donde se encuentran incluidos el copoazú y el achachairú, a pesar de que no se puede determinar el porcentaje de participación de estos productos en el total del grupo correspondiente a las demás frutas frescas. La partida arancelaria utilizada en el desarrollo del presente estudio tanto para el copoazú como para el achachairú es:

- 081090: Las demás frutas o frutos frescos

Por otra parte, existen productos derivados del Copoazú como ser manteca, confitería, jaleas, mermeladas, jugos y hasta champúes. Sin embargo, no se conoce con certeza si éstos han sido exportados o importados a nivel mundial por lo que sólo se mencionan a manera de referencia pero no se dispone de información estadística para este tipo de productos.

1.3. Metodología

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser, estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el biocomercio. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para un periodo de cinco años, del 2003 al 2007, en el caso de que existieran datos; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo, se describen las principales tendencias en el mercado, como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.

2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas

2.1. Copoazú

No existen registros de exportación de ningún producto de copoazú hasta el año 2007. Sin embargo, se sabe que Brasil es un gran mercado potencial para algunos subproductos de copoazú, debido a la gran demanda interna que existe en algunas de sus regiones, tal es el caso de los mercados de Sao Paulo y Río de Janeiro donde la pulpa de copoazú es muy conocida.

Por su parte en Bolivia aún no se ha desarrollado una cadena comercial en torno a los derivados del copoazú y su comercialización interna se reduce a la ciudad de Riberalta y de manera introductoria se destinan volúmenes pequeños a las ciudades de Santa Cruz de la Sierra, La Paz y Cochabamba.

2.2. Achachairú

No existen registros de exportación de achachairú hasta el año 2007. Además, se dificulta la obtención de estadísticas específicas del achachairú debido a que éste se encuentra junto a otras frutas en la partida correspondiente a las demás frutas o frutos frescos.



3. Principales mercados importadores en el mundo

Debido a la falta de conocimiento de esta fruta en el contexto internacional y su clasificación arancelaria en el sistema armonizado, es difícil determinar con exactitud que países son los principales importadores de copoazú. Sin embargo, un informe realizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo determinó que los mercados interesados en los productos derivados del copoazú eran Estados Unidos de América, Alemania, Francia, Japón e Italia; los cuales demandan estos productos del Brasil. Según el estudio las últimas exportaciones alcanzaron un valor de USD2.000 por tonelada métrica de cupulate. La misma situación ocurre con el achachairú. A manera de referencia se muestra a continuación a los principales países importadores de las demás frutas o frutos frescos.

Cuadro N° 3.1
Principales países importadores de las demás frutas o frutos frescos
Año 2008, expresado en miles de USD y toneladas

País	Valor (miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento 2004 - 2008 %
Total importaciones	1.567.590	1.770.324	17
China	200.134	348.073	23
Federación de Rusia	153.381	210.061	33
Alemania	133.630	64.501	17
Hong Kong (RAEC)	116.285	181.112	15
Países Bajos	110.086	39.774	17
Estados Unidos de América	95.484	94.566	3
Indonesia	81.504	71.125	30
Francia	76.763	33.627	-6

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril 2010)

China fue el principal país importador de “las demás frutas o frutos frescos” (partida que incluye el achachairú) en el año 2008, con valores que alcanzaron los USD200 millones equivalentes a aproximadamente 348 mil toneladas en volumen, lo que le significó el 13% de participación del total importado por el mundo el año 2008 para este tipo de productos. La tasa anual de crecimiento anual de los valores importados por China fue de 23% entre los períodos 2004 - 2008.

El segundo país importador más grande a nivel mundial de estos productos fue la Federación de Rusia con el 10% de participación del total importado por el mundo y una tasa de crecimiento anual en valores importados del 33% para el mismo periodo de estudio.

Alemania con el 9% de participación del total importado por el mundo el año 2008 se ubicó como el tercer importador más grande del mundo durante el año 2008 para este tipo de productos.

