



DESARROLLO PARTICIPATIVO AMAZONICO - DEPAM
DESARROLLO EMPRESARIAL RURAL



Miguel Ángel Valdivieso García

Proyecto Desarrollo de Agroempresas Rurales

mvaldivieso1@terra.com.pe

<http://www.ciat.cgiar.org/agroempresas/espanol/inicio.htm>

Pucallpa, Perú

Junio 1999



PROYECTO:
**EVALUACION PARTICIPATIVA DE OPCIONES DE
MERCADO PARA PRODUCTOS AMAZONICOS**



**PROYECTO: EVALUACION PARTICIPATIVA DE OPCIONES DE MERCADO PARA PRODUCTOS
AMAZÓNICOS**

CONTENIDO

I	PROLOGO
II	RECONOCIMIENTO
III	RESUMEN EJECUTIVO
	Antecedentes
	Objetivos
	Metodología del proyecto
	Resultados
	4.1 Caracterización de productos
	4.2 Objetivos
	• Sondeo de productores
	• Productores ribereños nativos
	• Productores ribereños mestizos
	• Productores de carretera San Alejandro
	• Productores de carretera Campo Verde
	• Resumen general
	4.3 Opciones preferidas
	4.4 Razones de preferencia
	4.5 Opciones rechazadas
	4.6 Razones de rechazo de los productos
	4.7 Ideotipos
	4.8 Conclusiones y recomendaciones
IV	ANEXOS
	1. Caseríos participantes en las reuniones
	2. Fotos de las reuniones
	3. Ficha de productos
	4. Encuesta a productores
	5. Guía para reuniones
	6. Cuadros resultados de la encuesta
	7. Mapas de preferencia por producto

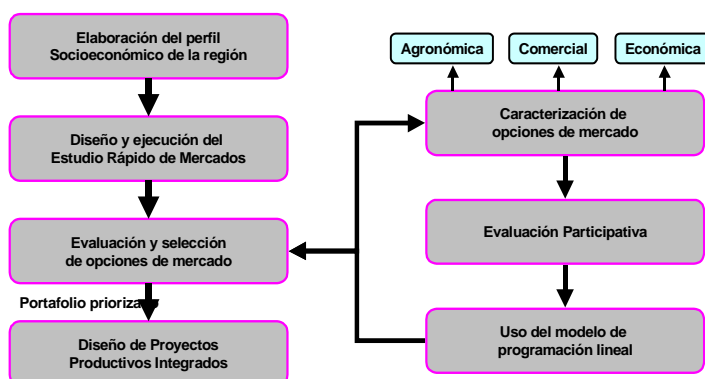
PROYECTO: EVALUACION PARTICIPATIVA DE OPCIONES DE MERCADO PARA PRODUCTOS AMAZONICOS

I PROLOGO

El Componente Desarrollo Empresarial Rural DER, parte del Proyecto Desarrollo Participativo Amazónico DEPAM, tiene como objetivo ligar a los productores rurales con el mercado con el propósito de desarrollar Proyectos Productivos que integren la cadena de producción con la transformación y la comercialización de aquellos productos que tengan una demanda creciente en el mercado y sustentado en una organización de productores con sentido empresarial.

Una de las actividades primordiales para cumplir con este objetivo es la Identificación y Evaluación de Opciones de Mercado que tiene como objetivo final diseñar un portafolio de productos con potencial de mercado priorizados con participación de los productores rurales con los cuales se diseñan Proyectos Productivos Integrados.

La Metodología de trabajo diseñada por CIAT para ello se resume en el siguiente esquema:



El presente trabajo corresponde a la Evaluación participativa de opciones de mercado de un primer portafolio de ocho productos amazónicos: cocona, camu camu, uña de gato, palmito, aguaje, copuazú, barbasco y castaña al que le hemos llamado “Portafolio exótico”.

El documento comprende cuatro secciones, en la primera se presentan los antecedentes del trabajo, en el segundo y tercero los objetivos y la metodología de trabajo, la cuarta sección presenta los resultados obtenidos en los siguientes aspectos: Los criterios de decisión que tienen los productores para decidir trabajar un producto, las opciones preferidas y las razones para preferirlas, las opciones rechazadas y razones para su rechazo además de aspectos que deben tener los productos preferidos para mejorarlos.

II RECONOCIMIENTO

El presente trabajo ha sido posible realizarlo gracias a la participación de las instituciones que se han involucrado en el mismo a través de sus investigadores como el Consejo Transitorio de Administración Regional de Ucayali CTARU, a través de la Gerencia de Promoción de Inversiones GPI, La Dirección Regional de Agricultura de Ucayali DRAU, El instituto nacional de Investigación Agropecuaria INIA y el Instituto de Investigaciones de la Amazonia Peruana IIAP.

Ha sido importante además la participación de los trabajadores de las Sedes Agrarias de Pucallpa, Campo Verde, San Alejandro, Masisea, Curimaná, Nuevo Requena, Von Humboldt, Tacshitea en la convocatoria a los productores que han participado en las reuniones de evaluación.

Nuestro Agradecimiento a la Ing. Rita Riva cuya participación fue importante en la presentación de los diferentes productos y en las explicaciones sobre las características agronómicas, económicas y de mercado de los mismos.

Especial reconocimiento merecen los productores que han participado en las reuniones de cada una de las sedes seleccionadas ya que su aporte con sus respuestas y criterios vertidos ha hecho posible sacar las importantes conclusiones que se han logrado en el presente trabajo.

III RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de Evaluación participativa de Opciones de mercado tiene como objetivo promover el vínculo de pequeños productores con los mercados en crecimiento. Para ello debe Determinarse un portafolio de productos priorizados por los productores y con posibilidades de mercado que sean viables de desarrollarse en las pequeñas propiedades rurales. También es importante tener conocimiento de los criterios que tienen los productores para preferir o rechazar productos que a ellos se les presente como oportunidades.

La metodología seguida es la desarrollada por el CIAT en la “Guía para la identificación y Evaluación de Oportunidades de Mercado para Pequeños Productores Rurales” y ha consistido en la siguiente: Definición de un portafolio preliminar de ocho productos: cocona, camu camu, uña de gato, palmito, aguaje, copuazú, barbasco y castaña; caracterización de ellos en tres aspectos: agronómico, comercial y económico; determinación de criterios de decisión de los productores para adoptar cultivos tradicionales o nuevos que permitan elaborar una ficha informativa sobre los ocho productos con la información suficiente que permita a los productores tomar decisiones de aceptación de alternativas de opciones. Por ultimo en reuniones participativas con los productores se presentan las opciones y ellos responden encuestas en las que expresan su preferencia o rechazo a las alternativas presentadas y las razones por las que prefieren o rechazan, esta información servirá para descartar algún producto del portafolio.

Se ha trabajado con cuatro tipos de productores, dos de río, tanto nativos (del río Ucayali entre la desembocadura de los ríos Pachitea y Aguaytía) como mestizos (del río Aguaytía en las zonas de Curimaná y Nueva Requena) y dos de carretera, con productores de ciclo corto (en la zona de San Alejandro) y productores de cultivos perennes (en la zona de Campo Verde y Neshuya). Han participado en total 168 productores pertenecientes a 60 comunidades o caseríos.

El sondeo de productores realizado con el propósito de determinar los criterios de decisión que tienen los productores para trabajar cultivos tradicionales como nuevos ha permitido diseñar las fichas informativos de los productos con información en los siguientes aspectos principales: Tipo de suelo, Ciclo de pre-producción y producción, Inversión, Rendimiento, Uso del producto, Precio de venta, Mercado donde se dirige y la Rentabilidad.

Los productos con mayor preferencia (expresada en el mayor porcentaje de respuestas como “buenos”) son cocona, camu camu, uña de gato y palmito. Sin embargo casi todos tienen preferencia en distintos sectores de estudio, a excepción de castaña que no presenta preferencia definida y es rechazado en todos los sectores.

Las razones de preferencia con mayor proporción de respuestas son las de carácter económico y comercial como el mercado, rapidez en la producción y generación de ingresos y la rentabilidad, en menor grado de interés figuran las razones agronómicas como de suelo apropiado, rendimiento por áreas de cultivo y la larga vida productiva del producto.

Los productos con mayor porcentaje de rechazos son castaña, barbasco, aguaje, pero el barbasco y aguaje también son preferidos en algunos sectores por lo que no pueden descartarse.

Las razones para rechazar opciones son principalmente por aspectos agronómicos, como por el tipo de suelo, largo periodo de pre-producción y falta de conocimiento del producto y su manejo. La producción tardía se vuelve un factor importante para el rechazo, lo que refleja el estado de pobreza de los productores agrícolas.

Dentro de las razones para el rechazo de las opciones que pueden ser superadas son el poco conocimiento del cultivo y de la tecnología para su producción.

El ideotipo para cada uno de los productos se orientan mayormente a recibir asistencia y apoyo tanto técnico como crediticio y algo importante, se preocupan por el desarrollo de mercados y de productos para mejorar su condición comercial, especialmente para uña de gato y cocona.

1. Antecedentes

El proyecto DEPAM tiene como un componente al Desarrollo Empresarial Rural DER, cuyo propósito es desarrollar acciones tendientes a ligar a los productores rurales con mercados en crecimiento para el desarrollo de proyectos productivos que integren las actividades de producción, transformación y mercadeo, sustentado en organizaciones sólidas con participación de productores y con sentido empresarial.

Los proyectos a desarrollar deben ser priorizados por los productores teniendo diferentes opciones que se les presente e informe sobre cada una.

DER tiene un portafolio inicial de productos amazónicos al que se ha denominado “Portafolio exótico” y consta de ocho productos: cocona, camu camu, uña de gato, palmito, aguaje, copuazú, barbasco y castaña. Estos productos han sido “escogidos” sin tener como sustento un estudio de mercado que sugiere la metodología propuesta por CIAT, sino teniendo información del Tratado de Cooperación Amazónica TCA, sobre productos amazónicos y con la participación de funcionarios de CODESU y del proyecto Desarrollo de Agroempresas Rurales DAR de CIAT.

