



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

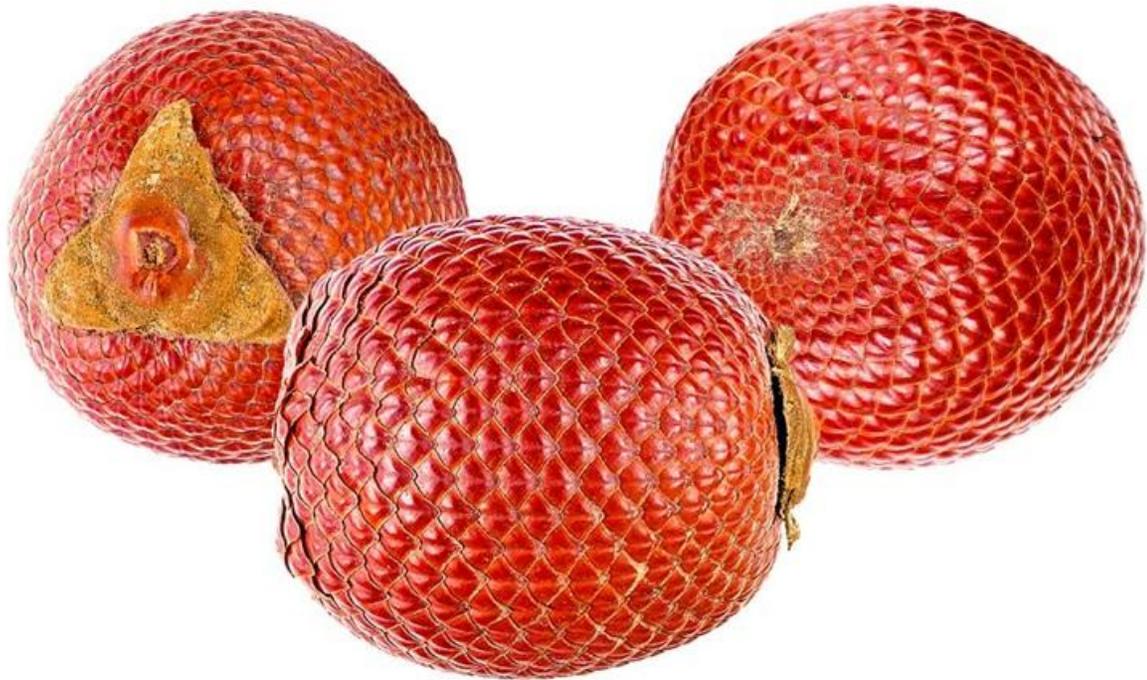
Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

PERFIL DE MERCADO



AGUAJE

ABRIL 2025



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

CONTENIDO

1.	Resumen Ejecutivo	6
2.	Descripción del producto	7
2.1	Generalidades del producto	7
2.1.1	Origen y descripción del producto	7
2.1.2	Partida Arancelaria	9
2.1.3	Propiedades nutritivas y beneficios	10
2.1.4	Usos	15
3.	Panorama Internacional	18
3.1	Producción.....	18
3.2	Importaciones	24
4.	Panorama Nacional	27
4.1	Producción.....	27
4.2	Estacionalidad.....	35
4.3	Consumo Interno.....	38
4.4	Comercio Exterior.....	39
5.	Oportunidades Comerciales.....	55
5.1	Oportunidades	55
5.2	Retos.....	59
5.3	Análisis de demanda para la implementación de estrategias.....	60
5.3.1	Productos competidores directos en el mercado peruano.....	74
5.3.2	Productos competidores directos en el mercado internacional	84
5.4	Análisis de Tendencias.....	87
6.	Conclusiones y Recomendaciones	88
7.	Bibliografía.....	91
8.	ANEXO	106





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

GRÁFICO 1 EXPORTACIONES DE AGUAJE SEGÚN SU PRESENTACIÓN.....	40
GRÁFICO 2 EXPORTACIONES GENERALES DEL AGUAJE EN TODAS SUS PRESENTACIONES.....	41
GRÁFICO 3 PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO DEL AGUAJE EN TODAS SUS PRESENTACIONES SEGÚN PESO NETO	41
GRÁFICO 4 PRINCIPALES MERCADOS DE DESTINO DEL AGUAJE EN TODAS SUS PRESENTACIONES SEGÚN VALOR FOB US\$	42
GRÁFICO 5 EXPORTACIONES DE BEBIDAS A BASE O QUE CONTENGAN AGUAJE	43
GRÁFICO 6 PRINCIPALES MERCADOS PARA BEBIDAS DE AGUAJE SEGÚN PESO NETO.....	43
GRÁFICO 7 PRINCIPALES EXPORTADORES DE BEBIDAS DE AGUAJE SEGÚN PESO NETO.....	44
GRÁFICO 8 EXPORTACIONES DE PULPA DE AGUAJE	45
GRÁFICO 9 PRINCIPALES MERCADOS PARA LA PULPA DE AGUAJE SEGÚN PESO NETO.....	45
GRÁFICO 10 PRINCIPALES EXPORTADORES DE PULPA DE AGUAJE SEGÚN PESO NETO.....	46
GRÁFICO 11 EXPORTACIONES DE POLVO Y HARINA AGUAJE.....	47
GRÁFICO 12 PRINCIPALES MERCADOS PARA EL POLVO O HARINA DE AGUAJE SEGÚN PESO NETO.....	47
GRÁFICO 13 PRINCIPALES EXPORTADORES DE POLVO O HARINA DE AGUAJE SEGÚN PESO NETO	48
GRÁFICO 14 EXPORTACIONES DE ACEITE DE AGUAJE.....	49
GRÁFICO 15 PRINCIPALES MERCADOS PARA ACEITE DE AGUAJE SEGÚN PESO NETO.....	49
GRÁFICO 16 PRINCIPALES EXPORTADORES DE ACEITE DE AGUAJE	50
GRÁFICO 17 PARTICIPACIÓN GLOBAL DE REGISTRO DE PATENTES SOBRE LA "MAURITIA FLEXUOSA"	51
GRÁFICO 18 EXPORTACIONES DE CÁPSULAS DE AGUAJE	52
GRÁFICO 19 PRINCIPALES MERCADOS PARA CÁPSULAS DE AGUAJE SEGÚN PESO NETO.....	53
GRÁFICO 20 PRINCIPALES EXPORTADORES DE CÁPSULAS DE AGUAJE.....	53
GRÁFICO 21 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE ACEITES EN NORTEAMÉRICA.....	65
GRÁFICO 22 ACTORES CLAVE DEL MERCADO EUROPEO.....	67
GRÁFICO 23 VOLUMEN IMPORTADO DE ACEITES ESENCIALES POR PAÍS EN EL 2024	69
ILUSTRACIÓN 1 MORFOLOGÍA DEL AGUAJE.....	8
ILUSTRACIÓN 2 TIPOS DE PULPA DEL AGUAJE	9
ILUSTRACIÓN 3 INFORMACIÓN NUTRICIONAL DEL AGUAJE	11
ILUSTRACIÓN 4 PRESENTACIONES DE AGUAJE.....	11
ILUSTRACIÓN 5 ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO SOBRE MAURITIA FLEXUOSA - AGUAJE	13
ILUSTRACIÓN 6 AGUAJINA, BEBIDA ANCESTRAL.....	16
ILUSTRACIÓN 7 COMO CONSUMIR AGUAJE.....	16
ILUSTRACIÓN 8 EVENTO F/W 2025, PRENDAS ELABORADAS POR PLANTAS DEL AGUAJE, CHAMBIRA, ENTRE OTROS.	17
ILUSTRACIÓN 9 ELABORACIÓN DE PRODUCTOS CON LA FIBRA VEGETAL DE LA PALMERA DEL AGUAJE.....	18
ILUSTRACIÓN 10 PRODUCTOS ELABORADOS POR LA PLANTA SACHA MUIU	19
ILUSTRACIÓN 11 ESTACIONALIDAD DEL MORICHE COLOMBIANO.....	20
ILUSTRACIÓN 12 ESTACIONALIDAD DEL BURITÍ BRASILEÑO	21
ILUSTRACIÓN 13 CADENA PRODUCTIVA DE BURITÍ EN BRASIL	22
ILUSTRACIÓN 14 PROYECTO DE PRODUCCIÓN DE "MORETE" EN LA REGIÓN PASTAZA - ECUADOR.....	24
ILUSTRACIÓN 15 CADENA PRODUCTIVA DEL AGUAJE	36
ILUSTRACIÓN 16 CADENA DE VALOR DEL AGUAJE	37





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

ILUSTRACIÓN 17 PROPUESTA DE RETINOL NATURAL DE COBIUTY (COBIOSA)	56
ILUSTRACIÓN 18 PRODUCTO ELABORADO CON FIBRA VEGETAL DE LA PALMA DEL AGUAJE	57
ILUSTRACIÓN 19 PRODUCCIÓN MUNDIAL DE FIBRAS EN MILLONES DE TONELADAS (% PARTICIPACIÓN)	58
ILUSTRACIÓN 20 USO DE FIBRA VEGETAL DE LA PALMA DEL AGUAJE EN LA FABRICACIÓN DE PRENDAS	59
ILUSTRACIÓN 21 CADENA DE VALOR DEL AGUAJE	107
TABLA 1 DESCRIPCIÓN CIENTÍFICA	8
TABLA 2 CONTENIDO NUTRACÉUTICO DE LA PULPA POR TIPO DE AGUAJE	14
TABLA 3 CONTENIDO NUTRACÉUTICO DE LA SEMILLA POR TIPO DE AGUAJE	15
TABLA 4 LISTA DE IMPORTADORES CORRESPONDIENTES A LA PARTIDA 2009.90 (GRASAS Y ACEITES VEGETALES FIJOS, Y SUS FRACCIONES, INCLUSO REFINADOS, PERO SIN MODIFICAR QUÍMICAMENTE,) SEGÚN VALOR IMPORTADO (MILLONES DE US\$).....	25
TABLA 5 LISTA DE IMPORTADORES CORRESPONDIENTES A LA PARTIDA 2009.90 (MEZCLA DE JUGOS DE FRUTAS U OTROS FRUTOS, INCL. EL MOSTO, O DE HORTALIZAS, INCL. "SILVESTRES",) SEGÚN VALOR IMPORTADO (MILLONES DE US\$).....	26
TABLA 6 LISTA DE IMPORTADORES CORRESPONDIENTES A LA PARTIDA 2009.90 (HARINA, SÉMOLA Y POLVO DE LOS PRODUCTOS DEL CAPÍTULO 8 "FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS ...SEGÚN VALOR IMPORTADO (MILLONES DE US\$)	27
TABLA 7 PRODUCCIÓN EN CIFRAS CN & CC LORETO	29
TABLA 8 PRODUCCIÓN DE AGUAJE 2024 – ANUARIO 2023 SERFOR.....	29
TABLA 9 ESTIMACIÓN DE AGUAJALES EN LA REGIÓN LORETO Y SU APROVECHAMIENTO	30
TABLA 10 ESTIMACIÓN DE CONSUMO PER CÁPITA DE AGUAJE	31
TABLA 11 ZONIFICACIÓN DE LA COMUNIDAD NATIVA - SAN JOSÉ DE PARINARI	34
TABLA 12 ESTACIONALIDAD DEL AGUAJE	35
TABLA 13 FUNNEL MARKETING PARA EL AGUAJE.....	39
TABLA 14 PERFIL DE CONSUMIDOR.....	61
TABLA 15 MERCADO DE ACEITES ESENCIALES EN NORTEAMÉRICA	62
TABLA 16 CANALES DE DISTRIBUCIÓN PARA PRODUCTOS NATURALES EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	64
TABLA 17 PAÍSES EUROPEOS COMO MAYORES OPORTUNIDADES PARA INGREDIENTES NATURALES	68
TABLA 18 MATRIZ DE BENCHMARKING.....	71
TABLA 19 COMPETIDORES DIRECTOS EN EL MERCADO PERUANO	74
TABLA 20 PERFIL DEL CONSUMIDOR	87
TABLA 21 POTENCIALES COMPRADORES DE AGUAJE Y SUS DERIVADOS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

LISTA GENERAL DE ACRÓNIMOS

CIMA	:	Centro de Conservación, Investigación y Manejo de Áreas Naturales
Profonanpe	:	Fondo Nacional de Promoción de las Áreas Naturales Protegidas del Perú
IIAP	:	Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana
WCS	:	Wildlife Conservation Society
FIDA	:	International Fund for Agricultural Development
ISPN	:	Instituto Sociedade População e Natureza
IBGE	:	Instituto Brasileño de Geografía y Estadística
APNAFAM	:	Asociación de Naranjilla y Frutales Amazónicos Murialdo
SERFOR	:	Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre
SPDA	:	Sociedad Peruana de Derecho Ambiental
ARFFS	:	Autoridades Regionales Forestales y de Fauna Silvestre
ASL	:	Amazon Sustainable Landscapes
GEF	:	Global Environment Facility
CEDIA	:	Centro para el Desarrollo del Indígena Amazónico
GCF	:	Green Climate Fund
HACCP	:	Hazard Analysis Critical Control Points
SERNANP	:	Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado
ANP	:	Áreas Naturales Protegidas
BDPI	:	Base de Datos de Pueblos Indígenas u Originarios
APNAFAM	:	Asociación de Naranjilla y Frutales Amazónicos Murialdo
ARRS	:	Autoridades Regionales Forestales y de Fauna Silvestre
ILSI	:	International Life Sciences Institute Nor-Andino
CIRFS	:	Comisión Interinstitucional para la Formación de Recursos Humanos para la salud
FAO	:	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
ICAC	:	Comité Consultivo Internacional del Algodón
IWTO	:	International Wool Textile Organization





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

1. Resumen Ejecutivo

El presente documento tiene como objetivo analizar el potencial comercial del aguaje (*Mauritia flexuosa*), fruto emblemático de la Amazonía peruana, y evaluar su competitividad como producto agroexportador en los mercados internacionales. Para ello, se abordan aspectos productivos, nutricionales, logísticos y regulatorios, en articulación con las tendencias globales, con el fin de identificar oportunidades y desafíos clave para su posicionamiento estratégico. El aguaje destaca por su alto contenido de provitamina A (carotenoides), fitoestrógenos relevantes para la salud femenina, omega-9, minerales y fibra dietética, lo que lo convierte en un insumo funcional con beneficios comprobados para la visión, la piel, el sistema inmunológico y el equilibrio hormonal. Estas propiedades, respaldadas por diversos estudios científicos, lo posicionan como un insumo estratégico para las industrias alimentaria, cosmética y farmacéutica. Además, sus derivados —como la pulpa congelada, el polvo deshidratado, el aceite y las cápsulas— resultan atractivos tanto para el consumidor final como para el sector industrial.

A nivel internacional, existen condiciones favorables para su comercialización. Mercados como Estados Unidos, Francia, Alemania, Corea del Sur y Japón han incrementado la importación de productos vegetales funcionales, mostrando una alta receptividad hacia ingredientes exóticos con respaldo científico y procedencia sostenible. Este interés es impulsado principalmente por los consumidores Millennials y Centennials, quienes priorizan productos naturales, orgánicos, libres de aditivos, y con impacto social y ambiental positivo. En el ámbito nacional, el aguaje representa una oportunidad para dinamizar el desarrollo económico de las comunidades amazónicas. Sin embargo, enfrenta desafíos significativos relacionados con la infraestructura, la informalidad, la ausencia de certificaciones, la limitada incorporación tecnológica y las restricciones logísticas. Dado que se trata de un producto altamente perecible, requiere de un procesamiento inmediato tras la cosecha, lo cual implica inversiones en centros de acopio, cadena de frío y transporte eficiente. En este contexto, el éxito comercial del aguaje dependerá de la implementación de estrategias de diferenciación basadas en certificaciones (orgánicas, de comercio justo y de sostenibilidad), trazabilidad, desarrollo de productos innovadores y el uso del **"origen amazónico"** como ventaja competitiva. Alineado con las macro-tendencias globales de salud, bienestar, clean label, envejecimiento saludable, sostenibilidad y comercio ético, el aguaje tiene el potencial de consolidarse como parte del portafolio estratégico de exportaciones peruanas.





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y RiegoViceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

2. Descripción del producto

El aguaje es un fruto tropical de la Amazonía, de color rojizo en el exterior y pulpa amarilla, conocido por su alto contenido de vitamina A y fitohormonas naturales, estas propiedades han sido respaldadas por varios estudios científicos. Se consume en fresco como procesado en jugos, helados, mermeladas y su versión en aceite que es muy valorado por la industria cosmética por sus beneficios nutritivos y dermatológicos. Su textura suave y ligeramente dulce, se vuelve una ideal opción para quienes buscan productos saludables y naturales.

2.1 Generalidades del producto

2.1.1 Origen y descripción del producto

Desde épocas precolombinas el aguaje ha sido más que un fruto desempeñando un rol significativo en la cultura de comunidades amazónicas; ha sido un símbolo de vida, fertilidad y conexión espiritual con la naturaleza. Para pueblos originarios como los “Bora”, “Huitoto”, “Shipibo-Conibo” y “Ticuna” esta palmera representa un gran vínculo y se considera y recibe el nombre de “**Árbol Madre**”, por su capacidad de dar sombra, alimento, medicina y materia prima para la construcción de sus viviendas. Hallazgos arqueológicos han logrado encontrar semillas de aguaje, demostrando que su consumo se remonta a más de 2,000 años en el valle del Amazonas (Egg, 2003).

El fruto, rojo oscuro por fuera y anaranjado/amarillo brillante por dentro se vinculaba al principio femenino, y en su cosmovisión representaba el vientre fértil de la madre tierra. Las mujeres eran las que por tradición recolectaban, transformaban y distribuían, por lo que ellas transmitían este conocimiento de generación en generación. Por ejemplo, la cultura “Tikuna” (BDPI, s.f.) lo incluía como elemento ceremonial en la iniciación femenina, reforzando el rol social de la mujer como portadora de sabiduría natural, además, contaban historias donde la llamaban a la palmera “**Madre del Bosque**” refugio de animales y seres mitológicos (Instituto Alexander von Humboldt, 2013)

Botánicamente el aguaje pertenece a la familia **Arecaceae (palmae)** y su denominación científica es **Mauritia flexuosa L.**; se encuentra distribuida en toda Sudamérica específicamente en la región amazónica y fue la primera palmera amazónica descrita por la ciencia en 1782. En Brasil se le conoce como “**buriti**”, en Ecuador como “**morete**”, en Colombia lo conocen como “**moriche**” o “**canangucha**” y en Venezuela como “**moriché**”. En el Perú se le considera como una de las palmeras más representativas, se

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

encuentra en manchales o **“aguajales”** donde se cultiva y explota por completo: hojas, tallos, semillas, raíces y frutos. Presente mayoritariamente en la región Loreto, y con menos proporción en las regiones de Madre de Dios, Ucayali, San Martín y Huánuco (CIMA, 2012).

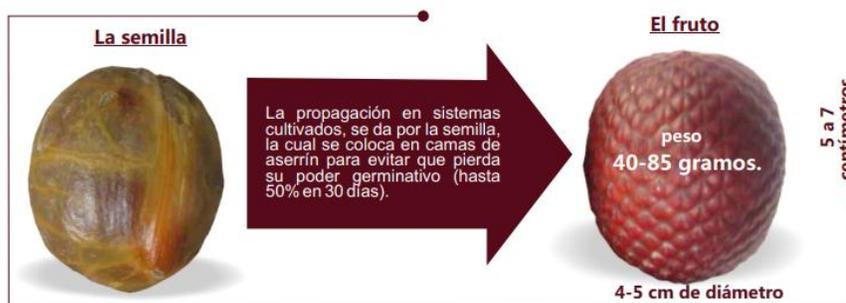
Tabla 1 Descripción científica

Nombre científico:	Mauritia flexuosa L.
Reino:	Vegetal
Clase:	Monocotiledónea
Subclase:	Liliopsida
Orden:	Arecales
Familia:	Arecaceae
Sub familia:	Calamoidae
Tribu:	Lepidocaryeae
Género:	Mauritia
Especie:	Mauritia flexuosa

Fuente: PALMweb

Esta palmera presenta plantas femeninas como masculinas que se necesitan mutuamente para la polinización. En su etapa más adulta puede alcanzar hasta los 35 metros de altura con 50 a 60 centímetros de diámetro y su producción generalmente llega un promedio de 8 racimos, cada racimo tiene la capacidad estimada de dar un aproximadamente unos 730 frutos, alcanzando una producción media de 290Kg por palmera.

Ilustración 1 Morfología del Aguaje



Fuente: CIMA – Cordillera Azul

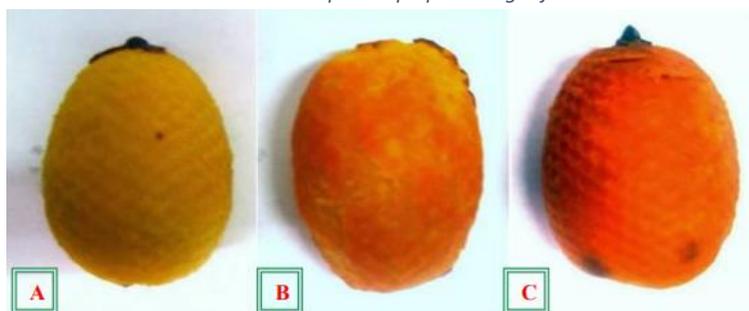
La pulpa del aguaje presenta tres tipos (amarillo o posheco [A], color [B], shambo [C] y algunos consideran al “Shambo azul” como un cuarto tipo, sin embargo, se trata de un fruto que no está completamente maduro); el shambo es el que tiene más contenido de aceite posee, casi el 25.2%, el aceite del tipo amarillo tiene alto contenido de carotenos

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

y es rico en ácido oleico (75.6%) mientras que el tipo color posee más contenido de α -tocoferol 685.8 mg/L (IIAP, 2006).

1. Shambo (fruto rojo oscuro, grande a pequeño, pulpa gruesa, cremosa con alto contenido de grasa).
2. Ponguete o Posheco (fruto amarillento grande o pequeño, pulpa delgada, bajo contenido de grasa).
3. Rojizo o color (Fruto rojo grande a pequeño, medio contenido de grasa).
4. En la Reserva del Pacaya Samiria-Comunidad Esperanza Río Marañón se encontró la variedad llamada **Sacha Vaca**, fruto bastante grande comestible y de buen sabor.

Ilustración 2 Tipos de pulpa del Aguaje



Fuente: CIMA – Cordillera Azul

2.1.2 Partida Arancelaria

El aguaje no cuenta con partida arancelaria exclusiva por lo que, su clasificación depende de la presentación del producto, lo que permite su comercialización internacional y acceder a un arancel preferencial si corresponde. A continuación se detallan las partidas más relevantes:

- SECCIÓN 2

Productos del reino vegetal

CAPÍTULO 8

Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.

0811.90.99.00: Las demás frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante

CAPÍTULO 11

Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo.

1106.30.90.00: Los demás de los productos del capítulo 8



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

▪ SECCIÓN 3

Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal

CAPÍTULO 15

Grasas y aceites animales o vegetales o de origen microbiano; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal.

1515.90.00.90: Los demás aceites de maíz y sus fracciones

▪ SECCIÓN 4

Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados productos, incluso con nicotina, destinados para la inhalación sin combustible; otros productos que contengan nicotina destinados para la absorción de nicotina en el cuerpo humano.

CAPÍTULO 20

Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas.

2008.99.90.00: Demas frutas/frutos y demás part. Comestib. de plantas, prep. O conserv. de otro modo

2009.89.90.00: Los demás jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.

2009.90.00.00: Mezclas de jugos

CAPÍTULO 22

Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.

2202.99.00.00: Las demás aguas, incl. el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, expc. Los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la part. N°20.09

2.1.3 Propiedades nutritivas y beneficios

El aguaje tiene vitaminas, lípidos, proteínas, minerales, requeridos por la industria farmacéutica, cosmética y alimentaria. Un alimento con alto contenido de **carotenoides** (30 mg por cada 100g de pulpa) lo cual representa una concentración 20 veces mayor que la presente en la zanahoria. Además, contiene los siguientes componentes: **omega-9** (con niveles superiores al del aceite de oliva), **fitoestrógenos** para el control hormonal, **potasio**, **calcio** y su aceite que puede ser usado como protector solar, cremas y productos dermatológicos (Arika Virapongse, 2017).



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Ilustración 3 Información nutricional del Aguaje



Fuente: ResearchGate

Elaboración: Propia*

Aplicaciones en la salud y la nutrición:

- Fortalece la visión y el sistema inmunológico.
- Mejora la calidad de la piel y el cabello.
- Suplemento potencial en poblaciones vulnerables.
- Rico en aminoácidos, aceites naturales y antioxidantes.
- Ayuda a rejuvenecer y regenerar las células, evitando el envejecimiento.

Ilustración 4 Presentaciones de Aguaje



Fuente: Amazon Andes, Naturally Divine, Agro Selva, Bio Amayu

* “VD” significa valor diario, un porcentaje que indica cuanto aporta una porción de 100gr a la dieta diaria.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Es necesario una visión más amplia de lo que se ha desarrollado en temas de investigación sobre el aguaje, por lo que es necesario el uso de la herramienta **VOSviewer**, que realiza un análisis bibliométrico de las correlaciones entre términos clave presentes en los artículos científicos revisados sobre **“Mauritia Flexuosa”**. Con el resultado se verán las coocurrencias de palabras clave, lo que da como resultado un gráfico de las áreas de investigación más prominentes y las relaciones entre diferentes conceptos.

- **Mauritia Flexuosa (en rojo)**; relacionado a temas de origen, relación con la biodiversidad amazónica y su importancia.
- **El fruto (en amarillo)**; sobre métodos de extracción y su implicancia en la medicina por sus grandes beneficios.
- **Aceite (en verde)**; estudios científicos enfocados a los aceites extraídos del aguaje.
- **Química (celeste)**; estudios relacionados a los compuestos químicos y sus efectos favorables a la salud.
- **Artículos (azul)**; relacionados con estudios químicos (celeste).
- **Carotenoides (morado)**; profundización a estudios hechos al aceite de aguaje y la importancia de los carotenoides en la salud.

Con el resultado bibliométrico de la herramienta apoyado por la base de datos de estudios científicos en **Scopus** sobre la **“Mauritia Flexuosa”** se puede lograr ver el enfoque del aguaje, su dinámica en el mercado a través de tendencias, temas como biodiversidad, preocupación por la salud, impacto ambiental y sostenibilidad son puntos a considerar para el planteo de estrategias aprovechando las oportunidades existentes en los mercados internacionales.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

El análisis bibliométrico es una herramienta clave para identificar tendencias de investigación y desarrollo en torno a productos biotecnológicos derivados de recursos naturales, facilitando la planificación estratégica para el aprovechamiento comercial. Por lo tanto, el desarrollo de productos a base de componentes bioactivos del aguaje ofrece oportunidades para expandir su valor económico, promoviendo el uso sostenible del fruto y mejorar la competitividad de sus derivados en el mercado internacional (Herrera-Feijoo Robinson Jasmany, 2023). A través del del e-book digital presentado por Profonanpe en el 2022 nos muestra tablas con las propiedades nutraceuticas que ofrece la pulpa y semilla del aguaje (Profonanpe, 2022).

Tabla 2 Contenido nutraceutico de la pulpa por tipo de aguaje

Tipo de análisis	Tipo de aguaje		
	Amarillo	Shambo	Color
Zinc (mg/100g)	0.58	0.90	0.70
Calcio (mg/100g)	137.79	132.49	89.14
Magnesio (mg/100g)	44.12	98.61	44-08
Potasio (mg/100g)	390.36	660.81	312.31
Fierro (mg/100g)	1.18	0.83	0.55
Aceites (%) 22.8	22.8	25.2	21.3
Proteínas (%)	3.9	6.1	6.5
Carotenos totales (µg/g)	324.4	283.6	264.6
Tocoferol (mg/L)	683.4	677.6	685.8
Acido palmítico (%)	19.6	21.7	20.3
Acido oleico (%)	75.6	71.7	75.0
Acido ascórbico m/100g	21.5	25.6	21.9
Polifenoles totales mg/100g	185.75	162.52	212.89

Fuente: Profonanpe, IIAP

El aceite extraído de las semillas también tiene ácido láurico y esteárico, una grasa saturada usado para la elaboración de jabones, cosméticos, velas y champús (Elmer Trevejo Chávez, 2003); también requerido por la industria farmacéutica por su alto contenido de ácido linoleico ω_6 ; las semillas también tienen alto contenido de potasio, elemento importante en la salud humana (Vásquez Ocmín, 2009).

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Tabla 3 Contenido nutraceutico de la semilla por tipo de Aguaje

Tipo de análisis	Tipo de aguaje		
	Amarillo	Shambo	Color
Zinc (mg/100g)	1.28	1.25	0.73
Calcio (mg/100g)	44.30	34.81	27.19
Magnesio (mg/100g)	60.53	67.65	52.37
Potasio (mg/100g)	910.95	1042.92	809.88
Contenido de aceites (%)	7.37	9.20	7.01
Proteínas (%)	12.37	9.90	8.56
Acido palmítico (%)	18.07	24.28	24.22
Acido oleico ω9 (%)	27.59	31.52	52.96
Acido esteárico (%)	5.50	5.41	3.83
Acido linoleico ω6 (%)	34.58	36.04	16.24
Acido linoleico ω3 (%)	13.33	2.58	1.74

Fuente: Profonampe, IIAP

2.1.4 Usos

Los estudios realizados al aguaje han demostrado los beneficios que aportan a la salud, esto le da oportunidades para su uso; en un estudio in vitro realizado se encontró actividad estrogénica (*fitoestrógenos*) como mecanismo de acción en el cuerpo humano, esto no solo corrobora la validez del uso tradicional que se le da para tratar deficiencias de estrógenos que origina diversos males en las mujeres, sino que también se encontró propiedades nutraceuticas y farmacológicas; ampliando más la gama de usos (Hiroshi Shimoda, 2019).

