



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Agencia Suiza para el Desarrollo  
y la Cooperación COSUDE

# Poniendo en valor las papas nativas en el Perú

**Miguel Ordinola**

**I Congreso Internacional de Investigación y Desarrollo de  
Papas Nativas  
Quito – Ecuador, Marzo, 2010**



# Cifras sobre papa en el Perú



# Cifras sobre papa en el Perú

**Consumo per cápita:** 67.6 kg/año

**Participación en el PBI Agrícola:** 11.28%

**Importancia del procesamiento:** 4%

**Exportaciones:** 1% (del total)

**Mermas:** 15%

**Lima (mercado de destino)** 524,515 tm

**Empaques utilizados (cosecha):** 33 millones

**Valor bruto de la producción (cosecha):** 347 millones de US\$

# Papa: Más allá de un cultivo básico



# Las papas nativas: una oportunidad

**Región altoandina (3,300 – 4,300 m.s.n.m.).**

**Predominan los pequeños agricultores y la papa como cultivo principal.**



- o **Baja productividad / tecnología de producción ancestral.**
- o **0.5 a 1 hectárea de papa.**
- o **Cebada, avena, frejoles.**
- o **Animales, principalmente ovejas, llamas y algunas vacas.**



- o **Importante cultivo alimenticio y fuente de ingresos.**
- o **Acceso limitado a mercados urbanos.**
- o **Gran biodiversidad de papas (3000 variedades).**



# Estimulando las innovaciones a lo largo de las cadenas de mercado

## Producción (Oferta)

Biodiversidad rica en sabores y colores



Centros de investigación: efecto gatillo, ideas creativas

## Interacción con los diferentes actores



Proceso de Innovación

## Mercados dinámicos

Nuevos productos con valor agregado



Desarrollo

Capacidad para innovar

## Innovaciones Institucionales

### Innovaciones Tecnológicas

### Innovaciones Comerciales



# Enfoque Participativo de Cadenas Productivas (EPCP)

## Un proceso sistemático de I&D que:

- Construye confianza entre los actores de la cadena de mercado y con las organizaciones de I&D
- Estimula las innovaciones por demanda de mercado de distintos tipos

## Objetivo por Fase

### Fase 1

Diagnóstico: Cadena de mercado específica. Comprender las actividades, intereses, ideas y problemas de los actores de la cadena de mercado.

#### Evento público 1

### Fase 2

Análisis participativo de nuevas oportunidades de mercado: Trabajo en grupos temáticos.

#### Evento público 2

### Fase 3

Desarrollo de innovaciones por demanda de mercado:

- o Nuevos productos
- o Nuevas tecnologías
- o Nuevas instituciones

#### Evento público final

## Participantes

Interés

Confianza

Colaboración

## Orgs I&D

Liderazgo

Facilitación

Apoyo

1 año aprox.