El presente trabajo está orientado a conocer las preferencias de las opciones de mercado de este portafolio de productos.

DER está desarrollando un estudio rápido de mercados para productos que pueden ser tradicionales o nuevos con el propósito de tener otro portafolio de productos denominado “Portafolio no exótico” con los cuales posteriormente debe realizarse otras reuniones participativas con productores.

2. Objetivos

Promoción del vínculo de pequeños productores con los mercados en crecimiento y motivar la adopción de cultivos promisorios para el establecimiento y fortalecimiento de agroempresas rurales.

Determinación de un portafolio de productos priorizados por los productores y con posibilidades de mercado que sean viables de desarrollarse en las pequeñas propiedades rurales.

Tener conocimiento desde la perspectiva de los productores, las preferencias por la producción de bienes agropecuarios y las opciones de mercado de ellas.

3. Metodología del proyecto

El proyecto consiste en lo siguiente:

- a) Formular un listado de productos que tienen opciones de mercado en cinco aspectos: Productos en que la demanda esté creciendo; productos en que la oferta sea menor que la demanda (productos son escasos); productos en que su producción presente ventajas comparativas para la región; productos tradicionales que son importantes en la región y/o productos que aporten la sostenibilidad productiva del eco sistema.
- b) Caracterización de estos productos desde tres puntos de vista: Agronómico, que permitirá conocer si un cultivo es viable producirlo en las condiciones físicas de la pequeña población rural; Comercial, que permitirá conocer las posibilidades de comercialización actual y futura; Económica, que permite conocer los principales parámetros financieros asociados con el producto como monto de inversión y criterios de rentabilidad.
- c) Con la información anterior y con un sondeo a los productores sobre cuales son sus criterios principales para decidir sobre el desarrollo de un producto, se elaboran fichas de productos donde se presenten en forma ilustrativa las principales características del cultivo, según los criterios de decisión extraído del sondeo: identificación del producto (foto de preferencia), datos relacionados con el grado de adaptación, ciclo de producción, rendimiento, gastos de inversión y parámetros de rentabilidad.
- d) Se realizan reuniones con los productores en cada ámbito según la tipología establecida para presentarles las diferentes opciones de mercado. La presentación se hace con una exposición de cada producto propuesto, seguida por una sesión de preguntas y respuestas. Se presentan las fichas de productos, las cuales contienen información clave para el productor, posteriormente se entregan copias de las fichas de productos a cada productor y este las debe ordenar de acuerdo con sus preferencias; a continuación se hace el mismo ejercicio de ordenamiento pero en grupos de tipos de agricultores, los productores explican también las razones para

sus preferencias. Al final de la reunión un representante de cada grupo explica las opciones preferidas y las razones de su preferencia, en las presentes reuniones este procedimiento ha dado buenos resultados por las presentaciones de los productores, resaltando el de los pobladores nativos que incluso han debatido y explicado en su propia lengua además del español.

Conocidas las preferencias de los productores, se contará con un portafolio de productos priorizados en los cuales debe promoverse el desarrollo de Proyectos Productivos integrados, por lo tanto se constituye como base para nuevos financiamientos de proyectos.

La tipología de productores que ha sido definido desde la perspectiva de CODESU y CIAT son las siguientes:

- Productores ribereños nativos – extractivo/productivo: De la ribera del río Ucayali.
- Productores ribereños mestizos – ciclo corto: De la ribera del río Aguaytía en Nueva Requena
- Productores de carretera – ciclo corto: De la zona de San Alejandro
- Productores de carretera – Perennes: De la zona de Campo Verde y Neshuya.

4. Resultados

4.1. Caracterización de productos.

Recepción del documento de CODESU sobre caracterización de los productos del portafolio exótico. Se plantearon algunas observaciones tanto por Miguel Valdivieso como por Carlos F. Ostertag, especialista en Negocios y Mercadeo del Proyecto Desarrollo de Agroempresas Rurales de CIAT.

4.2. Sondeo de productores.

Entre los días 12 y 19 de mayo se realizó el Sondeo de productores, con la participación de la Dirección Regional de Agricultura y el DER. Se hicieron visitas a caseríos y comunidades según la distribución de la tipología de agricultores propuesto líneas arriba. Se realizaron reuniones con productores, no programadas, y con los productores que se podían reunir en el momento. Se obtuvieron las variables con que deciden los productores el cultivo de sus productos tradicionales y las variables de decisión para adoptar cultivos nuevos.

Productores ribereños nativos:

Se realizaron reuniones con productores nativos de las comunidades del río Ucayali entre la boca del río Pachitea hasta la boca del río Aguaytía: Las comunidades visitadas fueron: Vista Alegre, Santa Marta (no se encontraron productores), Dinamarca, Nuevo Paraíso, Panaillo y Santa Lucía. Las reuniones se hicieron con los productores en conjunto donde expresaron las razones por las que escogerían un producto tradicional o nuevo. Los criterios mas importantes para haber decidido los productos tradicionales fueron por su uso (principalmente porque le sirve de sustento familiar) y por el ciclo productivo que es corto además de que se puede comercializar, y perciben que les da alguna rentabilidad cuando consiguen un precio aceptable. En cambio para decidir un producto nuevo les interesa el aspecto de tecnología, mercado, tipo de suelo, Comercialización, rentabilidad y si va haber apoyo para desarrollar los cultivos.

Cuadro 1. Criterios de decisión de productores ribereños nativos

Productos Tradicionales	Productos nuevos	General
Uso del producto	Tecnología	Tecnología
Ciclo pre-producción	Mercado	Uso del producto
Comercialización	Tipo de suelo	Tipo de suelo
Rentabilidad	Comercialización	Comercialización
Ciclo productivo	Rentabilidad	Mercado
Precio	Servicios de apoyo	Rentabilidad
Tecnología	Uso del producto	Ciclo de producción
Tipo de suelo	Ciclo de producción	Servicios de apoyo
Tradición	Rendimiento	Ciclo pre-producción
	Plagas y enfermedades	Precio
	Precio	Rendimiento
		Plagas y enfermedades
		Tradición

Productores ribereños mestizos

Se realizaron reuniones con productores de la ribera del río Aguaytía, sector en Nueva Requena. Para los productos tradicionales los principales criterios que han tenido en cuenta son por el ciclo de pre-producción (bastante corto) y porque tienen apoyo por las instituciones, en semilla y asesoramiento, en menor grado les interesa el aspecto de mercado, rendimiento, rentabilidad y tecnología. Para productos nuevos les interesa principalmente el mercado, la rentabilidad, la tecnología a usar y el tipo de suelo que requieren los cultivos, en menor grado la comercialización, inversión, perecibilidad del producto, precio y rendimiento.

Cuadro 2. Criterios de decisión de productores ribereños mestizos

Productos tradicionales	Productos nuevos	General
Ciclo pre-producción	Mercado	Mercado
Servicios de apoyo	Rentabilidad	Rentabilidad
Mercado	Tecnología	Tecnología
Rendimiento	Tipo de suelo	Ciclo pre-producción
Rentabilidad	Comercialización	Rendimiento
Tecnología	Inversión	Servicios de apoyo
	Perecibilidad	Tipo de suelo
	Precio	Comercialización
	Rendimiento	Inversión
		Perecibilidad
		Precio

Productores de carretera San Alejandro

Las reuniones se realizaron con productores de los sectores de San Alejandro y Von Humboldt. Hay que notar que estos productores no solo cultivan productos agrícolas de ciclo corto sino que también han introducido cultivos permanentes como algodón, cacao.

Los principales criterios que han tenido para escoger productos tradicionales son la presencia de servicios de apoyo y en menor grado los de inversión, mercado, precio y uso del producto.

Para la decisión de adoptar productos nuevos los criterios principales son la presencia de servicios de apoyo, tecnología de manejo y uso del producto, en menor grado les interesa el ciclo de pre-producción, el ciclo productivo total, el mercado, precio y tipo de suelo que requiere el producto.

Cuadro 3. Criterios de decisión de productores de carretera San Alejandro

Productos tradicionales	Productos nuevos	General
Servicios de apoyo Inversión Mercado Precio Uso del producto	Servicios de apoyo Tecnología Uso del producto Ciclo pre-producción Ciclo productivo Mercado Precio Tipo de suelo	Servicios de apoyo Uso del producto Mercado Precio Ciclo pre-producción Ciclo productivo Inversión Producción Asociada Tecnología Tipo de suelo

Productores de carretera Campo Verde

Las reuniones se realizaron con productores de los sectores de Neshuya y Campo Verde.

Los principales criterios que han tenido para escoger productos tradicionales son el mercado y la presencia de servicios de apoyo y en menor grado los de ciclo productivo, precios rendimiento, rentabilidad y uso del producto.

Para la decisión de adoptar productos nuevos los criterios principales son el mercado, la presencia de servicios de apoyo, tecnología de manejo y tipo de suelo requerido, en menor grado les interesa el ciclo de producción, comercialización, precios rendimiento y usos del producto.

Cuadro 4. Criterios de decisión de productores de carretera Campo Verde

Productos tradicionales	Productos nuevos	General
Mercado Servicios de apoyo Ciclo productivo Precios Rendimiento Rentabilidad Uso del producto	Mercado Servicios de apoyo Tecnología Tipo de suelo Ciclo productivo Comercialización Precios Rendimiento Usos del producto	Mercado Servicios de apoyo Ciclo productivo Precios Rendimiento Tecnología Tipo de suelo Uso del producto Comercialización Rentabilidad

Resumen General

Si bien es cierto no se ha hecho un trabajo estadístico con una muestra bien definida y un cuestionario estructurado por cada uno de los tipos de productores que nos permita resumir cuales son los criterios mas importantes en forma general (Se ha reunido con los productores en grupo y se ha requerido sus respuestas en grupo, anotándose las respuestas que ellos daban para luego identificar a cada respuesta según los criterios presentados), se puede hacer un ejercicio basándose en promedios ponderados según las respuestas obtenidas.