En la amazonia peruana, específicamente la región Loreto, se consume casi 50 toneladas del fruto al día (solo se consume el mesocarpio), lo que involucra a unas 5,000 personas en la cadena de valor de este fruto (A. García, 2002). Una investigación hecha por el IIAP determino el valor nutricional que aportan las flores de las palmeras machos (Wong, 2025) gracias a su alto contenido de proteína, fibra y carbohidratos, superiores a las flores de la hembra. También posee grandes valores nutricionales, nutraceuticos y farmacológicos (Best I, 2020), se consume a través de una bebida muy regional, la “aguajina”, como aceite en productos para la belleza y cuidado de la piel.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Ilustración 6 Aguajina, bebida ancestral



Recuperado de: Internet

Los usos específicos del aguaje se pueden describir de la siguiente manera:

Alimentación

- **Consumo directo:** La pulpa se consume cruda o en preparaciones como jugos, batidos, helados y mermeladas (CIMA, 2012).
- **Gastronomía:** El aguaje se utiliza en salsas, marinados y aderezos, agregando un sabor único a platos de pescado y mariscos (Infobae, 2024).
- **Aceite:** El aceite de aguaje se usa en la cocina para darle sabor a platos o como aceite de cocina (Infobae, 2024).

Ilustración 7 Como consumir Aguaje



Recuperado de: Internet

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Salud y Bienestar

- **Piel:** El aguaje es rico en vitamina A y E, que ayudan a nutrir la piel y a combatir el envejecimiento (Las Provincias, 2022).
- **Hormonas:** ayuda a equilibrar los niveles hormonales, especialmente en mujeres, y puede aliviar síntomas de la menopausia y el síndrome premenstrual (NUAPerú, 2019).
- **Sistema inmunológico:** El aguaje contiene vitamina C, que ayuda a fortalecer el sistema inmunológico (Naturally Divine, s.f.).

Industria

- **Aceite:** se utiliza en la industria cosmética y farmacéutica para la elaboración de productos como lociones, cremas y champús.
- **Fibras:** Las hojas del aguaje se pueden usar para la fabricación de cuerdas, escobas y otros objetos en las comunidades amazónicas. Por ejemplo, en el evento mundial de moda “Otoño/Invierno 2025”, la diseñadora de **Sustainable Luxury Fashion Textile innovator** & cofundadora de **Neofibers**, Sumy Kujon presento su colección a base de fibra de plantas amazónicas como el aguaje, chambira y otros (Sumy Kion - Neofibers, 2025). Esta cadena de valor es totalmente nueva y se presenta como una alternativa que involucra innovación, tecnológica sostenibilidad y compromiso con el medio ambiente.

Ilustración 8 Evento F/W 2025, prendas elaboradas por plantas del aguaje, chambira, entre otros.



Fuente: LinkedIn – Neofibers

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

- Otros: El aguaje también puede ser utilizado para la construcción de balsas y en la elaboración de artesanías (PetroPerú, 2018).

Ilustración 9 Elaboración de productos con la fibra vegetal de la palmera del aguaje



Fuente: Petroperú Noticias

3. Panorama Internacional

3.1 Producción

COLOMBIA

En Colombia se le conoce al aguaje como “*moriche*” y “*canangucha*” en algunos lugares cercanos a la frontera con Venezuela (Instituto SINCHI). No se cuenta con data estadística referente a la producción y comercialización de este fruto, pero si se ha analizado la población de palmeras existentes en los morichales donde el 4% son plántulas, 28% juveniles y 68% adultas (Yinny Marcela Cano-Calderón, 2023). Actualmente el gobierno ha implementado proyectos con el propósito de recuperar los saberes ancestrales de sus pueblos, con la implementación de la planta “*Sacha Muiu*”¹ en Inga – Colombia, una planta de procesamiento en el Putumayo para procesar moriche y sus derivados (Cetina, 2023), con una capacidad para producir 500 litros de aceite de moriche al año con fines cosméticos únicamente según la demanda. Si



¹ Sacha Muiu – Planta Procesadora de productos amazónicos en Colombia, <https://sachamuiu.org/>

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

bien su producción es inferior a la del Perú por el momento, sigue siendo un fruto necesario para la economía de las comunidades nativas de Colombia², su producción se enfoca más en el desarrollo de productos con valor agregado, por ejemplo, las bebidas como la “**chicha**” y sobre todo el aceite para la producción de jabones y bases de cremas (Instituto SINCHI, s.f.). Las comunidades involucradas en el proyecto del pueblo de Inga son:

- Resguardo Indígena Inga de Albania.
- Resguardo Blasiaku.
- Resguardo Chaluyaco.
- Resguardo Wasipungo.
- Resguardo Mayor Inga Nukanchipa Alpa Amukunapa Wasi (integrado por Cabildo menor Cachiiaku Andaki, Cabildo menor Musu Waira Sacha Nukanchipa), Cabildo Saladilloiaco, Diana Silva Montealegre y Carlos López Descanse.

Ilustración 10 Productos elaborados por la planta Sacha Muui



Fuente: Sacha Muui

En el vecino país de Colombia se desarrolló otra iniciativa de aprovechamiento de recursos amazónicos mediante la cooperativa COMGUAVIARE (Cooperativa Multiactiva de Jóvenes del Guaviare) conformada por 32 socios que llevan años en el aprovechamiento sostenible de productos amazónicos como el açaí, el moriche y el seje “**Oenocarpus batauna**” una palma amazónica que se utiliza para extraer aceite de calidad. Mediante una propuesta de elaboración de productos con valor agregado como aceite, harina, néctares, yogures, torta, helados, entre otros (Fundación Corazón Verde, s.f.). Desde Abril del 2021 en Orinoquia, se viene trabajando entre varias familias de la región la construcción de una propuesta sostenible para el desarrollo de una cadena productiva

² Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, <https://www.minagricultura.gov.co/paginas/default.aspx>

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

aprovechando los recursos que le ofrece la naturaleza, como el **moriche**. El objetivo es lograr acceder a mercados con potencial, impulsado y de la guía de la Corporación Biocomercio Sostenible y WCS (Wildlife Conservation Society (Colombia), 2022).

Para la región Orinoquia, es una especie vital que garantiza su seguridad hídrica, al ser una palma asociada a cuerpos de agua, en donde es un elemento escaso en la región, los morichales ayudan a la creación de los ríos de sabanas, generan quebradas que llegan a los ríos y alimentan los caudales. El principal objetivo por parte de WCS es solucionar la problemática presente en toda la amazonia, la deforestación y el tema de los incendios generados por el cambio climático, por lo que desde el 2015 con el proyecto “*Vida Silvestre*” proponen acciones para mitigar esos eventos a través de la creación de cortafuegos, franjas de terreno sin ningún tipo de vegetación para evitar que el fuego se propague. Entre 300 – 400 kilómetros de cortafuegos que protegen 135 hectáreas de bosques y morichales. El proyecto monitorea 16 morichales y a lo largo de nueve años se han sembrado 4,237 plántulas en 32 hectáreas de morichales. Una problemática también presente en la zona es la fomentar la asociatividad entre los productores y dueños de fincas para poder promocionar de manera más efectiva su **moriche** en el mercado internacional (Cardona, 2023). La temporada de cosecha del son entre los meses de Julio a Octubre en promedio.

Ilustración 11 Estacionalidad del moriche colombiano



Fuente: Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural

Por otro lado, ejemplo de emprendedores enfocados a la sostenibilidad en Colombia aprovecharon también la rueda de negocio internacional que se dio en **LAC FLAVORS**³ Manaus – Brasil, donde ofrecieron pulpa de moriche (Ministerio del Ambiente de Colombia, 2024). Existe otro emprendimiento familiar en Putumayo llamado “Bioingredientes Amazónicos produciendo aceite de moriche e incentivar la sostenibilidad de la industria cosmética”⁴.

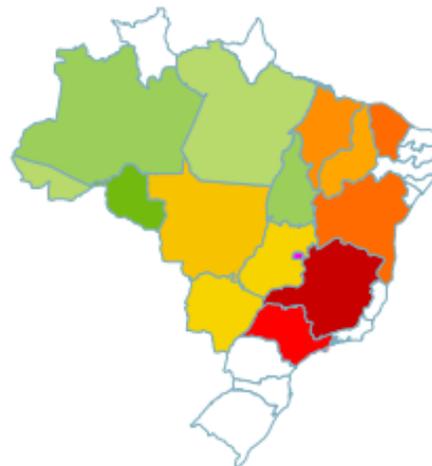
³ Connect Americas, <https://connectamericas.com/event/lac-flavors-2024>

⁴ BioIngredientes, <https://bioingredientesamazonicos.com/>

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

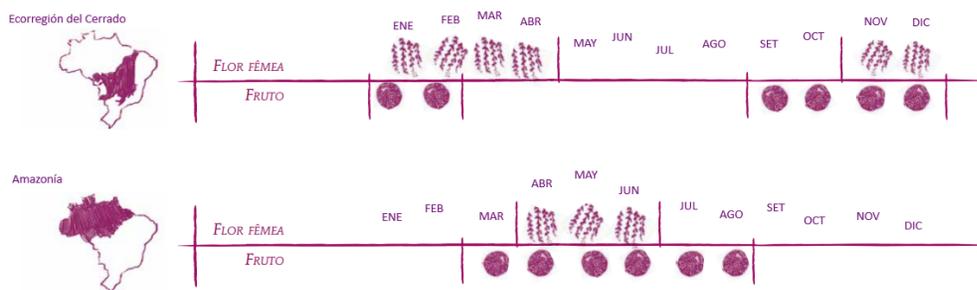
BRASIL

Asimismo, en Brasil⁵ es abundante en la región Norte – Pará y Amazonas y Noreste de Brasil – Maranhão, Piauí y Ceará. Donde también es conocida como **“Palmeira dos brejos”** (Palmera de los pantanos). Ya en el 1996 la producción de buriti era de 4,911 toneladas según el Censo Agropecuario con un precio de R\$ 1,25 reales brasileños por 1Kg de fruto (Sandra Regina Afonso, Humberto Ângelo). Por medio del proyecto **Pro-Semiárido**, en la comunidad de Brejo, las mejoras en la distribución y venta de buriti incrementaron los ingresos familiares entre un 30% - 40%.



Además, la modernización en el procesamiento de los frutos y semillas ha reducido significativamente el tiempo de trabajo, pasando de días a horas (FIDA, 2022). Con relación a la cantidad de producción, cada palma tiene ocho ramas y cada una de estas ramas un equivalente a 5,700 frutos. Considerando que cada palma tiene un estimado de 1 a 9 ramas y en una hectárea hay un aproximado de 64 palmas, eso dan un rendimiento medio de 12.8 toneladas de fruto de aguaje (Sandra Regina Afonso, Humberto Ângelo).

Ilustración 12 Estacionalidad del buriti brasileño



Fuente: ISPN – Instituto Sociedade População e Natureza

A través de la investigación realizada por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística – IBGE, mediante visitas de campo y entrevistas la comercialización se da de tres maneras: pulpa, aceite y fibra. De un saco de 50 kilogramos de fruto rinde 10

⁵ Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento, <https://www.gov.br/agricultura/pt-br>

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

kilogramos de pulpa lo cual demora un día entero entre dos personas, 15Kg de dulce lo cual demora 1 hora en producirse y 1,5 litros de aceite lo que demora 4 horas para obtener todo el aceite de la masa. La pulpa de burití se vende localmente congelada, deshidratada o ya transformada en caramelos (Maurício Bonesso Sampaio, 2018). El aceite se vende a empresas de cosméticos que la revenden a otras empresas de Brasil o industrias fuera del país, que por lo general son europeas. Según IBGE el producto que se vende con más regularidad es la fibra de burití llegando a mercados nacionales como europeos debido a la promoción en ferias internacionales, como en Alemania e Italia. Para el 2006 Brasil produjo 467 toneladas de fibra de burití con un valor de R\$ 430,000 que para ese año eran alrededor de \$ 200,000 dólares americanos (Afonso Rabelo & Felipe França, 2015). La cadena productiva del burití funciona de la siguiente manera (Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima, 2018):

- Asociación cooperativa/de productores: organiza a los productores en grupos para aumentar su poder de acción y negociación en los diferentes eslabones de la cadena productiva.
- Intermediario: transporta y revende un producto forestal a una unidad de procesamiento.
- Unidad de procesamiento o industria: procesa y fabrica productos con mayor valor añadido.
- Negocio: distribuye y vende productos naturales o procesados.
- Consumidor: público que compra y utiliza los subproductos y productos finales.

Ilustración 13 Cadena productiva de burití en Brasil



Fuente: Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima

ECUADOR

La producción⁶ de **“morete”** (aguaje) como se le conoce en el país vecino de Ecuador se da mayormente en la provincia de Pastaza, en ese lugar se encontraron 250,000 hectáreas de moretales, escíticamente en el cantón Araujano (Giovanni Astudillo, 2025). Su recolección se da en las comunidades **“Waoronide Daipare”** y **“Ewengono”**, además, se trabaja con los poblados de **“Kichwa de Nushino”**, **“Boano”** y **“Shiwakuhe”**, donde se procesa todo en una planta local. Se estima la presencia de 5.3 millones de hectáreas para este tipo de palmera, donde la densidad en esas zonas pantanosas varía entre 74 y 351 palmeras por hectárea, con la capacidad de 500 a 2,000 frutos por racimo (Mathew Gonzalo Tello Manzo, 2021). En la actualidad, Ecuador logro un hito histórico al exportador por primera vez aguaje al Perú. Un resultado de la cadena de valor impulsado por la **Fundación Pachamama** y el **Grupo AJE**, que promociona mucho los frutos exóticos a través de su empresa **Amarumayu S.A.C.**, por lo que por primera vez Ecuador exporto 10 toneladas de pulpa de morete (aguaje).



“Este no solo es un hito por ser el primer envío de pulpa de aguaje al Perú, sino que también es el resultado de un trabajo articulado de años con las comunidades, el sector público, cooperación internacional y la empresa privada, demostrando que la unión es el camino hacia el desarrollo insostenible de nuestros territorios” (Marco Antonio - Ministerio de Ambiente, 2025).

Este es un proyecto que empezó el 2019 con la alianza de la Fundación Pachamama y el Grupo AJE, un líder empresarial en el Perú. Este proyecto también cuenta con el apoyo de la Prefectura de Pastaza, Agencia Francesa de Desarrollo y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Otro interventor clave es la asociación **Apnafam**, conformada por 21 familias encargadas de la transformación, procesamiento y exportación del morete.

⁶ Sistema de información Publica Agropecuaria del Ecuador, <https://sipa.agricultura.gob.ec/>



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Ilustración 14 Proyecto de producción de "morete" en la región Pastaza - Ecuador



Fuente: El Comercio – Colombia

3.2 Importaciones

Hoy el consumo de productos naturales sin ningún tipo de aditivo está en boga, por lo que es una oportunidad aprovechable para el aguaje. Tener en cuenta también que los consumidores en la actualidad están muy al tanto de donde se originan los productos que consumen, enfocándose en que tengan un compromiso con el medio ambiente, que su extracción sea de manera sostenible; y con el acceso a modelos de inteligencia comercial se puede acceder a toda esa información. Este contexto permite que los frutos amazónicos generen ese atractivo para la industria alimentaria, farmacéutica y cosmética, respaldados por estudios científicos, por lo que el aguaje se acerca a este panorama, gracias a que es rico en fitoestrógenos, antioxidantes y ácidos grasos para el ser humano.

Casos de éxito como la maca, la quinua o el camu camu que han sabido aprovechar exitosamente sus propiedades nutritivas para acceder a mercados de la mano de las instituciones nacionales e internacionales, desarrollando sinergias para el bien del producto y el desarrollo económico de los productores involucrados. Como resultado, este **“mindset”** (mentalidad) permite a estos productos exóticos un posicionamiento estratégico, convirtiendo al aguaje en un recurso con alto potencial y de mucha valorización en mercados internacionales. El mercado internacional demanda mucho estos productos, ya sea para consumo directo o como insumo clave en la formulación de otros derivados (Orús, 2024).





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Tabla 4 Lista de importadores correspondientes a la partida 2009.90 (Grasas y aceites vegetales fijos, y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente, ...) según valor importado (Millones de US\$)

Importadores	2019	2020	2021	2022	2023	% Var. 2019-2023	% Var. 2022-2023	% Part. 2023
Estados Unidos	345	419	467	551	574	39.97%	4.09%	18.66%
Francia	176	154	195	248	255	31.10%	2.94%	8.30%
Países Bajos	128	152	153	148	170	24.33%	12.95%	5.51%
Japón	123	105	109	145	154	20.14%	5.89%	5.00%
Eslovaquia	94	1	2	4	130	27.76%	96.88%	4.24%
Italia	65	59	84	115	120	46.09%	4.57%	3.90%
España	95	62	92	110	112	15.06%	2.10%	3.64%
China	73	122	164	157	108	32.57%	-44.37%	3.52%
Suecia	97	79	117	120	99	1.87%	-21.04%	3.22%
Corea del Sur	64	82	95	108	96	33.42%	-11.91%	3.14%
Otros	976	1279	1507	1519	1256	22.30%	-20.89%	40.85%
TOTALES	2,237	2,515	2,986	3,222	3,076	27.28%	-4.77%	100%

Fuente: ITC – TradeMap

La tendencia creciente por la búsqueda de ingredientes naturales con propiedades beneficiosas da espacio a oportunidades de diferenciación, propuestas **“Ready To Drink (RTD)” o “Ready To Eat (RTE)”**, productos para consumir directamente pensando en que hoy en día se quieren alternativas listas para consumir, u otras propuestas comerciales basadas en innovación y sostenibilidad. Estas tendencias son las marcan la dinámica de la industria de bebidas naturales, en concreto, las bebidas naturales sin azúcares añadidos con propiedades funcionales muestran en crecimiento sostenido y futuro prometedor (Grand View Research, 2023), también agregar que gracias al fuerte impulso del **“clean label”**, productos sin aditivos, insumos modificados genéticamente, colorantes, entre otros (Amerix Ingredientes, 2024) y de la tendencia hacia alimentos y complementos con ingredientes de origen vegetal.

Un punto clave para potenciar la entrada de productos amazónicos como el aguaje a mercados internacionales radica en diferenciarnos a través de certificaciones que garanticen la calidad, trazabilidad y sostenibilidad; unido a fuertes estrategias de marketing basadas en resaltar el **origen amazónico**, sus beneficios funcionales y su contribución al medio ambiente.





“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Tabla 5 Lista de importadores correspondientes a la partida 2009.90 (Mezcla de jugos de frutas u otros frutos, incl. el mosto, o de hortalizas, incl. "silvestres", ...) según valor importado (Millones de US\$)

Importadores	2019	2020	2021	2022	2023	% Var. 2019-2023	% Var. 2022-2023	% Part. 2023
Reino Unido	252	219	191	170	172	-32%	1.17%	9.45%
Francia	260	191	164	132	160	-38%	17.61%	8.79%
Estados Unidos	203	70	84	104	93	-54%	-11.75%	5.09%
Alemania	51	165	114	83	89	75%	7.12%	4.90%
Arabia Saudita	62	64	49	67	83	33%	18.65%	4.53%
Bélgica	97	43	52	55	55	-43%	1.07%	3.02%
Suecia	64	49	59	46	54	-15%	15.02%	2.98%
Emiratos Árabes Unidos	110	51	50	54	52	-53%	-5.42%	2.83%
Canadá	35	54	50	51	51	44%	-1.37%	2.78%
Polonia	71	44	62	58	50	-30%	-17.31%	2.72%
Otros	1,050	910	939	898	965	-8%	6.93%	52.92%
TOTALES	2,254	1,861	1,814	1,719	1,823	-19%	5.74%	100%

Fuente: ITC – TradeMap

La demanda de productos con alto valor nutricional aumenta en los mercados internacionales, incentivados por dos generaciones; los millenials (Generación Y) y centennials (Generación Z). Según la investigación de mercado realizada por MORDOR del 70% de los millenials en los mercados claves de Estados Unidos y Europa, son más conscientes de que una buena alimentación genera un bienestar a largo plazo. Se visualiza un crecimiento en la demanda de productos con antioxidantes, vitaminas y compuestos bioactivos, convirtiendo esto en una oportunidad para productos derivados del aguaje (MORDOR Intelligence, 2024).

Además, el aumento en la preocupación por llevar un envejecimiento saludable ha puesto sobre la mesa decisiones de búsqueda por parte del consumidor, productos que resuelvan problemas de enfermedades crónicas, mejoren la salud celular y refuercen el sistema inmunológico. Por lo que el aguaje con su alto contenido de carotenoides, fitoestrógenos y ácidos grasos esenciales (THE FOOD TECH, 2023), se presenta como una opción importante para el desarrollo de bebidas funcionales y productos cosméticos naturales.



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Tabla 6 Lista de importadores correspondientes a la partida 2009.90 (Harina, sémola y polvo de los productos del capítulo 8 "frutos comestibles; cortezas de agrios ...según valor importado (Millones de US\$)

Importadores	2019	2020	2021	2022	2023	% Var. 2019-2023	% Var. 2022-2023	% Part. 2023
Francia	55	49	50	44	44	-25.47%	-1.47%	10.61%
Alemania	35	38	47	42	42	17.10%	0.47%	10.17%
Canadá	30	34	37	36	34	11.56%	-5.56%	8.28%
Estados Unidos	19	23	14	21	24	21.12%	12.67%	5.96%
Reino Unido	19	18	27	20	18	-3.43%	-12.71%	4.41%
Japón	11	15	13	15	15	23.01%	-0.62%	3.55%
Países Bajos	8	12	14	12	12	32.22%	1.50%	2.97%
Singapur	8	10	13	22	11	30.04%	-105.41%	2.66%
Australia	17	10	9	8	11	-57.69%	22.06%	2.58%
Arabia Saudita	7	10	15	11	10	33.17%	-5.87%	2.54%
Otros	152	158	191	195	190	20.00%	-2.72%	46.28%
TOTALES	360	376	431	426	410	12.29%	-3.99%	100%

Fuente: ITC – TradeMap

4. Panorama Nacional

El panorama nacional del aguaje ha mostrado grandes avances con potencial a futuro, las cifras de exportación muestran el interés de este fruto por parte de las industrias como para el consumidor final pero también reflejan aspectos internos que se necesitan mejorar y no afecte nuestro compromiso de impulso del aguaje. En los siguientes puntos se detallará como se está manejando el aguaje en el país.

4.1 Producción

En nuestro país es una de las palmeras más representativas de la amazonía peruana, se cultiva y explota en regiones de Loreto, Madre de Dios, Huánuco, Ucayali y San Martín. Según SERFOR, en Loreto los aguajales están posicionadas en más 4.9 millones de hectáreas, representando casi el 14% de su superficie, en la ciudad de Iquitos se registra un consumo de 9,200 toneladas por año (SPDA, 2024). A nivel nacional, en 2021 se registró una producción total de aproximadamente 69,861 toneladas, con Loreto y San Martín contribuyendo al 80% del total (Conservación Internacional Perú, 2024). Además, Profonanpe afirma lo siguiente en una publicación digital;



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



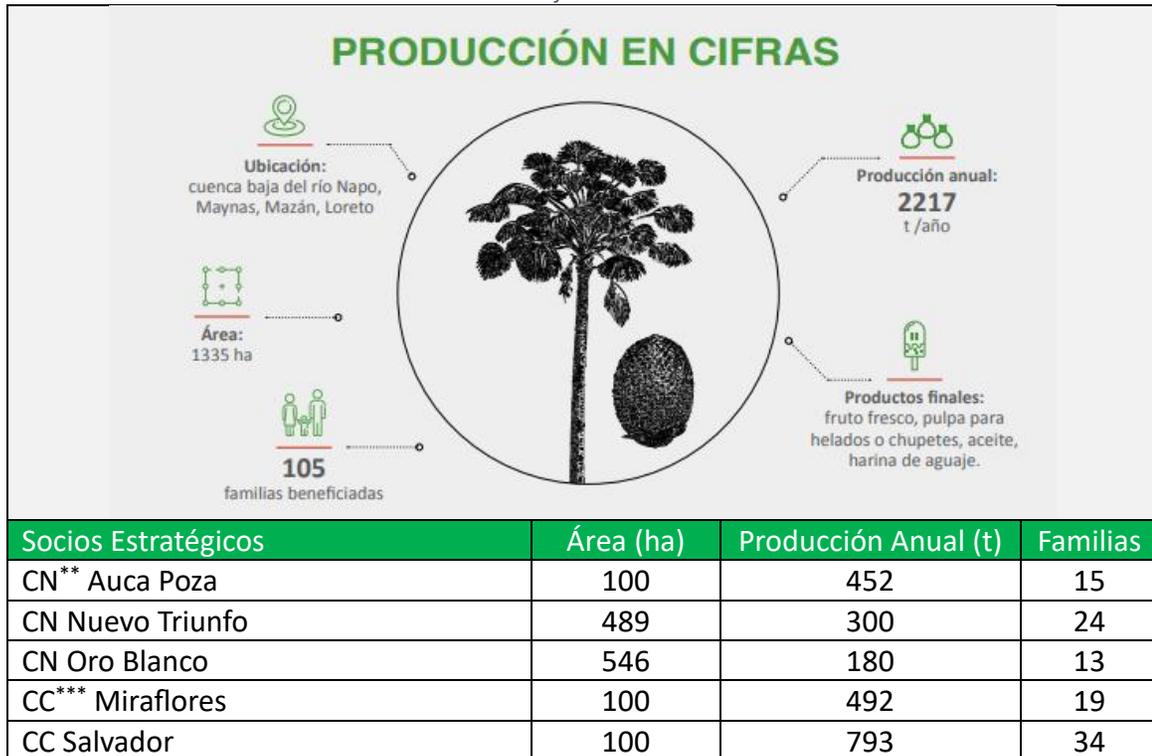
“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

“Según nuestro estudio una palmera de aguaje puede llegar a producir un promedio de cuatro racimos y un máximo de diez, cada uno de estos racimos produce aproximadamente un total de 800 frutos, por lo que la producción media se estima en aproximadamente 150Kg por palmera. Sin embargo, los silvestres pueden llegar a producir hasta 2000 frutos por racimo. La pulpa, parte comestible de la fruta, alcanza por lo menos el 27% del peso total del fruto. Otros elementos del fruto como la cáscara representan el 19.8% del peso total y la semilla el 52.7%” (Profonanpe, 2022).

En los Departamentos de Loreto, Ucayali, Huánuco y San Martín. Las épocas de floración son en los **meses de febrero, marzo, agosto a diciembre**, va depender mucho del sitio de producción (en las cuencas de la amazonía peruana), la época de la fructificación del aguaje se inicia entre 7 – 8 años después de la plantación, cuando las palmeras alcanzan una altura entre los 6 a 7 metros aproximadamente. Se puede decir que la fructificación ocurre todo el año, con mayores concentraciones entre los meses de **febrero-agosto** y relativa escasez los meses de setiembre-noviembre. Por otro lado, SERFOR mediante su “Programa Forestal” que incluye comunidades nativas involucradas en la producción de aguaje por medio de un documento digital de la oferta productiva. En este catálogo (SERFOR, 2019) no solo se muestra la producción de aguaje de estas comunidades sino también otros productos amazónicos que aportan desarrollo económico en la amazonia.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Tabla 7 Producción en cifras CN & CC Loreto



Fuente: SERFOR

En el Anuario Forestal y de Fauna Silvestre del 2024, SERFOR presentó una tabla de la producción de productos no maderables por departamento (SERFOR, 2023).

Tabla 8 Producción de Aguaje 2024 – Anuario 2023 SERFOR

Departamento	Producto	Nombre común	Nombre científico	Unidad de medida	TOTAL*
Loreto					2,000
Madre de Dios	frutos	Aguaje	Mauritia flexuosa L.f.	Kg.	4,305
Ucayali					4,000
TOTAL					10,305

*Información Preliminar

Fuente: SERFOR, ARFFS

** **CN** = Comunidad Nativa: grupos indígenas con identidad cultural y lingüística propia que habitan y usan el territorio tradicionalmente de forma colectiva.

*** **CC** = Comunidad Campesina: grupos indígenas con identidad cultural y lingüística propia.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Esta palmera es reconocida en toda la amazonía como “El Árbol de la Vida” , un nombre establecido en 1800 por el alemán Alejandro von Humboldt por su gran utilidad, porque no solo proporciona alimentos, sino;

- Con sus hojas largas y anchas, se techan viviendas.
- De las hojas tiernas, después de cocerlas, se obtienen fibras flexibles y resistentes para elaborar cestas, esteras, hamacas, cordeles y hoy en día gracias al avance científico para el desarrollo de una fibra como alternativa a las ya existentes.
- Con las ramas que se encuentran flotando en el agua, se hacen balsas.
- Con las cortezas de las ramas, cortadas en tiras delgadas se elabora el sebucán un utensilio ancestral usado para extraer por torsión el líquido venenoso de la yuca amarga, “el yare”, para producir harina o casabe, un subproducto de la yuca.
- El tronco derribado y podrido sirve para llevar a cabo el protocultivo de la larva comestible, “el suri”. Un alimento consumido en toda la amazonia, considerado por su alto contenido en proteína.

