

## PRODUCTO CON POTENCIAL

### LA CASTAÑA O NUEZ DEL BRASIL EN EL PERÚ.



El desarrollo comercial de la Castaña o Nuez del Brasil beneficia directamente al medio ambiente ya que sus niveles de producción dependen estrictamente del cuidado de su entorno.

El árbol de la Castaña puede alcanzar fácilmente los 50 mts de altura y una producción promedio de 70 kg año. Cuando los cocos están maduros (de diciembre a marzo) caen al suelo donde son recogidos por los recolectores o “castañeros” que a su vez las llevan a las plantas de proceso para ser secadas, peladas y empacadas.

Esta nuez forma parte de un elaborado ecosistema, su polinización es realizada por una extraña variedad de avispas conocidas como la “avispa de las orquídeas” que desaparecen si existe cualquier tipo de depredación en su ecosistema afectando el rendimiento del árbol. Por otro lado, su propagación depende del “agouti”, pequeño roedor capaz de abrir la gruesa corteza del coco esparciendo las nueces que no come, las que serán en el futuro los nuevos árboles de castaña.

Actualmente la densidad de los castaños en la zona de extracción es aproximadamente 0.9 árboles por hectárea (ha). Las concesiones acreditadas por la autoridad del medio ambiente en el Perú van desde las 1,000 hasta las 10,000 ha por concesión, otorgadas a personas naturales que viven en la zona quienes ingresan durante largos periodos a la selva agreste para recolectar las nueces, secarlas y posteriormente transportarlas a la planta de proceso donde son peladas y seleccionadas para su posterior venta.

#### **Comercio internacional de la Castaña**

La castaña es uno de los principales productos de la agroexportación en el Perú. En la actualidad este sector de nueces representa 2.5 billones de dólares anuales de comercialización aproximadamente, sin embargo la castaña sólo representa el 2.5%. Sus posibilidades de crecimiento en los mercados son altas considerando su condición de protector del medio ambiente además de las cualidades nutraceuticas que posee.

El comercio internacional de alimentos es complejo, existen estrictos requerimientos en cuanto a la sanidad e inocuidad para el ingreso de los productos a los principales mercados, lamentablemente el manejo de esta nuez en el Perú es deficiente y poco profesional sin posibilidad de garantizar la inocuidad de la misma. Por ejemplo, La Unión Europea, bloque considerado como el principal mercado para la castaña, exige en la actualidad un contenido mínimo de 4 Pbb (partículas por billón) de aflatoxinas (sustancia tóxica generada por hongos) demandando el desarrollo de buenas prácticas de extracción y manufactura inexistentes en Madre de Dios.

### **Competitividad empresarial**

Las pequeñas empresas exportadoras no hacen un manejo adecuado del producto, en su mayoría parte del proceso lo hacen en Puerto Maldonado, inclusive comprando nueces peladas a los mismos extractores en condiciones higiénicas impropias, terminando el proceso ya sea en Lima o en Arequipa dependiendo de la empresa.

Si a esto agregamos la poca competitividad del producto, por sus altos costos de producción y la baja inversión de sus actores, es factible creer que es cuestión de tiempo para que la castaña deje de ser rentable en la zona.

La construcción de la Carretera Interoceánica Sur que unirá el océano pacífico con el atlántico, va a transformar la dinámica de la economía en la región, de no tener una actividad rentable que resguarde el medio ambiente la deforestación será inminente por los competitivos costos de traslado de productos inclusive prohibidos, a los puertos de embarque.

Considerando que la Castaña es un producto con demanda en el mercado internacional y con posibilidades de un mayor crecimiento en el país, se ha consolidado como uno de los principales productos de la agroexportación peruana, pese a las deficiencias descritas hasta el momento.

El mercado exige un producto que sea competitivo e inocuo, que logre superar precios bajos y que cumpla con los estándares sanitarios exigidos. Para lograr estos objetivos el desarrollo de Planes de Negocios que incluya la implementación de plantas de proceso hace necesario que se garantice la inocuidad del producto con el uso de buenas prácticas de manufactura terminando su proceso en la misma región y desarrollando economías de escala para lograr un costo unitario competitivo del producto.

El desarrollo de un producto con tales características incrementará las posibilidades de éxito en el mercado internacional permitiendo mejores ingresos a los agentes involucrados en la cadena de

abastecimiento además de incentivar la generación de empleo en una región de pobreza extrema gracias a la demanda intensiva en mano de obra generada por los procesos agroindustriales.

### **Ejemplo a seguir**

Un ejemplo del éxito de la Castaña en el mercado internacional es Bolivia, país que se ha consolidado como el primer exportador en el mundo. El profesionalismo de sus empresas y la inversión apostada en el sector ha dado como resultado la exportación por 88 millones de dólares en esta nuez en el año 2008 (6 veces Perú), pese a contar con una ubicación desventajosa en comparación a la nuestra.

Son pocos los ejemplos que se pueden mencionar donde el mercado demanda productos que están a nuestro alcance, aprovechemos esa oportunidad que nos da la castaña en pro de nuestra rica biodiversidad.

En el Perú, se requieren programas para mejorar las capacidades organizativas y mejorar la calidad de vida de las personas involucradas en la actividad castañera. También un Comercio Justo (Fair Trade) con certificaciones de Producción Orgánica, de acuerdo a las nuevas tendencias de los mercados mundiales; tal como en la actualidad está ocurriendo con el Café y Cacao Peruano.

