

7 may 2023 - 9:00 p. m.

Los ingredientes amazónicos con los que agricultores y científicos le hacen frente a la deforestación

Desde hace varios años, agricultores de la Amazonia han trabajado con científicos para cultivar y comercializar ingredientes de la región como una estrategia para contener la deforestación. Hoy hay más de 100 negocios en pie e incluso se han realizado exportaciones a Brasil.



María Paula Lizarazo

Periodista de Amazonia y Ambiente



Productos como el copoazú se utilizan para producir cremas y jabones líquidos. / Julián Pulido - Instituto Sinchi



Escucha este artículo

0:00 / 9:43 1X

En 2017, Esperanza Quitian creó Kattalei, una marca de cosméticos a base de ingredientes naturales que se dan en la Amazonia, como el aceite que se extrae de la semilla de **sacha inchi** o el resonado **copoazú**, que se usa para elaborar productos como champús, cremas y jabones líquidos, entre otros. Este es uno de los más de 100 negocios que en los últimos años el Instituto Sinchi viene apoyando a través de procesos de investigación en los que se estudian las especies amazónicas y se detalla su potencial para diferentes fines.

Esta iniciativa del Sinchi empezó en 1998, cuando comenzaron un proceso de caracterización de especies de la región. “Nadie las aprovechaba, nadie las conocía y fue un grupo de cinco especies con las cuales nosotros empezamos”, cuenta María Soledad Hernández, Ph. D. en Ciencias Agrarias, coordinadora del Programa de Investigación, Sostenibilidad e Intervención del Sinchi, y profesora de la Universidad Nacional. La idea, agrega, era principalmente transformar esas especies “en ingredientes que entonces no se llamaban ingredientes, sino derivados que podían funcionar muy bien para su aprovechamiento” en el sector alimentario.

Al principio, no tenían un espacio propio para estudiarlos, por lo que realizaron colaboraciones con la **Universidad Nacional** y la Universidad de la Amazonia hasta que, más de cinco años después, el Sinchi empezó a construir sus laboratorios, que hoy en día tienen sede en Bogotá, Leticia y Florencia; ahora, además, están montando uno en Inírida (Guainía). Desde las primeras cinco plantas que empezaron a estudiar, ya van más de 60 que han sido caracterizadas; de hecho, en 2018 publicaron un libro sobre estos ingredientes naturales.

(También puede leer: “Lo que pasa con algunos pueblos indígenas es tan trágico como lo que sucedió en la Conquista”)

Según el Herbario Amazónico Colombiano, hay por lo menos 2.286 especies

“útiles” identificadas en esta región que se podrían destinar a industrias como la de alimentos, la farmacéutica, la textil y la **cosmética**, entre otras.

En las últimas dos décadas, el Sinchi ha apoyado el fortalecimiento de 130 emprendimientos, organizaciones comunitarias y negocios en Amazonas, Caquetá, Putumayo, Guaviare, Vaupés, Guainía, Vichada y el sur del Cauca. Hernández resalta que con estos procesos han podido aportar, de alguna manera, a la contención de la **deforestación**.

“Empezamos a hacer transformación, aprovechamiento y procesamiento de los ingredientes. El valor agregado que se puede dar en la región es fundamental. Por un lado, porque da de vuelta a las comunidades que están usando los activos de la biodiversidad, pero también genera la posibilidad de arraigo, de establecerse, de mantener y generar oportunidades para las nuevas generaciones”, dice.

La profesora agrega que lo que buscan es desarrollar cadenas de valor, algo “completamente diferente a lo que sería una cadena productiva”, como las del café o **la caña en Colombia**, indica. El concepto de “cadenas de valor”, por su parte, alude al reconocimiento de todo el proceso que existe antes de que un cosmético o una mermelada hechos con ingredientes amazónicos lleguen al mercado. (**Le puede interesar: El aumento de la minería ilegal amenaza a un pueblo del Amazonas en aislamiento**)

A lo que se refiere es a que en una cadena de valor, los involucrados conocen detalladamente cada paso, desde la investigación de los ingredientes hasta su siembra, procesamiento y visibilidad. Por ejemplo, Puramazonia, una organización de Caquetá que produce y distribuye helados, bebidas y galletas realizados con **asaí**, copoazú y camu camu, resalta que no funcionan como intermediarios sino como una alianza con las comunidades indígenas. “Nosotros tenemos en cuenta a las comunidades porque ellos son parte de nuestra organización, porque no es solo comprarles materia prima: generamos espacios de aprendizaje y colaboración”.

El caso de Kattalei es particular. Quitian cuenta que primero utilizó productos no amazónicos y poco a poco fueron volcándose a los ingredientes del Amazonas. Uno de los primeros que utilizaron fue el aceite de la semilla de sacha inchi que, de hecho, según la ONU, es un aceite que también tiene el potencial nutricional de remplazar al aceite de oliva en el mercado.