Se puede notar que para los productos tradicionales los criterios mas importantes son la presencia de servicios de apoyo, el mercado, el uso del producto y el ciclo de pre-producción corto; en menor grado la rentabilidad, precio, rendimiento, tecnología conocida, inversión, ciclo productivo, comercialización, tipo de suelo y tradición.

Los criterios para adoptar un cultivo nuevo son la tecnología, el mercado y tipo de suelo requerido y uso del producto en mayor grado de importancia. Pero también interesa conocer el precio, comercialización, rentabilidad, ciclo productivo, rendimiento, ciclo pre-producción, inversión, perecibilidad y plagas y enfermedades.

Cuadro 5. Resumen general de criterios de decisión de productores

Productos tradicionales		Productos nuevos		Total	
Servicios de apoyo	0.20	Tecnología	0.18	Servicios de apoyo	0.15
Mercado	0.15	Mercado	0.13	Mercado	0.14
Uso del producto	0.14	Tipo de suelo	0.13	Tecnología	0.12
Ciclo pre-producción	0.09	Servicios de apoyo	0.10	Uso del producto	0.11
Rentabilidad	0.09	Uso del producto	0.08	Precio	0.08
Precio	0.08	Precio	0.07	Tipo de suelo	0.07
Rendimiento	0.06	Comercialización	0.06	Rentabilidad	0.07
Tecnología	0.05	Rentabilidad	0.06	Ciclo pre-producción	0.06
Inversión	0.04	Ciclo productivo	0.06	Rendimiento	0.05
Ciclo productivo	0.04	Rendimiento	0.05	Ciclo productivo	0.05
Comercialización	0.03	Ciclo pre-producción	0.02	Comercialización	0.04
Tipo de suelo	0.02	Inversión	0.02	Inversión	0.03
Tradición	0.02	Perecibilidad	0.02	Perecibilidad	0.01
		Plagas y enfermedades	0.01	Tradición	0.01
				Plagas y enfermedades	0.00

Los criterios de selección más importantes que se decidió incluir en las fichas de presentación de las opciones de mercado son:

Tipo de suelo, Ciclo de pre-producción y producción, Inversión, Rendimiento, Uso del producto, Precio de venta, mercado donde se dirige y la Rentabilidad.

4.3. Opciones preferidas

En general las opciones mas preferidas son cocona, camu camu, uña de gato y palmito. Existe diferencia en la ubicación de las preferencias dependiendo del tipo de productor: Los de río prefieren camu camu en primer lugar mientras que los productores de carretera prefieren en primer lugar a la cocona. Se debe diferenciar los resultados logrados en San Alejandro en donde se prefieren opciones diferentes ya que aparte de la cocona y uña de gato (que están en los dos primeros lugares) aparecen como preferidos otros productos como el copuazú y barbasco.

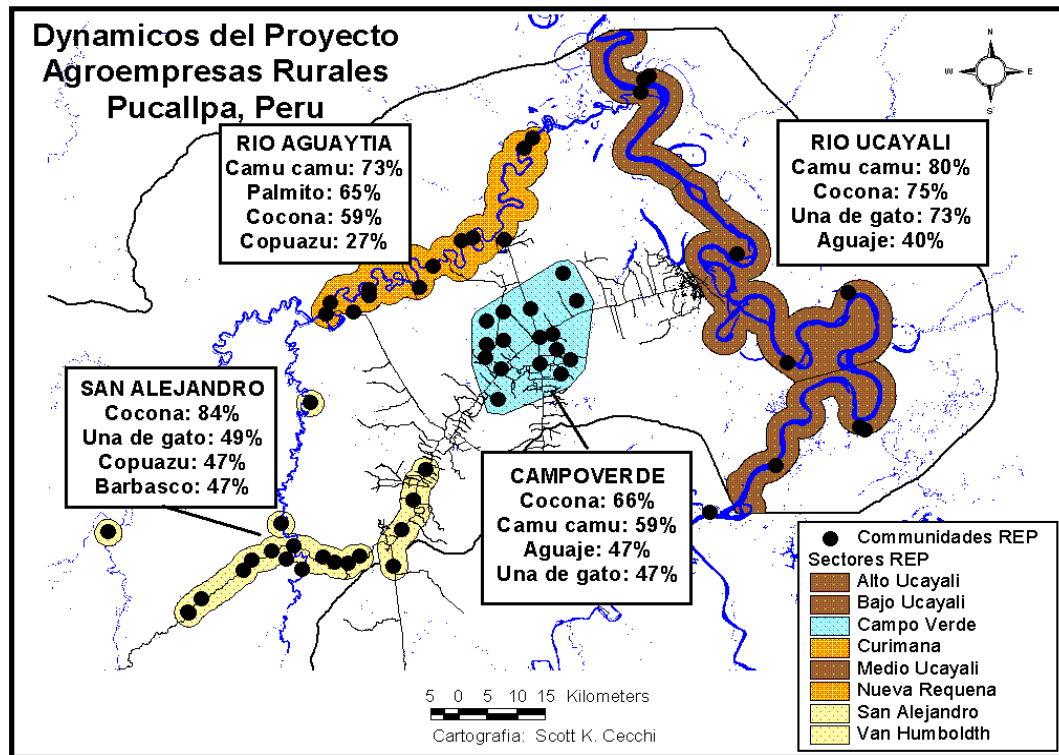
En las respuestas dadas por los productores cuando se reúnen en grupos se presentan los mismos resultados, adicionándose al copuazú como otro producto preferido.

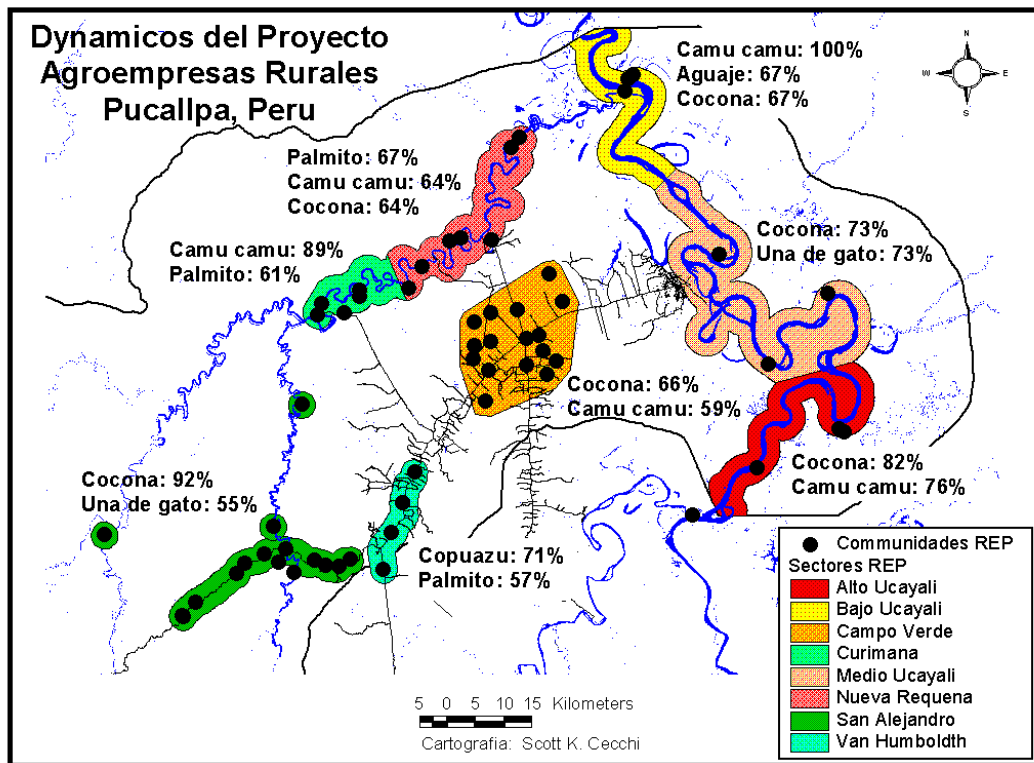
Cuando se analizan los productos preferidos desde el numero de veces que aparece en primer lugar y numero de veces en dos primeros lugares existe una característica que se debe remarcar: La cocona y camu camu tienen las mismas respuesta para primer lugar, luego para los dos primeros lugares la cocona tiene mayor preferencia significativa, esto quiere decir que la cocona en muchos casos es preferida en segundo lugar, esto tiene sentido por cuanto a la cocona la prefieren como cultivo de rápida producción que puede financiar otros cultivos.

Cuadro 6. Productos mayormente preferidos por tipo de productores

Tipo de productor	Productos mas preferidos			
En General	Cocona	Camu camu	Uña de gato	Palmito
Ribereño Mestizo	Camu camu	Palmito	Cocona	
Ribereño Nativo	Camu camu	Cocona	Uña de gato	
Carretera C. Verde	Cocona	Camu camu	Uña de gato	Aguaje
Carretera S. Alejandro	Cocona	Uña de gato	Copuazu	Barbasco

PRODUCTOS PREFERIDOS POR TIPO DE PRODUCTORES





PRODUCTOS PREFERIDOS POR SECTORES DE UBICACION

En el cuadro 7 se puede determinar el mayor porcentaje de preferencia por cada uno de los productos en cada sector de estudio, se puede notar que cocona, tiene altos porcentajes que lo catalogan como buenas en casi todas los sectores (entre 92 y 43 %), en camu camu hay mayor dispersión porque hay sectores que lo clasifican como buenas con porcentajes muy bajos como en San Alejandro y Von Humboldt (y tienen altos porcentajes que son clasificados como malos), lo mismo en uña de gato donde también hay sectores que lo clasifican como bueno con porcentajes bajos, como en Von Humboldt, Curimaná y Nuevo Requena (pero no son clasificados como malos con altos porcentajes).