Datos preliminares para el año 2009

No existe información disponible sobre las importaciones de la Federación de Rusia ni de Alemania para el año 2009, pero si existen registros de las importaciones de China, las cuales fueron de aproximadamente USD299 millones.

4. Principales competidores

4.1. Copoazú

El copoazú es una especie nativa de la Amazonía Oriental, por lo que esta fruta es cultivada principalmente en Brasil desde el Estado de Sao Paulo, por el sur, hasta Roraima, por el norte. Otros países donde se cultiva ocasionalmente son Ecuador, Guyana, Martinica, Costa Rica, São Tomé, Trinidad y Tobago, Ghana, Venezuela y Colombia. De todos ellos el más representativo en participación de mercados internacionales es Brasil.

4.2. Achachairú

El achachairú es una fruta tropical que crece en los árboles de las selvas amazónicas en Bolivia, aunque también se cultiva en huertos en las regiones tropicales. Proviene de la misma familia del mangostán que crece en Australia; es conocido también como el mangostán boliviano. Esta es la razón por la que aún no existen países competidores directos de Bolivia hasta el momento. Sin embargo, en Australia existe una empresa llamada Achacha que cultiva el achachairú en el distrito de Queensland, la cual se encarga de su distribución dentro de ese país.

A manera de referencia se muestran a continuación a los principales países exportadores de las demás frutas o frutos frescos, partida donde se encuentran incluidos el copoazú y el achachairú, aunque no se puede determinar con certeza la participación de estos productos en este grupo:

Cuadro N° 4.1
Principales países exportadores de las demás frutas o frutos frescos
Año 2008, en miles de USD y toneladas

País	Valor (miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento 2004 - 2008 %
Total exportaciones	1.267.146	3.840.446	18
Viet Nam	157.328	81.189	31
España	135.150	79.850	15
Países Bajos (Holanda)	132.285	36.375	29
Tailandia	119.272	213.417	10
Hong Kong (RAEC)	74.472	123.744	20
Azerbaiyán	57.997	119.084	40
Estados Unidos de América	48.596	25.078	7
Colombia	40.041	11.565	18

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril 2010)

Viet Nam fue el principal país exportador de “las demás frutas o frutos frescos” (partida que incluye el achachairú) en el año 2008, con valores que alcanzaron los USD157 millones equivalentes a aproximadamente 81 mil toneladas en volumen, lo que le significó el 12% de participación del total importado por el mundo el año 2008

Perfil de mercado Copoazú y achachairú

para este tipo de productos. La tasa anual de crecimiento anual de los valores exportados por Viet Nam fue de 31% entre los períodos 2004 - 2008.

El segundo país exportador más grande a nivel mundial de estos productos fue España con el 11% de participación del total exportado por el mundo y una tasa de crecimiento anual en valores exportados del 15% para el mismo periodo de estudio.

Países Bajos con el 10% de participación del total exportado por el mundo el año 2008, se ubicó como el tercer exportador más grande a nivel mundial durante el año 2008 para este tipo de productos. La tasa anual de crecimiento anual de los valores exportados para dicho periodo fue de 29%.

Datos preliminares para el año 2009

Hasta la finalización del presente documento no se registraron datos de las exportaciones de este producto de los principales países para la gestión 2009.



5. Tendencias en el mercado

5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento

En la UE una de las tendencias más claras es la preferencia de las personas por productos saludables y que son producidos bajo estándares de protección ambiental, los cuales son factores fundamentales de decisión a la hora de que el consumidor haga su elección de compra.

Tanto en la UE como en los Estados Unidos de América una de las principales características del consumo de productos exóticos es la importancia que le ha asignado el consumidor a los atributos físicos de las frutas y de los vegetales. El consumidor actual de productos exóticos busca frutas que se diferencien de las tradicionales ya sean por su forma, tamaño, apariencia, color o textura y en algunos casos le puede restar importancia al sabor de las mismas.