Consolidación de innovaciones creadas

# Gama amplia de actores



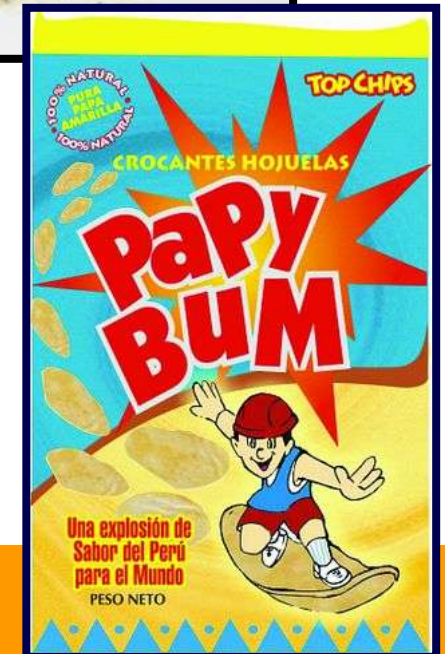
# Innovaciones comerciales

## Producto en fresco

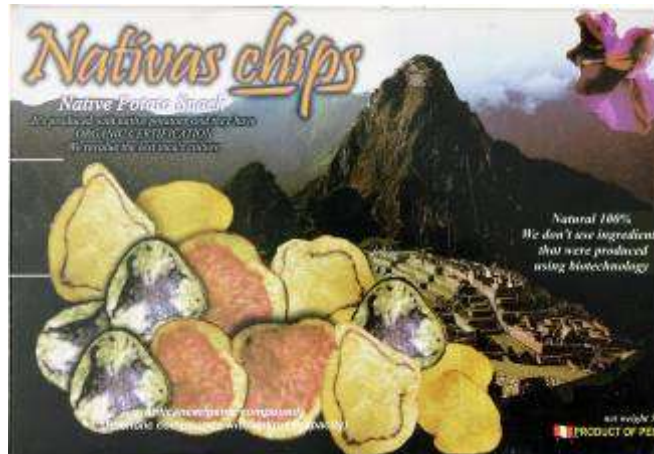
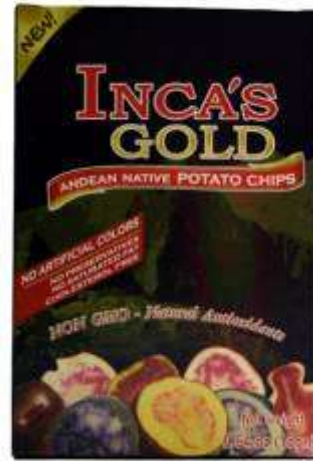


# Innovaciones comerciales

## Productos procesados



# Efecto multiplicador: Hojuelas de color



# Efecto multiplicador: Hojuelas de color

Líderes del sector, Grupo Gloria y Pepsico-FritoLays lanzan nuevo producto en mayo 2008