Mediante los datos recabados por varias fuentes se presenta a través de una tabla la estimación de producción si se aprovecharía toda la superficie que se tiene de aguajales, tomando como ejemplo a la región de Loreto que es donde más territorio ocupa estas palmeras:

Tabla 9 Estimación de Aguajales en la región Loreto y su aprovechamiento

SUPERFICIE NACIONAL DE PANTANOS DE PALMERAS	
4,908,875.92 hectáreas – 13% de la superficie de Loreto (Ministerio del Ambiente, 2019)	
Aguajales (15%) *	736,332 hectáreas inexplorables
Estimación de producción si se aprovecharía toda la superficie total de Aguajales (CIMA, 2012)	
S. Natural 6,1 Tn por ha	4.4 Millones de Tn anuales de Aguaje
S. Cultivado Optimizado 19 Tn por ha (100 palmeras por hectárea)	95,500 Tn anuales de Aguaje

Nota:

Un sistema de cultivo de la mano con la agroforestería, permitiría aprovechar estratégicamente la comercialización, no solo de aguaje sino también de otros productos que ofrece esa biodiversidad. Solo desarrollando un sistema de cultivo de tan solo 5,000 ha, de 7 a 8 años daría una producción anual de más de 95,500 toneladas anuales, aprovechables los próximos 40 a 50 años.

Elaboración: Propia

* La comunidad vegetal dominante generalmente está constituida por palmerales densos de “aguaje” (Mapa Regional de ecosistemas de Loreto – Memoria descriptiva, Pág. 52)



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Tabla 10 Estimación de consumo per cápita de Aguaje

Consumo per cápita – Iquitos (Profonampe, 2022) → Revisar ANEXO	
Consumo interno – Loreto (980 200 hab.) (230,000 sacos al año) *** 40Kg – Saco *** <i>Consumo antes de la pandemia</i>	9,200 Tn anuales de Aguaje
Consumo per cápita – Iquitos (2019)	9.38 kg de Aguaje (Anual)
Consumo per cápita – Pucallpa (Universidad de la Amazonía, 2021)	
Consumo interno – Ucayali (496 459 hab.) Su producción en 2017 fue de 782.1 toneladas	3,830 Tn anuales de Aguaje
Consumo per cápita – Pucallpa (2017)	7.71 kg de Aguaje (Anual)
Consumo per cápita – Selva Peruana	
Población Censo 2017 – Selva (INEI, 2018):	2,713,804 habitantes
Demanda diaria de aguaje (VTIC Agroindustria, 2018):	21.7 Tn diarias
Consumo per cápita:	2.91 Kg de Aguaje Anual

Nota: en la realidad, la producción efectiva dependerá de factores como el acceso a los aguajales, técnicas de cosecha sostenible y demanda del mercado. Se toma como referencia la demanda de 21.7 toneladas diarias, porque Iquitos es la principal ciudad donde más se consume aguaje.

Elaboración: Propia

Las principales cuencas de extracción son Marañón, Ucayali, Napo, Amazonas, Tigre, y sus afluentes, así como en las cuencas de los ríos Itaya y Nanay. La ciudad de Iquitos es el principal centro de consumo, seguida de las ciudades de Pucallpa, Tarapoto y Yurimaguas (Profonampe, 2022). En el Perú existen varios proyectos enfocados al aguaje, para la mejora de su extracción de una manera sostenible, evitando la tala de la palmera necesaria para nuestra biodiversidad por su gran capacidad de absorber grandes cantidades de CO₂, lo que en la actualidad sigue siendo un problema a resolver (Geraldine Santos, 2025).

Otro tema a considerar es la capacitación y fomentar el procesamiento de los derivados de aguaje para marcar una diferenciación, la formalización de los productores ya sea como cooperativas o asociaciones, mejoras en la logística e investigaciones necesarias para fortalecer la promoción de este importante fruto. Entre los proyectos realizados se pueden considerar los siguientes:





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

- **Planta Procesadora en Ullpayacu, Datem del Maraón – Loreto;** (2020) procesadora encargada en la producción de aceite, harina y pulpa. En donde más de 2,000 personas de siete comunidades se vieron beneficiadas (PROyCONTRA, 2020).
- **Plan de Manejo Forestal de *Mauritia Flexuosa* “Aguaje”, de las comunidades 20 de Enero y Buenos Aires, en la cuenca Yanayacu Pucate (Reserva Nacional Pacaya Samiria) – Loreto (2021 – 2026);** con la implementación del Plan de Manejo Forestal de *Mauritia flexuosa* “Aguaje” de las comunidades Veinte de Enero y Buenos Aires, en Yanayacu Pucate, RNPS 2014-2019, se ha logrado la mejora de los ingresos económicos de las familias. Con el seguimiento por parte de SERNARP y una superficie aprovechable de casi 6,500 hectáreas, se espera tener una cuota de aprovechamiento de 42,548 sacos de aguaje (40Kg cada uno) en los próximos años (SERNANP, s.f.). El proyecto involucra capacitaciones teórico prácticos de **“Cosecha y Post-Cosecha del Aguaje”** en los 5 años anteriores al nuevo plan, organizado por CITEproductivo Maynas del ITP red CITE en colaboración con SERFOR, SERNANP y la empresa Recursos Amazónicos Frutales S.A.C (Instituto Tecnológico de la Producción, 2018).
- **Proyecto “Aguaje” – Loreto;** (2022) un proyecto con objetivo de industrializar el aguaje. Formalizar la cadena productiva del aguaje (desde la siembra hasta la comercialización) donde más de 10,000 familias productoras se beneficiarán. Parte del proyecto involucra la construcción de una planta de transferencia tecnológica y estandarización para los derivados del aguaje, a 5 Km de la carretera Iquitos – Nauta. Con una inversión de S/. 15 millones y un objetivo ambicioso (Agencia Agraria de Noticias, 2020). Los tres componentes para este proyecto están enfocados capacitaciones técnicas en temas de buenas prácticas de producción, aprovechamiento sostenible y acciones de responsabilidad social, selección de frutos, técnica de cosecha y post cosecha, procesos de transformación del fruto, gestión organizacional, empresarial y normatividad, monitoreo y seguimiento de los mismos. El segundo enfocado a equipamiento y el tercero en infraestructura, además de contar con la validación oficial de un sistema de análisis de peligros y de puntos críticos de control (HACCP) pudiendo cumplir con los estándares y exigencias de las normas que soliciten el mercado nacional e internacional. Fuera de esto también hay un monto destinado para mejorar las economías familiares de la zona (Gobierno Regional Loreto, 2022).
- **Proyecto Bósquez Amazónicos – ASL2 del Minam;** (2023) 11,000 personas de las regiones de Ucayali, Junín y Loreto beneficiadas. Un proyecto que se enfoca en la protección de la biodiversidad, los bionegocios y la seguridad alimentaria. Con el





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

respaldo de la FAO, FIDA, ONUDI y el socio operacional de PROFONANPE. Una inversión de aproximadamente \$ 15 millones provenientes del GEF – Global Environment Facility, con una duración de 5 años (Ministerio del Ambiente, 2024).

- **Consolidación del negocio del fruto de la palmera del Aguaje en seis comunidades nativas de los ríos Tapiche y Blanco;** (2023) proyecto desarrollado por CEDIA entre mayo del 2023 y julio del 2024 para fortalecer la gobernanza forestal de las cuencas de los ríos, consolidar la gestión sostenible y comercialización del fruto y finalmente fortalecer la capacidad de producción como establecer alianzas comerciales (CEDIA, 2024).
- **Proyecto “Humedales del Datem”;** (2024) enfocado a la conservación en Loreto que beneficia a más de 15,000 personas de comunidades indígenas, financiado por Fondo Verde para el clima (GCF) en Perú y el mundo (Ezerskii, 2024). Donde se enfoca a la implementación de plantas de producción, equipamiento clave y enfocado en la producción de aceites y derivados.
- **Proyecto USDA y del Servicio Forestal de Estados Unidos con la SPDA y FOREST+;** (2024) Las instituciones del Estado como organizaciones del extranjero unen fuerzas con un propósito en común, mejorar el marco legal e institucional de las condiciones de acceso y aprovechamiento de las frutas y semillas de las palmeras del aguaje en la región Loreto (SPDA, 2024). Además, 130 productores de aguaje y ungurahui se han beneficiado con créditos de hasta S/. 95,000 teniendo como facilitadores al **MIDAGRI, SERFOR y Agrobanco**. Un proyecto que tiene como objetivo fortalecer la cadena productiva del aguaje, organizando talleres de capacitación, identificación de necesidades y barreras de producción (SERFOR, 2024).
- **Proyecto “Aguaje Sustentable”;** (2024) que tiene como objetivo fomentar el desarrollo sostenible e inclusivo de la cadena productiva del aguaje en comunidades nativas de Loreto. Capacitando a 200 cosechadores de una manera sostenible y promover certificaciones para la trazabilidad de los productos. Se espera como resultado fortalecer 10 pymes rurales asociativas que agrupan al menos el 80% de los cosechadores que aplican técnicas responsables para evitar la tala indiscriminada de palmeras de aguaje (AL-INVEST Verde, s.f.).
- **Proyecto “Construyendo resiliencia en los humedales de la provincia Datem del Marañón, Perú”;** (2017) diseñado y desarrollado por Profonanpe, surgiendo como una respuesta integrada a mejorar la condición y calidad de vida de las comunidades indígenas ubicadas en la provincia del Datem y creciente preocupación por la conservación de ecosistemas, los humedales (Profonanpe). Una de las conclusiones en





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

la que llega el equipo del proyecto, es que en necesario seguir fortaleciendo las asociaciones para que puedan acceder a acuerdos comerciales y oportunidades de financiamiento por parte del estado y otras organizaciones internacionales.

- **Trabajo conjunto con las comunidades nativas de San José de Parinari – WCS (Wildlife Conservation Society):** un proyecto que empieza en octubre del 2023 entre las comunidades y el trabajo colaborativo de JICA, SERFOR, MINAM con su brazo operador WCS. Con un área de aprovechamiento de más de 2,400 hectáreas y un resultado 540 toneladas, con la participación de 47 cosechadores y 4 acopiadores. En la siguiente tabla se muestra el mapeo realizado al bosque de la comunidad de San José de Parinari.

Tabla 11 Zonificación de la Comunidad Nativa - San José de Parinari

ZONAS DE LA COMUNIDAD	ÁREA	% del territorio comunal
Zona de recuperación	1,518.23	62.29%
Subárea de recuperación de aguaje	1,315.90	
Subárea de recuperación de árboles maderables	202.34	
Zona de conservación y aprovechamiento	686.70	28.18%
Subárea de aprovechamiento pesquero	85.45	
Subárea de aprovechamiento de aguaje	600.25	
Zona para el establecimiento comunal	48.21	1.98%
Zona para actividades agropecuarias	184.11	7.55%
Subárea de actividades agrícolas mixtas	108.95	
Subárea de cultivo de plátanos	75.16	
TOTAL, DEL TERRITORIO COMUNAL	2,437.25	100%

Fuente: JICA, SERFOR, JICAMINAM, WCS – Wildlife Conservation Society

Entonces el aguaje no solo es un recurso clave para la seguridad alimentaria y elemento importante en la economía amazónica del Perú, sino que también es un elemento importante en la conservación del ecosistema amazónico, la gran mayoría de proyectos involucrados se orientan a una extracción sostenible, así que en el presente se puede ver una reducción en la tala de palmeras, protegiendo así la biodiversidad y concientización del aprovechamiento a su gran capacidad de capturar CO₂ (2,164 toneladas de carbono por hectárea) una ayuda increíble para mitigar el cambio climático. Los avances realizados por organizaciones privadas como publicas proyectan al aguaje al como un producto sostenible y competitivo, capaz de impulsar el desarrollo de las comunidades locales y contribuir a la preservación de la biodiversidad amazónica.



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

4.2 Estacionalidad

La estacionalidad del aguaje en el Perú, para los tiempos de alta producción se dan entre los meses de Agosto y Diciembre; los tiempos de baja producción están entre los meses de Febrero y Julio (CIMA, 2012). Pero se tiene que tomar en consideración que la estacionalidad en el Perú si bien se toma como referencia lo descrito por CIMA, todo varía de acuerdo a las cuencas existentes, por lo que el calendario podría ser diferente en cada zona. El rendimiento por hectárea fluctúa entre 1 a 10 toneladas por ha. Por parte de PRONATURALEZA el rendimiento es de 1 tonelada por ha en producción local y por parte de INIA (2005), el rendimiento por hectárea es de 6.5 toneladas en producción regional.

Tabla 12 Estacionalidad del Aguaje

FLORACIÓN											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
FRUCTIFICACIÓN											
Inicia entre los 7 – 8 años después de la plantación.											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Baja Producción	Abundancia						Escasez			Baja Producción	
COCESHA											
Comunidad de Parinari (Loreto)											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Satipo (Junín)											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Jenaro Herrera (Loreto)											
ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC

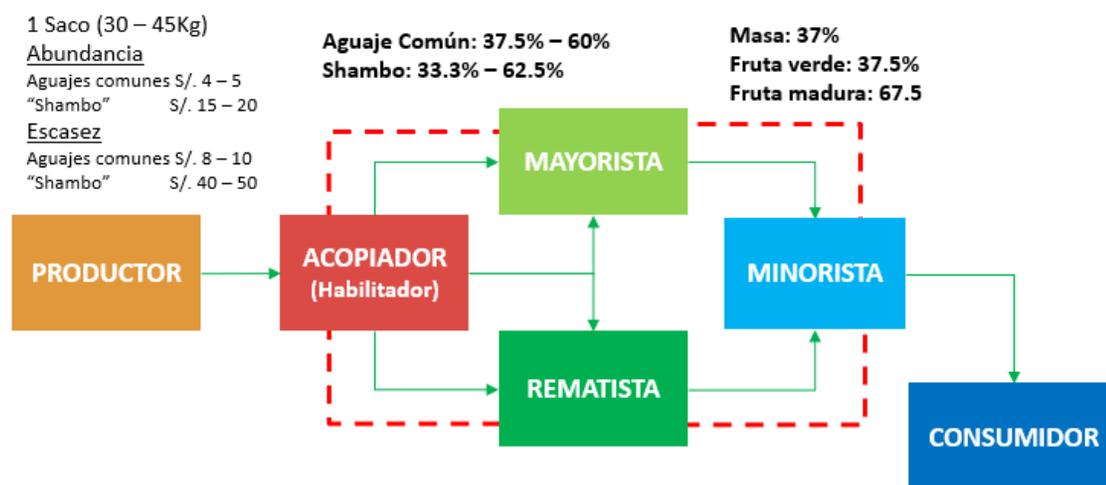
Fuente: Fundación PRO NATURALEZA

*La fructificación aparentemente está presente todo el año, pero entre los meses de febrero y agosto están las mayores concentraciones. El momento de la cosecha es cuando el fruto adquiere un color marrón más intenso y los frutos se desprenden fácilmente. La producción es estacional y cubre casi todo el año, todo dependerá de la zona.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Los frutos del aguaje de por si son perecibles, se pueden guardar como máximo en 5 días para ser aprovechados, el fruto no puede estar demasiado tiempo ensacado (10-12 horas) porque empieza a liberar gases que aceleran el proceso de maduración (SERFOR). La cosecha de aguaje se da a partir de palmeras con 7 a 8 años después de su siembra, teniendo un rendimiento productivo hasta los 40 o 50 años. Es necesario presentar como es la cadena productiva del aguaje para tener una visión más exacta (IIAP, 2010) desde la obtención de la materia prima hasta su transformación, comercialización y consumo final. Cada eslabón de la cadena productiva agrega valor al producto, conectado con los demás, formando un sistema integrado, se tomará como ejemplo del Plan de Manejo Forestal de del Aguaje con autoría de PRONATURALEZA, un “Plan de Manejo Forestal” es una herramienta técnica que regula el uso y aprovechamiento de los recursos forestales de manera sostenible, es decir, uso eficiente de los recursos naturales renovables asegurando su conservación y mejoramiento.

Ilustración 15 Cadena productiva del Aguaje



Fuente: Plan de manejo Forestal de Mauritia flexuosa, PRONATURALEZA

Ahora bien, la cadena de valor del aguaje muestra las actividades involucradas en el proceso de extracción del aguaje y los actores involucrados, en ANEXO se agregará una como ejemplo más explicado a la ciudad de Iquitos, provincia Maynas, región Loreto por parte de la IIAP – Instituto de Investigaciones de la Amazonia Peruana.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Ilustración 16 Cadena de Valor del Aguaje



Fuente: Conservation International*

* **PMFI** = Plan de Manejo Forestal Intermedio, **DEMA** = Declaración de Manejo



La gran parte del aguaje proviene de la informalidad sin ningún Plan de Manejo Forestal, deforestando y sin aplicar medidas de sostenibilidad, no existe conocimiento de las regulaciones y a la vez una falta de fiscalización efectiva. Existe una complejidad en la obtención de permisos y este no tiene el acompañamiento necesario, gran parte del aguaje extraído es transformado de manera artesanal para el consumo en su mayoría en la ciudad de Iquitos, este es comercializado sin ningún registro sanitario o algún control que asegure su inocuidad. Las organizaciones establecidas carecen de una buena gestión empresarial y comercial generando un limitado acceso a mercados más lucrativos, otra dificultad es la ausencia de programas educativos para los jóvenes, generando una problemática en el relevo generacional en los productores de aguaje. Otra deficiencia es la poca información comprensible y confiable sobre el aprovechamiento y sostenibilidad del aguaje lo que no permite desarrollar una planificación de estrategias efectivas, muchas veces el productor toma la decisión de vender el fruto fresco porque vive del día a día, con desconocimiento y capacidad tecnológica para desarrollar valor agregado y mejor contribución económica (Conservation International Perú, 2024).

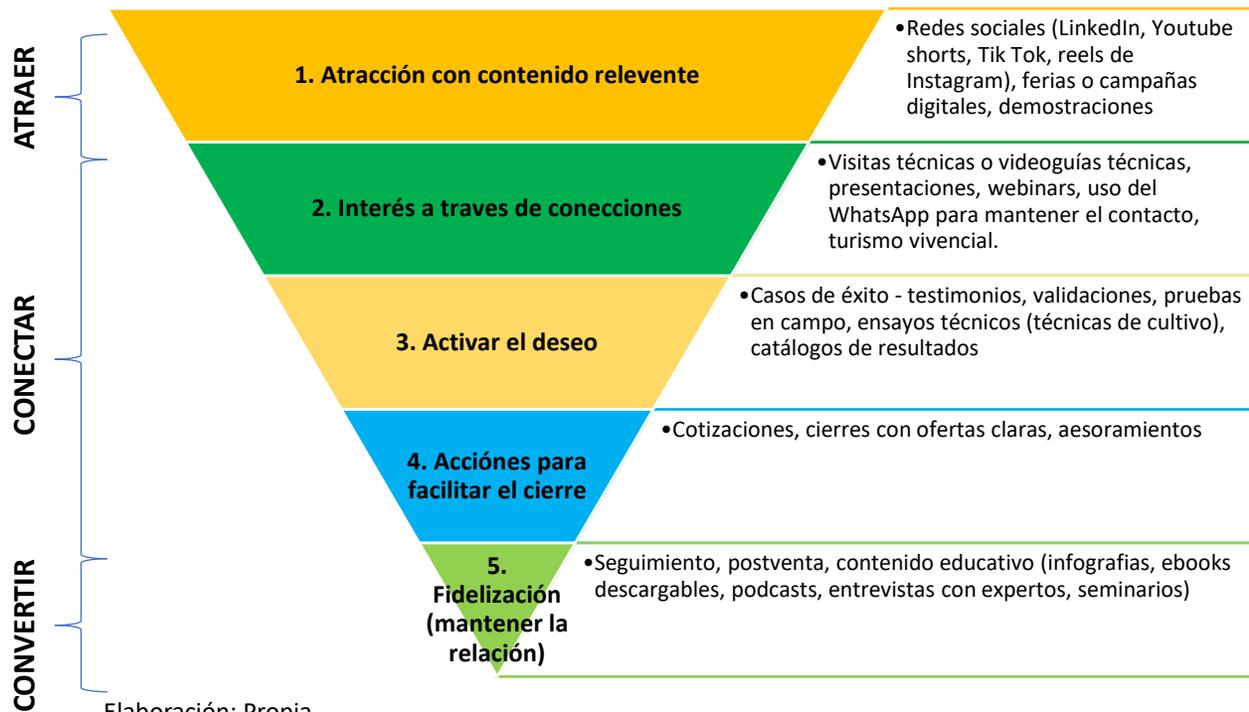
4.3 Consumo Interno

El aguaje al ser un fruto emblemático de la amazonia peruana, reconocido por su alto valor nutricional y relevante en la economía local. Según datos disponibles, el consumo diario en la región amazónica peruana se estima en 50 toneladas (Dennis del Castillo T., 2022). En la ciudad de Iquitos, capital de la región de Loreto el aguaje es un componente esencial de la dieta local. En la tabla hecha en el punto 3.1 Producción, se estima lo que sería el consumo per cápita de aguaje al año tomando como ejemplo la demanda diaria de 21.7 toneladas en la ciudad de Iquitos (VTiC Agroindustria, 2018) y la población del Censo del 2017 de la selva peruana (INEI, 2018) de 2,713,804 habitantes, tenemos dando un resultado en consumo per cápita de **2.91 Kg anuales**. Las vendedoras ofrecen sus productos durante todo el año, lo que representa un consumo mensual de aproximadamente 3,720 sacos de aguaje (FOLIA AMAZÓNICA, 2001). Esta demanda constante refleja la importancia del fruto en la alimentación e importancia económica en la localidad (Roberto Rojas Ruiz, 2001). A nivel nacional, es muy raro encontrar aguaje fresco en otras regiones lejanas a la amazonia peruana, todo por temas logísticos y por lo que el fruto a partir de los 5 días ya está emitiendo gases y comienza su deterioro. En Lima, por ejemplo, se vende aguaje, pero con valor agregado, principalmente en presentaciones de polvo, capsulas y aceite. Los canales de distribución en la gran mayoría están por tiendas especializadas de venta de productos nutraceuticos, suplementos o tiendas

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

naturistas vía online. Una manera para generar más interés, es aplicando estrategias de difusión, por ejemplo, un embudo de ventas con acciones para la captación de nuevos clientes;

Tabla 13 Funnel Marketing para el Aguaje



Elaboración: Propia

Con este embudo nos permite: calificar mejor a nuestros prospectos, mejorar la eficiencia de las visitas técnicas, aumentar la conversión de interesados en clientes, generar relaciones comerciales duraderas y profesionalizar la gestión comercial del aguaje.

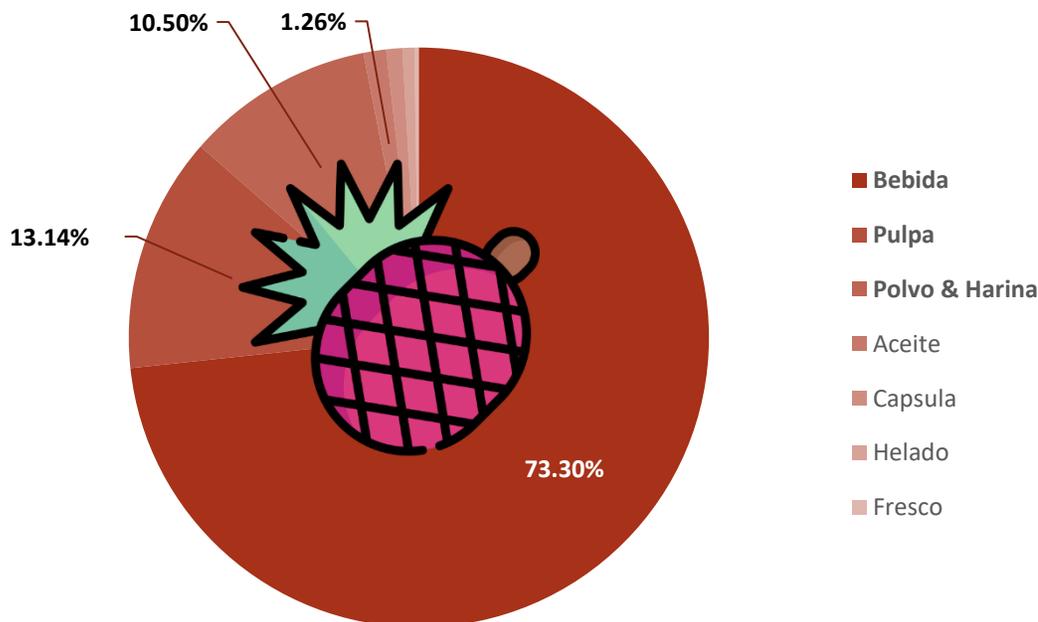
4.4 Comercio Exterior

El aguaje aparte de ser un fruto amazónico, también se podría considerar como un superalimento (“*Superfood*”) con gran potencial de exportación. Su composición le permite generar interés por varias industrias, la cosecha y el procesamiento sostenible representa una oportunidad para el desarrollo económico en las comunidades amazónicas, esto refuerza la estrategia de diferenciación en los mercados internacionales donde estos temas son elementos clave en la toma de decisiones de compra. La internacionalización del aguaje no se concentra en la exportación del fruto fresco, sino en sus derivados con alto valor agregado, como lo es el polvo/harina, el aceite o las cápsulas

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

de aguaje. Las bebidas funcionales como los néctares elaborados con la pulpa han tenido una presencia notable en mercados de Latinoamérica, impulsados por la tendencia de consumo de productos con ingredientes naturales como exóticos.

Gráfico 1 Exportaciones de Aguaje según su Presentación



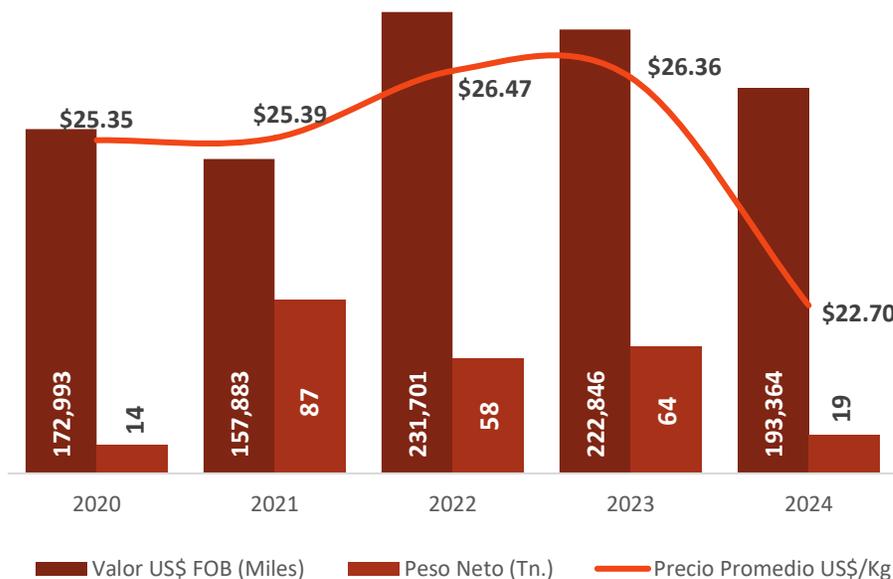
Fuente: Veritrade

La exportación de derivados de aguaje muestra crecimientos fluctuantes frente al creciente interés por la industria alimentaria y su aplicación en suplementos, batidos y productos de panificación (The Food Tech, Guillermina García, 2024). El aceite, el polvo como las cápsulas representan un segmento en crecimiento dentro de la industria de **“superfoods”** como nutraceuticos. La clave para lograr su posicionamiento global está en desarrollar estrategias de diferenciación; como las certificaciones orgánicas, comercio justo, trazabilidad y sostenibilidad, elementos que incrementen el valor percibido, garantizan su éxito en mercados exigentes y sobre todo captan la atención de consumidores éticos. Hace un año Amazon Andes Export logro un registro sanitario para permitir el ingreso de aceite de aguaje (Agraria.pe, 2024) en grado alimenticio al mercado de Corea del Sur, esto demuestra los avances en la diversificación de este fruto con gran potencial. También se tiene que mencionar las complicaciones climáticas en las zonas de producción y sobre la lucha existente para evitar la tala de palmeras y optar por técnicas

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

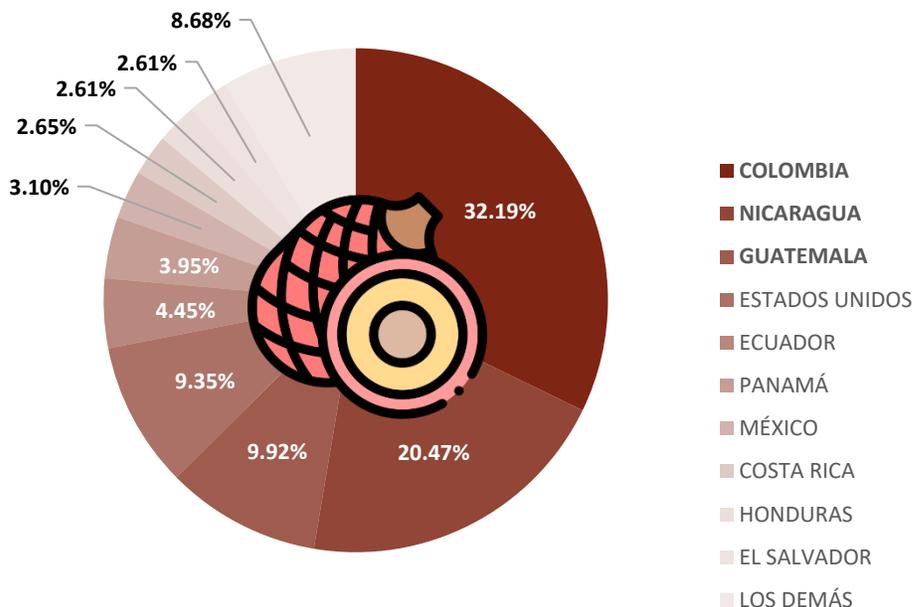
de escalamiento para mantener la sostenibilidad del fruto y sobre todo proteger nuestra biodiversidad.