El resto de cultivos tienen menores porcentajes de clasificación como buenos, resaltándose que el barbasco y la castaña que tienen bajos porcentajes de aceptación. El barbasco presenta algunos niveles de aceptación en 3 sectores mientras que la castaña solo tiene alguna aceptación en un sector (Von Humboldt) en los demás, el nivel de rechazo es mayor que el de aceptación.

También se puede resaltar que el sector de Campo Verde tiene niveles de aceptación bajos para todos los productos, pero tampoco los rechaza, esto nos demuestra que en este sector existe aceptación para una mayor variedad de productos, es decir no existe tendencia para una especialización de productos. En los anexos se presentan mapas de preferencia para cada uno de los productos.

Cuadro 7. Clasificación de buenos por producto y sector

Producto	Mayor % de buenas		Menor % de buenas	
	Cocona	San Alejandro Alto Ucayali	92 % 82%	Curimaná Von Humboldth
Camu camu	Bajo Ucayali Curimaná	100 % 89 %	San Alejandro Von Humboldth	26 % 14 %
Uña de gato	Bajo Ucayali Medio Ucayali	92 % 73 %	Curimaná Nuevo Requena Von Humboldth	28 % 24 % 14 %
Palmito	Nuevo Requena Curimaná Von Humboldth	67 % 61 % 57 %	Bajo Ucayali	0 %
Aguaje	Bajo Ucayali	67 %	Nuevo Requena San Alejandro Medio Ucayali Curimaná	27 % 21 % 18 % 6 %
Copuazú	Von Humboldth	71 %	Alto Ucayali Bajo Ucayali	18 % 8 %
Barbasco	Von Humboldth Campo Verde San Alejandro	47 % 44 % 43 %	Curimaná Bajo Ucayali	11 % 0 %
Castaña	Von Humboldth	43 %	San Alejandro Bajo Ucayali	11 % 0 %

En las reuniones se ha tenido participación de productores mujeres para comparar si las preferencias difieren respecto a las decisiones de los hombres. El 20 % de participantes han sido mujeres, El cuadro 8 nos permite deducir que las preferencias no son significativamente diferentes entre hombres ya que el ordenamiento de preferencias se mantiene para ambos.

Cuadro 8. Preferencia y rechazo de productos por sexo

Producto	BUENAS			MALAS		
	Fem.	Masc.	Total	Fem.	Masc.	Total
Cocona	78%	69%	71%	9%	7%	7%
Camu camu	63%	58%	59%	19%	19%	19%
Uña de gato	50%	46%	47%	19%	18%	18%
Palmito	34%	43%	42%	25%	10%	13%
Aguaje	31%	31%	31%	22%	26%	25%
Barbasco	28%	29%	29%	22%	28%	27%
Copuazú	25%	32%	31%	13%	19%	18%
Castaña	22%	18%	19%	22%	36%	33%
N	32	136	168	32	136	168

4.4. Razones de preferencia

En el cuadro 9 se presenta las razones en general y por tipo de productores, el orden es de acuerdo a la mayor importancia de cada uno. En general, las principales razones para preferir son de tipo comercial y económico como el mercado asegurado, rapidez de la producción (y de los ingresos), la rentabilidad; en segundo término les interesa razones agronómicas como el suelo apropiado buen rendimiento y vida productiva. Existen algunas diferencias resaltantes respecto al tipo de productores, por ejemplo en los ribereños nativos una razón de preferencia es el hecho de conocer el cultivo, mientras que en los otros tipos

no es importante. Y los productores de carretera incluyen como una razón el uso que se le da al producto, especialmente la cocona que tiene potencial de industrialización.

Cuadro 9. Razones de preferencia por producto y tipo de productor

Razones	Resultado General	Ribereños mestizos	Ribereños nativos	Carretera C. Verde	Carretera S. Alejandro
Mercado seguro	X	X		X	X
Producción rápida	X	X	X	X	X
Es rentable	X	X	X	X	X
Tiene suelo apropiado	X	X	X	X	X
Buen rendimiento	X	X	X	X	X
Larga vida productiva	X	X	X		
Por su uso				X	X
Lo conoce			X		

En las respuestas obtenidas de razones de preferencia por productos en el cuadro 10, las razones que predominan son las siguientes:

Para cocona: Por la producción que es rápida, es decir el periodo de pre producción que es corto, esta es la principal razón ya que 58 % de las preferencias son por este motivo, en menor importancia son las razones de mercado, rentabilidad, suelo y rendimiento que están en el orden del 13 al 19%.

Para camu camu: Las dos principales razones son la rentabilidad y el mercado seguro (37 y 36%), en menor orden de importancia son las razones de mercado, rendimiento, periodo producción, con porcentajes entre 19 % y 14%.

Para uña de gato: predomina la razón de uso medicinal que podemos relacionarla de alguna forma con el mercado por parte de la demanda y mercado seguro (entre ambos el 61%), en menor grado la rentabilidad, el suelo, su periodo producción y el conocimiento del cultivo.

Para palmito: la principal razón es el mercado asegurado con el 31 %, en menor grado la producción rápida y el buen rendimiento del cultivo (27 y 20%)

Cuadro 10. Razones de preferencia por producto

Razones	Cocona	Camu camu	Uña de gato	Palmito
Producción rápida	58%	10%	3%	27%
Mercado seguro	19%	27%	28%	31%
Rentable	17%	37%	18%	14%
Suelo apropiado	14%	36%	18%	14%
Buen rendimiento	13%	16%	13%	20%
Uso Industrial	11%	4%		
Puede asociar	4%		3%	
Buen Precio	4%	10%	8%	6%
Trabajo Facil	4%			10%
Larga vida útil	2%	14%	15%	10%
Conocido	1%	3%	15%	12%
Poca inversión	1%			
Uso	1%	6%	33%	2%
Tiene apoyo		1%		2%
Resistente		1%	3%	
Sustento familiar		1%		6%
No perecible			3%	
N	83	70	39	49

4.5. Opciones rechazadas

En general las opciones mas rechazadas son castaña, barbasco y aguaje, con una diferencia bien marcada en el sector de San Alejandro donde el cultivo mas rechazado es el camu camu.

En grupos las respuestas son casi similares a las dadas por los productores individuales

Cuadro 11. Productos mas rechazados por tipo de productor

Tipo de productor	Productos mas rechazados			
En General	Castaña	Barbasco	Aguaje	
Ribereño Mestizo	Barbasco	Aguaje	Uña de gato	
Ribereño Nativo	Castaña	Barbasco	Aguaje	
Carretera C. Verde	Castaña	Barbasco	Aguaje	Copuazu
Carretera S. Alejandro	Camu camu	Castaña	Aguaje	

4.6. Razones de rechazo de los productos

A diferencia de las razones para preferir, las razones mas importantes para rechazar son de tipo agronómico y económico indistintamente, como la falta de suelo apropiado, lentitud de la producción, que es poco conocido y la peligrosidad (esta ultima razón para el barbasco en especial y en menor grado para la uña de gato (ver cuadro 12). El hecho de rechazar un producto por no poseer suelos apropiados, muestra que tienen muy bien identificado el tipo de terreno que poseen.

Cuadro 12. Razones de rechazo por tipo de productor

Razones	Resultado General	Ribereños mestizos	Ribereños nativos	Carretera C. Verde	Carretera S. Alejandro
Sin suelo apropiado	X	X	X	X	X
Producción lenta	X	X	X	X	X
Poco conocido	X	X	X	X	X
Peligroso	X	X	X		
Tecnología desconocida	X	X			X
Sin mercado				X	
Difícil trabajo				X	
No rentable			X		X

En las respuestas obtenidas de razones de rechazo por productos, en el cuadro 13, las razones que predominan son las siguientes:

Para castaña: La principal razón es el largo periodo de pre producción (siete años) con el 49 % de productores que rechazaron castaña, en menor proporción están las razones de poco conocimiento del cultivo y falta de suelo apropiado (24% y 20%)

Para barbasco: La principal razón es la peligrosidad del uso del cultivo (su alta toxicidad) con el 39 % y en menor grado es la falta de suelo apropiado.

Para aguaje: La principal razón es largo periodo de pre producción (59 % de los que rechazaron este producto) y en menor grado de importancia es la falta de suelo apropiado y la tecnología desconocida, con el 25 % de las respuestas.

En el caso aguaje debe resaltarse que las razones expresadas como desconocimiento de tecnología consiste en que no conocen la forma de hacer que predominen el nacimiento de plantas “hembras” que son las que producen, manifiestan que pueden nacer muchos “machos” y por esta razón no es atractivo sembrar.

Para uña de gato: Los productores ribereños mestizos han expresado su rechazo por la dificultad de su cultivo (presencia de espinas) que puede sumarse a la razón de difícil cultivo (ambas suman el 27 % de las respuestas) y por el lento periodo de pre producción.

Para copuazú: Los productores de campo verde han expresado rechazo al copuazú por el hecho de ser poco conocido y no existe mercado seguro.

Para camu camu: Los productores de carretera: San Alejandro han expresado su rechazo por el camu camu debido a la falta de suelo apropiado para este cultivo (el 95% de productores que lo rechazaron).