# Efecto multiplicador: Hojuelas de papas amarillas



# Efecto multiplicador: Otros productos en base a papa



# Innovaciones Institucionales

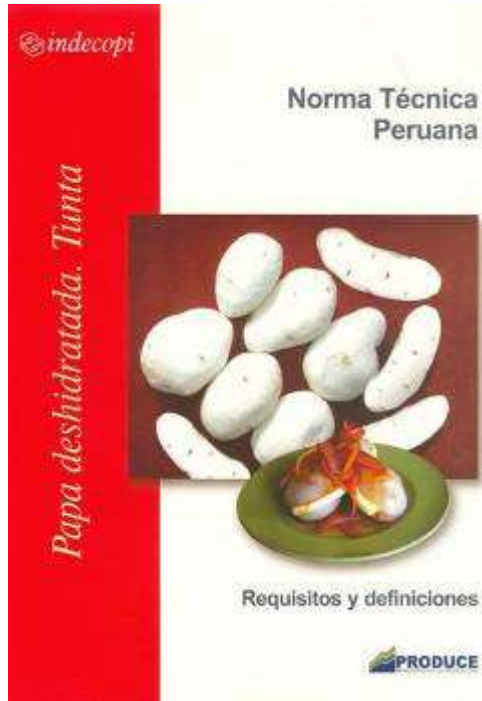


**Alianza  
Institucional de la  
Tunta, Puno**



CARE PERU   CIAT   CIP INCOPA   CRS   CTB   IICA   ITDG  
LUTHERAN WORLD RELIEF   MINAG   PDRS-GTZ   PRODUCE   SNV

# Innovaciones institucionales: Normatividad



## Norma Técnica Peruana de la Tunta



## Registro Nacional de Variedades

## Día Nacional de la Papa



## Ley 29088: “Salud laboral, formación sindical y reconversión profesional para estibadores de mercados”

# Innovaciones tecnológicas



**Estudios para evaluar formas y dosis