Los criterios de compra del consumidor de frutas en Estados Unidos de América están relacionados con la salud, la calidad, la seguridad, la conveniencia, la disponibilidad, la selección, la novedad y los precios razonables.

En los Estados Unidos de América el nicho de mercado consumidor de frutas exóticas es bastante reducido al igual que la demanda ya que los consumidores que suelen experimentar con frutos desconocidos para ellos, no hacen de ellos parte de su dieta diaria, sino más bien eventual.

5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento

5.2.1. Achachairú

El achachairú lejos de ser desconocido, tiene ya un lugar en el mercado local, donde es posible apreciar varias de sus formas y lugares de procedencia, por lo que se dedujo la importancia principalmente económica, para los productores y la marcada preferencia o atractivo para los consumidores.

Desde noviembre hasta fines de febrero, la fruta anaranjada, de pulpa blanca, es reina y señora en los mercados y su demanda cada vez es mayor. Frente a esta situación ya hay iniciativas no sólo para aumentar su producción y calidad, sino también para aprovecharla en la elaboración de jugos, helados, conservas y otros productos. Las bondades de esta fruta hacen pensar a los productores e investigadores que en algunos años más, podría convertirse en una fruta de exportación.

Las plantas de este fruto crecen de manera natural en todo el Oriente de Bolivia y se han encontrado distintas especies. Según el tamaño y peso fueron clasificados en 12 tipos, que a su vez fueron agrupados en grandes, medianos y pequeños.

El achachairú que más se consume y el de mayor aceptación es conocido como 'común' o 'selecto' (*Garcinia humilis*). En el Departamento de Santa Cruz se da en la zona del Parque Amboró y en localidades como Porongo, La Guardia, El Torno, Saavedra, Montero, Buenavista, San Pedro, Guarayos y San Javier.

En ese sentido se trabajó en una primera etapa en el mejoramiento del cultivo implementando técnicas de sembrado, cuidados y recolección de la cosecha. En la segunda etapa se enseñó métodos de comercialización y en la tercera, técnicas de transformación de la fruta, para que cumplan las normas básicas de calidad. "Los productores aprendieron a industrializar artesanalmente el achachairú. A utilizar, por ejemplo, su cáscara para hacer vino. De la pulpa hicieron mermeladas y helados. Todo eso ahora lo venden en la feria que anualmente se realiza en Porongo", señala Noé Morón, Presidente de Asohfrut.

5.2.2. Copoazú

La zafra empieza en enero y no termina hasta mayo; durante este tiempo, los cocos se pueden ver regados por la tierra. En el interior se encuentra un 30 por ciento de pulpa (tiene un acidez similar al limón), un 20 por ciento es semilla y un 50 por ciento es la cáscara. Pero después que el IPHAE (Instituto para el Hombre Agricultura y Ecología) promovió el sistema agroforestal, nació una asociación y luego se vio la necesidad de buscar mercados para vender; así surgió Madre Tierra Amazonia S.R.L. ubicada en Riberalta, que completa una cadena productiva, en la que el 30% de la empresa pertenece a los productores de copoazú.

Los cocos sanos pesan entre un kilo y un kilo y medio. En una cabaña de recepción se los revisa uno por uno. "Sólo nos interesa el fruto de primera calidad", agrega el Gerente. Después se lo lava, se lo descascara, una máquina se encarga de sacar la pulpa (cada cinco minutos procesa cinco kilos) y se envasa.

El año pasado, Madre Tierra Amazonia produjo 25 toneladas, en lo que va del año 2009 son 33 y la apuesta para 2010 es de 40. Se procesan 3.000 kilos por día en el lapso de nueve horas. Como no se manejan conservantes, todo tiene que ser rápido. Desde que se rompe el coco (literalmente de un golpe) hasta que se lo coloca en la cámara en frío, no pueden pasar más de 20 minutos. La organización está en un proceso de certificación orgánica y eco social (similar al precio justo) y según su política, la economía también puede ser solidaria.