Gráfico 2 Exportaciones generales del Aguaje en todas sus presentaciones



Fuente: Veritrade

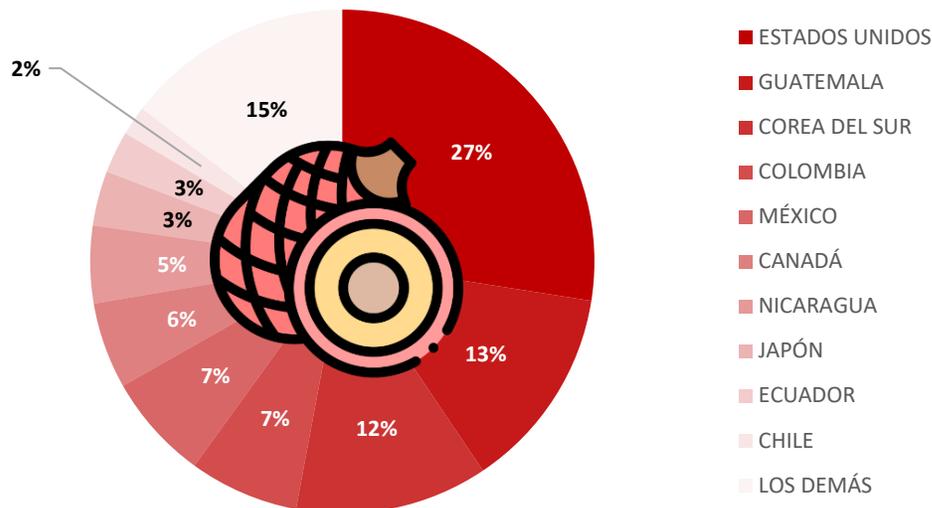
Gráfico 3 Principales mercados de destino del Aguaje en todas sus presentaciones según Peso Neto



Fuente: Veritrade

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 4 Principales mercados de destino del Aguaje en todas sus presentaciones según Valor FOB US\$

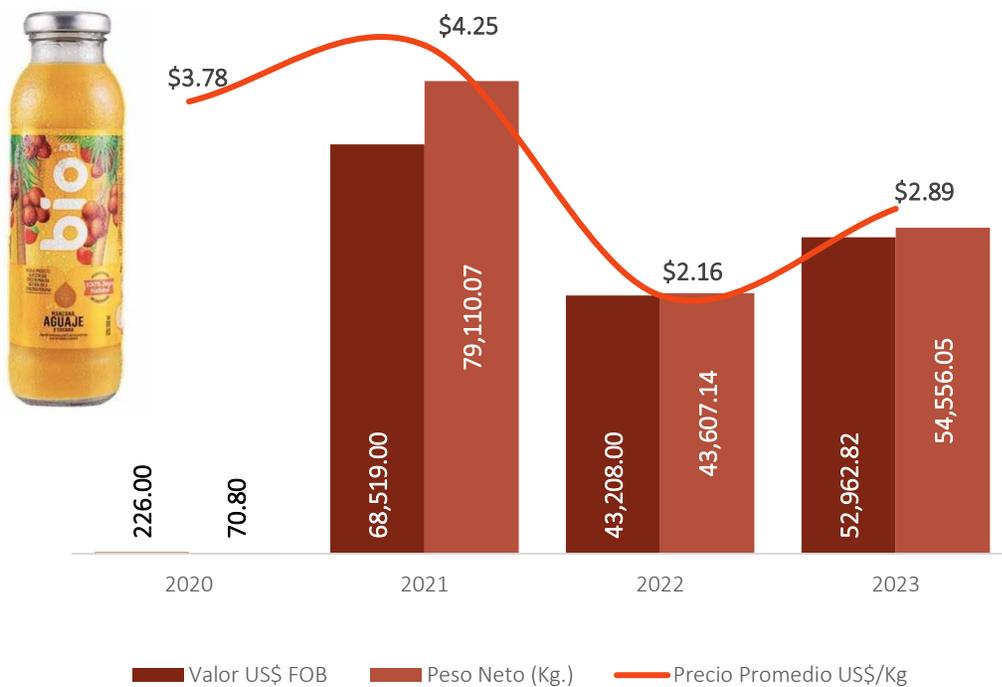


Fuente: Veritrade

Se analizará todas las industrias en donde está involucrado el aguaje, donde se evidencia las oportunidades y desafíos que enfrentan sus derivados, detallando comportamiento de sus indicadores de exportación, tendencias relacionadas con el comportamiento de cada derivado, para poder tener un panorama de cómo se está desarrollando la industria del aguaje, y las oportunidades que se pueden presentar para cada uno de estas. El mercado de bebidas que contiene aguaje o tienen como ingrediente principal al aguaje ha experimentado fluctuaciones significativas en los últimos años. Tras una minúscula presencia de exportaciones en 2020, el año 2021 registró un incremento notable, impulsado principalmente por la introducción de la propuesta de una bebida innovadora elaborada con superfrutos amazónicos, como el aguaje, llamado **“Bio Amayu”** dirigidas a mercados latinoamericanos donde es más su demanda. Sin embargo, en 2022 se observó una disminución en las exportaciones, seguida de una recuperación en 2023 (Business Empresarial, 2023).

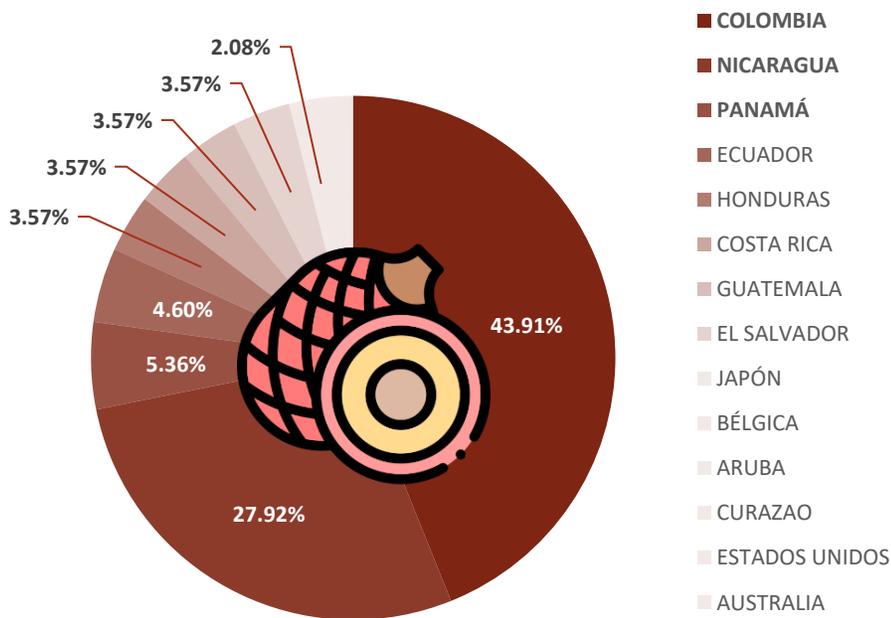
“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 5 Exportaciones de bebidas a base o que contengan Aguaje



Fuente: Veritrade

Gráfico 6 Principales Mercados para bebidas de Aguaje según Peso Neto



Fuente: Veritrade



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

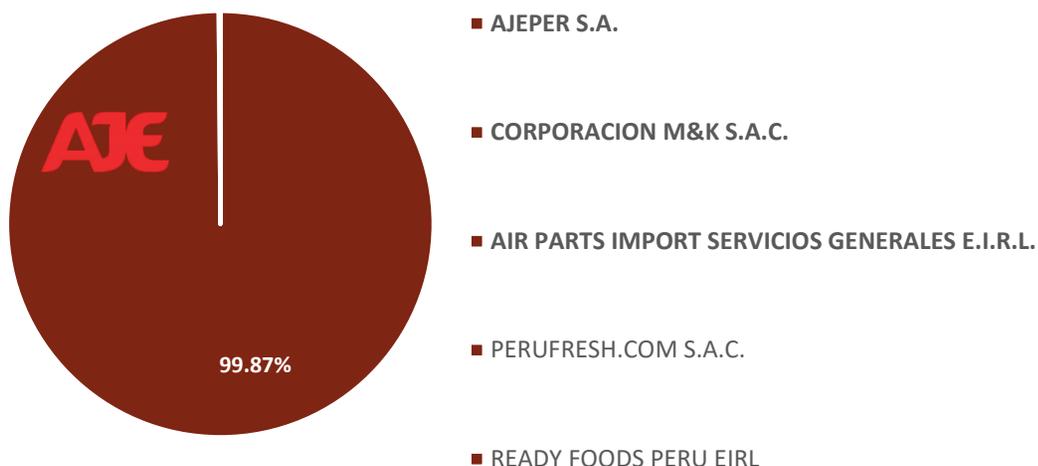
Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 7 Principales Exportadores de bebidas de Aguaje según Peso Neto



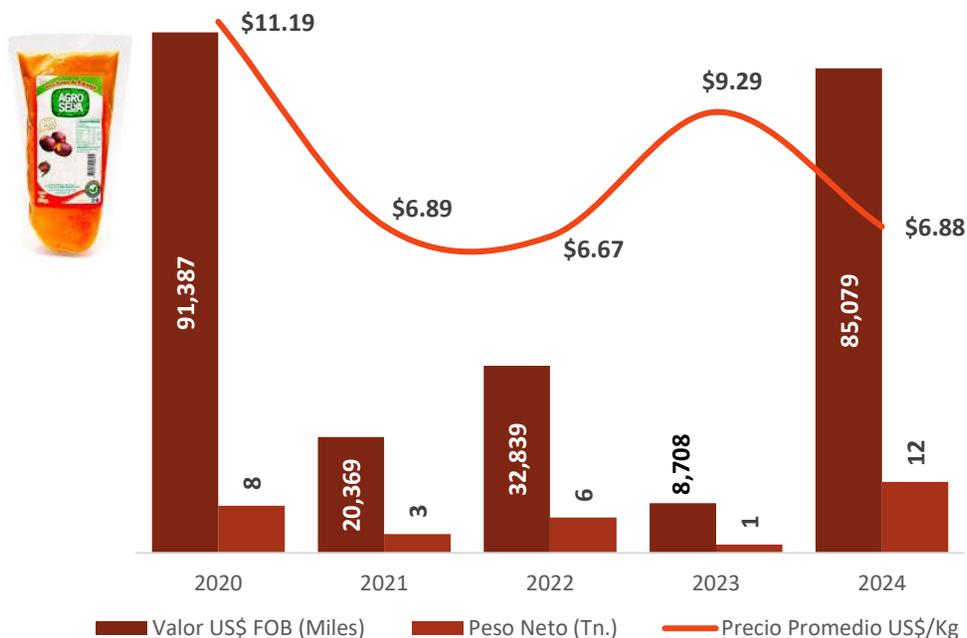
Fuente: Veritrade

Las exportaciones de pulpa de aguaje registraron cambios significativos en los últimos años. Para el 2020, fue su pico más alto, el 2023 marcó el punto más bajo dentro de los últimos 5 años, pero en 2024 las exportaciones se recuperaron, llegando casi a los mismos valores exportados en el 2020. Los principales destinos fueron Guatemala, Estados Unidos y Ecuador, los dos primeros concentraron la mayoría de las exportaciones. Entendiéndose que las exportaciones de pulpa para los mercados de Guatemala y Ecuador son para filiales internacionales de AJE GROUP, donde se puede concluir que es para el desarrollo de sus bebidas o para comercializarlo en otras presentaciones. Hay factores a los cual se le podría atribuir estas variaciones, como la pandemia del COVID-19 que afecto muchas cadenas de suministro como la demanda internacional, generando así el impacto notable entre el 2021 y 2023. La demanda interna también podría ser otro factor a analizar, ya se ha mencionado que la selva amazónica consume mucho aguaje, esto podría haber reducido la oferta exportable.



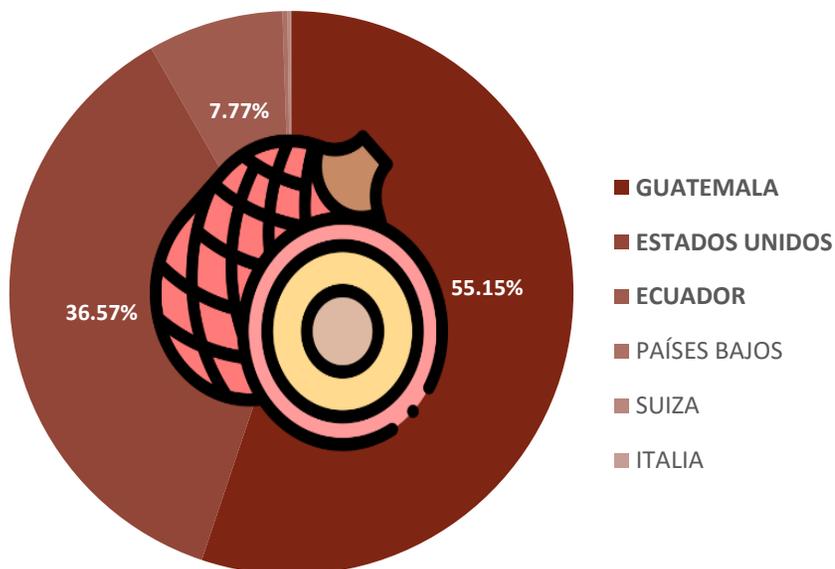
“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 8 Exportaciones de pulpa de Aguaje



Fuente: Veritrade

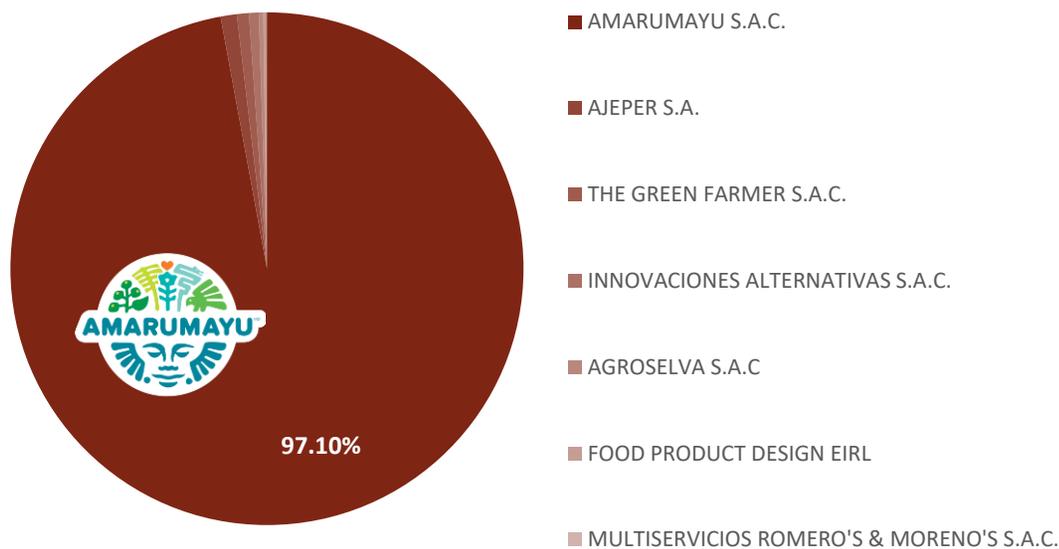
Gráfico 9 Principales Mercados para la pulpa de Aguaje según Peso Neto



Fuente: Veritrade

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 10 Principales Exportadores de pulpa de Aguaje según Peso Neto

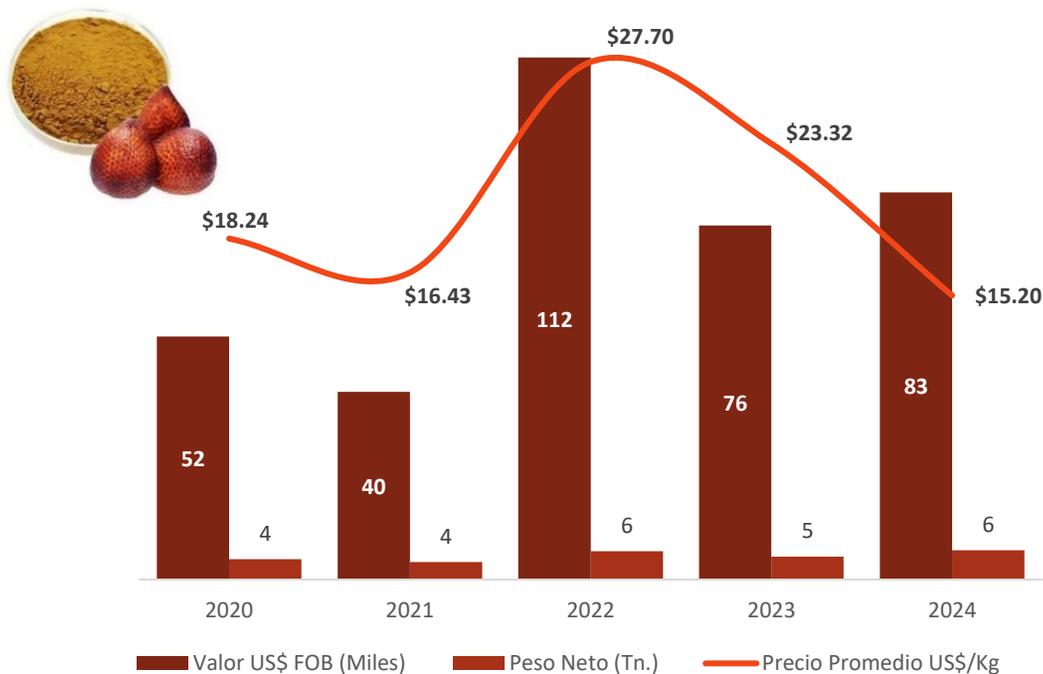


Fuente: Veritrade

Para polvos y harinas de aguaje el panorama mostro relativamente una estabilidad en volumen exportado, sin embargo, el valor FOB US\$ alcanzó su pico más alto en el 2022. Los principales destinos fueron los mercados norteamericanos de Estados Unidos, México y el mercado asiático de Corea del Sur. Las empresas que destacaron fueron: Amazon Andes Export, Andes Mills Trading y K&B Natural. Esta creciente demanda está impulsada por la tendencia global hacia el consumo de superalimentos y productos naturales. La baja en el año 2023 puede atribuirse a exigencias de acceso al mercado o a variaciones de precios internacionales.

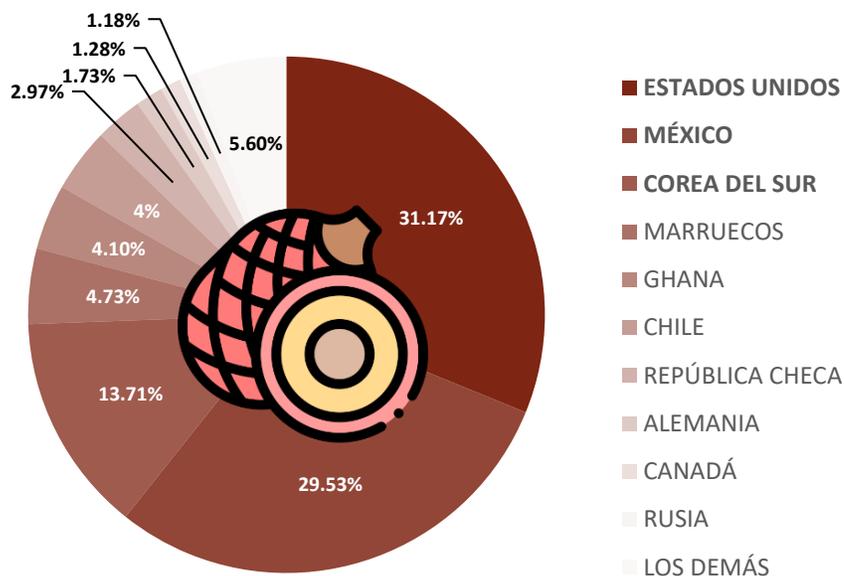
“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 11 Exportaciones de polvo y harina Aguaje



Fuente: Veritrade

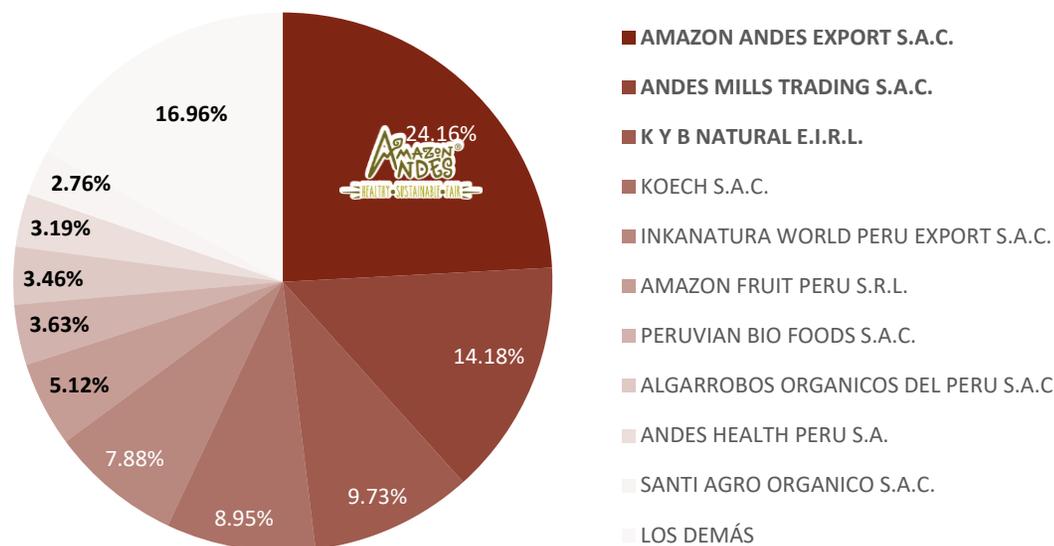
Gráfico 12 Principales Mercados para el polvo o harina de Aguaje según Peso Neto



Fuente: Veritrade

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 13 Principales Exportadores de polvo o harina de Aguaje según Peso Neto

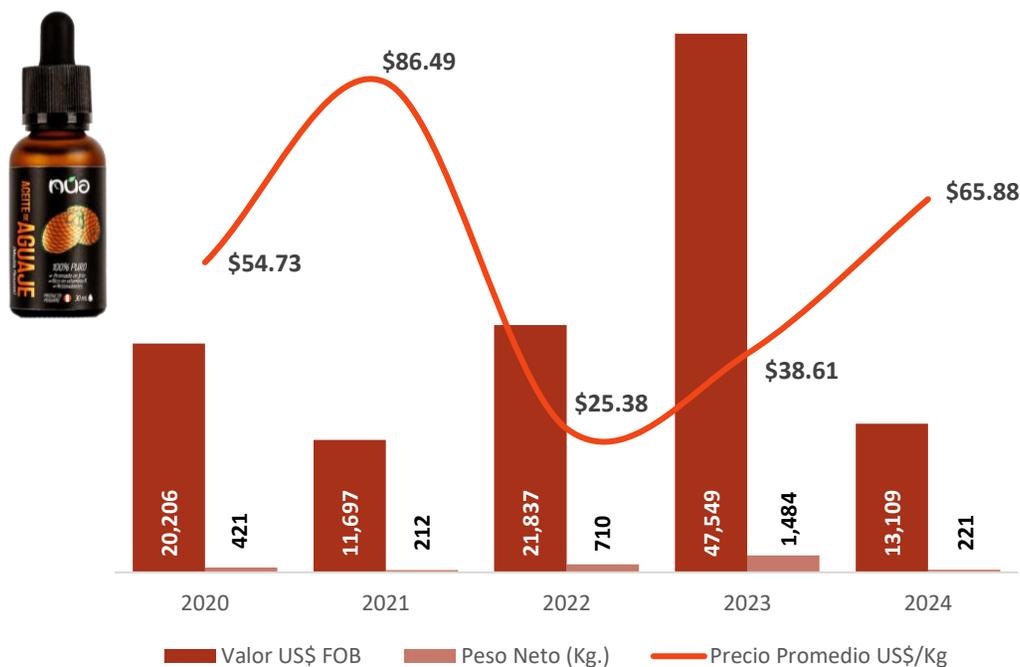


Fuente: Veritrade

La industria farmacéutica como cosmética ha presentado demasiado interés por el aceite de aguaje, usado para el cuidado personal o para la elaboración de otros productos, incluido alimentos (PromPerú, 2021) como productos de limpieza. La iniciativa por parte de Amazon Andes Export para solicitar un certificado fitosanitario de aceite de aguaje para la industria alimentaria, o la demanda de aceite de aguaje para la industria cosmética, como lo que ya está haciendo la marca brasileña “*Natura*”. Para el 2023 alcanzaron su nivel más alto, con 1.48 toneladas. En términos de precios, el 2021 fue el año más favorable, donde exporto menos, pero a un mejor precio. Las exportaciones se centraron en los mercados de Corea del Sur, Canadá y Estados Unidos. A la demanda se le atribuye el interés por productos naturales con gran respaldo científico en su composición, especialmente en la industria cosmética (cuidado personal), sus propiedades hidratantes como antioxidantes lo convierten en un producto atractivo para productos de alta gama. Iniciativas como la “*Cadena de suministro responsable, desarrollo industrial y de mercado de aceites de aguaje y açai para la industria premium del cuidado de la piel*” buscan fortalecer la conservación y el desarrollo social en bosques tropicales, garantizando prácticas sostenibles en la producción de estos aceites (Profonanpe, 2024). La tendencia global hacia productos naturales y orgánicos, junto con los beneficios del aceite de aguaje para la salud y la belleza, sugiere un potencial de crecimiento continuo en estos mercados.