Cuadro 13. Razones de rechazo por productos

Razones	Castaña	Barbasco	Aguaje
Producción lenta	55%		59%
Poco conocido	24%	6%	
Sin suelo apropiado	20%	25%	25%
No rentable	14%	3%	3%
Mal rendimiento	4%	6%	
Difícil Trabajo	2%	3%	
Inversión alta	2%		
Inversión alta en jornales	2%		
Mal precio	2%		
Sin mercado	2%	6%	6%
Sin semilla	2%		
Peligroso (Toxico)		39%	
Tecnología desconocida			25%
N	49	36	32

4.7. Ideotipos

Las principales características que le faltan a las opciones preferidas para hacerlas más atractivas, presentadas en el cuadro 14, están orientadas a la presencia de apoyo tanto técnico (capacitación y asistencia técnica) y crediticio, además se introducen otras como búsqueda y promoción de más mercados, especialmente para la cocona.

Cuando se presentan estas mismas respuestas por tipo de productores las respuestas son similares a la situación general.

Cuadro 14. Ideotipo de los productos preferidos

Ideotipo	Cocona	Camu camu	Uña de gato	Palmito
Créditos	36%	21%	18%	30%
Apoyo al agro	24%		12%	27%
Buscar más mercados	19%	10%	35%	17%
Asistencia técnica	17%	24%	24%	33%
Buscar industrialización	14%	5%	18%	7%
Mayor tecnificación	10%			
Mejorar rendimientos	2%			
Selección plantas	2%			
Apoyo a fertilizantes		29%		
Capacitación		5%		
Mejorar material genético		2%		
Mejorar precios venta			6%	
Mejorar técnicas de manejo			6%	
Mejoramiento semilla				3%
N	42	42	17	30

4.8. Conclusiones y recomendaciones

El Sondeo de productores para determinar los criterios de decisión, define que el productor escoge sus cultivos basado en los siguientes criterios: Tipo de suelo, Ciclo de pre-producción y producción, Inversión, Rendimiento, Uso del producto, Precio de venta, mercado donde se dirige y la Rentabilidad. Los productos tradicionales son escogidos de preferencia porque han contado con algo de apoyo, ya sea asistencia técnica o crédito en semillas e insumos.

Las opciones mas preferidas son Cocona, camu camu, uña de gato y palmito, sin embargo el resto de productos no son totalmente rechazados, a excepción de castaña que en la mayoría de las zonas de trabajo son rechazadas. Por lo tanto luego de esta etapa de análisis éste se pudiera descartar del portafolio exótico.

Los productores de río tienen una abierta preferencia por el camu camu, mientras que los de carretera prefieren a la cocona en primer lugar. En San Alejandro hay un claro rechazo hacia el camu camu.

Los productos con mayor porcentaje de rechazos son castaña, barbasco, aguaje, pero el barbasco y aguaje también son preferidos en algunos sectores por lo que no pueden descartarse.

La razón principal para la aceptación de un producto no es necesariamente la rentabilidad, sino el mercado y es lo que manifiestan en general los productores, incluso indican su desconcierto con los proyectos que sólo abarcan la fase productiva y luego ellos no tienen dónde vender sus productos.

Las razones para rechazar opciones son principalmente por aspectos agronómicos, como por el tipo de suelo, largo periodo de pre-producción y falta de conocimiento del producto y su manejo. La producción tardía se vuelve un factor importante para el rechazo, lo que refleja el estado de pobreza de los productores agrícolas.

Dentro de las razones para el rechazo de las opciones que pueden ser superadas son el poco conocimiento del cultivo y de la tecnología para su producción.

El ideotipo para cada uno de los productos se orientan mayormente a recibir asistencia y apoyo tanto técnico como crediticio y algo importante, se preocupan por el desarrollo de mercados y de productos para mejorar su condición comercial, especialmente para uña de gato y cocona.

Para emprender proyectos productivos sería importante la capacitación en la creación de micro y pequeñas empresas, para ampliar la visión de futuro de los productores agrarios que priorizan los productos por su pronta producción y no por la rentabilidad o mayor período que sigue produciendo.

Implementar proyectos con sistemas de producción que incluyan especies de rápido, mediano y largo plazo de cosecha, porque hay la preocupación de parte de los agricultores que manifiestan, **si no voy a cosechar pronto (máximo tres años), de qué voy a vivir?, si siembro para mis hijos yo de qué vivo?.**

Es importante para la ejecución de proyectos la disponibilidad de suelos con características necesarias exigidas por los cultivos.

ANEXOS

1. Caseríos participantes en las reuniones
2. Fotos de las reuniones
3. Ficha de productos
4. Encuesta a productores
5. Guía para reunión
6. Cuadros resultado de la encuesta
7. Mapas de preferencia por producto

ANEXO 1

Caseríos participantes en las reuniones

Participaron en las reuniones 168 productores de 60 comunidades

Relación de caseríos y numero de participantes por cada uno

Tipo Productor	Sector	Caserío	Participantes	
Carretera Campo Verde	Campo Verde	23 de Octubre	1	
		Agua Dulce	1	
		Alto Manantay	2	
		Campo Verde	5	
		Las Mercedes	3	
		Las Palmeras	2	
		Los Vencedores	1	
		Nuevo Belén	1	
		Pampas Verdes	1	
		Pimental	6	
		San Martín Majoral	1	
		Santa Catalina	2	
		Señor de los Milagros	1	
		Simón Bolívar	2	
		Tupac Amaru	1	
		Vista Alegre	1	
Yerba Buena	1			
Total Campo Verde			32	
Total Carretera CV			32	
Carretera San Alejandro	San Alejandro	Alto Chiringal	4	
		Asunción de Aguaytillo	1	
		Bajo Chiringal	3	
		Bellavista	2	
		Chio	1	
		Nueva Florida	1	
		Nuevo Horizonte	1	
		Nuevo Huánuco	1	
		Nuevo Oriente	2	
		Nuevo Ucayali	2	
		Pijuayo	1	
		Pueblo Nuevo	1	
		San Alejandro	13	
		San Pedro Chio	1	
		Santa Cruz	2	
		Tahuantinsuyo	2	
Total San Alejandro			38	
	Von Humboldth	El Milagro	1	
		Inca Roca	1	
		La Unión	2	
		Nuevo San Juan	2	
		Primavera	1	
		Total Von Humboldth		
Total Carretera SA			45	
Nativo Ucayali	Alto Ucayali	Nuevo Ceilán	6	
		Nuevo San Rafael	4	
		Santa Rosa Dinamarca	3	
		Vista Alegre	4	
	Total Alto Ucayali			17
	Bajo Ucayali	Callaría	5	
		Nueva Saposoa	4	
		Panaillo	3	
	Total Bajo Ucayali			12
	Medio Ucayali	Limongema	4	
		Nueva Betania	3	
Santa Isabel		4		
Total Medio Ucayali			11	

Evaluación participativa de opciones de mercado para productos amazónicos

Tipo Productor	Sector	Caserío	Participantes	
Total Nativo Ucayali			40	
Ribereño Aguaytia	Curimaná	Cambio 90	3	
		Curimaná	4	
		Diez de marzo	3	
		Las Malvinas	4	
		Vista Alegre	4	
	Total Curimaná			18
	Nueva Requena	Cedro Isla	2	
		Esperanza	7	
		Naranjal	6	
		Nueva Requena	11	
Nuevo Piura		1		
San Francisco		3		
	San Juan Sheshea	3		
Total Nueva Requena			33	
Total Ribereño Aguaytia			51	
Total general			168	

ANEXO 4

ORDENAMIENTO DE PREFERENCIAS DE OPCIONES DE MERCADO

Productor: _____
Entrevistador: _____

Zona: _____
Fecha: _____

OPCIONES DE MERCADO “BUENAS”

Nombre de la Opción	Orden	Explicación de primeros dos lugares	
		1.	
			2.

OPCIONES DE MERCADO “REGULARES”

Nombre de la Opción	Orden

OPCIONES DE MERCADO “MALAS”

Nombre de la Opción	Orden	Explicación de dos últimos lugares
		Ultimo
		Penúltimo

¿Qué le falta a la que prefiere para que sea aún mejor?

¿Qué otro producto aparte de estos prefiere? _____

¿Porqué? _____

ANEXO 5

GUIA PARA REUNIÓN DE EVALUACIÓN DE OPCIONES DE MERCADO

1. Lista de participantes de acuerdo a su localización.

2. Identificación con autoadhesivos:

- Pucallpa: Amarillo = alto Ucayali
 Verde = medio Ucayali
 Celeste = bajo Ucayali
- N. Requena: Amarillo = Sector Nueva Requena
 Verde = Sector Curimaná
- Campo Verde: Amarillo = Sector Neshuya
 Verde = Sector Campo Verde
 Celeste = Sector carretera Curimaná
- San Alejandro: Amarillo = Sector Von Humboldth
 Verde = Sector San Alejandro

3. Introducción General

Expectativas; objetivos; programación; otros

4. Introducción de productos

General (Cultivos con potencial de mercado: algunos nuevos, otros conocidos, no se está promocionando ninguno, deseamos conocer sus preferencias)

Técnica (Información para condiciones similares en esta zona, tecnología media: insumos; rendimientos, riesgo)

Suposiciones (Todos se dan, todos se pueden vender, todos tendrán asistencia técnica, para todos habrá semilla, etc., luego de la presentación todos los productos serán conocidos)

5. Presentación de productos

- Explicación formato de fichas de productos
- Presentación de opciones de mercado (proyectar fotos, leer perfil, proyectar y explicar ficha, preguntas)

6. Ordenamiento Individual

Intro (analogía concurso de belleza; observe y pregunte; cultivos para vender; igualdad)

Agrupaciones (Grupo mas le gustan, grupos menos le gustan)

Ordenamiento (Gustó, no gustó, regulares)

Razones (Primer y segundo lugar; ultimo y penúltimo)

Ideotipo (que le puede mejorar, que le falta al que mas le gustó)