El copoazú ha ganado tanta popularidad, que hay 300 familias repartidas en 21 comunidades del municipio de Riberalta que se dedican a su recolección; en Guayaramerín hay alrededor de cinco y otro tanto en el municipio Gonzalo Moreno, del Departamento de Pando. Eso sí, el 90% de lo que se produce en la amazonia boliviana se concentra en Riberalta, aunque lo que genera está lejos de los índices económicos de la poderosa castaña, que por exportaciones obtiene entre 50 y 70 millones de dólares.

5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio

En el caso del copoazú, en Bolivia la empresa Madre Tierra Amazonía S.R.L. es responsable de la promoción y comercialización de la pulpa de copoazú tanto al consumidor final de la región como a distribuidores de otras ciudades de Bolivia. Esta empresa también está a cargo de la distribución de la pulpa a nivel internacional.

En el contexto internacional (caso Estados Unidos de América), la distribución tradicional para productos amazónicos se la realiza a través de distribuidores étnicos que se caracterizan por la importación y comercialización de productos procesados provenientes de otros países. Debido a esto es que se encuentran distribuidores de

productos africanos, asiáticos, europeos y latinos, quienes comercializan sus artículos a través de tiendas especializadas para cada uno de los nichos de mercado denominados supermercados étnicos.

La comercialización de estos productos debe desarrollarse sobre productos reconocidos y de gran aceptación en el país de origen de tal forma que el consumidor étnico identifique el producto y conozca su forma de consumo, igualmente es más favorable la comercialización si se cuenta con una marca ya posicionada en el país de origen.

5.4. Tendencias en los segmentos

El segmento de las frutas frescas, en especial las exóticas, como ser el achachairú y el copoazú presenta potencial en los mercados europeos y norteamericanos ya que éstos tienden a buscar frutos exóticos para consumir de manera natural.

Otro segmento potencial para estas frutas es el de saborizantes naturales para la preparación de bebidas como ser agua y productos energéticos, en el cual se utiliza frutas exóticas para realizar mezclas que le otorguen un alto contenido vitamínico a la bebida. Sin embargo, la introducción de estos productos en este tipo de industria es una tarea que requiere de tiempo debido a la necesidad de dar a conocer las características aromáticas de las frutas en las industrias productoras de saborizantes, para que a su vez, éstas sean propuestas en la formulación de nuevos sabores en las industrias de bebidas.

5.5. Desarrollo de los precios

En Riberalta el precio de la pulpa de copoazú congelada al por mayor ascendía a Bs15.- (aprox. USD2) por kilogramo, en La Paz, en el mercado Superecológico, el kilogramo de pulpa estaba alrededor de Bs30.- (aprox. USD4). En la ciudad de Santa Cruz de la Sierra, la pulpa congelada se comercializa en USD3,5 el kilogramo. Sin embargo, el potencial de crecimiento es significativo con una demanda creciente. En Brasil; el principal centro de producción de copoazú a nivel mundial, el precio en el mercado local de Manaus varía entre USD0,7 y USD2,0 por kilogramo de fruta fresca. En supermercados de Brasil, la pulpa congelada alcanza USD16 por kilogramo fuera de la época de cosecha (Fuente: Informe temático sobre Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo).

En el caso del achachairú, el precio de la fruta en el mercado local oscila alrededor de Bs45.- (aprox. USD6) por una caja de 100 unidades.

6. Tendencias en el producto

6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación

6.1.1. Copoazú

El fruto posee una pulpa de sabor y aroma muy propios de la especie. Sus usos están destinados a la alimentación en jugos, mermeladas néctares o pulpas, lácteos, confitería y cupulate. Este último es un producto semejante al cacao que ya es aprovechado por empresas alimenticias internacionales como una pasta similar al chocolate. La manteca de copoazú también es utilizada en la industria cosmética como ingrediente para el tratamiento de la piel, además de una serie de productos en cremas y shampoo para el cabello. El Brasil ha incursionado en esta industria con éxito.