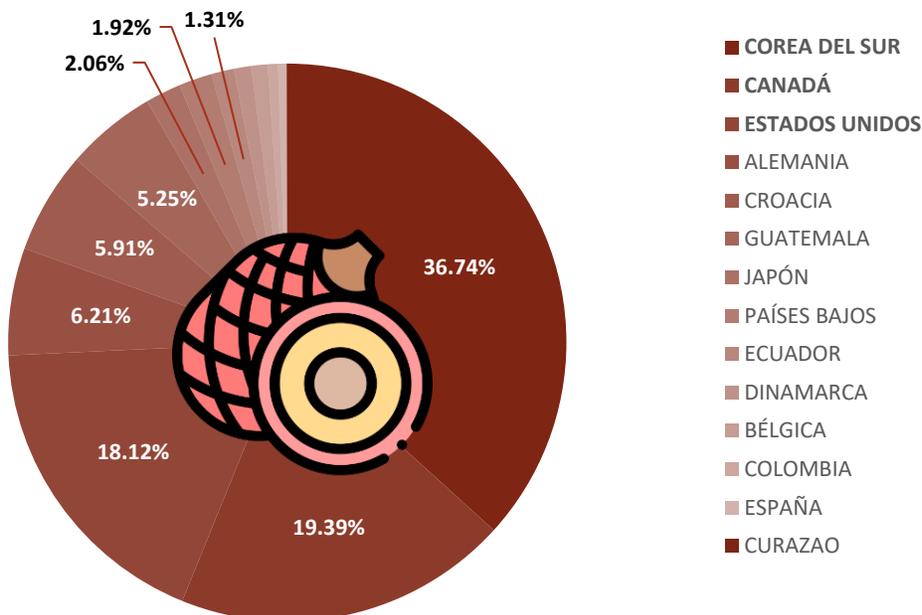
“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 14 Exportaciones de aceite de Aguaje



Fuente: Veritrade

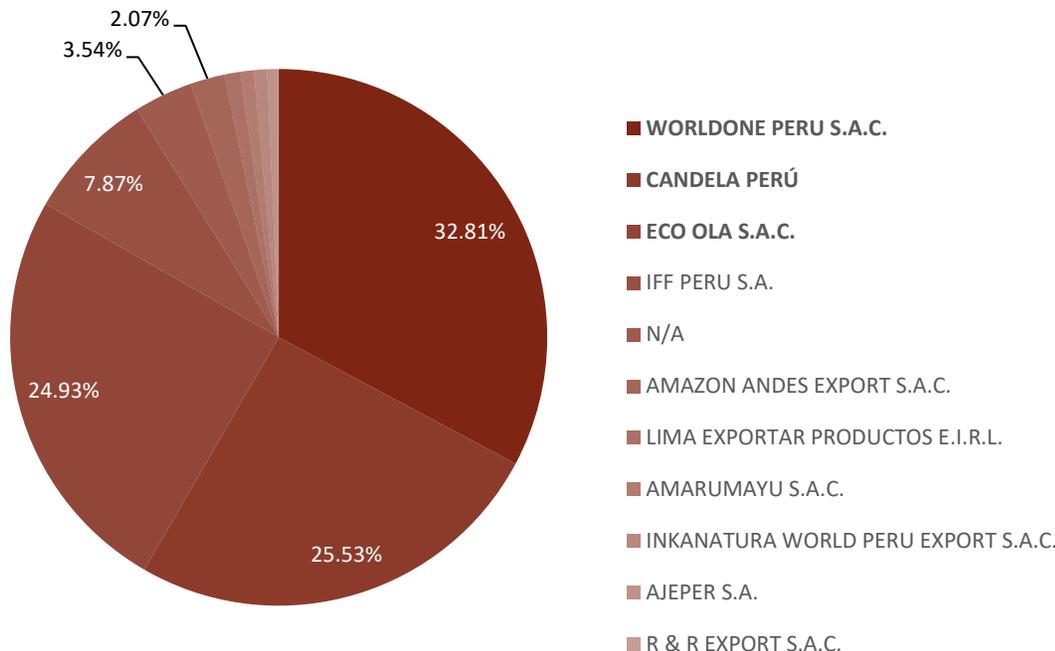
Gráfico 15 Principales Mercados para aceite de Aguaje según Peso Neto



Fuente: Veritrade

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 16 Principales Exportadores de aceite de Aguaje



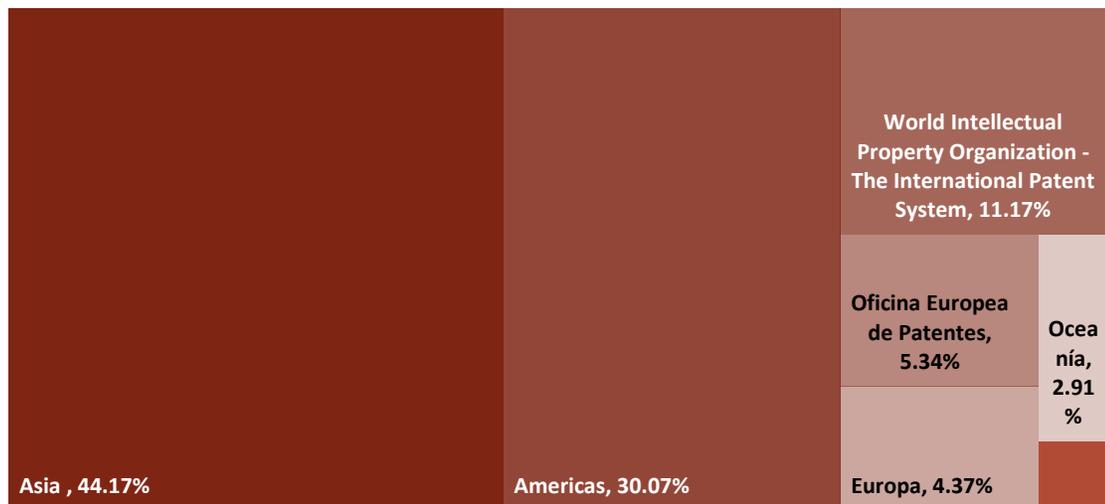
Fuente: Veritrade

Para la industria de los aceites hay un tema interesante a tomar en consideración, a lo largo del tiempo el respaldo de estudios científicos sobre las bondades que ofrece el aceite de aguaje a la salud humana como en sus diversos usos ha generado el registro de patentes a nivel global. Ha habido 185 solicitudes de patentes relacionadas a la *Mauritia flexuosa* donde China lidera con 71, Brasil con 35, Estados Unidos con 14, Japón 13, Unión Europea con 11 como los principales (Perú solo cuenta con 2 solicitudes), según Clarivate Analytics enfocadas a productos cosméticos y cuidado personal.

El 23% de las solicitudes mundiales en estos resultados se otorgan, lo que indica protección para patentes activas (vivas) en los mercados relevantes. El 77 % de este conjunto de resultados está pendiente de solicitudes. Los porcentajes más altos de aplicaciones apuntan a un mercado nuevo o en crecimiento, mientras que las tasas de aplicación más bajas pueden apuntar a mercados ya establecidos o áreas de bajo crecimiento. En general, el 1 % de las empresas está llenando más de cuatro países (BIOPAT Perú, 2023).

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 17 Participación global de registro de patentes sobre la "Mauritia flexuosa"



Fuente: Clarivate Analytics

Se puede destacar algunas patentes registradas para el uso de aceite de aguaje;

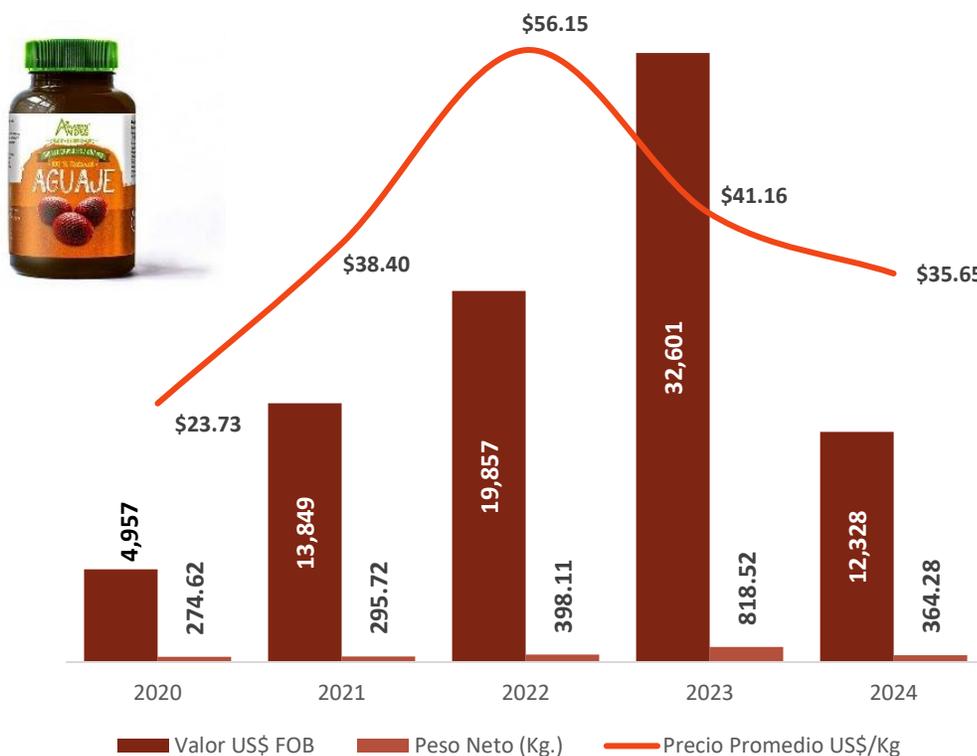
- Corea del Sur – Composición cosmética con aceite de fruto de “*Mauritia Flexuosa*” (KR102327092)
- Japón – Inhibidores de la 5 α -Reductasa (JP2021155405)
- China – Loción hidratante infantil y método de preparación de la misma (CN112156058)
- China – Crema para el cuidado de la piel, limpieza facial, desmaquillado y método de preparación de la misma (CN110664687)
- China – producto para el cuidado de la piel con funciones hidratantes, calmantes y resistentes a la oxidación, método de preparación del producto para el cuidado de la piel y aplicación del producto para el cuidado de la piel (CN110123708)

Mediante **The Lens** perteneciente a **Cambia – Enabling Innovation** usando su base de datos de patentes, hasta el primer trimestre del 2025 (The Lens, s.f.) se han registrado 624 peticiones de patentes sobre “*buriti*”, “*moriche*”, “*aguaje*” de las cuales 275 están vigentes, 270 pendientes de solicitud, 66 discontinuadas, 6 inactivas (discontinuadas, retiradas o rechazadas), 6 expiradas (por falta de pago de tasa) 1 patentada. Entre las principales empresas solicitantes están; Organización de Investigación Científica e Industrial Comunitaria (Australia), Marrone Bio Innovations Inc. (Estados Unidos), L’Oreal (Francia), Colgate Palmolive Co (Estados Unidos) y Symrise Ag (Alemania). Todas estas patentes enfocadas al desarrollo de cosméticos, cuidado personal y fragancias.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Finalmente, los suplementos las cápsulas de aguaje, muestran valores variables en la búsqueda de posicionarse en el mercado de suplementos naturales. El año 2023 llegaron a su pico más representativo, esto alineado a la tendencia global de búsqueda de alternativas naturales para el bienestar hormonal, la salud de la piel y el equilibrio metabólico. Aumentando a la vez el interés por el público femenino preocupados por reducir los efectos de la menopausia, el envejecimiento y la nutrición funcional. En este punto se vuelve a encontrar a la empresa exportadora peruana Amazon Andes Export y Algarrobos Orgánicos del Perú como las principales impulsoras. La estrategia de Amazon Andes Export, para consolidar su presencia es a través del comercio electrónico global, una estrategia digital para llegar a clientes en mercados de alto valor. Al mismo tiempo la empresa peruana Algarrobos Orgánicos del Perú, fortaleció su presencia en el mercado norteamericano, específicamente Estados Unidos con certificaciones orgánicas que garantizan un producto libre de aditivos y procesado bajo estándares internacionales.

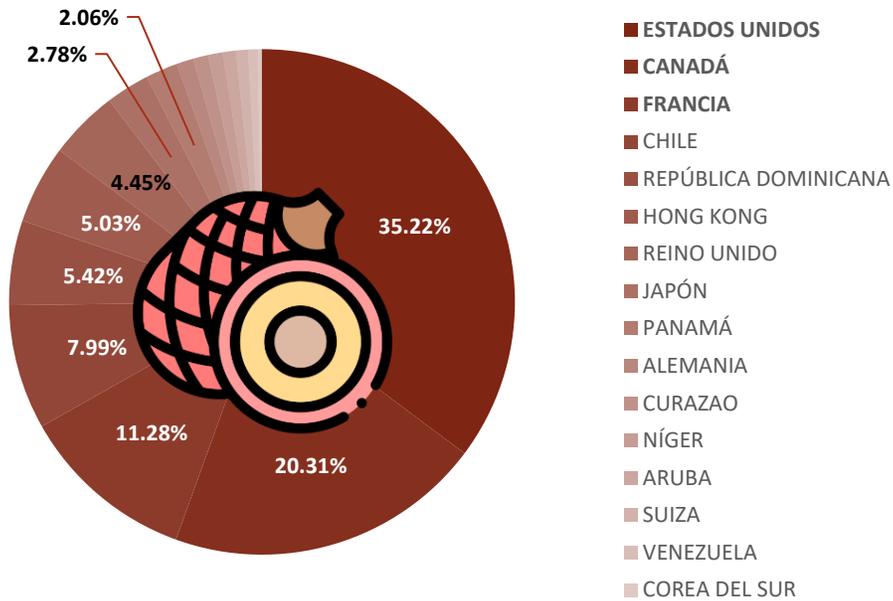
Gráfico 18 Exportaciones de cápsulas de Aguaje



Fuente: Veritrade

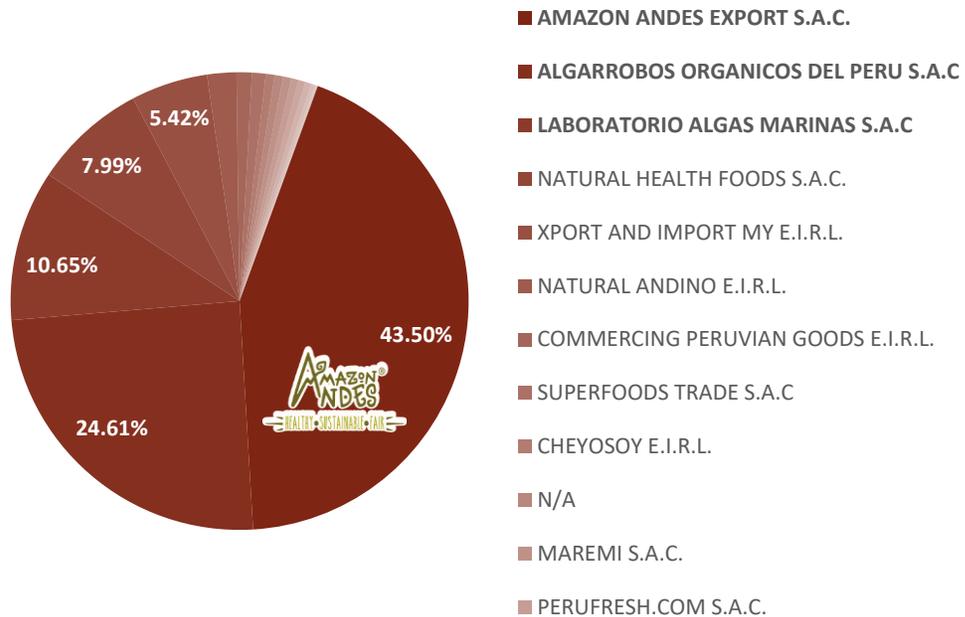
“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 19 Principales Mercados para cápsulas de Aguaje según Peso Neto



Fuente: Veritrade

Gráfico 20 Principales Exportadores de cápsulas de Aguaje



Fuente: Veritrade



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

El análisis del comportamiento general de las exportaciones de aguaje y sus derivados nos permite tener un panorama general situacional, con posibilidades para poder introducirlo a los mercados internacionales, a esto la suma de tendencias crecientes hacia el consumo de alimentos naturales, sobre todo productos con respaldo científico. La importancia de una producción con sostenibilidad refuerza el interés por parte del consumidor final quien actualmente valora mucho esto de las marcas. El refuerzo o desarrollo de nuevos programas (Revisar 3.1 Producción), las guías de producción ya existentes (**IIAP – Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana, MIDAGRI, ITP – Instituto Tecnológico del Perú, entre otros**), los proyectos de sostenibilidad de la biodiversidad amazónica que ya se tienen como (**“Paisajes Productivos Sostenibles en la Amazonía Peruana”, “Proyecto de las Reservas de Biosfera en la Amazonia”, “El Programa Paisajes Sostenibles de la Amazonía – ASL”, entre otros**), la NTP 125.001:2019: Frutos de Palmera (Aguaje), que explica las definiciones, clasificación y requisitos de calidad del aguaje, la cual establece un base para el desarrollo de esta industria, estrategias de promoción sobre los beneficios el aguaje, la diversificación de los canales de distribución, el fortalecimiento de la presencia de los derivados de aguaje a través del comercio electrónico y la gestión de créditos para el acceso a certificaciones que nos permitan desarrollar un plus en el producto llegando a nichos específicos que demanda mucho estos productos certificados y están dispuestos a pagar sin pensarlo. La suma completa de estas acciones nos permitirá incrementar el desarrollo de la industria del aguaje y a la agricultura familiar involucrada en la cadena de valor. Y sobre todo la base de esta industria se implementa superando la problemática existente, que es la informalidad y la descontrolada tala de la palmera que genera mucha preocupación, no solo estamos extrayendo este recurso sin pensar en las consecuencias a futuro, sino también estamos matando una especie de palmera capaz de absorber grandes cantidades de CO₂. Finalmente para la comercialización de aguaje se requieren ciertos permisos necesarios para poder legalizar su explotación de manera formal y sostenible como la declaración de manejo – DEMA, un Plan de Manejo Forestal, un Título Habilitante, Guía de Transporte Forestal, capacidad de emitir facturas y un pago de Derecho de Aprovechamiento para la comercialización legal de aguaje (Revisar ANEXO).





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

5. Oportunidades Comerciales

El aguaje, emblema de la Amazonía peruana, tiene un gran potencial en el sector agroexportador del país. Sus propiedades nutricionales son atractivas para las industrias alimentaria, cosmética y farmacéutica. Sin embargo, enfrenta retos de aspecto logístico, normativo y comercial para entrar en mercados internacionales. Es clave identificar oportunidades en nichos específicos, adaptar la oferta exportable a requerimientos técnicos de acceso internacional. Consolidar los procesos de trazabilidad e implementación de certificaciones son clave para posicionar al aguaje como producto competitivo y sostenible como parte del portafolio exportador peruano.

5.1 Oportunidades

Las industrias especializadas en el desarrollo de productos alimentarios y de cuidado de la salud han cambiado en los últimos años debido a tendencias globales de consumo, en donde lo natural y saludable cobra mucho protagonismo. Frutos como el aguaje cumplen como alternativa para cubrir dichas necesidades del mercado y lograr resultados como los tuvo el camu camu, el arazá y el copoazú hace ya algunos años (PROExport Colombia, Instituto Humboldt, 2003).

- La industria cosmética muestra interés por productos exóticos que aporten ingredientes naturales en las propuestas de sus productos. Ahora ya se demanda aceite extraído del fruto del aguaje para el desarrollo de cremas corporales como propiedades hidratantes y antioxidantes. En Europa, mercados como Alemania y Francia han incrementado la demanda de ingredientes naturales para cosméticos, reflejo de una tendencia hacia productos más ecológicos y sostenibles (Exportemos.pe, 2023). Por ejemplo, la empresa española “**COBIOSA**”, a través de su marca **COBIUTY** mediante el uso del polvo de aguaje ha desarrollado una alternativa al Retinol (estimulante de colágeno y elastina para el rejuvenecimiento de la piel). Si bien es común encontrar extracto de aceite de Burití, **COBIUTY** es el primer ingrediente activo cosmético basado en su extracto de pulpa y para elaborarlo reciclamos el subproducto agrícola generado después de prensar los frutos de buriti para obtener su aceite (COBIUTY, 2024).

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Ilustración 17 Propuesta de Retinol Natural de COBIUTY (COBIOSA)

The infographic is divided into several sections. On the left, it lists the INCI (INCI: Propanediol, Aqua (Agua), Pulpa en Polvo Mauritia Flexuosa), DOSE OF USE (2-5%), and SOLUBILITY (Hydrosoluble). To the right, there are seven circular icons representing various certifications and attributes: HALAL (with Arabic text and a date), ETHIPLAYER PROJECT, CHINA COMPLIANT, NATURAL ORIGIN CONTENT (100% ISO 16128), SKIN SUPERFOOD, UPCYCLED INGREDIENT, PRESERVATIVE FREE, and ECOCERT COSMOS APPROVED. Below these are three images: a woman applying a drop of product to her face, a close-up of skin, and a woman looking into a hand mirror. Each image is labeled: RETINOL-LIKE, SENSITIVE SKINS, and ANTIAGING ACTIVITY.

Fuente: COBIOSA

- La validación científica es un proceso muy riguroso y continuo, la actual tendencia hacia productos naturales presentes en el portafolio farmacéutico genera nuevas oportunidades para la inclusión de estos productos para desarrollos terapéuticos (ILSI, 2019).
- El consumidor de hoy muestra una inclinación hacia productos que promuevan la salud y el bienestar, optando por opciones naturales y sostenibles. Esta tendencia se refleja en el aumento del mercado de nutracéuticos, por lo que se espera que se incremente en una tasa compuesta anual del 9.4% en los próximos años (enAlimentos, 2023).
- En el contexto actual, aunque el Perú ha logrado consolidarse productos como el arándano, palta o mango en mercados internacionales. El aguaje surge como potencial producto agroexportador permitiéndonos diversificar nuestro portafolio de productos, especialmente los productos amazónicos poco explorados.
- Para el Perú, la gastronomía sigue siendo aun un motor de desarrollo cultural como económico. Por lo que el aguaje puede ocupar el lugar como ingrediente exótico y saludable. Incrementar su visibilidad a través de estrategias de comunicación como **“fruta emblema de la amazonia peruana”**, en donde podría incluirse estrategias de denominación de origen, identidad amazónica o como sello nacional.
- Tanto a nivel nacional como internacional el acceso a fondos de cooperación y programas de desarrollo de productos de la biodiversidad que involucren

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

sostenibilidad, innovación e inclusión social (agricultura familiar). Por lo que el aguaje al ser un recurso amazónico con una fuerte relación con las comunidades y prácticas ancestrales de recolección, puede seguir accediendo a programas multilaterales, como, el **BioTrade (UNCTAD)**, **GIZ (Cooperación Técnica Alemana)**, **FAO** o el **Banco Interamericano de Desarrollo** para fortalecer las cadenas de valor.

- Aprovechar mercados cercanos, también es una estrategia a considerar sobre todo mercados que demandan productos funcionales como naturales. Como el caso del mercado chileno donde existe una tendencia creciente hacia el consumo de productos con sabores exóticos y saludables.
- La creciente demanda en nichos específicos en el mercado europeo por ingredientes naturales y exóticos abre una ventana para la exportación del aguaje y sus derivados. Este mercado busca constantemente nuevos productos que aporten beneficios nutricionales y propiedades funcionales.
- La múltiple biblioteca de estudios científicos referentes a la “Mauritia Flexuosa” (aguaje) muestra oportunidades en la industria farmacéutica como cosmética para el desarrollo de productos enfocados al bienestar y cuidado de la salud.
- La fibra de aguaje también muestra una oportunidad para la industria de la moda, la marca “Galera” (Perú21, Esther Vargas, 2024) a través de la presentación de su 7ma colección “Amazonian Soul” representa una oportunidad en explotar aprovechando por completo las materias disponibles por la palmera. Sus productos por el precio son catalogados en la categoría “Luxury”, de lujo con precios superiores a los US\$ 1,000.

Ilustración 18 Producto elaborado con fibra vegetal de la palma del Aguaje

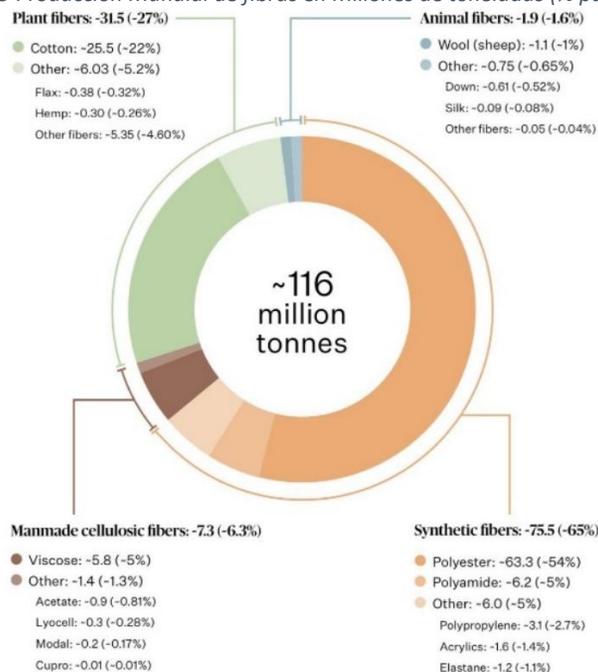


Fuente: galera.pe

La producción global de fibras para en 2022 eran principalmente por polyester y algodón, es notorio la necesidad de diversificar el cultivo de fibras. Una oportunidad para presentar nuevas propuestas de fibra para la industria textil.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Ilustración 19 Producción Mundial de fibras en Millones de toneladas (% participación)



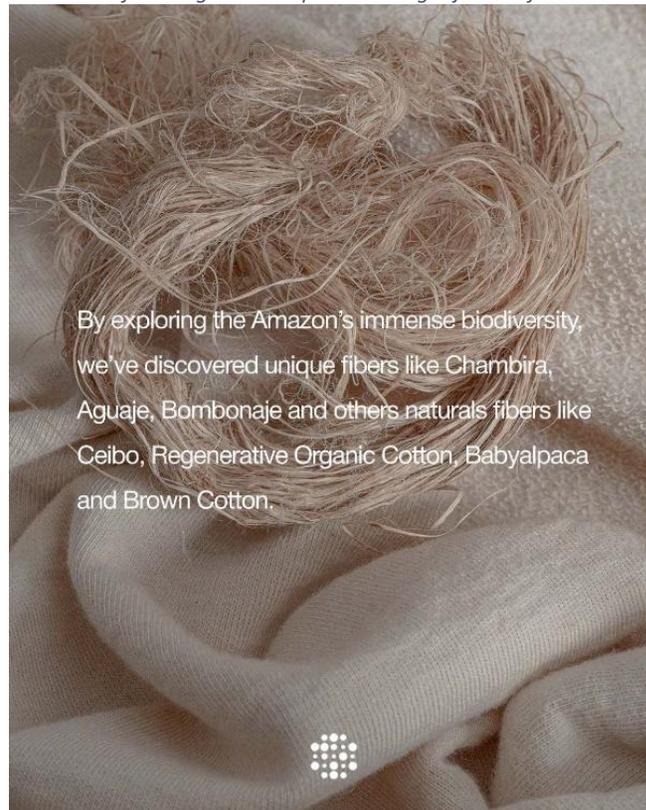
Fuente: Participación de textiles basado en datos de CIRFS, FAO, ICAC, IVC, IWTO, Maia Research*

La Startup peruana de moda sostenible **“Neofibers”** suministra una gamma de fibras vegetales, como el bombonaje (*Carludovica palmata*), kapok (*Ceiba pentandra*), chambira (*Astrocaryum chambira*) y aguaje (*Mauritia Flexuosa*). Otras alternativas que se presentan productores de algodón regenerativo, orgánico y en tonos verdes y marrones por parte de **“Organic Cotton Colours”** (OCC, 2024), un proyecto agrícola familiar en Brasil que cultivan y preservan variedades de algodón autóctono de Sudamérica, la empresa francesa **“BioFluff – SAVIAN”** (BioFluff, 2024) que transforman residuos agrícolas en fibras vegetales renovables (como la ortiga, cáñamo y lino) en tejidos de felpa, reemplazando pieles animales y pieles sintéticas de plástico, y reduciendo las emisiones de CO2 entre un 40 y un 90 %. La empresa **“Fibras silvestres del Himalaya”** (Himalayan Wild Fibers, 2021) cosecha la ortiga (*Urtica dioica*) de manera sostenible gracias a un modelo de gestión forestal comunitario y de sabiduría indígena.

* Esta tabla incluye fibras recicladas. Otras fibras de animales incluidas aquí son, alpaca, angora, camello, cachemira, guanaco, llama, mohair, la vicuña y el yak. Otras fibras vegetales incluidas aquí son el yute, la fibra de coco, sisal, abacá, ramio, kenaf, ceiba y agave.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Ilustración 20 Uso de fibra vegetal de la palma del Aguaje en la fabricación de prendas



By exploring the Amazon's immense biodiversity, we've discovered unique fibers like Chambira, Aguaje, Bombonaje and others natural fibers like Ceibo, Regenerative Organic Cotton, Babyalpaca and Brown Cotton.

Fuente: Neofibers

5.2 Retos

- La falta de información sobre la cadena productiva como comercialización del aguaje dificulta la toma de decisiones y la identificación de áreas a mejorar. Esto limita la capacidad de los productores en optimizar las prácticas y responder de manera eficaz y eficiente las demandas del mercado internacional.
- La variedad de calidad del aguaje puede terminar afectando de manera negativa la competitividad en el mercado internacional. La implementación y estandarización de la **NTP:125.001:2019** que establece los requisitos mínimos para la comercialización de aguaje, la implementación de controles de calidad como las buenas prácticas agrícolas, son claves para mantener uniformidad de alta calidad.
- La ausencia de certificaciones con reconocimiento internacional como las orgánicas, comercio justo y sostenibilidad limitan el acceso del aguaje a nichos de mercado que reconocen esos atributos. Se requiere inversión como capacitación para obtener esas certificaciones, que al final permiten la apertura de ventanas a nuevas oportunidades comerciales.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

- La capacidad limitada en infraestructura logística como en la producción y procesamiento impide satisfacer la demanda creciente y mejorar la productividad. Es necesario invertir en tecnologías necesarias y capacitar a los productores con especialistas para aumentar su eficiencia y capacidad productiva.
- Tomar como ejemplo a Brasil en las iniciativas para generar un avance en su industria y comercialización de frutos amazónicos, para aumentar significativamente la competencia del aguaje peruano. Diferenciar de manera estratégica el aguaje peruano resaltando sus cualidades únicas y enfocándose en mercados específicos puede llegar a ser una estrategia efectiva.
- Enfocarse en una producción sostenible manteniendo un equilibrio ambiental relacionado a tendencias mundiales de consumo responsable, avanzar en el desarrollo de prácticas de agroforestería, integrando el ecosistema con la producción del aguaje para un desarrollo a largo plazo.
- El cambio climático y las amenazas ambientales son temas recurrentes, la necesidad de desarrollar prácticas agrícolas resilientes (capaces de recuperarse de desastres y crisis de una manera eficiente y sostenible) y el desarrollo de un sistema de alerta temprana para mitigar estos efectos.
- El aguaje compite con otros productos amazónicos a nivel mundial, por lo que la implementación de estrategias de marketing es necesaria para difundir sus propiedades únicas como superalimento y producto natural.

5.3 Análisis de demanda para la implementación de estrategias

Para desarrollar una buena planificación y plantear estrategias, es necesario realizar un análisis de demanda para poder entender cómo y porque los consumidores adquieren estos productos, que es lo que hace nuestra competencia, y comparar acciones que no necesariamente tienen que ser productos derivados de aguaje sino es necesario evaluar productos similares o sustitutos. Se recopila y evalúa datos sobre las preferencias de los consumidores, sus comportamientos de compra y tendencias de mercado, mencionadas anteriormente que son relevantes para desarrollar un perfil de consumidor.