### **Aceite de Castaña Comestible**

En la actualidad es el subproducto derivado de la Castaña con mayor uso, el cual se usa para consumo humano y como insumo para productos de cuidado e higiene personal.

El aceite de Castaña comestible tiene muchos sustitutos, aún por sus propiedades de Omega 6 y Omega 9, como el aceite de Sacha Inchi; siendo la principal consideración la contribución de la Castaña Amazónica la sostenibilidad del ecosistema y contexto social en las zonas de producción, por ello los mercados más propicios para su comercialización podrían ser los Orgánicos y Comercio Justo (Fair Trade), con tendencias crecientes.

## **BREVE ANÁLISIS DEL SECTOR**

### **a. Mercado Mundial**

En el 2008 se registraron importaciones mundiales por US\$ 170 millones de dólares de Castaña o Nuez del Brasil; del cual el 87% corresponde a la subpartida 080122 sin cáscara y el 13% a la

subpartida 080121 con cáscara; ambas partidas muestran incrementos de 14% y 5% respectivamente, frente al 2007.

Los principales países importadores de la Nuez del Brasil sin cáscara, son EE.UU. representando el 27%, seguido de Reino Unido con el 23%, Alemania con el 9% y Holanda con el 7%, entre otros.

Para la Nuez del Brasil con cáscara, los principales países importadores son Hong Kong representando el 27%, EE.UU. con el 24%, China y Bolivia con el 8% cada uno, entre otros. Cabe resaltar que Bolivia, a pesar de ser el principal exportador mundial, registra importaciones de Castaña provenientes de Brasil, la cual probablemente es reexportada.

Los principales países exportadores de Nuez del Brasil sin cascara son Bolivia con el 63% de participación, seguido de Perú con el 11%, luego de Holanda y Nigeria, ambos con 5% cada uno, entre otros. Para el caso de la Nuez del Brasil con cáscara tenemos a Brasil con el 53% de participación, Indonesia con el 19%, Nigeria con el 12% y Hong Kong con el 7%, entre otros.

#### **b. Exportaciones peruanas**

Las exportaciones peruanas en el 2009 fueron de US\$ 11.5 millones de dólares, menos que el 2008 en 17%, lo que se puede explicar por el incremento de la oferta de nueces en el mercados, además de la crisis internacional al ser EE.UU. nuestro principal mercado de destino de la Nuez del Brasil sin cascara (080122) que representa el 99.8% de las exportaciones, frente al 0.2% de la Nuez del Brasil con cascara (080121).

En la primera partida -080122-, EE.UU. representa el 77% de nuestros mercados de destino, seguido de Rusia con el 4%, Alemania, Canadá y Reino Unido con el 3% cada uno, entre otros. En la segunda partida -080121-, Hong Kong representa el 64%, seguido de Canadá con el 32% y Bélgica con el 4%. Si bien la cifra es pequeña aún, se resalta un crecimiento de 19% en las exportaciones de la Nuez del Brasil con cascara en el 2009 respecto al 2008.

Las principales empresas exportadoras son La Nuez SRL con el 26% de contribución, seguido de El Bosque EIRL con el 21%, Agrícolas y Forestales SAC con el 14%, Candela Perú con el 13% y Exportaciones de la Selva S.A. con el 9%, entre otros.

Si bien figuran exportaciones de Nuez del Brasil todo el año, entre los meses de Abril y Diciembre, después de la zafra, se observan los mayores volúmenes.

#### **c. Países competidores**

Nuestra competencia directa, en definitiva son Bolivia y Brasil, quienes también llegan a nuestros principales mercados de destino que son EE.UU. y Rusia, entre otros como Reino Unido, Alemania y Holanda.

**d. Producción Nacional**

El Perú cuenta con 1.2 millones de has naturales de castañales ubicadas en Madre de Dios, de lo cual 900 mil has han sido concesionadas y dan sustento a 4,500 familias.

En Agosto del 2009 el Gobierno Regional de Madre de Dios ha declarado a la castaña amazónica del Perú como Producto Bandera, por su importancia social, ecológica y cultural como un producto de valor estratégico para el desarrollo económico de los agricultores de Madre de Dios y la generación de riqueza.

**e. Precio de la Castaña**

La recolección y producción de la Castaña, por tratarse de un producto sustituto, está condicionado al precio que se fija mundialmente en función de la oferta de otras nueces en el comercio mundial. Existe una relación directa entre el volumen de producción y el precio pagado por kg. de Castaña recolectada. A pesar que los precios de la castaña se han incrementado en los últimos años, se considera altamente volátil. No se conocen estudios de las causas que provocan ese movimiento de precios, sin embargo se sabe que la venta de nueces en el mercado internacional es por mezclas de nueces y no de un solo tipo, por lo tanto un incremento en la producción de algún tipo de nuez, hace que se demande menos de las otras.

La Castaña o Nuez del Brasil con Certificación Orgánica y de Comercio Justo, puede llegar entre un 30% a 50% en promedio, por encima del precio del producto convencional, teniendo además un nicho de mercado en crecimiento.

ELABORADO POR:

Eduardo Talavera Larenas – Gerente Comercial y Marketing  
[etalavera@agriconsultperu.com](mailto:etalavera@agriconsultperu.com)

Gonzalo Lam Chiang – Gerente de Operaciones e Información Comercial  
[glam@agriconsultperu.com](mailto:glam@agriconsultperu.com)

AGRICONSULT PERU SAC