6.1.2. Achachairú

Es una fruta con una delicada y sutil dulzura, posee un fino equilibrio entre dulzura y acidez, la cual produce una sensación de sabor inusual. La pulpa puede ser desprendida de la cáscara y la semilla y puede mezclarse en una ensalada de frutas con otras frutas. La cáscara de la fruta se utiliza para hacer una bebida refrescante de sabor placentero especialmente en el verano. Las cáscaras se colocan en una licuadora con agua y un poco de azúcar o sino miel y menta en el refrigerador por la noche luego es colado y servido frío.

6.2. Tendencias en las especificaciones del producto

Este tipo de productos debe cumplir ciertos estándares de calidad para poder ser exportados hacia mercados como ser la Unión Europea y Estados Unidos de América. Existe una gran cantidad de requisitos fitosanitarios exigidos para la exportación de frutas y vegetales frescos, la introducción del copoazú y achachairú como frutas frescas se hace bastante complicada. Para mayor información sobre este tema dirigirse al sitio Web de la FDA de Estados Unidos de América donde podrá encontrar información relacionada con el HACCP y la Trazabilidad.

6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado

6.3.1. Copoazú

Del fruto, todas sus partes se pueden utilizar: la pulpa se puede consumir directamente como fruta fresca o se pueden preparar dulces, cremas, yogures, compotas, sorbetes y licores. La pulpa tiene un sabor ácido intenso, agradable y apetecido. La semilla, que tiene un buen contenido de proteína, se puede utilizar para la fabricación de chocolate. En Brasil, la semilla es industrializada para la fabricación de cosméticos y cremas para la piel. La cáscara se puede aprovechar como abono orgánico.

Fabricación de cupulate

El cupulate es un producto semejante al chocolate, obtenido de las semillas de Copoazú. Para su producción, las semillas despulpadas pasan básicamente por los procesos de fermentación, secado, tostado, descascamiento, prensado y molido.

En esa fase se obtiene un cupulate en polvo y la manteca. Los dos productos constituyen la materia prima con la cual son hechas las barras de cupulate. Las etapas básicas son las siguientes:

- **Fermentación:** se acondicionan inmediatamente las semillas despulpadas, sin incorporación de agua, en cajas de madera con capacidad para 80 kg, donde es iniciado el proceso de fermentación a temperatura ambiente y en un lugar protegido de la lluvia. Transcurridas 24 horas, se adiciona la solución de azúcar al 30%, con temperatura de 38° C, en una proporción de 1% en relación al peso de las semillas. Después de 48 horas, se mezcla nuevamente la solución de azúcar al material en fermentación en las mismas condiciones de concentración, proporción y temperatura de la anterior. La masa de semillas en proceso de fermentación debe ser revuelta por lo menos dos veces al día. El proceso es concluido entre el quinto y el séptimo día.
- **Secado:** Al ser concluida la fermentación, las semillas son lavadas en agua corriente y secadas al sol, hasta que pierdan 54,5% de su peso inicial. El rendimiento de la semilla seca corresponde a 45,5% de su peso inicial.
- **Tostado:** En seguida las semillas secas son colocadas para secar en estufas regulada a 150° C, hasta que sea registrada la pérdida de aproximadamente 6% de humedad, cuando el peso de las semillas tostadas deben equivaler a cerca del 42% del peso inicial.
- **Descascamiento:** Consiste en separar las almendras de la cáscara. Las cáscaras corresponden aproximadamente al 27% del peso total de las semillas tostadas y las almendras representan, en promedio, el 30% del peso inicial de las semillas frescas.
- **Prensado y molido:** Las almendras obtenidas son prensadas y enseguida molidas. El producto obtenido puede ser destinado a la fabricación de polvo o de barras de cupulate.