7. Ordenamiento por grupos

Ordenamiento igual al anterior pero con participación de todo el grupo

8. Agradecimientos

9. Refrigerio

ANEXO 6

1. NUMERO DE VECES QUE LOS PRODUCTOS SON CONSIDERADOS COMO BUENOS

Producto	Resultado General		Ribereño Mestizo		Ribereño Nativo		Carretera C. Verde		Carretera S. Alejandro	
	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%
Cocona	119	71%	30	59%	30	75%	21	66%	38	84%
Camu camu	99	59%	37	73%	32	80%	19	59%	11	24%
Uña de gato	79	47%	13	25%	29	73%	15	47%	22	49%
Palmito	70	42%	33	65%	14	35%	10	31%	13	29%
Aguaje	52	31%	10	20%	16	40%	15	47%	11	24%
Copuazu	52	31%	14	27%	7	18%	10	31%	21	47%
Barbasco	48	29%	7	14%	6	15%	14	44%	21	47%
Castaña	32	19%	10	20%	7	18%	8	25%	7	16%
N	168		51		40		32		45	

2. NUMERO DE VECES QUE LOS PRODUCTOS SON CONSIDERADOS COMO MALOS

Producto	Resultado General		Ribereño Mestizo		Ribereño Nativo		Carretera C. Verde		Carretera S. Alejandro	
	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%
Castaña	56	33%	12	24%	11	28%	13	41%	20	44%
Barbasco	45	27%	18	35%	10	25%	7	22%	10	22%
Aguaje	42	25%	13	25%	7	18%	6	19%	16	36%
Camu camu	32	19%	4	8%	1	3%	3	9%	24	53%
Copuazu	30	18%	12	24%	6	15%	6	19%	6	13%
Uña de gato	30	18%	13	25%	1	3%	6	19%	10	22%
Palmito	21	13%	1	2%	4	10%	3	9%	13	29%
Cocona	12	7%	4	8%		0%	4	13%	4	9%
N	168		51		40		32		45	

ENCUESTAS GRUPOS

3. NUMERO DE VECES QUE LOS PRODUCTOS SON CONSIDERADOS COMO BUENOS

Producto	Resultado General		Ribereño Mestizo		Ribereño Nativo		Carretera C. Verde		Carretera S. Alejandro	
	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%
Cocona	23	72%	6	67%	4	57%	5	71%	8	89%
Camu camu	18	56%	8	89%	6	86%	4	57%	5	0%
Palmito	14	44%	6	67%	1	14%	2	29%	5	56%
Copuazu	13	41%	2	22%	3	43%	3	43%	3	56%
Uña de gato	13	41%	3	33%	5	71%	2	29%	3	33%
Aguaje	7	22%	2	22%	1	14%	1	14%	4	33%
Barbasco	7	22%		0%	1	14%	2	29%	4	44%
Castaña	4	13%		0%		0%		0%		44%
N	32	19%	9	18%	7	18%	7	22%	9	20%

4. NUMERO DE VECES QUE LOS PRODUCTOS SON CONSIDERADOS COMO MALOS

Producto	Resultado General		Ribereño Mestizo		Ribereño Nativo		Carretera C. Verde		Carretera S. Alejandro	
	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%
Aguaje	8	25%	1	11%	1	14%	1	14%	5	56%
Barbasco	7	22%	3	33%	2	29%	1	14%	1	11%
Camu camu	5	16%	0	0%	0	0%	0	0%	5	56%
Castaña	11	34%	3	33%	4	57%	2	29%	2	22%
Cocona	2	6%	1	11%	0	0%	1	14%	0	0%
Copuazu	5	16%	2	22%	1	14%	0	0%	2	22%
Palmito	3	9%	0	0%	1	14%	1	14%	1	11%
Uña de gato	2	6%	2	22%	0	0%	0	0%	0	0%
N	32		9		7	18%	7	22%	9	20%

5. PORCENTAJE DE RESPUESTAS BUENAS Y MALAS POR SEXO

Producto	BUENAS			MALAS		
	Fem.	Masc.	Total	Fem.	Masc.	Total
Cocona	78%	69%	71%	9%	7%	7%
Camu camu	63%	58%	59%	19%	19%	19%
Uña de gato	50%	46%	47%	19%	18%	18%
Palmito	34%	43%	42%	25%	10%	13%
Aguaje	31%	31%	31%	22%	26%	25%
Barbasco	28%	29%	29%	22%	28%	27%
Copuazu	25%	32%	31%	13%	19%	18%
Castaña	22%	18%	19%	22%	36%	33%
N	32	136	168	32	136	168

**RESULTADOS POR SECTORES
5. PRODUCTORES RIBEREÑOS MESTIZOS**

Producto	Curimaná			Nueva Requena		
	Buena	Mala	Regular	Buena	Mala	Regular
Aguaje	6%	33%	61%	27%	21%	52%
Barbasco	11%	22%	67%	15%	42%	42%
Camu camu	89%	6%	6%	64%	9%	27%
Castaña	17%	28%	56%	21%	21%	58%
Cocona	50%	6%	44%	64%	9%	27%
Copuazu	28%	28%	44%	27%	21%	52%
Palmito	61%	6%	33%	67%	0%	33%
Uña de gato	28%	17%	56%	24%	30%	45%
N	18	18	18	33	33	33

PRODUCTORES NATIVOS UCAYALI

Producto	Alto Ucayali			Bajo Ucayali			Medio Ucayali		
	Buena	Mala	Regular	Buena	Mala	Regular	Buena	Mala	Regular
Aguaje	35%	24%	41%	67%	8%	25%	18%	18%	64%
Barbasco	18%	29%	53%	0%	25%	75%	27%	18%	55%
Camu camu	76%	6%	18%	100%	0%	0%	64%	0%	36%
Castaña	29%	24%	47%	0%	33%	67%	18%	27%	55%
Cocona	82%	0%	18%	67%	0%	33%	73%	0%	27%
Copuazu	18%	35%	47%	8%	0%	92%	27%	0%	73%
Palmito	59%	12%	29%	0%	17%	83%	36%	0%	64%
Uña de gato	59%	6%	35%	92%	0%	8%	73%	0%	27%
N	17	17	17	12	12	12	11	11	11

8. PRODUCTORES CARRETERA CAMPO VERDE

Producto	Campo Verde		
	Buena	Mala	Regular
Aguaje	47%	19%	34%
Barbasco	44%	22%	34%
Camu camu	59%	9%	31%
Castaña	25%	41%	34%
Cocona	66%	13%	22%
Copuazu	31%	19%	50%
Palmito	31%	9%	59%
Uña de gato	47%	19%	34%
Total general	32	32	32

9. PRODUCTORES CARRETERA SAN ALEJANDRO

Producto	San Alejandro			Von Humboldth		
	Buena	Mala	Regular	Buena	Mala	Regular
Aguaje	21%	34%	45%	43%	43%	14%
Barbasco	47%	18%	34%	43%	43%	14%
Camu camu	26%	47%	26%	14%	86%	14%
Castaña	11%	47%	42%	43%	29%	29%
Cocona	92%	3%	5%	43%	43%	14%
Copuazu	42%	16%	42%	71%	0%	29%
Palmito	24%	32%	45%	57%	14%	29%
Uña de gato	55%	18%	26%	14%	43%	43%
Total general	38	38	38	7	7	7

10. NUMERO DE VECES EN PRIMER LUGAR

Producto	Resultado General		Ribereño Mestizo		Ribereño Nativo		Carretera C. Verde		Carretera S. Alejandro	
	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%
Camu camu	42	25%	14	27%	18	45%	7	22%	3	7%
Cocona	42	25%	11	22%	9	23%	8	25%	14	31%
Palmito	30	18%	16	31%	4	10%	3	9%	7	16%
Uña de gato	17	10%	4	8%	5	13%	4	13%	4	9%
Copuazu	14	8%	4	8%	0	0%	4	13%	6	13%
Aguaje	9	5%	1	2%	2	5%	4	13%	2	4%
Barbasco	9	5%	0	0%	0	0%	2	6%	7	16%
Castaña	5	3%	1	2%	2	5%		0%	2	4%
N	168		51		40		32		45	

11. NUMERO DE VECES EN DOS PRIMEROS LUGARES

Producto	Resultado General		Ribereño Mestizo		Ribereño Nativo		Carretera C. Verde		Carretera S. Alejandro	
	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%
Cocona	83	49%	22	43%	17	43%	14	44%	30	67%
Camu camu	70	42%	27	53%	28	70%	10	31%	5	11%
Palmito	49	29%	26	51%	8	20%	6	19%	9	20%
Uña de gato	39	23%	6	12%	15	38%	7	22%	11	24%
Copuazu	32	19%	10	20%	1	3%	7	22%	14	31%
Aguaje	23	14%	4	8%	5	13%	8	25%	6	13%
Barbasco	22	13%	1	2%	2	5%	8	25%	11	24%
Castaña	14	8%	6	12%	3	8%	2	6%	3	7%
N	168		51		40		32		45	

12. NUMERO DE VECES EN ULTIMO LUGAR

Producto	Resultado General		Ribereño Mestizo		Ribereño Nativo		Carretera C. Verde		Carretera S. Alejandro	
	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%
Castaña	25	15%	3	6%	6	15%	7	22%	9	20%
Barbasco	22	13%	6	12%	6	15%	5	16%	5	11%
Aguaje	17	10%	5	10%	4	10%	3	9%	5	11%
Camu camu	16	10%	1	2%	0	0%	0	0%	15	33%
Copuazu	15	9%	8	16%	2	5%	3	9%	2	4%
Uña de gato	14	8%	9	18%	0	0%	3	9%	2	4%
Palmito	6	4%	1	2%	0	0%	1	3%	4	9%
Cocona	5	3%	1	2%	0	0%	3	9%	1	2%
N	168		51		40		32		45	