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

PERFIL DE CONSUMIDOR

Tabla 14 Perfil de consumidor

CONSUMIDOR DE PRODUCTOS NATURALES, SALUDABLES Y ORGÁNICOS	
Demografía	
	Género: Masculino y femenino.
	Edad: Principalmente entre 17 a 45 años (Millennials y Centennials), con una fracción relevante de 50+ años interesados en el envejecimiento saludable.
	Nivel socioeconómico: Medio a medio-alto.
	Ubicación: Principalmente urbana, con acceso a supermercados especializados, tiendas orgánicas y plataformas digitales de compra.
Psicográfica y comportamiento	
	Estilo de vida: Activo, consciente, con enfoque en el bienestar integral (cuerpo, mente y entorno).
	Valores clave: Salud, sostenibilidad, autenticidad, innovación, respeto por el medio ambiente.
	Intereses: Alimentación saludable, ejercicio físico, meditación, skincare natural, consumo responsable.
	Comportamiento de compra: Investiga antes de comprar, lee etiquetas, sigue marcas en redes sociales, prefiere productos con certificaciones (orgánico, cruelty-free, comercio justo).
Motivaciones de consumo	
	Salud y prevención: Busca productos que fortalezcan el sistema inmunológico, mejoren la digestión, regulen hormonas y aporten antioxidantes.
	Envejecimiento saludable: Especialmente en el segmento 50+, busca ingredientes naturales que apoyen la piel, huesos y energía vital.
	Sustentabilidad: Prefiere marcas con empaques biodegradables, ingredientes trazables, comercio justo o impacto social.
	Innovación: Atraído por productos que combinan tradición y ciencia (superalimentos, adaptógenos, formulaciones veganas con estudios).
Canales preferidos	
	Digitales: Redes sociales (Instagram, TikTok, YouTube), marketplaces (Amazon, iHerb, tiendas locales online)
	Puntos físicos: Tiendas orgánicas, supermercados especializados (Whole Foods, Bio c'Bon, MUJI Health, etc.), ferias saludables
Comunicación efectiva	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lenguaje cercano, transparente y educativo. ▪ Visuales naturales, colores suaves, estética minimalista. ▪ Relato de marca coherente con valores ecológicos y de bienestar.

Elaboración: Propia

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

MERCADO NORTEAMERICANO

Las industrias cosméticas, de cuidado personal y farmacéuticas usan ampliamente los aceites esenciales para la formulación de productos de belleza y la industria alimentaria para el desarrollo de productos funcionales. Su gran aporte por sus propiedades beneficiosas muestra la creciente demanda de estos productos para las industrias. Otro punto elemental que dinamizan este mercado es el cambio de hábitos alimentarios y de salud, por lo que hoy en día el cliente está dispuesto a invertir a productos que aporten salud y bienestar a su vida, que sean sostenibles respetando al medio ambiente (JARSKING Packaging, 2024). Por ejemplo, el 78% de los millenials prefiere comprar productos saludables, lo que representa un 8% más que el mercado total. Alrededor del 54% de los millenials prefiere alimentos vegetarianos, lo que supone un 15% más que el mercado total. El resultado de este cambio en el estilo de vida ha sido más directo en las categorías de productos de consumo natural de alto crecimiento, como el cuidado del bebé, el cuidado personal, los productos para el hogar y los cosméticos, que también han adaptado sus ofertas para atender a esta nueva generación de consumidores (DATABRIDGE Market Research, 2025).

Tabla 15 Mercado de aceites esenciales en Norteamérica



Fuente: DATABRIDGE Market Research



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

El siguiente gráfico muestra los factores clave que están permitiendo que el mercado de aceites esenciales en Norteamérica:

- Aumento de la popularidad de la aromaterapia.
- Los aceites cítricos, florales, herbáceos y vegetales son las que tienen mejor potencial.
- Los sectores aromaterapia, cosméticos y farmacéuticos como principales clientes.
- Empresas cosméticas y farmacéuticas como principales inversores y potenciales compradores.
- Mercados actuales bien posicionados: aromaterapia y cuidado personal.
- Oportunidades futuras: uso para sabores en la industria alimentaria, conservante natural y personalización de cosméticos.

Uno de los nichos más activos que consumen productos similares al polvo y aceite de aguaje son en el de los suplementos para la salud femenina y fitness donde se promueve el consumo por plataformas online como Amazon, de la misma manera el segmento de aceites cosméticos lo consumen a través de productos para el cuidado de la piel o el cabello, algunas marcas nicho o artesanales, por ejemplo la marca **Nubian Heritage** dentro de su catálogo incluye productos a base de aceite de aguaje (iHerb, 2024) distribuyen sus productos al mercado estadounidense. Los canales de distribución a los cuales se puede acceder para la distribución de los productos derivados del aguaje pueden ser los distribuidores de superfoods y de materias primas botánicas, por ejemplo Amazon Andes Export llevan cápsulas y aceite para su venta online, también están los mayoristas que proveen a la industria de suplementos (polvo encapsulado) y a formuladores de cosméticos independientes (aceite a granel), por ejemplo **LotionCrafter** y **Jedwards International** ofrecen aceite de aguaje para cosméticos. El comercio electrónico es el principal canal de venta al consumidor final, como lo son las plataformas de Amazon, eBay, Walmart ofrecen productos de aguaje o también están las tiendas físicas especializadas en productos naturales como **Vitamin Shoppe** o **Whole Foods** para distribuir los productos derivados del aguaje.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Tabla 16 Canales de Distribución para productos naturales en el mercado de Estados Unidos

MAYORISTAS

COMERCIO ELECTRONICO

TIENDAS ESPECIALIZADAS


Elaboración: Propia



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 21 Segmentación del mercado de aceites en Norteamérica



Fuente: DATABRIDGE Market Research

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

MERCADO EUROPEO

El mercado europeo existe un auge en los suplementos nutricionales que han crecido a pasos agigantados. La búsqueda por productos que aporten beneficios a la salud mental, bienestar digestivo ha crecido, Reino Unido es pionero en adoptar por productos veganos y naturales en el ámbito cosmético, las marcas han impulsado oferta de cosméticos libres de químicos. Un país con el mayor número de pymes fabricantes de cosméticos. Los segmentos de mercado principales son los de artículos de tocador (28%), cuidado de la piel (25%) y fragancias (21%), con un consumo per cápita de 162 € en el 2023. El Reino Unido es el mercado líder europeo para la cosmética orgánica y natural. A pesar de la crisis causado por el coste de la vida, la pandemia del COVID-19 y el Brexit, el sector salud y de la belleza a través de insumos orgánicos creció en una media anual del 9.5%. Con el Brexit, el Reino Unido establecido su propia normativa para productos cosméticos que es similar a las ya existentes en cuanto a requisitos. La legislación REACH es una medida para las sustancias químicas, la cual duplica el coste para las empresas, incluidas las no europeas.



Por otro lado, en Francia la tendencia de belleza limpia gana mucho más terreno y los consumidores buscan productos más sostenibles. Por último, en Alemania el mercado de productos farmacéuticos naturales ha tenido un dinamismo positivo (ICEX, 2022), donde los consumidores optan por medicamentos alternativos basados en hierbas y suplementos, productos con el ginseng, equinácea y otros adaptógenos. En Alemania es un país muy estricto respecto a regulaciones de seguridad y calidad de estos productos, además, el país ha crecido en la venta de superalimentos como la moringa y el aguaje, productos muy comunes en tiendas de suplementos. Alemania es el mayor mercado europeo en productos cosméticos y esto debido a que es el país de la Unión Europea con mayor población y la segundo en toda Europa, una relación con las altas compras en las tiendas minoristas y a la alta demanda.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

El consumidor alemán muestra demasiado interés por la sostenibilidad, más del 70% de la población considera este tema antes de la toma de decisión en sus compras. El mercado europeo domina la participación de mercado de aceites esenciales, con una cuota del 48%, factores como los altos ingresos y conciencia sobre los productos que consumen, la alta demanda de productos naturales como orgánicos, presencia de grandes actores de la industria y fácil disponibilidad de materia prima, un marco regulatorio establecido por la Federación Europea de Aceites Esenciales – EFEO (EFEO, 2025). En resumen, esto muestra que el mercado europeo busca soluciones naturales y respaldados en la ciencia para el cuidado de la salud y belleza.

Gráfico 22 Actores clave del Mercado Europeo



Fuente: MORDOR Intelligence

El mercado de cosméticos está en un crecimiento de una tasa promedio del 9.1% anual, superando notablemente el crecimiento del mercado mundial, por ejemplo, Estados Unidos con una tasa del 5.2%. Esto es un indicador de lo fuerte que está la industria cosmética, lo que sugiere que el mercado continuará aumentando. Europa es el principal importador de productos naturales, aceites esenciales para la aplicación en el desarrollo de cosméticos abriendo una puerta para algunos aceites vegetales naturales como lo es el del aguaje, siendo un objetivo clave para los exportadores. Los principales países abastecedores son China, India, Ghana, Indonesia y Marruecos. Como se menciona



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

anteriormente los mercados de destino son principalmente Francia, Alemania y Reino Unido. El pachulí, la nuez moscada y el clavo de olor son las estrellas en estos mercados, no solo demostrando el interés para la industria cosmética, sino también para la industria alimentaria (CBI, 2025).

Tabla 17 Países Europeos como mayores oportunidades para ingredientes naturales

País	Comercio (Valor de las importaciones de países en desarrollo)	Comercio (Importaciones totales de aceites vegetales y esenciales)	Demanda del consumidor (Ventas al por menor)	Fabricación (Número de PYMES fabricantes de cosméticos)
Francia	Importador europeo líder de ingredientes naturales de países en desarrollo	El mayor importador europeo de ingredientes naturales	2do mercado más grande	El mayor número de pymes fabricantes de cosméticos
Países Bajos	2º mayor importador	2do mayor importador	7mo mercado más grande	7mo número más grande
España	3er mayor importador	5to mayor importador	5to mercado más grande	5to número más grande
Alemania	4to mayor importador	10mo mayor importador	El mayor mercado europeo de cosméticos	6to número más grande
Reino Unido	5to mayor importador	7mo mayor importador	4to mercado más grande	3ro número más grande
Suiza	6to mayor importador	16vo mayor importador	10mo mercado más grande	16vo número más grande
Bélgica	7mo mayor importador	11vo mayor importador	9no mercado más grande	18vo número más grande
Italia	8vo mayor importador	6to mayor importador	3er mercado más grande	2do número más grande

Fuente: CBI



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

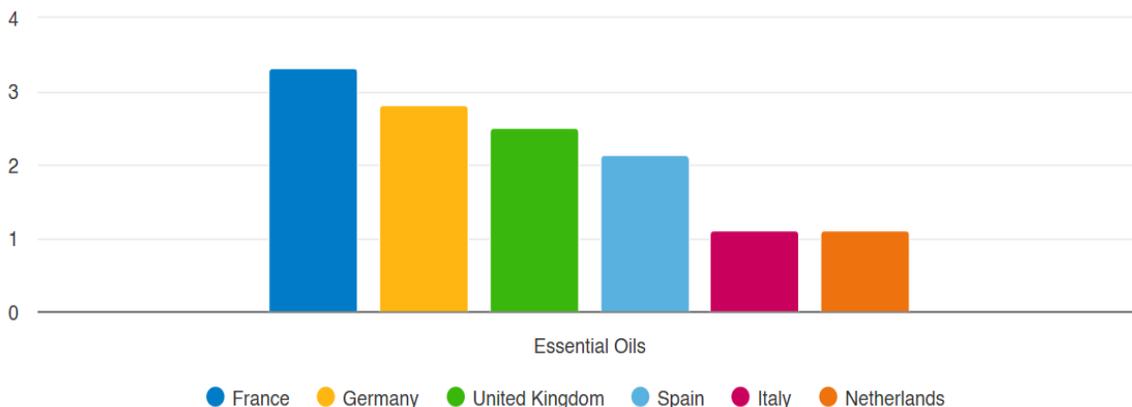
Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Gráfico 23 Volumen Importado de Aceites esenciales por País en el 2024
in 1,000 tonnes



Fuente: CBI

El 23% de las importaciones provienen de países en desarrollo, siendo Marruecos, Burkina Faso, Perú, México y Argentina los principales proveedores. El mercado francés no solo es líder mundial en la exportación de cosméticos, sino uno de los tres principales del país. El mercado alemán y francés representaron el 50% de las exportaciones de cosméticos en el 2023, con un valor de 14,000 mil millones de euros. La firma **“COSMOS”** (COSMOS Standard, 2025), el sello estándar que define a los productos cosméticos naturales u orgánicas registra más de 56,800 productos y materias primas. Un país estratégico a considerar es Países Bajos, por el puerto de Ámsterdam. Además, con un gasto per cápita de € 139 en productos de belleza y cuidado personal. Los segmentos más importantes son artículos de tocador (27%), cuidado de la piel (21%) y fragancias (19%). Como estrategia de entrada al mercado europeo, Países Bajos se convierte en una entrada para los insumos naturales.



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

MERCADO ASIÁTICO

El crecimiento significativo en el mercado asiático es innegable, el crecimiento de la clase media y aumento de la conciencia sobre la salud son puntos clave en este aumento. La adopción por suplementos y productos que mejoran el sistema inmunológico como el bienestar emocional. En China la demanda de estos productos a desarrollado un auge en los últimos años, el interés por productos que ofrezcan beneficios para la piel, el cabello y la salud digestiva, impulsando el mercado de

suplementos alimenticios basados en ginseng y astrágalo. El mercado de belleza en China ha sido pionero en el impulso de la belleza limpia y veganismo, especialmente en el público joven (Vlaming, 2024). El aceite de aguaje tiene la posibilidad de encontrar nicho como ingrediente en líneas de cuidado premium, aprovechando la tendencia hacia productos orgánicos.



Sin embargo, la entrada requiere cumplir con normativas estrictas: en cosméticos, registro ante la autoridad NMPA – National Medical Products Administration y pruebas de seguridad (National Medical Products Administration, 2024); en alimentos, el aguaje sería considerado Nuevo Alimento y necesitaría aprobación regulatoria antes de comercializarse ampliamente. Actualmente, algunos consumidores obtienen cápsulas o aceite de aguaje mediante comercio electrónico transfronterizo, pero para escalamiento se necesitaría un importador establecido. El mercado indio muestra tendencia creciente de productos naturales y ayurvédicos (medicina natural de la India que centra el concepto de que el cuerpo, la mente y espíritu deben estar en equilibrio para lograr el bienestar), (Krystal Ventures Studio, 2024). Productos basados en plantas y hierbas como la moringa, el nimbo y aloe vera están ganando popularidad tanto en el sector cosmético como de suplementos alimenticios. Los consumidores indios buscan soluciones naturales no solo enfocándose en su salud, sino también en su bienestar general.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”



Las iniciativas del gobierno de la India han ayudado para promover activamente la industria de la medicina tradicional mediante políticas que fomentan el uso de ingredientes naturales en productos farmacéuticos. Hay oportunidades para aprovechar mercados urbanos de alto poder adquisitivo (India Connected, 2023) que buscan novedades naturales, el aceite podría ser de interés para fabricantes de cosméticos naturales que combinan saberes tradicionales

con ingredientes globales, el polvo se podría introducirse como suplemento para bienestar de la mujer. Ahora es necesario saber que cualquier importación requiere cumplir regulaciones de la FSSAI (seguridad alimentaria) para polvo/cápsulas y registro cosmético para el aceite si se usa en productos de cuidado personal (FSSAI.gov, 2024).

A través de la siguiente “Benchmarking” se evaluará casos de éxito para ver las oportunidades existentes en el mercado internacional, que estrategias de marketing se pueden aplicar, como se desarrolla la diversificación y como generar el posicionamiento en dichos mercados.

Tabla 18 Matriz de Benchmarking

BENCHMARKING		
Açaí (Brasil) para el mundo.		
Éxito	Lecciones	Oportunidades
Posicionado como superfood en batidos, bowls y suplementos. 	Branding basado en antioxidantes, energía y origen exótico. 	Aplicar estrategias similares para el aguaje como un superfood amazónico.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Baobab (África) hacia el mercado europeo y estadounidense (Reuters, Álex Sotillos, 2018).		
Éxito	Lecciones	Oportunidades
Comercializado en polvo como fuente de fibra y vitamina C. 	Fuerte narrativa de sostenibilidad y comercio justo. 	Destacar el impacto positivo de la palmera de aguaje en la amazonía.
Maca (Perú) para el mundo.		
Éxito	Lecciones	Oportunidades
En cápsulas y polvo con branding ligado a energía y equilibrio hormonal (PromPerú, 2021). 	Adaptación a distintos formatos según mercado (deportico, bienestar, salud femenina). 	Posicionar cápsulas de aguaje en segmentos de salud hormonal y belleza, respaldándose por la variedad de estudios científicos existentes.
ESTRATEGIAS DE ENTRADA A MERCADOS		
Pulpa		
Éxito	Lecciones	Oportunidades
Dirigido a la industria de jugos naturales.	Distribución en cadenas de retailers saludables (Organa, Flora & Fauna, Lima Orgánica), horeca (Hoteles, restaurantes y cafeterías), como La Bodega Verde, Sama Healthy Express.	Acuerdos con marcas de smoothies (bebidas concentradas de frutos) premium como OAK BERRY.



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Polvo / Harina		
Éxito	Lecciones	Oportunidades
Enfocado en consumidores fitness, veganos y repostería saludable.	E-commerce (Amazon, iHerb), supermercados (Wong, Vivanda) o tiendas especializadas en productos orgánicos (Organa, Flora & Fauna, La Nuestra).	Alianza con marcas de proteínas vegetales o suplementos naturales (Universe Nutrition, Peruvian Health, Biolatin, Smartblend).
Cápsulas		
Éxito	Lecciones	Oportunidades
Suplemento para la salud hormonal, piel y bienestar.	Farmacias naturales (Nua Perú), tiendas de suplementos (Smarth Nutrition), mercados wellness (industria que abarca productos y servicios para promover el bienestar físico, mental y emocional).	Posicionamiento similar a la maca, pero resaltando los betacarotenos y fitoestrógenos.
Aceite		
Para la industria cosmética, enfocándonos en el cuidado de la piel y el cabello.	Marcas de cosmética orgánica (Probela Profesional, Nua Perú, Ainhoa, Natura), spa, e-commerce (Soy Silvestre).	Marcas con certificaciones ecológicas como Ecocert o USDA Organic.
DIFERENCIACION Y POSICIONAMIENTO		
Para que el aguaje tenga una ventaja competitiva, el storytelling (contar una historia para transmitir un mensaje o idea) debe enfatizar lo siguiente.		
Orígenes amazónicos y sostenibilidad (con certificaciones)	Beneficios funcionales (antioxidantes, salud hormonal, belleza natural)	Innovación en formatos (listo para consumir, fácil de integrar en la dieta).

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

VALIDACIÓN Y ESTRATEGIAS DE MARKETING		
Testeo en nichos específicos; crear comunidad en redes sociales, lanzar pruebas en mercados pequeños.	Marketing de contenido; campañas con influencers de bienestar y nutrición.	Estrategias de relaciones públicas; asociaciones con nutricionistas y marcas de alimentos saludables.

Elaboración: Propia

5.3.1 Productos competidores directos en el mercado peruano

De acuerdo a las características de los productos que se pueden elaborar con el aguaje, a través de una tabla se mostrara los productos que comparten ciertas similitudes.

Tabla 19 Competidores directos en el mercado Peruano

PRODUCTO	MARCA	CANTIDAD	CARÁCTERÍSTICA	PRECIO	FUENTE
Helado de Aguaje 	SHAMBO	64ml	Helado de 100% pulpa de Aguaje.	S/. 4.00	Helados SHAMBO
Chupete de Aguaje 	ARTIKA	62ml	Helado de Aguaje	S/. 2.50	Helados ARTIKA
Helado de Aguaje 	CAFRUT	59ml	Helado artesanal 100% de pulpa de Aguaje	S/. 5.00	CAFRUT

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Helado de Aguaje</p> 	SUPER FRIO	93ml	Helado natural 100% de pulpa de Aguaje	S/. 6.00	SUPER FRIO
<p>Helado de Aguaje</p> 	HELADOSET	5L	Helado artesanal de 100% pulpa	S/. 8.00	HELADOSET
<p>Jugo de Aguaje</p> 	AMAYU	300ml	Jugo de Aguaje, manzana y cocona 100% natural	S/. 4.00	Wong
<p>Néctar de Aguaje</p> 	KALLPA	300ml	Bebida nutracéutica a base de néctar de Aguaje	,	B2Perú

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Bebida Natural de Aguaje</p> 	<p>BIO AMAYU</p>	<p>325ml</p>	<p>Bebida funcional y natural de aguaje 100%, sin azúcar añadido</p>	<p>S/. 4.00</p>	<p>AJE Delivery</p>
<p>Harina de Aguaje</p> 	<p>Amazon Andes</p>	<p>150gr</p>	<p>Harina 100% de Aguaje</p>	<p>S/. 34.00</p>	<p>Amazon Andes</p>
<p>Harina de Aguaje</p> 	<p>ECOANDINO</p>	<p>100gr</p>	<p>Harina 100% de Aguaje, orgánica, libre de gluten y libre de GMO, vegano</p>	<p>S/. 15.90</p>	<p>NUNA ORGANICA</p>
<p>Harina de Aguaje</p> 	<p>NUTRINKA Superfoods</p>	<p>100gr</p>	<p>Harina 100% de Aguaje</p>	<p>S/. 11.00</p>	<p>Rica Tierra</p>

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Harina de Aguaje</p> 	TULKI	160gr	Harina 100% de Aguaje	S/. 113.00	EI INTI Tienda Peruana
<p>Polvo de Aguaje</p> 	Sur Andino	200gr	Polvo 100% de Aguaje	S/. 18.00	MISHAN
<p>Polvo de Aguaje</p> 	Natural Maxx	100gr	Harina 100% de Aguaje	S/. 8.00	VITALOW
<p>Polvo de Aguaje</p> 	INKANAT	150gr	Polvo 100% de Aguaje	S/. 28.00	INKANAT

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Polvo de Aguaje</p> 	<p>PAKARI</p>	<p>200gr</p>	<p>Polvo 100% de Aguaje, sin azúcar, libre de gluten, sin aditivos</p>	<p>S/. 22.00</p>	<p>Oechsle</p>
<p>Harina de Aguaje a granel</p> 	<p>REINO DEL VALLE</p>	<p>1Kg</p>	<p>Harina 100% de Aguaje</p>	<p>S/. 38.00</p>	<p>REINO DEL VALLE</p>
<p>Polvo de Aguaje</p> 	<p>EXÓTICA</p>	<p>100gr</p>	<p>Polvo 100% de Aguaje libre de gluten, sin colorantes, saborizantes, ni edulcorantes</p>	<p>S/. 34.20</p>	<p>Diners Club Mall</p>
<p>Polvo de Aguaje</p> 	<p>Organix</p>	<p>100gr</p>	<p>Polvo 100% de Aguaje libre de gluten, sin colorantes, saborizantes, ni edulcorantes, vegano, no transgénico</p>	<p>S/. 32.90</p>	<p>Organix Perú</p>

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	<p>Natural medix</p>	<p>100 cápsulas</p>	<p>Cápsulas de Aguaje</p>	<p>S/. 35.00</p>	<p>BIO CENTRO</p>
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	<p>Organix</p>	<p>100 cápsulas</p>	<p>Cápsulas de Aguaje 100% orgánico, libre de transgénicos, libre de gluten, libre de pesticidas</p>	<p>S/. 34.90</p>	<p>Organix Perú</p>
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	<p>Amazon Andes</p>	<p>100 Cápsulas (400gr)</p>	<p>Cápsulas 100% de polvo de aguaje y capsulas vegetales</p>	<p>S/. 43.00</p>	<p>Oechsle</p>
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	<p>Vidax</p>	<p>100 Cápsulas (500gr)</p>	<p>Cápsulas 100% de polvo de aguaje y capsulas vegetales</p>	<p>S/. 41.00</p>	<p>MACRO NATURA</p>

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	Fitosana	100 cápsulas	Cápsulas 100% aguaje y maca roja	S/. 45.00	Fitosana
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	INKANAT	100 cápsulas (400gr)	Cápsulas 100% de aguaje, sin aditivos, ni preservantes	S/. 30.00	Vida Andina
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	Natural Maxx	100 cápsulas (500mg)	Cápsulas 100% de aguaje	S/. 36.00	VITALOW
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	Bionaturista	300gr	Cápsulas 100% de aguaje orgánico	S/. 70.00	Bio naturista

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	EcoWasi	100 Cápsulas (500gr)	Cápsulas 100% de aguaje	S/. 26.00	Salud Vida
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	EcoValle	100 cápsulas	Cápsulas 100% de aguaje	S/. 40.00	Eco Valle
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	Piruw	100 cápsulas	Cápsulas 100% Aguaje, cápsulas veganas, libre de aditivos y preservantes, libre de gluten, sin transgénicos	S/. 35.00	Flora & Fauna
<p>Cápsulas de Aguaje</p> 	DINO A	100 cápsulas	Cápsulas 100% de aguaje (FDA Certified)	S/. 44.00	DINO A Perú

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Aceite de Aguaje</p> 	NUA	30ml	Aceite de Aguaje 100% puro	S/. 35.00	NUA Perú
<p>Aceite de Aguaje</p> 	Ecolution	30ml	Aceite de Aguaje 100% puro	S/. 28.00	ECO LUTION
<p>Aceite de Aguaje</p> 	EcoValle	33ml	Aceite de Aguaje 100% puro	S/. 38.50	Eco Valle
<p>Aceite de Aguaje</p> 	Hanpikuy	33ml	Aceite de Aguaje 100% puro	S/. 48.00	BioDeli Orgánico

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Aceite de Aguaje</p> 	Parinari	30ml	Aceite de Aguaje 100% puro	S/. 30.00	AMBNE Perú
<p>Aceite de Aguaje</p> 	Qalma	30ml	Aceite de Aguaje 100% puro	S/. 35.00	Amazon Andes
<p>Aceite de Aguaje</p> 	Naturally Divine	33ml	Aceite de Aguaje 100% puro	S/. 30.00	Selvática
<p>Aceite de Aguaje</p> 	Candela	30ml	Aceite de Aguaje 100% puro	S/. 25.00	Candela Organic

Elaboración: Propia

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

5.3.2 Productos competidores directos en el mercado internacional

De acuerdo a las características de los productos que se pueden elaborar con el aguaje, a través de la siguiente tabla se mostraran los productos que comparten ciertas similitudes en el mercado internacional.

Producto	Marca	País																								
		Estados Unidos																								
Aceite de Aguaje / Burití 		Estados Unidos																								
Aceite de Aguaje / Burití <table border="1"> <tr> <td>500 g (17.64 oz): 15% OFF</td> <td>\$29.60</td> <td>\$25.16</td> <td></td> </tr> <tr> <td>1 kg (2.20 lb): 35% OFF</td> <td>\$57.00</td> <td>\$37.05</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2 kg (4.41 lb): 38% OFF</td> <td>\$111.70</td> <td>\$69.30</td> <td>[\$34.65/kg]</td> </tr> <tr> <td>5 kg (11.02 lb): 40% OFF</td> <td>\$274.00</td> <td>\$164.40</td> <td>[\$32.88/kg]</td> </tr> <tr> <td>10 kg (22.04 lb): 42% OFF</td> <td>\$536.00</td> <td>\$310.90</td> <td>[\$31.09/kg]</td> </tr> <tr> <td>20 kg (44.09 lb): 44% OFF</td> <td>\$1048.21</td> <td>\$587.00</td> <td>[\$29.35/kg]</td> </tr> </table> <p>Buy 2 packs [20 kg x 2 = 40 kg] for \$1138.78 [\$569.39 x 2] and save an additional 3%</p> <p>Buy 3 packs [20 kg x 3 = 60 kg] for \$1655.34 [\$551.78 x 3] and save an additional 6%</p> <p>Buy 4 packs [20 kg x 4 = 80 kg] for \$2136.68 [\$534.17 x 4] and save an additional 9%</p>	500 g (17.64 oz): 15% OFF	\$29.60	\$25.16		1 kg (2.20 lb): 35% OFF	\$57.00	\$37.05		2 kg (4.41 lb): 38% OFF	\$111.70	\$69.30	[\$34.65/kg]	5 kg (11.02 lb): 40% OFF	\$274.00	\$164.40	[\$32.88/kg]	10 kg (22.04 lb): 42% OFF	\$536.00	\$310.90	[\$31.09/kg]	20 kg (44.09 lb): 44% OFF	\$1048.21	\$587.00	[\$29.35/kg]		Internacional
500 g (17.64 oz): 15% OFF	\$29.60	\$25.16																								
1 kg (2.20 lb): 35% OFF	\$57.00	\$37.05																								
2 kg (4.41 lb): 38% OFF	\$111.70	\$69.30	[\$34.65/kg]																							
5 kg (11.02 lb): 40% OFF	\$274.00	\$164.40	[\$32.88/kg]																							
10 kg (22.04 lb): 42% OFF	\$536.00	\$310.90	[\$31.09/kg]																							
20 kg (44.09 lb): 44% OFF	\$1048.21	\$587.00	[\$29.35/kg]																							

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Aceite de Aguaje / Burití		Canadá
<p>Aceite de Aguaje / Burití</p> <p>Certifications</p> <p>Buriti Oil Refined:</p> <ul style="list-style-type: none"> • China / IECIC listed • NMPA registered • ISO 16128: Natural Content = 1 <p>Buriti Oil Refined Organic:</p> <ul style="list-style-type: none"> • China / IECIC listed • NMPA registered • Cosmos certified • Organic • ISO 16128: Natural Content = 1 		Brasil
Aceite de Aguaje / Burití		Internacional
Aceite de Aguaje / Burití		Francia
<p>Aceite de Aguaje / Burití</p> 		Estados Unidos
<p>Fragancia que incluye aceite de Aguaje como uno de sus insumos</p> 		Francia

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Aceite de Aguaje / Burití</p> 		Reino Unido
<p>Kit de productos cosméticos a base de aceite de burití</p> 		Brasil
<p>Aceite de Aguaje / Burití</p> 		Canadá
<p>Aceite de Aguaje / Burití</p> 		Nigeria

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
 “Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

<p>Productos cosméticos y cuidado personal a base de aceite de burití</p> 		Brasil
---	---	--------

Elaboración: Propia

5.4 Análisis de Tendencias

Para entender cómo se comporta el mercado resultado de las de tendencias de mercado que mueven la demanda y por ende las decisiones de compra del consumidor, se planteara la siguiente tabla con el propósito de establecer estrategias para cada presentación de los derivados del aguaje.