7. Puntos críticos de acceso a mercados

Como un exportador boliviano que se está preparando para acceder a mercados extranjeros, debe conocer los requerimientos de acceso a mercado de sus socios comerciales y de los gobiernos extranjeros.

Los requerimientos son exigidos a través de la legislación y a través de etiquetas, códigos y sistemas de administración. Estos requerimientos están basados en el medioambiente, la salud y seguridad del consumidor y las preocupaciones sociales, lo cual va diferir de acuerdo al producto y al país.

Para el sector de alimentos, los requerimientos más importantes que exige la Unión Europea son la Trazabilidad y el Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control, conocido por sus siglas en inglés como HACCP.

7.1. Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP

El sistema de HACCP, que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos.

Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final. Todo sistema de HACCP es susceptible de cambios que pueden derivar de los avances en el diseño del equipo, los procedimientos de elaboración o el sector tecnológico.

En lo que se refiere a higiene, todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la confiabilidad de los alimentos y bebidas durante la preparación, procesamiento, tratamiento, empaquetado, transporte, distribución y mercadeo.

Los riesgos que existen pueden ser de cuatro tipos:

- **Físicos:** partes plásticas en una lata de vegetales
- **Químicos:** detergentes en jarras
- **Microbiológicos:** sopa de pescado deteriorada
- **Macrobiológicos:** ratones

7.2. Trazabilidad

Bajo la Ley europea, "trazabilidad" significa la habilidad para rastrear cualquier alimento, animal que produce alimento o sustancia que será usada para el consumo a través de todas las etapas de producción, procesamiento y distribución.

Significa también rastrear los alimentos a través de la cadena de producción y distribución para identificar y dirigirse a los riesgos y proteger la salud pública (de enfermedades transmisibles y la presencia de químicos por encima de los límites aceptados).

La trazabilidad es una herramienta de administración de riesgo que permite a los operadores en el negocio de los alimentos o autoridades que retiren o recuerden a los productos que hayan sido identificados como no seguros.

La trazabilidad es la piedra angular de la política de seguridad alimentaria de la UE. La Ley General de Alimentos de la UE entró en vigencia en el año 2002 y hace que la trazabilidad sea obligatoria para todas las empresas del rubro de los alimentos.

7.3. Requisitos generales para todos los productos

Los requisitos generales que se deben cumplir para la exportación de cualquier producto son los siguientes:

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

Los requisitos mencionados anteriormente son sólo los requisitos generales para la exportación de alimentos a la UE en general, pudiendo existir requisitos adicionales exigidos por cada país miembro del bloque.

7.4. Requisitos específicos para las demás frutas o frutos frescos

- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal
- Etiquetado de productos alimenticios
- Control fitosanitario
- Productos de producción ecológica

Para mayor información sobre los requisitos necesarios para la exportación alimentos a la UE, se sugiere buscar en:

- Centro de Promoción de Importaciones desde Países en Desarrollo - www.cbi.eu/marketinfo - Contiene un menú desplegable el cual filtra la información de acuerdo al sector industrial seleccionado y al país que se quiere exportar.
- Export Help Desk - www.exporthelp.europa.eu - En la parte de "Requisitos y Gravámenes" contiene toda la información necesaria para la exportación de cualquier producto a la UE.

Para la exportación de alimentos a los Estados Unidos de América, es necesario cumplir con todos los requisitos exigidos por la Administración de Drogas y Alimentos (Food and Drugs Administration - FDA). Entre estos requisitos se encuentra la HACCP la cual se aplica también a la UE. Los productos enlatados deben tener un número de aprobación de esa agencia para ser introducidos a ese país bajo la categoría de "Alimentos enlatados de baja acidez".

Otra ley importante a cumplir para introducir alimentos en el mercado norteamericano es la Ley sobre Bioterrorismo, la cual fue adoptada el año 2002 para garantizar la seguridad de la salud pública y que se aplica para todas las importaciones o tránsito de alimentos por el territorio de los EE.UU. Esta ley implica que todas las empresas que exportan productos agroindustriales a los Estados Unidos de América se deben

Perfil de mercado Copoazú y achachairú

registrar ante la FDA y mantener archivos que permitan realizar la trazabilidad de todos los insumos del producto.