13. NUMERO DE VECES EN DOS ULTIMOS LUGARES

Producto	Resultado General		Ribereño Mestizo		Ribereño Nativo		Carretera C. Verde		Carretera S. Alejandro	
	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%	Frece.	%
Castaña	49	29%	10	20%	11	28%	13	41%	15	33%
Barbasco	36	21%	15	29%	8	20%	6	19%	7	16%
Aguaje	32	19%	9	18%	5	13%	5	16%	13	29%
Copuazu	26	15%	11	22%	4	10%	5	16%	6	13%
Camu camu	25	15%	4	8%	0	0%	2	6%	19	42%
Uña de gato	21	13%	11	22%	0	0%	5	16%	5	11%
Palmito	16	10%	1	2%	2	5%	3	9%	10	22%
Cocona	9	5%	3	6%	0	0%	3	9%	3	7%
N	168		51		40		32		45	

14. RAZONES PARA ESCOGER PRIMEROS DOS LUGARES

Razón	General	%	Ribereño Mestizo	%	Ribereño nativo	%	Carret C. Verde	%	Carret. S Alejandro	%
Tiene mercado seguro	87	52%	34	67%	8	20%	17	53%	28	62%
Producción rápida	78	46%	28	55%	22	55%	12	38%	16	36%
Es rentable	75	45%	22	43%	25	63%	8	25%	20	44%
Tiene suelo apropiado	65	39%	19	37%	25	63%	10	31%	11	24%
Buen rendimiento	55	33%	15	29%	17	43%	6	19%	17	38%
Larga vida productiva	38	23%	17	33%	12	30%	4	13%	5	11%
Por su uso	28	17%	3	6%	5	13%	11	34%	9	20%
Buen Precio	24	14%	5	10%	7	18%	5	16%	7	16%
Trabajo fácil	19	11%	7	14%	2	5%	4	13%	6	13%
Conoce	16	10%	5	10%	9	23%	1	3%	1	2%
Tiene uso industrial	15	9%	2	4%	3	8%	4	13%	6	13%
Se puede asociar	6	4%	2	4%	2	5%	2	6%	0	0%
Sustento de la familia	6	4%	1	2%	0	0%	2	6%	3	7%
Tiene doble uso	5	3%	3	6%	0	0%	0	0%	2	4%
Existe Apoyo	3	2%	1	2%	0	0%	0	0%	2	4%
Es resistente	3	2%	0	0%	1	3%	1	3%	1	2%
No perecible	1	1%	0	0%	1	3%	0	0%	0	0%
No tiene en su fundo	1	1%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%
Poca inversión	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%
N	168		51		40		32		45	

15. RAZONES PARA RECHAZAR ULTIMAS OPCIONES

Razón	General	%	Ribereño mestizo	%	Ribereños nativos	%	Carret. C. Verde	%	Carret. S Alejandro	%
Sin suelo apropiado	71	42%	12	24%	12	30%	8	25%	39	87%
Producción lenta	55	33%	14	27%	11	28%	14	44%	16	36%
Poco conocido	25	15%	6	12%	3	8%	9	28%	7	16%
Peligroso	17	10%	5	10%	4	10%	3	9%	5	11%
Tecnología	11	7%	5	10%	0	0%	0	0%	6	13%
Desconocida	10	6%	3	6%	1	3%	4	13%	2	4%
Sin mercado	9	5%	2	4%	0	0%	5	16%	2	4%
Difícil trabajo	9	5%	2	4%	2	5%	1	3%	4	9%
No rentable	6	4%	3	6%	1	3%	1	3%	1	2%
Mal rendimiento	4	2%	0	0%	1	3%	2	6%	1	2%
Mal precio	3	2%	1	2%	0	0%	2	6%	0	0%
Tiene enfermedades	3	2%	0	0%	0	0%	1	3%	2	4%
No se puede asociar	2	1%	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%
Inversión Alta	1	1%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%
Inversión Alta en jornales	1	1%	0	0%	0	0%	1	3%	0	0%
Referencias malas										
N	168		51		40		32		45	

RAZONES DE PREFERENCIA DE PRODUCTOS**16. RESULTADOS TOTALES**

Cocona			Camu camu			Uña de gato			Palmito		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Producción rápida	48	58%	Rentable	26	37%	Uso medicinal	13	33%	Mercado seguro	15	31%
Mercado seguro	16	19%	Suelo apropiado	25	36%	Mercado seguro	11	28%	Producción rápida	13	27%
Rentable	14	17%	Mercado seguro	19	27%	Rentable	7	18%	Buen rendimiento	10	20%
Suelo apropiado	12	14%	Buen rendimiento	11	16%	Suelo apropiado	7	18%	Rentable	7	14%
Buen rendimiento	11	13%	Larga vida útil	10	14%	Conocido	6	15%	Suelo apropiado	7	14%
Uso Industrial	9	11%	Buen Precio	7	10%	Larga vida útil	6	15%	Conocido	6	12%
Puede asociar	3	4%	Producción rápida	7	10%	Buen rendimiento	5	13%	Larga vida útil	5	10%
Buen Precio	3	4%	Uso	4	6%	Buen Precio	3	8%	Trabajo Fácil	5	10%
Trabajo Fácil	3	4%	Uso Industrial	3	4%	Puede asociar	1	3%	Buen Precio	3	6%
Larga vida útil	2	2%	Conocido	2	3%	No perecible	1	3%	Sustento familiar	3	6%
Conocido	1	1%	Apoyo	1	1%	Producción rápida	1	3%	Apoyo	1	2%
Poca inversión	1	1%	Resistente	1	1%	Resistente	1	3%	Doble uso	1	2%
Uso	1	1%	Sustento familiar	1	1%						
N	83		N	70		N	39		N	49	

17. RIBEREÑOS MESTIZOS

Camu camu			Palmito			Cocona		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Rentable	10	37%	Mercado seguro	10	38%	Producción rápida	17	77%
Suelo apropiado	10	37%	Buen rendimiento	6	23%	Mercado seguro	5	23%
Mercado seguro	9	33%	Conocido	4	15%	Mercado seguro	2	9%
Larga vida útil	6	22%	Larga vida útil	4	15%	seguro	2	9%
Buen rendimiento	4	15%	Suelo apropiado	4	15%	Puede asociar	2	9%
Apoyo	1	4%	Producción rápida	3	12%	Rentable	1	5%
Buen Precio	1	4%	Rentable	3	12%	Trabajo Fácil	1	5%
Uso Industrial	1	4%	Trabajo Fácil	3	12%	Buen rendimiento	1	5%
			Doble uso	2	8%	Larga vida útil		
			Buen Precio	1	4%	Uso Industrial		
			Sustento familiar	1	4%			
			Uso	1	4%			
N	27		N	26		N	22	

18. RIBEREÑOS NATIVOS

Camu camu			Cocona			Uña de gato		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Suelo apropiado	14	50%	Producción rápida	14	82%	Conocido	5	33%
Rentable	11	39%	Suelo apropiado	5	29%	Rentable	5	33%
Buen rendimiento	5	18%	Buen rendimiento	4	24%	Uso medicinal	4	27%
Larga vida útil	5	18%	Rentable	3	18%	Buen Precio	3	20%
Mercado seguro	4	14%	Uso Industrial	2	12%	Buen rendimiento	3	20%
Producción rápida	4	14%	Puede asociar	1	6%	Suelo apropiado	3	20%
Buen Precio	2	7%	Larga vida útil	1	6%	Larga vida útil	2	13%
Conocido	2	7%				Trabajo fácil	2	13%
Resistente	1	4%				Puede asociar	1	7%
Uso	1	4%				Mercado seguro	1	7%
Uso Industrial	1	4%				No perecible	1	7%
N	28		N	17		N	15	

19. PRODUCTORES DE CARRETERA CAMPO VERDE

Cocona			Camu camu			Aguaje			Uña de gato		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Producción rápida	8	57%	Mercado seguro	5	50%	Larga vida útil	4	50%	Uso medicinal	4	57%
Mercado seguro	3	21%	Buen Precio	2	20%	Buen rendimiento	3	38%	Buen rendimiento	1	14%
Suelo apropiado	3	21%	Rentable	2	20%	Mercado seguro	3	38%	Larga vida útil	1	14%
Uso Industrial	2	14%	Producción rápida	1	10%	Rentable	2	25%	Mercado seguro	1	14%
Rentable	1	7%	Suelo apropiado	1	10%	Suelo apropiado	1	13%	Resistente	1	14%
Uso	1	7%	Uso	1	10%	Trabajo Fácil	1	13%			
			Uso Industrial	1	10%						
N	14		N	10		N	8		N	7	

20. PRODUCTORES DE CARRETERA SAN ALEJANDRO

Cocona			Uña de gato			Copuazú			Barbasco		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Producción rápida	10	33%	Mercado seguro	7	64%	Mercado seguro	4	29%	Uso como		
Rentable	9	30%	Suelo apropiado	4	36%	Rentable	4	29%	insecticida	6	55%
Mercado seguro	8	27%	Uso medicinal	3	27%	Buen rendimiento	3	21%	Mercado seguro	2	18%
Buen rendimiento	6	20%	Larga vida útil	2	18%	Doble uso	2	14%	Trabajo Fácil	2	18%
Uso Industrial	4	13%	Rentable	2	18%	Larga vida útil	2	14%	Buen Precio	1	9%
Buen Precio	3	10%				Producción rápida	2	14%	Buen rendimiento	1	9%
Suelo apropiado	3	10%				Uso Industrial	2	14%	Rentable	1	9%
Conocido	1	3%				Buen Precio	1	7%	Suelo apropiado	1	9%
Poca inversión	1	3%				Suelo apropiado	1	7%			
Trabajo Fácil	1	3%				Trabajo Fácil	1	7%			
N	30		N	11		N	14		N	11	