Hacia 2018, recuerda Quitian, “me encontré con el copoazú a través del Instituto Sinchi. Ellos inmediatamente me mandaron muestras de la manteca que venían realizando”. Empezó a recibir visitas técnicas por parte del Instituto para evaluar sus productos.

“En su momento era un emprendimiento que yo tenía al lado de la cocina, era algo muy casero, muy artesanal. Tuvimos muchos procesos de capacitación y pudimos empezar a ser más visibles a través del Instituto y otras entidades”, agrega Quitian. Lograron la certificación del **Invima** y la construcción de una planta. “Yo no soy ingeniera química ni nada, pero con el Instituto se abrió una puerta. Pude entender los pros y los contras de trabajar con las especies amazónicas, y conocer la biodiversidad”.

Hernández cuenta que a lo largo de estas décadas, “simultáneamente estaban sucediendo cosas en el resto de la Amazonia”. Uno de los procesos que primero recuerda es el de **Natura Cosméticos**, que desde el año 2000 adelanta proyectos de conservación junto a comunidades de la Amazonia de Colombia y Brasil para incluir varios ingredientes en sus productos, como el castaño y el copoazú. Además, lideran iniciativas como Natura Innovation Center en la Amazonia (NINA), creado en 2012 y con sede en Pará (Brasil), para el procesamiento de 39 bioingredientes como **aceites y mantequillas**, así como el proyecto Amazonia Viva, establecido en 2021 en Colombia. **(Puede leer: Los indígenas del Amazonas quieren proteger la salud de los pueblos en aislamiento)**

Por la misma línea del Sinchi, hay organizaciones que trabajan el procesamiento de ingredientes amazónicos, como la miel de abejas meliponas.

Y aunque la biodiversidad del Amazonas es una de las motivaciones para impulsar estas denominadas “bioeconomías”, Alejandro Gutiérrez, gerente de sustentabilidad en Clúster Andino de Natura, advierte que las comunidades agrícolas no comercializan el 70 % de los “bioactivos”. “Una de las razones principales es que no hay aliados ni apoyos para visibilizar estos productos”, explicó.

Teniendo en cuenta esta necesidad de consolidar alianzas que fortalezcan las cadenas de valor, Gutiérrez añade que, de la mano de Agrosolidaria, “estamos trabajando para generar una red de apoyo y el fortalecimiento de la cadena de producción que beneficie a todos los **agricultores** involucrados”.

En la reciente Sembratón conectándonos por la Amazonia, liderada por Amazonia Viva —iniciativa de Natura— y en la que, entre otras, participó el Instituto Sinchi, se presentó la marca Utai, de Agrosolidaria Florencia, que busca “desarrollar estrategias y oportunidades para restaurar nuestros sistemas amazónicos a través de la siembra de lo que hemos denominado bosques alimenticios”, explica Ricardo Calderón, director de Agrosolidaria Florencia. Desde 2019, Agrosolidaria ha venido adquiriendo alrededor de 140 hectáreas para sembrar sistemas agroforestales en algunas zonas que han sido deforestadas.

De acuerdo con él, estos bosques alimenticios se vuelven una suerte de despensas “que las comunidades pueden aprovechar, por ejemplo, el copoazú, el castaño, el asaí, el arazá, el sachá inchi; se convierten en materias primas que se pueden comercializar y generar ingresos”.

Solo en el caso del copoazú, ya hay 350 familias vinculadas con Utai. Calderón explica que “los productores que deciden sembrar **copoazú**, lo hacen con un acuerdo de cero deforestación y esto nos ha permitido monitorear la conservación en pie de aproximadamente 3.100 hectáreas de bosque. Nosotros les decimos a los productores que no hay excusa, que ya hay quién les compre, pues tenemos alianzas comerciales sólidas”

Mientras que algunos de los productos de los negocios amazónicos ya se venden por fuera de la región o a través de e-commerce, gracias a una alianza firmada en 2019 entre este Instituto y Natura, en enero de este año Agrosolidaria logró exportar manteca de copoazú a Brasil, un proceso en el que también participó la Asociación de Copoazú de Belén de los Andaquíes (ACBA), en Caquetá. Ferney Vaquero, representante legal de ACBA, explicó que desde hace años varios cultivadores buscaron aliarse para garantizar la comercialización. Según el Sinchi, esto fue “un hito” para la cadena de valor de que demostró el potencial de “expansión” que tiene la Amazonia colombiana.

**Este artículo es publicado gracias a una alianza entre El Espectador e InfoAmazonia, con el apoyo de Amazon Conservation Team.*



La existencia del periodismo de El Espectador **es muy importante para Colombia**. Trabajamos cada día para estar a la altura de **esa responsabilidad**.

Suscríbete



Por **María Paula Lizarazo**

[@mariap_lizarazo](#) mlizarazo@elespectador.com

Síguenos en Google Noticias 

Temas recomendados:

Amazonia

Copoazú

Productos amazónicos

Sacha inchi

Deforestación

Conservación >

[Ir a los comentarios](#)