Para mayor información sobre los requisitos legislativos y no legislativos en los Estados Unidos de América buscar en:

- Administración de Alimentos y Drogas FDA (Food and Drug Administration) - www.fda.gov - Contiene toda la información necesaria sobre los requisitos a cumplir para exportar alimentos a los Estados Unidos de América.

7.5. Aranceles

A continuación se muestra un cuadro con los aranceles de importación para los mercados importadores más grandes de las demás frutas o frutos frescos:

Cuadro N° 7.1
Aranceles de importación de las demás frutas o frutos frescos

NANDINA	Descripción del producto NANDINA	País importador	NC	Descripción del producto	Arancel NMF %	Preferencia
0810.90.90.00	Las demás frutas o frutos frescos	UE	0810.90.95.90	Las demás frutas o frutos frescos	8,8%	SGP Plus 100%
0810.90.90.00	Las demás frutas o frutos frescos	E.U.A.	0810.90.45.00	Las demás frutas o frutos frescos	2,2%	SGP USA 100%

Fuente: Export Help Desk, United States International Trade Commission
Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril 2010)

Para ampliar información sobre aranceles de importación de la Unión Europea dirigirse al sitio Web: http://www.exporthelp.europa.eu/index_en.html
Para el caso de Estados Unidos de América dirigirse al sitio Web de la Comisión de Comercio Internacional de Estados Unidos de América: <http://www.usitc.gov>
Para mayor información sobre aranceles de otros países, puede dirigirse al sitio Web de Market Access Map: <http://www.macmap.org>

8. Oportunidades

- Debido a la gran cantidad de requisitos fitosanitarios exigidos para la exportación de frutas y vegetales en fresco en los Estados Unidos de América, la introducción del copoazú y achachairú como frutas frescas se hace bastante complicada. Sin embargo, el segmento de frutas procesadas ofrece oportunidades de ingreso para este producto, tal es el caso del segmento de saborizantes naturales para la preparación de bebidas como ser agua y productos energéticos, ya que estos últimos suelen utilizar frutas exóticas para realizar mezclas que le otorguen un alto contenido vitamínico a la bebida. Sin embargo, la introducción de estos productos en este tipo de industria es una tarea que requiere de tiempo debido a la necesidad de dar a conocer las características aromáticas de las frutas en las industrias productoras de saborizantes, para que a su vez, éstas sean propuestas en la formulación de nuevos sabores en las industrias de bebidas.
- Debido a las agradables características aromáticas del copoazú, las posibilidades de comercialización en mercados internacionales se pueden enfocar en la comercialización de la pulpa para la elaboración de saborizantes y salsas utilizadas en la preparación de recetas especiales. Para este fin se pueden asistir a ferias gastronómicas donde se den a conocer las propiedades de esta fruta y con base en estas, se propongan alternativas de preparación.
- El cupulate de copoazú presenta potencial para su comercialización, debido a que es una pasta similar al chocolate con un contenido menor de ácidos grasos y que actualmente ya es utilizada por algunas empresas alimenticias internacionales. El problema radica en la capacidad de producción, ya que para abastecer este mercado se necesitan grandes volúmenes de semillas lo cual limita la producción a gran escala.



9. Ferias y sitios de comercio virtual

A continuación se presenta un listado de las principales ferias comerciales relacionadas con el sector de alimentos; así como también los principales sitios de comercio virtual y directorios de proveedores y fabricantes.