RAZONES PARA RECHAZAR PRODUCTOS**21. RESULTADOS TOTALES**

Castaña			Barbasco			Aguaje		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Producción lenta	27	55%	Peligroso (Tóxico)	14	39%	Producción lenta	19	59%
Poco conocido	12	24%	Sin suelo apropiado	9	25%	Sin suelo apropiado	8	25%
Sin suelo apropiado	10	20%	Mal rendimiento	2	6%	Tecnología	8	25%
No rentable	7	14%	Poco conocido	2	6%	Desconocida	2	6%
Mal rendimiento	2	4%	Sin mercado	2	6%	Sin mercado	1	3%
Difícil Trabajo	1	2%	Difícil Trabajo	1	3%	No rentable		
Inversión alta	1	2%	No rentable	1	3%			
Inversión alta en jornales	1	2%						
Mal precio	1	2%						
Sin mercado	1	2%						
Sin semilla	1	2%						
N	49		N	36		N	32	

22. RIBEREÑOS MESTIZOS

Barbasco			Aguaje			Uña de gato		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Peligroso (Toxico)	3	20%	Producción lenta	5	56%	Peligroso	2	18%
Mal rendimiento	2	13%	Tecnología Desconocida	3	33%	Producción lenta	2	18%
Sin suelo apropiado	2	13%	No rentable	1	11%	Difícil Trabajo	1	9%
Poco conocido	1	7%	Sin mercado	1	11%	Poco conocido	1	9%
Sin mercado	1	7%				Tecnología desconocida	1	9%
Tecnología desconocida	1	7%				Sin suelo apropiado	1	9%
N	15		N	9		N	11	

23. RIBEREÑOS NATIVOS

Castaña			Barbasco			Aguaje		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Producción lenta	6	55%	Peligroso (Tóxico)	4	50%	Producción lenta	4	80%
Sin suelo apropiado	4	36%	Sin suelo apropiado	3	38%	Sin suelo apropiado	2	40%
No rentable	2	18%				Sin mercado	1	20%
Mal precio	1	9%						
Mal rendimiento	1	9%						
Poco conocido	1	9%						
N	11		N	8		N	5	

24. PRODUCTORES DE CARRETERA CAMPO VERDE

Castaña			Barbasco			Copuazu			Aguaje		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Producción lenta	7	54%	Peligroso (tóxico)	3	50%	Poco conocido	2	40%	Producción lenta	5	100%
Poco conocido	5	38%	Sin suelo apropiado	2	33%	Sin mercado	2	40%			
Sin suelo apropiado	2	15%	Poco conocido	1	17%	Producción lenta	1	20%			
Difícil trabajo	1	8%									
Mal rendimiento	1	8%									
No rentable	1	8%									
Sin mercado	1	8%									
N	13		N	6		N	5		N	5	

25. PRODUCTORES DE CARRETERA SAN ALEJANDRO

Camu camu			Castaña			Aguaje		
Razones	Total	%	Razones	Total	%	Razones	Total	%
Sin suelo apropiado	18	95%	Producción lenta	8	53%	Sin suelo apropiado	6	46%
Producción lenta	1	5%	Poco conocido	5	33%	Producción lenta	5	38%
			No rentable	3	20%	Tecnología desconocida	5	38%
			Sin suelo apropiado	2	13%			
			Inversión alta	1	7%			
N	19		No rentable	15		N	13	

QUÉ LE FALTA A LA PREFERIDA PARA SER MEJOR (IDEOTIPO)**26. RESULTADOS TOTALES**

Cocona			Camu camu			Uña de gato			Palmito		
Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%
Créditos	15	36%	Apoyo fertilizantes	12	29%	Desarrollar mercados	6	35%	Asistencia técnica	10	33%
Apoyo al agro	10	24%	Asistencia técnica	10	24%	Asistencia técnica	4	24%	Créditos	9	30%
Buscar mas mercados	8	19%	Créditos	9	21%	Asistencia técnica	3	18%	Apoyo técnico	8	27%
Asistencia técnica	7	17%	Buscar mas mercados	4	10%	Agroindustria	3	18%	Buscar mas mercados	5	17%
Buscar industrialización	6	14%	Capacitación	2	5%	Créditos	3	18%	Buscar	2	7%
Mayor tecnificación	4	10%	Agroindustria	2	5%	Apoyo técnico	2	12%	industrializar	1	3%
Mejorar rendimientos	1	2%	Mejorar material genético	1	2%	Mejorar costo ventas	1	6%	Mejoramiento semilla	1	3%
Selección plantas	1	2%			Mejorar técnica de manejo	1	6%	Nada	1	3%	
N	42		N	42		N	17		N	30	

27. RIBEREÑOS MESTIZOS

Camu camu			Palmito			Cocona		
Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%
Asistencia técnica	4	29%	Exista apoyo	4	25%	Buscar mas mercados	3	27%
Créditos	3	21%	Asistencia técnica	3	19%	Buscar industrialización	2	18%
Apoyo fertilizantes	2	14%	Buscar industrializar	2	13%	Asistencia técnica	1	9%
Exista apoyo	2	14%	Buscar mas mercados	2	13%	Exista apoyo	1	9%
Buscar mas mercados	1	7%	Créditos	2	13%	Mejorar rendimientos	1	9%
Capacitación	1	7%	Mejoramiento semilla	1	6%	Selección plantas	1	9%
N	14		N	16		N	11	

28. RIBEREÑOS NATIVOS

Camu camu			Cocona			Uña de gato		
Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%
Apoyo	6	33%	Crédito	3	33%	Asistencia técnica	2	40%
Créditos	6	33%	Asistencia técnica	3	33%	Buscar mercados	2	40%
Asistencia técnica	5	28%	Apoyo	2	22%	Apoyo técnico y crédito	1	20%
Buscar mercados	2	11%	Buscar mercados	2	22%			
Capacitación	1	6%						
N	18		N	9		N	5	

29. PRODUCTORES DE CARRETERA CAMPO VERDE

Cocona			Camu camu			Uña de gato			Aguaje		
Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%
Promocionar mercado	3	38%	Créditos	5	71%	Agroindustria	2	50%	Créditos y agroindustria	2	50%
Agroindustria	2	25%	Apoyo técnico	2	29%	Desarrollar mercados	2	50%	Mercados	1	25%
Apoyo Técnico	2	25%	Agroindustria	2	29%	Mejorar tecnología	1	25%	Eliminar intermediarios	1	25%
Créditos	2	25%				1	25%				
Mayor tecnificación	2	25%									
N	8		N	7		N	4		N	4	

30. PRODUCTORES DE CARRETERA SAN ALEJANDRO

Cocona			Uña de gato			Barbasco			Copuazu		
Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%	Ideotipo	Total	%
Créditos	7	50%	Desarrollar mercados	2	50%	Créditos	4	57%	Asistencia técnica y créditos	4	67%
Apoyo técnico	4	29%	Agroindustria	1	25%	Apoyo técnico	2	29%	Desarrollar mercados	2	29%
Agroindustria	2	14%	Asistencia técnica	1	25%	Asistencia técnica	1	14%	Mejorar tecnología	1	17%
Mercado	1	7%	Créditos	1	25%						
Asistencia técnica	1	7%									
Capacitación	1	7%									
N	14		N	4		N	7		N	6	

31. PREFERENCIA POR OTROS PRODUCTOS QUE NO ESTÁN EN EL PORTAFOLIO

Resultados totales			Ribereños mestizos			Ribereños nativos		
Producto	Frece.	%	Producto	Frece.	%	Producto	Frece.	%
Pimienta	35	21%	Papaya	14	27%	Arroz	5	13%
Algodón	22	13%	Pimienta	8	16%	Poma rosa	5	13%
Papaya	15	9%	Algodón	6	12%	Caña de azúcar	4	10%
Plátano	14	8%	Café	5	10%	Piña	4	10%
Piña	12	7%	Caña azúcar	4	8%	Pimienta	3	8%
Caña azúcar	11	7%	Kión	4	8%	Plátano	3	8%
Arroz	8	5%	Piña	4	8%	Boa huasca	2	5%
Café	7	4%	Cítricos	3	6%	Maíz	2	5%
kión	7	4%	Maiz	3	6%	Yuca	2	5%
Cacao	6	4%	Naranja	3	6%	Fanacha	1	3%
Cítricos	6	4%	Plátano	3	6%	Frijol	1	3%
Otros	62	37%	Otros	13	25%	Otros	6	15%
N	168		N	51		N	40	

Carretera Campo Verde			Carretera San Alejandro		
Producto	Frece.	%	Producto	Frece.	%
Pimienta	18	56%	Algodón	16	36%
Caña de azúcar	2	6%	Pimienta	6	13%
Naranja	2	6%	Plátano	6	13%
Piña	2	6%	Cacao	5	11%
Plátano	2	6%	Sangre de grado	5	11%
Achiote	1	3%	Achiote	3	7%
Ajenjibre	1	3%	Kión	3	7%
Arazá	1	3%	Café	2	4%
Arroz	1	3%	Cítricos	2	4%
Caña	1	3%	Coco	2	4%
Carambola	1	3%	Piña	2	4%
Otros	8	25%	Otros	5	11%
N	32		N	45	

32. Razones para preferir

Pimienta	Total
Mercado seguro	10
Rentable	8
Buen Precio	7
Otros	8
Algodón	
Mercado seguro	8
Conocido	3
Suelo apropiado	3
Otros	5
Papaya	
Producción rápida	3
Buen rendimiento	2
Mercado seguro	1
Otros	5
Plátano	
Mercado seguro	4
Sustenta familia	4
Conocido	2
Otros	3
Piña	
Suelo apropiado	3
Mercado seguro	2
Producción rápida	2
Trabajo fácil	2
Otros	3
Caña de azúcar	
Doble uso	3
Se puede asociar	1
No tiene	1
Otros	5