Tabla 20 Perfil del consumidor

Bebidas		
CONSUMIDOR	TENDENCIA	MERCADOS POTENCIALES
Millennials – Centennials interesados en bebidas naturales y beneficiosas para la salud (THEFOODTECH, 2025).	Auge de bebidas funcionales con ingredientes antioxidantes y adaptógenos (THEFOODTECH, 2024).	Industria de jugos prensados (zumos), tes funcionales y bebidas deportivas.
Polvo o Harina		
Deportistas, personas con estilo saludable dietético, veganos, vegetarianos.	Creciente demanda de superfoods en formatos prácticos y versátiles (imarc, 2025).	Industria de alimentos funcionales, panaderías saludables y batidos proteicos.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Pulpa		
Ingredientes fresco y rico en antioxidantes, vitaminas y minerales.	Alimentos naturales y mínimamente procesados, “Real Food” (Iberdrola, 2025).	Smoothies, postres, jugos prensados en frio (zumo).
Cápsulas		
Interesados en salud y bienestar. Nicho. Mujeres que buscan beneficios hormonales naturales.	Expansión del mercado de suplementos naturales y adaptógenos (estrés), (THEFOODTECH, 2024).	Industria de suplementos dietéticos, farmacias, tiendas especializadas de productos naturales.

Elaboración: Propia

6. Conclusiones y Recomendaciones

CONCLUSIONES

1. El aguaje ofrece un futuro prometedor como superalimento amazónico y una oportunidad estratégica para el desarrollo de las comunidades, su excepcional perfil nutricional y funcional como un alimento, lo convierte como ingrediente clave para su aplicación en varias industrias (nutraceútica, suplementos, cosmética y farmacéutica). Su versatilidad no solo debe considerarse como una oportunidad económica sino también una herramienta para revalorización del conocimiento ancestral amazónico, alineado a las tendencias globales relacionadas a la salud, la sostenibilidad y el respeto a los ecosistemas de origen.
2. El aumento en la demanda de productos naturales, con un origen exótico y con sostenibilidad en el mercado norteamericano, europeo como asiático no solo es el reflejo de una moda, más bien es la muestra de un cambio estructural en los hábitos de consumo. Donde el consumidor no solo está en la búsqueda de alimentos con propiedades funcionales, sino que están valorando la trazabilidad, el impacto social y ambiental de lo que están consumiendo. En este escenario, el aguaje con su





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

procedencia exótica, su historia y sus beneficios demostrados científicamente demuestra capacidad de diferenciación en mercado altamente competitivo. Existen demasiadas oportunidades, pero se requiere una narrativa sólida, un desarrollo estratégico para su comercialización y un compromiso en toda la cadena de valor para sostener su posicionamiento en mercados internacionales.

3. El mercado internacional se dirige hacia propuestas con etiquetas limpias “**clean label**”, sin aditivos artificiales, mínimamente procesados y con notables beneficios funcionales. Por lo que el aguaje responde de manera natural a estas demandas, convirtiéndolo en un ingrediente alineado con el nuevo paradigma del **consumidor consiente**. A esto agregarle el vínculo existente entre las comunidades amazónicas y la aplicación de prácticas de recolección sostenibles necesarias, para optar por certificaciones de comercio justo dirigidas a un **consumo ético**. Este enfoque permitirá generar transparencia y darle valor, marcando la diferencia al momento de la toma de decisiones de compras con otros productos en mercados exigentes.
4. No obstante, hay situaciones que remediar para consolidar al aguaje en los mercados internacionales, por ejemplo, las malas técnicas en la producción que conllevan a la tala descontrolada de las palmeras (ecoNoticias, 2025), la mejora en la cadena de valor respecto a la infraestructura en las zonas de origen, la formalización de productores para que tengan fuerza comercial en las negociaciones, la mejora de la infraestructura logística, la adaptación a los estándares internacionales de calidad, trazabilidad y certificaciones orgánicas. Para superar estos cuellos de botella es necesario el planteamiento de una estrategia integral público-privada enfocada únicamente a inversión de infraestructura logística (vías de acceso, plantas de procesamiento, centros de acopio). El fortalecimiento de las capacidades locales, la inserción progresiva a esquemas de formalización de los productores, los esfuerzos clave de desarrollo territorial sostenible harán que la cadena de valor del aguaje no solo sea competitiva, sino también inclusiva y resiliente.

RECOMENDACIONES

1. **Fortalecimiento de la cadena de suministro y la infraestructura logística:** La implementación de centros de acopio y procesamiento, cercanos a las zonas de cosecha con tecnología de conservación (refrigeración y congelado rápido) con el propósito de prolongar la vida útil del aguaje, tratando a la vez de que estas infraestructuras se acomoden y respeten la biodiversidad de la zona. Mejorar el transporte en la amazonia (fluvial y terrestre) es de su importancia para optimizar la





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

recolección, de tal manera esto garantice un flujo constante de materia prima de calidad. Estas acciones harán al proceso de cosecha y recolección más eficiente como efectiva reduciendo mermas en la postcosecha y aumentara la capacidad de respuesta a solicitudes de grandes volúmenes para la exportación.

- 2. Impulso de certificaciones y cumplimiento en la normatividad:** El desarrollo articulado de programas (Públicos – Públicos o Privados – Públicos) para la financiación y asesoramiento para la obtención de certificaciones orgánicas, comercio justo y sostenibilidad para el aguaje y sus derivados. En la misma línea asegurar el cumplimiento de requisitos fitosanitarios y regulatorios en los mercados de destino, algunos de estos pueden ser el registro FDA, autorizaciones Novel Food en el mercado europeo, certificaciones fitosanitarias específicas. Contar con esto permitirá abrirnos las puertas a nichos de mercado de alto valor y eliminará las barreras comerciales para las exportaciones de aguaje.
- 3. Desarrollo de productos con valor agregado y I+D:** Impulsar la investigación aplicada al aguaje para diversificar su uso industrial, incluyendo la financiación de estudios nutraceuticos, científicos, de mercado que respalden nuevos enfoques de uso de los derivados del aguaje. De igual manera impulsar la transferencia tecnológica a Pymes locales para el desarrollo de nuevas presentaciones innovadoras con estándares internacionales. Por lo que la continua innovación ayudará a desarrollar diferenciación de la oferta peruana respecto al aguaje teniendo una ventaja competitiva sostenible.
- 4. Estrategia de marketing e inteligencia comercial especializada:** Desarrollo de un plan de posicionamiento internacional del aguaje, involucrando a todas las organizaciones públicas como privadas. Este plan debe identificar nichos de mercado prioritarios, por ejemplo, sector de superfoods en nichos europeos y del medio oriente, empresas cosméticas naturales, industria de suplementos y adaptar el mensaje para cada caso. La participación en ferias internacionales relevantes como el “SupplySide West”, “Vitafoods”, “In-cosmetics Global”, entre otros. Desarrollar estrategias de marketing digital y comercio electrónico, a través de contenido educativo como white papers, infografías científicas como comerciales de la mano con influencers del rubro wellness/nutrición para generar demanda informada. Finalmente se deben establecer alianzas estratégicas con importadores y distribuidores especializados en mercados de destino, donde se logrará lazos estratégicos con socios comerciales que nos permitan ingresar y escalar en los puntos de destino con un menor riesgo.
- 5. Desarrollo de un Plan Estratégico integral:** Un producto con claro potencial exportador requiere del desarrollo de un Plan Estratégico con objetivos claros para posicionar al





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

aguaje y a sus derivados como un superfood amazónico de gran competitividad como sostenibilidad. Este plan debe involucrar tanto a entidades estatales gubernamentales, productores, recolectores, comunidades indígenas, organizaciones de la sociedad civil, centros de investigación, inversionistas, consumidores y todos los eslabones de la cadena productiva y comercial. Plantear estrategias de manejo sostenible, modelos de asociatividad empresarial, acceso a financiamiento, investigación aplicada, desarrollo de productos con valor agregado y una estrategia comercial orientada a los mercados más exigentes del mundo. Todo ello enmarcado en una visión de desarrollo inclusivo, que promueva el uso responsable del recurso, la equidad territorial y la revalorización de la biodiversidad amazónica como activo estratégico del Perú en el contexto global.

7. Bibliografía

VTiC Agroindustria. (2018). <https://www.itp.gob.pe/>. Instituto Tecnológico de la Producción:
https://www.itp.gob.pe/archivos/vtic/AGROINDUSTRIA_001-2018/files/assets/downloads/page0010.pdf

A. García, J. P. (2002). Diagnóstico de la demanda del aguaje en Iquitos. *Science Direct*, 1- 41.

Afonso Rabelo & Felipe França. (2015). <https://repositorio.inpa.gov.br/>.
<https://repositorio.inpa.gov.br/>:
<https://repositorio.inpa.gov.br/bitstream/1/4712/1/buriti.pdf>

Agencia Agraria de Noticias. (11 de 09 de 2020). <https://agraria.pe/>. Agencia Agraria de Noticias:
<https://agraria.pe/noticias/loreto-lanzan-proyecto-aguaje-para-dar-el-salto-a-la-industria-22455>

Agraria.pe. (12 de 08 de 2024). *Agencia Agraria de Noticias*. <https://agraria.pe/>:
<https://agraria.pe/noticias/amazon-andes-export-logra-registro-sanitario-para-ingreso-de-36641>

AGROPerú. (03 de 11 de 2024). <https://www.agroperu.pe/>. <https://www.agroperu.pe/>:
<https://www.agroperu.pe/puede-el-exito-agroexportador-de-la-costa-replicarse-en-la-sierra-y-la-selva/>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

- AL-INVEST Verde. (s.f.). <https://alinvest-verde.eu/>. AL-INVEST Verde: https://alinvest-verde.eu/es_es/aguaje-sustentable-organizaciones-nativas-caminando-a-una-cosecha-sostenible-y-verde/
- Amerix Ingredientes. (05 de 03 de 2024). <https://amerixingredientes.com/>. amerix Ingredientes: <https://amerixingredientes.com/blog/clean-label-conservacion/>
- Arika Virapongse, B. A. (2017). Ecología, medios de vida y manejo de la palma *Mauritia flexuosa* en América del Sur. *ScienceDirect*, 70-92.
- BDPI. (s.f.). <https://bdpi.cultura.gob.pe/>. Base de Datos de Pueblos Indígenas u Originarios: <https://bdpi.cultura.gob.pe/pueblos/ticuna>
- Beraca. (2024). *Beraca*. Beraca: <https://www.beraca.com/>
- Best I, C.-G. S.-M.-E. (2020). PubMed. *Phytochemical screening and DPPH radical scavenging activity of three morphotypes of Mauritia flexuosa L.f. from Peru, and thermal stability of a milk-based beverage enriched with carotenoids from these fruits*, doi: 10.1016/j.heliyon.2020.e05209. PMID: 33088964; PMCID: PMC7566103.
- Bio Cosmethic. (2024). *Bio Cosmethic*. Bio Cosmethic: <https://biocosmethic.com/?q=en>
- BioFluff. (2024). *BioFluff*. BioFluff: <https://bio-fluff.com/>
- BIOPAT Perú. (04 de 04 de 2023). <https://cdn.www.gob.pe/>. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7150673/6135913-ano-09-nro-04.pdf>
- Business Empresarial. (03 de 11 de 2023). <https://www.businessempresarial.com.pe/>. Business Empresarial: <https://www.businessempresarial.com.pe/jugos-bio-amayu-son-reconocidos-mundialmente-por-su-innovacion/>
- Cardona, A. J. (12 de 10 de 2023). <https://es.mongabay.com/>. <https://es.mongabay.com/2023/10/morichales-que-dan-vida-sabanas-colombianas-conservacion/>
- CBI. (11 de 02 de 2025). <https://www.cbi.eu/>. CBI: <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/what-demand>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

CEDIA. (2024). <https://cedia.org.pe/>. CEDIA - Centro para el Desarrollo Indígena Amazónico:
<https://cedia.org.pe/ver/proyecto-aguaje/>

Cetina, A. (26 de 05 de 2023). <https://es.mongabay.com/>. <https://es.mongabay.com/2023/05/sacha-muiu-planta-de-moriche-pueblo-inga-colombia-conservacion/>

CIMA. (2012). CIMA. CIMA: <https://www.cima.org.pe/files/images/publicaciones/pdf/CIMA-2012-cartilla-revalorizacion-del-aguaje.pdf>

Citróleo Group. (2021). <https://citroleogroup.com/2021/en/>

COBIOISA. (2024). <https://media.licdn.com/>. LinkedIn:
<https://media.licdn.com/dms/document/media/v2/D4D1FAQFgmeoPTAuhNw/feedshare-document-pdf-analyzed/feedshare-document-pdf-analyzed/0/1721128115858?e=1746057600&v=beta&t=C3UDq4MGLcftIrgbrQVnC6cVT8qsf-4B4DmMZivXO8>

COBIUTY. (2024). <https://www.cobiosa.com/>. COBIOISA:
<https://www.cobiosa.com/en/product/cobiuty>

CODESU - Consorcio para el Desarrollo Sostenible de Ucayali. (2000). <http://ciat-library.ciat.cgiar.org/>. http://ciat-library.ciat.cgiar.org/Articulos_Ciat/agroempresas/cadenaagro_amazonicos.pdf

Conservación Internacional Perú. (2024). *Conservación Internacional Perú*. Conservación Internacional Perú: https://www.conservation.org/docs/default-source/peru/loreto_conservacion_inter_digital-web.pdf

Conservation International Perú. (2024). *Conservation International Perú*. Conservation International Perú: https://www.conservation.org/docs/default-source/peru/loreto_conservacion_inter_digital-web.pdf

COSMOS Standard. (2025). <https://www.cosmos-standard.org/en/>. COSMOS Standard:
<https://www.cosmos-standard.org/en/>

DATABRIDGE Market Research. (2025). <https://www.databridgemarketresearch.com>.
<https://www.databridgemarketresearch.com/es/reports/north-america-essential-oils-market>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Dennis del Castillo T., L. F.-I. (2022). *Profonanpe*. Profonanpe: Exportaciones generales del Aguaje en todas sus presentaciones

ecoNoticias. (19 de 03 de 2025). <https://www.ecoticias.com/>. ECONoticias:
<https://www.ecoticias.com/eco-america/peru-aguaje-peligro-bosques-palmeras>

EFE0. (2025). <https://efeo.eu/>. EFE0: <https://efeo.eu/>

Egg, A. B. (2003). *Frutas del Perú*. Universidad de San Martín de Porres.

Elmer Trevejo Chávez. (2003). Avances de la investigación en frutos oleaginosos de la amazonía peruana. *UNAP*, 102.

enAlimentos. (10 de 07 de 2023). <https://enalimentos.lat/>. enAlimentos:
<https://enalimentos.lat/noticias/7513-estudio-preve-crecimiento-de-mercado-de-nutraceuticos-en-2023.html>

Esaú Toro, F. (Enero de 2014). *ResearchGate*. ResearchGate:
https://www.researchgate.net/publication/339737974_FENOLOGIA_Y_PRODUCCION_DE_FRUTOS_DE_Mauritia_flexuosa_L_f_EN_CANANGUCHALES_DEL_SUR_DE_LA_AMAZONIA_COLOMBIANA

Exportemos.pe. (2023). <https://recursos.exportemos.pe/>. Exportemos.pe:
<https://recursos.exportemos.pe/estudio-ingredientes-naturales-para-cosmetica-en-alemania-y-francia.pdf>

Ezerskii, T. (27 de 11 de 2024). <https://www.infobae.com/>. infobae:
<https://www.infobae.com/peru/2024/11/28/humedales-para-la-vida-proyecto-de-conservacion-en-loreto-beneficia-a-mas-de-15-mil-personas-de-comunidades-indigenas/>

Fernando Ramos-Escudero, R. B.-C.-C.-C. (2022). Oil From Three Aguaje Morphotypes (*Mauritia flexuosa* L.f.) Extracted by Supercritical Fluid With CO₂: Chemical Composition and Chromatic Properties. *frontiers in Sustainable Food Systems*, 1-14.

Fibershid. (2024). *Fibershid*. Fibershid: <https://fibershed.org/>

FIDA. (23 de Febrero de 2022). *FIDA - Invertir en la población rural*. FIDA - Invertir en la población rural: <https://www.ifad.org/es/w/voces-rurales/buriti-el-arbol-de-la-vida-para-el-mundo>





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

FOLIA AMAZÓNICA. (2001). <https://www.iiap.org.pe/>. <https://www.iiap.org.pe/>:
https://www.iiap.org.pe/upload/publicacion/Folia12_articulo2.pdf

FSSAI.gov. (2024). *FSSAI.gov*. FSSAI.gov: <https://fssai.gov.in/cms/food-safety-and-standards-regulations.php>

Fundación Corazón Verde. (s.f.). <https://fundacioncorazonverde.org/>.
<https://fundacioncorazonverde.org/>:
<https://fundacioncorazonverde.org/alimentarte/alimentarte-biodiverso/harina-de-moriche/>

Geraldine Santos. (18 de 03 de 2025). <https://es.mongabay.com/>. MONGOBAY:
<https://es.mongabay.com/2025/03/comercializacion-sin-control-aguaje-peru/>

Giovanni Astudillo. (15 de 03 de 2025). <https://www.elcomercio.com/>.
<https://www.elcomercio.com/>:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/primera-exportacion-morete-ecuatoriano-peru.html>

Gobierno Regional Loreto. (17 de 07 de 2022). <https://www.gob.pe/>. <https://www.gob.pe/>:
<https://www.gob.pe/institucion/regionloreto/noticias/634534-loretanos-consumen-aguaje-de-bosques-manejados>

Grand View Research. (2023). <https://www.grandviewresearch.com/>.
<https://www.grandviewresearch.com/>: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/organic-foods-beverages-market>

Herrera-Feijoo Robinson Jasmany, C.-O. C.-A. (2023). *Biotecnología Ambiental, Aplicaciones y Tendencias*. Ecuador: Editorial GRUPO AEA.

Himalayan Wild Fibers. (2021). *Himalayan Wild Fibers*. Himalayan Wild Fibers:
<https://www.himalayanwildfibers.com/>

Hiroshi Shimoda, S. T. (2019). Hydroxypterocarpanes with estrogenic activity in Aguaje, the fruit of *Mauritia flexuosa* (Peruvian moriche palm). *Functional Food Center/Food Science Publisher*, Vol. 2 No. 4 (2019): April 2019, Pag. 64-77.

Iberdrola. (2025). <https://www.iberdrola.com/>. Iberdrola:
<https://www.iberdrola.com/compromiso-social/real-food-comida-real>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

ICEX. (2022). <https://www.icex.es/>. ICEX:

<https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/043/documentos/2022/03/documentos-anexos/DOC2022904266.pdf>

iHerb. (2024). *iHerb*. iHerb: <https://pe.iherb.com/>

IIAP. (12 de 2006). <http://www.iiap.org.pe/>. IIAP:

<http://www.iiap.org.pe/upload/publicacion/st030.pdf>

IIAP. (2010). <http://www.iiap.org.pe/>. <http://www.iiap.org.pe/>:

<http://www.iiap.org.pe/upload/Publicacion/PUBL533.pdf>

ILSI. (08 de 2019). <https://infoalimentario.com/>. InfoAlimentario:

<https://infoalimentario.com/wp-content/uploads/2020/05/compuestos-bioactivos2020.pdf>

imarc. (2025). <https://www.imarcgroup.com/>. imarc - Transforming Ideas Into Impact:

<https://www.imarcgroup.com/superfoods-market>

India Connected. (2023). *India Connected*. India Connected:

<https://www.indiaconnected.es/blog/poder-adquisitivo-consumidor-indio-ventas/>

INEI. (10 de 2018). <https://www.inei.gob.pe/>. <https://www.inei.gob.pe/>:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1544/

Infobae. (04 de 11 de 2024). <https://www.infobae.com/>. Infobae:

<https://www.infobae.com/peru/2024/11/03/aguaje-la-fruta-que-crece-en-la-amazonia-del-peru-y-previene-el-envejecimiento-prematuro-y-el-desarrollo-de-enfermedades-cardiacas/>

Instituto Alexander von Humboldt. (10 de 2013). <https://www.researchgate.net/p>. Research Gate:

https://www.researchgate.net/publication/312021839_Paleoecologia_Ecologia_y_Etnobotanica_de_los_cananguchales_de_la_Amazonia_Colombiana

Instituto SINCHI. (s.f.). <https://sinchi.org.co/>. <https://sinchi.org.co/>:

<https://sinchi.org.co/negocios2/materias-primas1>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Instituto SINCHI. (s.f.). <https://www.sinchi.org.co/>. <https://www.sinchi.org.co/>:

https://www.sinchi.org.co/files/PUBLICACIONES%20DIGITALES/Fichas%20Tecnicas%20agroforestal/Fichas%20Tecnicas%20de%20Especies%20de%20uso%20Forestal%20y%20Agriforestal%20de%20la%20Amazonia%20Colombiana_05%20MORICHE.pdf

Instituto Tecnológico de la Producción. (19 de 03 de 2018). <https://www.gob.pe/>. Instituto Tecnológico de la Producción: <https://www.gob.pe/institucion/itp/noticias/21576-capacitan-comunidad-de-reserva-pacaya-samiria-en-cosecha-y-post-cosecha-de-aguaje>

JARSKING Packaging. (18 de 11 de 2024). <https://www.jarssking.com>. JARSKING Packaging: <https://www.jarssking.com/es/Tendencias-del-mercado-de-aceites-esenciales-2024-Demanda-org%C3%A1nica-e-innovaci%C3%B3n-en-envases/>

Krystal Ventures Studio. (25 de 08 de 2024). <https://www.linkedin.com/>. LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/indias-thriving-health-wellness-market-holistic-overview-oam0c/>

Las Provincias. (10 de 05 de 2022). <https://www.lasprovincias.es/>. Las Provincias: <https://www.lasprovincias.es/sociedad/salud/vida-sana/superalimento-aguaje-vitaminas-piel-menopausia-20220509185053-nt.html>

Marco Antonio - Ministerio de Ambiente, A. y. (12 de Marzo de 2025). *Agraria.pe*. Agraria.pe: <https://www.agraria.pe/noticias/ecuador-exporta-por-primera-vez-diez-toneladas-de-pulpa-de-a-38815>

Mathew Gonzalo Tello Manzo. (26 de 03 de 2021). *Ikiam Universidad Pública*. https://repositorio.ikiam.edu.ec/jspui/bitstream/RD_IKIAM/544/1/TT-E-IKIAM-000007.pdf

Maurício Bonesso Sampaio. (2018). <https://ispn.org.br/>. <https://ispn.org.br/>: <https://ispn.org.br/site/wp-content/uploads/2018/10/BoasPraticasBuriti.pdf>

Ministerio del Ambiente. (2019). <https://sinia.minam.gob.pe/>. <https://sinia.minam.gob.pe/>: https://sinia.minam.gob.pe/sites/default/files/archivos/public/docs/MD_Ecosistemas_Lo reto_Final.pdf

Ministerio del Ambiente. (05 de 08 de 2024). <https://www.gob.pe/>. Ministerio del Ambiente: <https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/999125-alrededor-de-11-000-peruanos-de-3-regiones-amazonicas-se-beneficiaran-con-proyecto-de-conservacion-de-bosques>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Ministerio del Ambiente de Colombia. (18 de 06 de 2024). <https://www.minambiente.gov.co/>.
<https://www.minambiente.gov.co/>: <https://www.minambiente.gov.co/emprendedores-verdes-de-colombia-participaron-en-rueda-de-negocios-en-brasil/>

Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima. (26 de 10 de 2018).
<https://antigo.mma.gov.br/>. <https://antigo.mma.gov.br/>:
https://antigo.mma.gov.br/publicacoes/desenvolvimento-rural/category/200-departamento-de-extrativismo-mma.html?download=1513:3_ct1_buriti_web

MORDOR Intelligence. (2024). <https://www.mordorintelligence.com/>.
<https://www.mordorintelligence.com/>:
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/superfoods-market>

National Medical Products Administration. (2024). *National Medical Products Administration*.
National Medical Products Administration: <https://english.nmpa.gov.cn/cosmetics.html>

Naturally Divine. (s.f.). <https://naturallydivineperu.com/>. Naturally Divine:
<https://naturallydivineperu.com/product/aceite-de-aguaje-33ml/>

NUA Perú. (04 de 09 de 2019). <https://www.nuaperu.com/>. NUA Perú:
<https://www.nuaperu.com/el-aguaje-el-fruto-rey-de-la-amazonia-peruana/>

OCC. (2024). OCC. OCC: <https://www.organiccottoncolours.eco/en>

Orús, A. (28 de 10 de 2024). <https://es.statista.com/>. <https://es.statista.com/>:
<https://es.statista.com/temas/11620/cosmetica-organica-y-natural-en-el-mundo/>

Perú21, Esther Vargas. (29 de 08 de 2024). <https://peru21.pe/>. Perú21:
<https://peru21.pe/peru/la-fibra-de-palmera-del-aguaje-es-empleada-como-insumo-principal-para-accesorios-de-moda/>

Petro Perú. (07 de 12 de 2018). <https://www.petroperu.com.pe/>. Petro Perú:
<https://www.petroperu.com.pe/tejido-en-fibra-de-aguaje--innovacion-para-produccion>

PROExport Colombia, Instituto Humboldt. (2003). <https://boletines.exportemos.pe/>.
Exportemos.pe:
<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/Estudio%20de%20Frutas%20Amazonicas%20en%20EEUU2.pdf>

Profonanpe. (2022). *Profonanpe*. Profonanpe: <https://profonanpe.org.pe/wp-content/uploads/2022/02/Aguaje.pdf>





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Profonanpe. (2022). *Superalimento amazónico, y los beneficios del manejo y conservación de los “aguajales” para el desarrollo regional amazónico*. Loreto - Perú: Profonanpe, Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana-IIAP.

Profonanpe. (2024). <https://profonanpe.org.pe/>. Profonanpe:
<https://profonanpe.org.pe/proyectos/cadena-de-suministro-responsable-desarrollo-industrial-y-de-mercado-de-aceites-de-aguaje-y-acai-para-la-industria-premium-del-cuidado-de-la-piel-como-estrategia-de-conservacion-y-desarrollo-social/>

Profonanpe. (s.f.). <https://profonanpe.org.pe/>. https://profonanpe.org.pe/wp-content/uploads/2024/01/Experiencias-en-el-desarrollo-gestion-y-consolidacion-de-bionegocios_1.pdf

PromPerú. (2021). <https://recursos.exportemos.pe/i>. Exportemos.pe:
<https://recursos.exportemos.pe/informe-vigilancia-aceite-aguaje-industria-cosmetica-reporte-innovacion-2021.pdf>

PromPerú. (27 de 04 de 2021). <https://www.gob.pe/>. <https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/488024-peru-lanza-campana-digital-para-promocionar-superalimentos-en-la-region-benelux-de-europa>

PROyCONTRA. (08 de 11 de 2020). <https://proycontra.com.pe/>. PRO & CONTRA - Noticias desde la Amazonía Peruana: <https://proycontra.com.pe/goreloreto-inaugura-la-primera-planta-procesadora-de-aguaje-en-ullpayacu-distrito-de-pastaza/>

Reuters, Álex Sotillos. (17 de 08 de 2018). <https://www.elperiodico.com/>. elPeriódico:
<https://www.elperiodico.com/es/extra/20180817/baobab-superalimento-moda-europa-eeuu-6972126>

Roberto Rojas Ruiz, G. R. (2001). COMERCIALIZACIÓN DE MASA Y «FRUTO VERDE» DE AGUAJE (Mauritia flexuosa L.f.) EN IQUITOS (PERÚ). *FOLIA AMAZÓNICA VOL. 12*, 15-37.