9.1. Ferias comerciales

- **Sial – El sitio de mercado global de alimentos** - <http://www.sial.fr>
Es una vitrina de innovación y una verdadera plataforma de negocios a nivel mundial. Es la feria líder para la industria de alimentos.
- **Asociación Internacional de Ferias de América** - <http://www.afida.org>
Contiene un motor de búsqueda de ferias y eventos de distintas industrias en América.
- **Federación de Asociaciones Comerciales Internacionales**- <http://www.fita.org>
Es el sitio oficial de la Federación de Asociaciones Comerciales Internacionales. Entre otros, contiene un listado de las 450 asociaciones y las 450.000 compañías miembros de la Federación; las cuales están dedicadas a la promoción del comercio internacional, a la importación-exportación de productos, a la administración de logística internacional y muchas más.
- **Prochile** - <http://www.prochile.cl>
En el sector de “ferias internacionales” ofrece un listado de distintas ferias del sector de alimentos, industrias y servicios a realizarse en distintas partes del mundo.

9.2. Sitios de comercio virtual

- **ABCDirect** - <http://www.abcdirect.nl>
Este Sitio Web contiene un directorio de más de 120.000 compañías, clasificadas en 50.000 productos y más de 100.000 marcas.
- **Europages** - <http://www.europages.com>
Motor de búsqueda B2B europeo, el cual tiene catalogados a 1.500.000 proveedores, fabricantes y distribuidores en Europa y a nivel internacional.
- **Biztradeshows** - <http://www.biztradeshows.com>
Contiene un motor de búsqueda de ferias de todas las industrias las cuales pueden ser filtradas por industria, por país, por fecha y por organizador.
- **Alibaba** – <http://www.alibaba.com>
El mercado business to business más grande del mundo, buscar en la categoría “agricultura”.

10. Cómo podemos ayudarlo

En el IBCE elaboramos distintos informes de mercado como ser perfiles de mercado e informes del mercado potencial para un producto en un determinado país. Si usted desea solicitar información sobre los costos de estos estudios personalizados, favor tomar contacto con:

Persona de contacto: Sr. Miguel Ángel Hernández Q.

Cargo: Gerente de Promoción

E-mail: gpromocion@ibce.org.bo

Teléfono: +591 – 3362230

Fax: +591 – 3324241

Dirección: Av. Las Américas N° 7 (Torre Empresarial CAINCO, Piso 13)

Casilla: 3440

Fuentes de información

Nombre	Sitio Web	Contenido
Trade Map	http://www.trademap.org	Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas.
Export Help Desk	http://www.exporthelp.europa.eu	Sitio Web que ofrece información sobre: requisitos, gravámenes, derechos de importación, regímenes preferenciales, estadísticas comerciales y otros datos útiles sobre como exportar hacia la Unión Europea.
Food and Drug Administration – FDA	http://www.fda.gov	Sitio Web de la agencia responsable de proteger la salud pública al asegurar la eficacia y seguridad de los medicamentos para uso humano y veterinario, productos químicos, etc.
La otra frontera: Usos alternativos de los recursos naturales	http://idh.pnud.bo	Publicación del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo que muestra una perspectiva sobre una economía alternativa basada en servicios ambientales, ecoturismo, manejo forestal, biocomercio y agricultura orgánica.
Skyfield Tropical	http://www.skyfieldtropical.com	Empresa de pedido por correo que ofrece una selección de árboles frutales tropicales raros, plantas medicinales y productos herbales seleccionados.
Fruit and Nut Trees	http://fruitandnuttrees.com	Sitio que trata sobre jardines sostenibles sin dañar el medioambiente.
Amazonía Boliviana	http://www.amazonia.bo	Institución cuyo objetivo es promocionar la Amazonía de Bolivia en sus aspectos culturales, ecológicos, económicos, informativos y turísticos.
Achacha Fruit Holdings	http://www.achacha.com.au	Sitio Web de la empresa que cultiva y vende achachairú en Australia.
Una ventana de Riberalta a mundo	http://www.bolivia-riberalta.com	Sitio Web del primer periódico digital de Riberalta.

Fuentes fotográficas

- <http://ciatbo.org>
- <http://www.hawaiifruit.net>
- <http://z.about.com>