Sandra Regina Afonso, Humberto Ângelo. (s.f.). <https://www.cnf.org.pe/>.
https://www.cnf.org.pe/secretaria_conflat/memorias/DOCUMENTO%20MESAS/MESA%2004/Sandra%20Regina%20Afonso.pdf

SERFOR. (2019). *Central Nacional de Datos*. Central Nacional de Datos:
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1428273/Catalogo%20Oferta%20Productiva.pdf.pdf>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

SERFOR. (2023). *SERFOR*. SERFOR:

<https://repositorio.serfor.gob.pe/bitstream/SERFOR/969/1/SERFOR%202024%20-%20Anuario%202023.pdf>

SERFOR. (05 de 08 de 2024). <https://www.gob.pe/>. <https://www.gob.pe/>:

<https://www.gob.pe/institucion/serfor/noticias/998753-gobierno-beneficia-a-mas-de-130-productores-de-cadenas-productivas-de-aguaje-y-ungurahui-con-creditos-de-hasta-95-mil-soles>

SERFOR. (s.f.). <https://cdn.www.gob.pe/>. <https://cdn.www.gob.pe/>:

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1269062/Cuadriptico-del-Aguaje-31-Jul-curvas.pdf>

SERNANP. (s.f.). <https://sis.sernanp.gob.pe/>. <https://sis.sernanp.gob.pe/>:

<https://sis.sernanp.gob.pe/biblioteca/?publicacion=2560>

SPDA. (22 de 04 de 2024). <https://spda.org.pe/>. SPDA: <https://spda.org.pe/noticia/spda-y-forest-unen-esfuerzos-para-el-aprovechamiento-sostenible-de-frutos-y-semillas-de-aguaje-en-loreto/>

SPDA. (2024). *SPDA*. SPDA: <https://spda.org.pe/noticia/spda-y-forest-unen-esfuerzos-para-el-aprovechamiento-sostenible-de-frutos-y-semillas-de-aguaje-en-loreto/>

Sumy Kion - Neofibers. (22 de 03 de 2025). <https://www.linkedin.com/>. LinkedIn:

https://www.linkedin.com/search/results/content/?keywords=aguaje&origin=FACETED_SEARCH&sid=Wh*&sortBy=%22date_posted%22

The Amazon We Want. (2020). <https://www.laamazoniaquequeremos.org/>.

<https://www.laamazoniaquequeremos.org/>:

<https://www.laamazoniaquequeremos.org/wp-content/uploads/2023/12/PB-Infraestructura-ES-nov23.pdf>

THE FOOD TECH. (2023). *THE FOOD TECH*. THE FOOD TECH: <https://thefoodtech.com/industria-alimentaria-hoy/tendencias-de-mercado-en-aceites-esenciales-analisis-profundo-en-el-summit-expo-con-dr-jorge-alberto-garcia-fajardo/>

The Food Tech, Guillermina García. (14 de 11 de 2024). *THE FOOD TECH*.

<https://thefoodtech.com/>: <https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/mas-alla-de-las-vitaminas-la-evolucion-de-la-industria-de-suplementos-en-2024/>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

The Lens. (s.f.). <https://www.lens.org/>. The Lens:

https://www.lens.org/lens/search/patent/list?q=burit%C3%AD%20OR%20moriche%20R%20Aguaje&p=0&n=10&s=_score&d=%2B&f=false&e=false&l=en&authorField=author&dateFilterField=publishedDate&orderBy=%2B_score&presentation=false&preview=true&stemmed=true&useAuthorI

THEFOODTECH. (24 de 09 de 2024). <https://thefoodtech.com/>. THEFOODTECH:

<https://thefoodtech.com/tecnologia-de-los-alimentos/bebidas-adaptogenicas-formulacion-estabilidad-de-ingredientes-bioactivos/>

THEFOODTECH. (14 de 11 de 2024). <https://thefoodtech.com/>. THEFOODTECH:

<https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/mas-alla-de-las-vitaminas-la-evolucion-de-la-industria-de-suplementos-en-2024/>

THEFOODTECH, G. G. (18 de 02 de 2025). <https://thefoodtech.com/>. THEFOODTECH:

<https://thefoodtech.com/tendencias-de-consumo/estas-son-las-tendencias-que-alimentaran-a-las-generaciones-alfa-y-z/>

Universidad de la Amazonía. (10 de 2021). *Universidad de la Amazonía*.

<https://www.uniamazonia.edu.co/>: https://www.uniamazonia.edu.co/arainmba/wp-content/uploads/2022/02/1CARAC_1_compressed.pdf

Vásquez Ocmín. (2009). Diferenciación química de tres morfotipos de *Mauritia flexuosa* L. f. de la amazonía peruana. *Revista de la Sociedad Química del Perú*, vol.75(ISSN 1810-634X), 320-328.

VILLACHICA, H. d. (1996). *Frutales y hortalizas promisorios de la Amazonia*.

<https://repositorio.unas.edu.pe/server/api/core/bitstreams/82072ae3-962b-4892-8686-eb4e3be0a9bb/content>

Vlaming, S. D. (13 de 07 de 2024). <https://consciousbunny.com/>. consciousbunny:

<https://consciousbunny.com/brands-sold-in-china-can-now-be-cruelty-free/>

Wildlife Conservation Society (Colombia). (28 de 06 de 2022). <https://colombia.wcs.org/>.

<https://colombia.wcs.org/>: <https://colombia.wcs.org/es-es/WCS-Colombia/Noticias/articleType/ArticleView/articleId/17732/MORICHE-TESORO-DE-LAS-SABANAS.aspx>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Wong, V. (5 de 03 de 2025). *ATTALEA - Revista de divulgación científica*. ATTALEA - Revista de divulgación científica: <https://attalea.iiap.gob.pe/2020/07/01/la-flor-de-aguaje-un-recurso-que-alimenta/>

Yinny Marcela Cano-Calderón, J. D.-H.-R.-M.-G.-M. (02 de 08 de 2023). Estructura poblacional de *Mauritia flexuosa* L. f. en la altillanura colombiana, Puerto Gaitán, Meta. (I. 0120-0739, Ed.) *Colombia Forestal*, vol.27(no.1), 14.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14483/2256201x.20126>

OTRAS FUENTES

Informe. (Indecopi) (2023). BIO PAT PERÚ – Aguaje. Recuperado de:
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7150673/6135913-ano-09-nro-04.pdf>

Publicación. IIAP – instituto de Investigación de la Amazonia Peruana (2018). Determinación del potencial económico de los aguajales utilizando imágenes de satélite en la región Ucayali, Perú. Recuperado de:
https://www.iiap.gob.pe/Archivos/Publicaciones/Publicacion_3584999.pdf

Nota de Prensa. INACAL (2020). Inacal establece requisitos del aguaje para promover su comercialización en mercados. Recuperado de:
<https://www.gob.pe/institucion/inacal/noticias/306503-inacal-establece-requisitos-del-aguaje-para-promover-su-comercializacion-en-mercados>

Nota de Prensa. INACAL (2023). Expoamazónica 2023: Inacal busca mejorar la calidad, comercialización y competitividad de frutas amazónicas. Recuperado de:
<https://www.gob.pe/institucion/inacal/noticias/837686-expoamazonica-2023-inacal-busca-mejorar-la-calidad-comercializacion-y-competitividad-de-frutas-amazonicas>

Nota de Prensa. SPDA Actualidad Ambiental (2021). Fruto emblema de Loreto: declaran de interés regional al aguaje. Recuperado de:
<https://www.actualidadambiental.pe/loreto-declaran-de-interes-regional-al-aguaje/>

Nota de prensa. MIDAGRI (2020). Aguaje, castaña y café bajo sombra generan beneficios económicos en productores de regiones amazónicas. Recuperado de:
<https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/315374-aguaje-castana-y-cafe-bajo-sombra-generan-beneficios-economicos-en-productores-de-regiones-amazonicas>



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Publicación. CIMA – Centro de conservación, investigación y manejo de áreas naturales (2012).
Manejo sostenible del Aguaje. Recuperado de:

<https://www.cima.org.pe/files/images/publicaciones/pdf/CIMA-2012-Cartilla-manejo-sostenible-aguaje.pdf>

Boletín. VTIC – Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva (2018). Aprovechamiento de los
residuos de Mauritia flexuosa. Recuperado de:

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6269598/5514803-agroindustria_001-2018.pdf

Publicación. V Congreso Forestal Latinoamericano (2011). La cadena productiva del
Aguaje/Buriti (Mauritia sp.) en Brasil. Recuperado de:

https://www.cnf.org.pe/secretaria_conflat/memorias/DIPOSITIVAS%20MESAS/MESA%204/Sandra%20Afonso.pdf

Nota de Prensa. El Peruano (2023). El Aguaje: un bastión contra la deforestación. Recuperado
de:

<https://www.elperuano.pe/noticia/225237-el-aguaje-un-bastion-contra-la-deforestacion>

Publicación. IIAP – El Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (2001). Cadena de
valor de frutos del Aguaje (Mauritia Flexuosa L.f.) en Iquitos, Perú. Recuperado de:

http://www.iiap.org.pe/upload/publicacion/CD_PEBIAM/documentos/BIO%202/BIO2.1%20Recursos%20Biologicos/BIO2.1-A.pdf

Libro científico. Biotecnología ambiental, aplicaciones y tendencias (2023). Recuperado de:

https://repositorio.ikiam.edu.ec/jspui/bitstream/RD_IKIAM/679/1/L-IKIAM-000009.pdf

Revista científica. Código científico Pág. 279-296. Caracterización del fruto Morete (Mauritia
Flexuosa L.f) del Centro Experimental de Investigación y Producción Amazónica (CEIPA).

Recuperado de:

<https://revistacodigocientifico.itslosandes.net/index.php/1/article/view/494/1083>

Reporte. CPI Research. Perú: Población 2024. Recuperado de:

<https://www.cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/23/PERÚ%20POBLACIÓN%202024.pdf>

Publicación. Glanbia Nutritionals (2023). Recuperado de:

<https://www.glanbianutritionals.com/es-es/nutri-knowledge-center/insights/trends-functional-nutrition>



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Nota de Prensa. Inforegión (2024). Instituciones buscan fortalecer la cadena productiva del aguaje en el Perú. Recuperado de:

<https://inforegion.pe/instituciones-buscan-fortalecer-la-cadena-productiva-del-aguaje-en-el-peru/>

Publicación. FONTAGRO (2007). Cadenas de valor de especies frutales amazónicas. Recuperado de:

<https://www.fontagro.org/new/proyectos/mejoramiento-de-la-competitividad-de-frutales-ama/es>

Afiche. SERFOR (2017). Recuperado de:

<https://repositorio.serfor.gob.pe/bitstream/SERFOR/542/1/SERFOR%202018%2015-08-18%20Cuadriptico%20del%20Aguaje.pdf>

Nota de Prensa. Conservación Amazónica ACCA (2023). Pasantía impulsa el fortalecimiento de la cadena productiva del aguaje en madre de dios. Recuperado de:

<https://acca.org.pe/pasantia-impulsa-el-fortalecimiento-de-la-cadena-productiva-del-aguaje-en-madre-de-dios/>

Publicación: PR Newswire (2023). Nuevos datos revelan que los consumidores eligen cada vez más productos en empaques sostenibles a nivel mundial, a pesar del aumento de precios.

Recuperado de:

<https://www.prnewswire.com/news-releases/nuevos-datos-revelan-que-los-consumidores-eligen-cada-vez-mas-productos-en-empaques-sostenibles-a-nivel-mundial-a-pesar-del-aumento-de-precios-808704129.html>

Publicación. Banco Central de Reserva del Perú sucursal Iquitos. Caracterización del departamento de Loreto. Recuperado de:

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Iquitos/loreto-caracterizacion.pdf>

Memoria Descriptiva. Ministerio del Ambiente (2019). Mapa Nacional de ecosistemas del Perú. Recuperado de:

https://sinia.minam.gob.pe/sites/default/files/sinia/archivos/public/docs/memoria_mapa_ecosistemas.pdf

Memoria Descriptiva. Gobierno Regional de Ucayali (2011). Mapa regional de ecosistemas del departamento de Ucayali. Recuperado de:

https://sinia.minam.gob.pe/sites/default/files/archivos/public/docs/Memoria_descriptiva_mapa_ecosistemas_ucayali.pdf





PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego

Viceministerio de Políticas
y Supervisión de Desarrollo
Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Artículo. ResearchGate – Ciencia Amazónica (2011) Pág. 31-40. “El Aguajal”: El bosque de la vida en la Amazonia Peruana. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/268422219_31_EL_AGUAJAL_EL_BOSQUE_DE_LA_VIDA_EN_LA_AMAZONIA_PERUANA

Publicación. Earth Innovation – Guía práctica del canangucha (2020). Recuperado de:

<https://earthinnovation.org/uploads/2020/10/Cartilla-1-Guia-practica-canangucha.pdf>

Publicación. SENA (2024). Resurgimiento de la tradición con artesanías de moriche y madera encanta a locales y turistas. Recuperado de:

<https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=7182>

Noticia. Humboldt (2023). Canangucha: una oportunidad de crecimiento económico para las mujeres de Puerto Rico, Caquetá. Recuperado de:

<https://www.humboldt.org.co/noticias/canangucha-una-oportunidad-de-crecimiento-economico-para-las-mujeres-de-puerto-rico-caqueta-fe5db>

Estudio. Business Research (2024). Las bebidas en polvo funcionales concentrados, tamaño del mercado, la participación, el crecimiento, y el análisis de la industria. Recuperado de:

<https://www.businessresearchinsights.com/es/market-reports/functional-powder-drinks-concentrates-market-105604>

Estudio. Mordor Intelligence (2024). Tamaño del mercado de polvo de frutas y análisis de participación tendencias de crecimiento y pronósticos. Recuperado de:

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/fruit-powder-market>

Artículo. Nature (2022). Sustainable palm fruit harvesting as a pathway to conserve Amazon peatland forests. Recuperado de: <https://www.nature.com/articles/s41893-022-00858-z>

Crónica. Profonanpe (2023). Escalando palmeras: recolección sostenible de aguaje y ungurahui.

Recuperado de: <https://profonanpe.org.pe/escalando-palmeras-recoleccion-sostenible-de-aguaje-y-unguragui/>

Noticia. Profonanpe (2025). Un esfuerzo que da frutos: Tres iniciativas del Datem logran

financiamiento para sus proyectos. Recuperado de: <https://profonanpe.org.pe/un-esfuerzo-que-da-frutos-tres-iniciativas-del-datem-logran-financiamiento-para-sus-proyectos/>





8. ANEXO

Estimación de Consumo y Economía del Aguaje en Iquitos (actualizado)

Datos

- Población de Iquitos: 800,000 habitantes
- Venta diaria estimada: 21.7 toneladas = 21,700 kg
- Precio por bolsa: entre 1 y 3 soles
- Peso por bolsa: promedio 600 g
- Precio promedio por bolsa: S/ 2

Cálculos

1. Consumo per cápita anual en Iquitos

$$\frac{21,700 \frac{Kg}{día} \times 365}{800,000} = \frac{7,920,520 Kg / Año}{800,000} = 9.9 Kg / persona / año$$

Esto representa un consumo bastante significativo, similar al de frutas básicas como el plátano o la papaya en ciertas regiones.

2. Consumo per cápita diario

$$\frac{21,700 Kg / día}{0.6 Kg / bolsa} = 36,167 \text{ bolsas / día}$$

$$36,167 \text{ bolsas} \times S/. 2 = \mathbf{S/. 72,334 \text{ diarios}}$$

Lo que equivale a una **bolsa de aguaje cada 22 días por persona**, en promedio.

3. Estimación del valor económico del mercado diario

$$\frac{21,700 Kg / día}{0.6 Kg / bolsa} = 36,167 \text{ bolsas / día}$$

$$36,167 \text{ bolsas} \times S/. 2 = S/. 72,334 \text{ diarios}$$

Valor del mercado diario estimado: S/. 72,334

Valor del mercado anual estimado:

$$S/. 72,334 \times 365 = \mathbf{S/. 26.4 \text{ millones}}$$



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

Conclusión Estratégica (ESTIMADA)

- Con una venta diaria de 21.7 toneladas, Iquitos registra un **consumo per cápita de 9.9 kg/año**, consolidando al aguaje como un alimento de alto impacto cultural y económico.
- El **mercado local genera más de S/ 26 millones al año**, lo que **justifica inversiones en valor agregado**, trazabilidad, biocomercio y empoderamiento de las mujeres recolectoras.
- Esta información es **clave para políticas de sostenibilidad, nutrición y bioeconomía amazónica**.

Ilustración 21 Cadena de Valor del Aguaje

1. EXTRACCIÓN

1 Se realiza en grupos de 2 a 3 personas. El aguajal es exclusivo de los habitantes del caserío.	2 La extracción se realiza cortando la planta. El lugar de extracción se encuentra generalmente a 1 hora de camino desde el caserío.	3 Se cortan de 3 a 5 plantas que rinden 5 a 8 sacos de frutos.	4 El transporte de los sacos desde el lugar de extracción se realiza trasteando, es decir por etapas.
7 El precio del saco (30 – 45Kg) en el caserío es de S/. 4-5 para aguajes comunes (amarillo o color) y S/. 15-20 para el “shambo” en época de abundancia y de S/. 8-10 para los comunes y para el “shambo” de S/. 40-50 en época de escasez.	6 Los extractores venden o entregan la producción al habilitador local o lo transporta a Iquitos en lanchas comerciales para venderlo.	5 Al llegar a casa los frutos son esparcidos (“regados”) en el piso de la casa para que los frutos se sequen y evitar la maduración.	

Nota → *Trasteando: mover cosas de un lugar a otro.

2. TRANSPORTE FLUVIAL

8 Los frutos secos son colocados en sacos de propileno, colocándose 30 o 40kg saco que representa 700 a 1000 frutos, dependiendo del tamaño del fruto.	9 El embarque se realiza por los mismos extractores, colocándose en un solo lote y marcándose para evitar confusiones, pérdidas o robos. El flete por saco es de un S/ 1 .
--	---

3. MAYORISTA Y REMATISTA*

10 MERCADO MAYORISTA Este se ubica en Puerto Masusa (solo paga al cargador portuario “Chauchero”*** S/ 0.5 por saco) o en el mercado Belén (los sacos son transportados en carros o en botes, siendo el flete de S/ 1 por saco).	11 REMATISTAS** El costo del lote es pagado en efectivo y puede ser transbordado a botes pequeños para ser llevados al mercado Belén o se descargan en el mismo puerto Masusa. El precio de venta / saco por los mayoristas es de S/ 8 - 10 para aguajes comunes (color y amarillo) y S/ 30 - 40 para “shambo” en época de abundancia y S/ 15 - 20 para los comunes y S/ 80 - 100 para shambo en época de escasez.
--	--

* Cuando el aguaje llega al punto de destino los sacos se destinan al mayorista habilitador o es vendido al rematista del momento

** Son personas que abordan las lanchas antes de la llegada al puerto, ellos ofertan un precio a los productores independientes por el lote total.

Nota

***Chauchero: cargador portuario informal que trabaja por “chauchas”, es decir por una pequeña cantidad de dinero.

“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

4. VENDEDORES MINORISTAS

12 VENDEDORES DE MASA

Masa de aguaje es el mesocarpio del aguaje mas un porcentaje de cáscara que no pueden excluir, colocados en bolsas plásticas de un $\frac{1}{4}$ Kg, pero como son llenados en toda su capacidad, la masa contenida llega a pesar 500 -700 gr. Cada bolsa es vendida a **S/. 1** en época de abundancia y **S/. 3** en época de escasez. De un saco obtienen 22 bolsa de masa en promedio.

13 VENDEDORES DE “FRUTA VERDE”

“Fruta verde” se denomina a los frutos de aguaje fisiológicamente maduros pero que no han sido sometidos al proceso de suavizado de la pulpa. Se ofertan solo en las mesas (“puestos”) de los mercados en bandejas de plástico que constituyen la unidad de medida. En promedio un saco contiene 16 bandejas que son vendidas a **S/. 1** en época de abundancia y a **S/. 5** en época de escasez.

14 VENDEDORES “FRUTA MADURA”

“Fruta madura” se denomina a los frutos del aguaje fisiológicamente maduros que han sido sometidos al proceso de maduración por inmersión en agua. Se ofertan en toda la ciudad de Iquitos en calles y en plazas en puestos fijos de venta. La fruta madura se oferta quitándoles la cáscara (“peladas”) colocadas en bolsas plásticas y con una pizca de sal. Una bolsa contiene 6-8 frutos y su costo es de **S/ 0.5** en época de abundancia y **S/. 1** en época de escasez. Un saco produce en promedio 80 bolsas. Una aguajera vende diariamente **S/. 30** en promedio.

5. CHUPETERÍAS, HELADERÍAS Y HELADEROS

14

Son centros o personas que transforman los frutos del aguaje por un proceso industrial básico o artesanal.

- 2 a 18 sacos de aguaje por cada chupetería.
- Cada chupete **S/ 0.5** y **S/. 1** chupete especial.
- Venta diaria de 200 a 3000 chupetes
- 75% de las chupeterías venden 1000 chupetes día.
- 100 helados de **S/ 0.5** y **S/. 1** por día.
- Punto crítico es la conservación de la masa, se hace negro a los 3 días como máximo.

6. ARTESANÍAS DE SEMILLAS

15

Es un nuevo producto que está apareciendo en el mercado. Se elaboran figuras de animales de la fauna silvestre y de etnias amazónica que son vendidos como llaveros o en conjunto para nacimientos navideños. Un llavero cuesta **S/ 2**, un conjunto navideño **S/ 25**.

Fuente: IIAP



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

PUNTOS DEBILES

1. Poca tecnología para la conservación de la pulpa, por lo que las industrias básicas como chupeterías y heladerías solo producen para el día. Ellos no pueden estoquearse en épocas de escasez llegando a pagar más por el producto en esas épocas, como resultado la calidad baja por el uso de otra materia o saborizante.
2. La variedad de ecotipos de aguajes impide la homogenización de la producción de pulpa como en aceite, pero a la vez es una ventaja en tema de ataques de plagas y enfermedades.
3. La competencia de marcas locales (D’Onofrio como competidor sustituto, Artika, entre otros) impide el avance de esa industria, por lo que es necesario más difusión.

REQUISITOS PARA LA CAMERCIALIZACIÓN DE AGUAJE

1. Declaración de Manejo para el aprovechamiento de tierras silvestres.

Permiso forestal para la extracción de productos forestales distintos a la madera con fines comerciales

SE RESUELVE:

Artículo 1º.- APROBAR el Plan de Manejo en la modalidad de Declaración de Manejo (DEMA) para el aprovechamiento de frutos de palmeras silvestres en tierras de comunidad nativa (*Mauritia flexuosa* - aguaje), cuyo titular es la Comunidad Nativa San José de Parinari, representado legalmente por el señor Hilter Noriega Yuimachi, con DNI N°42045036, en una superficie de 2 323.7 ha, ubicado en el Distrito de Parinari, Provincia Loreto y Departamento Loreto, para ser ejecutado en un periodo de 5 años, de acuerdo a los siguientes cuadros:





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

2. Plan de Manejo Forestal
3. Título habilitante
4. Guía de transporte forestal

Comunidad Nativa SAN JOSE DE PARINARI			GUIA DE TRANSPORTE FORESTAL			
PERMISO FORESTAL N° 16-LOR-REQ/PER-FDC-2023-001 RUC: 20605412191 LORETO - LORETO - NAUTA			N° 000001			
(2) Autoridad Regional Forestal y de Fauna Silvestre (ARFFS): UGFFS - NAUTA						
(3) Fecha de Expedición (Dia/Mes/Año): 20/10/2024			(4) Fecha de Vencimiento (Dia/Mes/Año): 26/10/2024			
(5) Origen del recurso o procedencia:						
Concesión <input type="checkbox"/>	Permiso <input checked="" type="checkbox"/>	Autorización <input type="checkbox"/>	Bosque local <input type="checkbox"/>			
Desbloqueo <input type="checkbox"/>	Cambio de Uso <input type="checkbox"/>	Plantación <input type="checkbox"/>	Varios orígenes (*) <input type="checkbox"/>			
Centro de Transformación Primaria <input type="checkbox"/>	Cesión en Uso <input type="checkbox"/>					
(6) N°: 16-LOR-LOR/PER-FDC-2023-001						
(7) Nombre del Titular: CC NN SAN JOSE DE PARINARI Reg. Legal: HILTE MORIEGA YUINACHI						
(8) N° Resolución: ES AP 062-2023-GER-GRDFFS-UGFFS-LN						
(9) Plan de Manejo (Tipo): DEHA						
(11a) Departamento: LORETO		(11b) Provincia: LORETO		(11c) Distrito: PARINARI		
DATOS DEL PROPIETARIO DEL PRODUCTO						
(12) Propietario del producto: NEGOCIOS AGROINDUSTRIALES LORETO SAC						
(13) DNI/RUC N°: 20493517989 (14a) Dirección: URB. ACUARIO CALLE 02 LOTE B-2						
(14b) Departamento: LORETO		(14c) Provincia: MAYNAS		(14d) Distrito: IRUITOS		
(15) Tipo de Comprobante de Compra o Venta: FACTURA (16) N° de comprobante: 001-001						
DATOS DEL PUNTO DE PARTIDA						
(17) Punto de partida: NO APLICA (18) N° Autorización: NO APLICA						
(19) Tipo de Establecimiento: NO APLICA (20a) Dirección: _____						
(20b) Departamento: _____		(20c) Provincia: _____		(20d) Distrito: _____		
DATOS DEL DESTINATARIO						
(21) Destinatario: NEGOCIOS AGROINDUSTRIALES LORETO SAC (22) N° Autorización: _____						
(23) DNI/RUC N°: 20493517989 (24a) Dirección: URB. ACUARIO CALLE 02 LOTE B-2						
(24b) Departamento: LORETO		(24c) Provincia: MAYNAS		(24d) Distrito: PARINARI		
DATOS DEL TRANSPORTISTA:						
(25) N° Guía de Remisión de Transportista: _____			(26) Tipo de Transporte: FLUVIAL			
(27) Tipo de vehículo: H/E			(28) Placa (s) Matrícula N°: Romero - IQ 64621-VI			
(29) Nombre del conductor: _____			(30) DNI N°: _____ (31) Lic. Conducir N°: _____			
(34a) Nombre Científico	(34b) Nombre común o comercial	(34c) Tipo de producto	Forma de embalaje o presentación del producto		Cantidad	
			(34d) Descripción	(34e) Cantidad	(34f) Unidad de medida	(34g) Total
Mauritia flexuosa	aguaje	FRUTO	SACO	14	Kg	560.00
(35) TOTAL MOVILIZADO						560.00
(38) Observaciones: _____						
 <small>Se invalida la GTF cuando contiene enmendaduras y/o alteraciones. La presente GTF tiene carácter de declaración jurada y esta sujeta a acciones penales conformadas en el numeral 34.3 del artículo N° 34 de la ley 27444 (Ley del Procedimiento Administrativo General).</small>			 (37) Firma y sello del emisor HILTE MORIEGA YUINACHI (38) Nombres y apellidos del emisor 42045036 (39) Documento de Identidad del emisor			





PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego

Viceministerio de Políticas y Supervisión de Desarrollo Agrario

AGROMERCADO



“Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

5. Factura

COMUNIDAD NATIVA SAN JOSE DE PARINARI
MARGEN IZQUIERDO DEL RÍO MARAÑÓN S/N
Loreto - Loreto - Parinari

COMPROBANTE DE PAGO EMITIDO EN CONTINGENCIA
FACTURA
R.U.C. 20605412191
EMISOR ELECTRÓNICO OBLIGADO
0001- Nº 000001

SEÑOR(ES): *Negros Agroindustriales Loreto SAC*
DIRECCION: *Urb. Avancado calle 02 lote B-2*
R.U.C. N°: *20493517989*
Guía de Remisión N°: *Parinari, 20 de octubre del 2024*

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	PRECIO TOTAL
14	<i>saws de aguaje</i>	160.00	2240.00

SON: *ochientos cuarenta y 00 soles* SUB-TOTAL S/ 2240.00
CANCELADO Parinari, 20 de octubre del 2024 I.G.V. TOTAL S/ 2240.00
USUARIO

6. Pago por derecho de aprovechamiento

23/10/24, 12:58 p.m.

:: Factura Electronica - Impresion ::

GOBIERNO REGIONAL DE LORETO
AV. JOSE ABELARDO QUIÑONES KM. 1.4
BELEN - MAYNAS - LORETO

FACTURA ELECTRONICA
RUC: 20493196902
E001-61089

Fecha de Emisión : 23/10/2024
Señor(es) : COMUNIDAD NATIVA SAN JOSE DE PARINARI
RUC : 20605412191
Dirección del Cliente : OTR. MARGEN IZQUIERDO DEL RIO LORETO-LORETO-PARINARI
Tipo de Moneda : SOLES
Observación : 002192

Forma de pago : Contado

PAGADO
23 OCT 2024
GERFOR
UGFFS - MAYNAS

Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario
14.00	UNIDAD	DD.AA PRODUCTOS DIFERENTES A LA MADERA (FRUTAS DE AGUAJE) - UGFFS MAYNAS	1.14

Valor de Venta de Operaciones Gratuitas : S/ 0.00

SON: QUINCE Y 96/100 SOLES

Sub Total	S/ 15.96
Ventas	S/ 15.96
Anticipos	S/ 0.00
Descuentos	S/ 0.00
Valor Venta	S/ 15.96
ISC	S/ 0.00
IGV	S/ 0.00
Otros Cargos	S/ 0.00
Otros Tributos	S/ 0.00
Monto de redondeo	S/ 0.00
Importe Total	S/ 15.96

Esta es una representación impresa de la factura electrónica, generada en el Sistema de SUNAT. Puede verificarla utilizando su clave SOL.

Av. General Trinidad Morán N°955
Lince – Lima, Perú
(51) 215-0730
www.gob.pe/agromercado