de aplicación de aceite de muña para inhibir el brotamiento de papa**

**Pruebas comerciales de puré en base a papa amarilla (variedad Huagalina)**



**Buenas Prácticas de Procesamiento de Tunta**

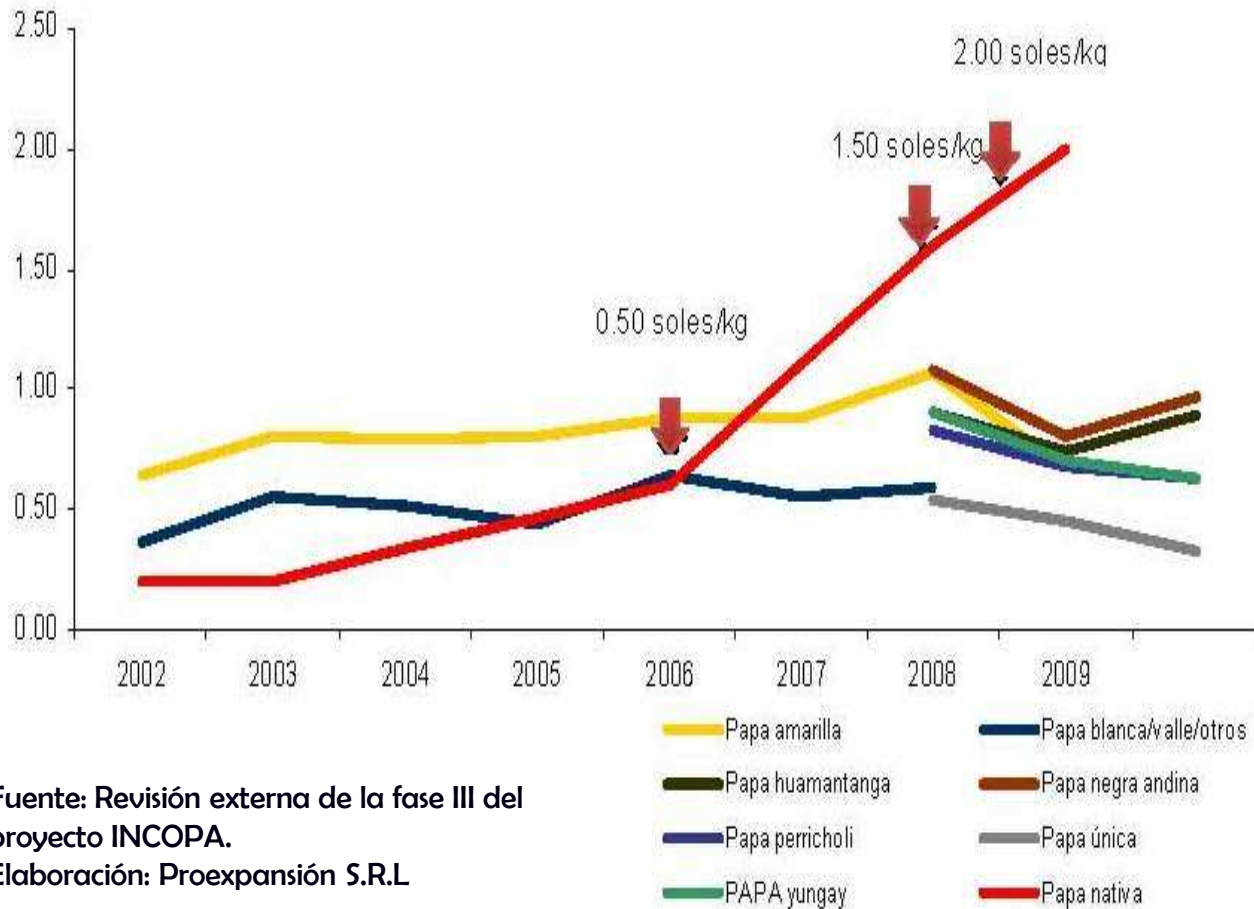


**Aeroponía: mecanismo de producción de semilla de calidad**



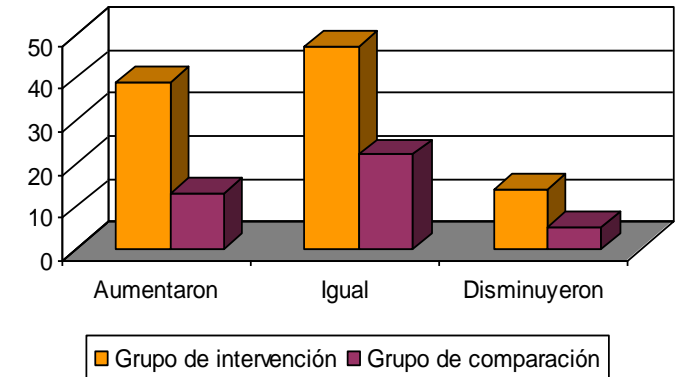
# Innovación Comercial

Variación del precio de las diferentes variedades de papa (Soles/kg)

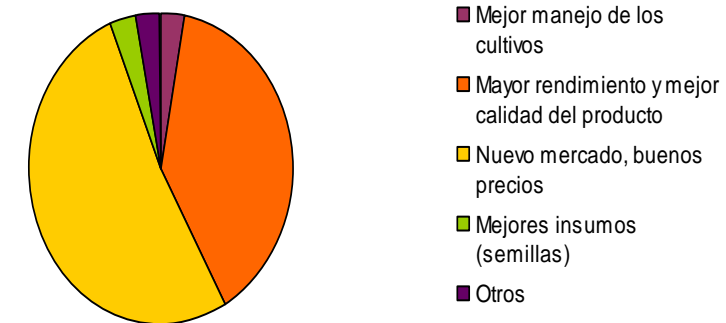


Fuente: Revisión externa de la fase III del proyecto INCOPA.  
Elaboración: Proexpansión S.R.L

Percepción sobre variaciones en los ingresos por venta de papas

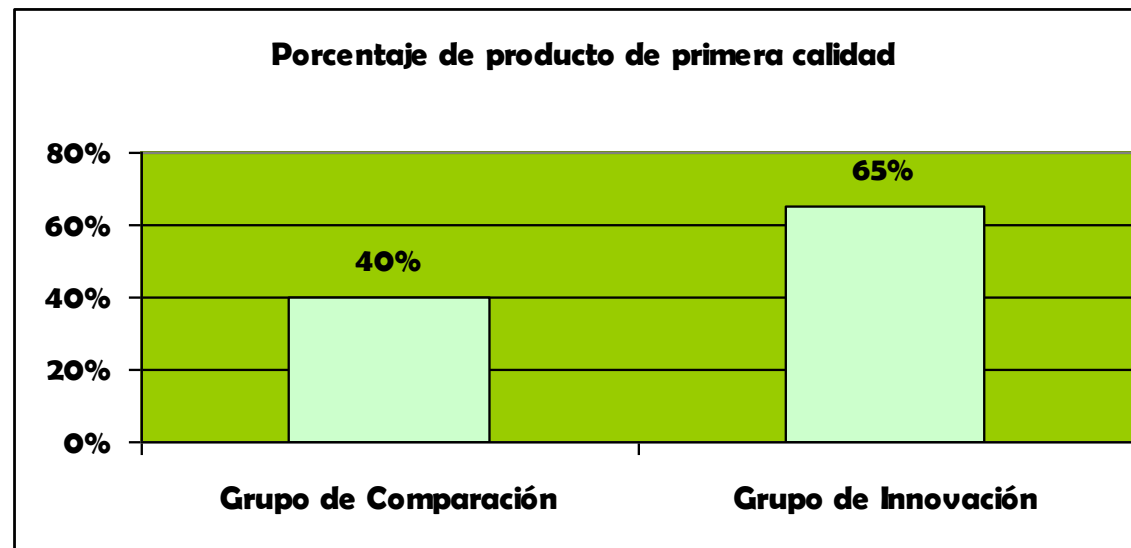
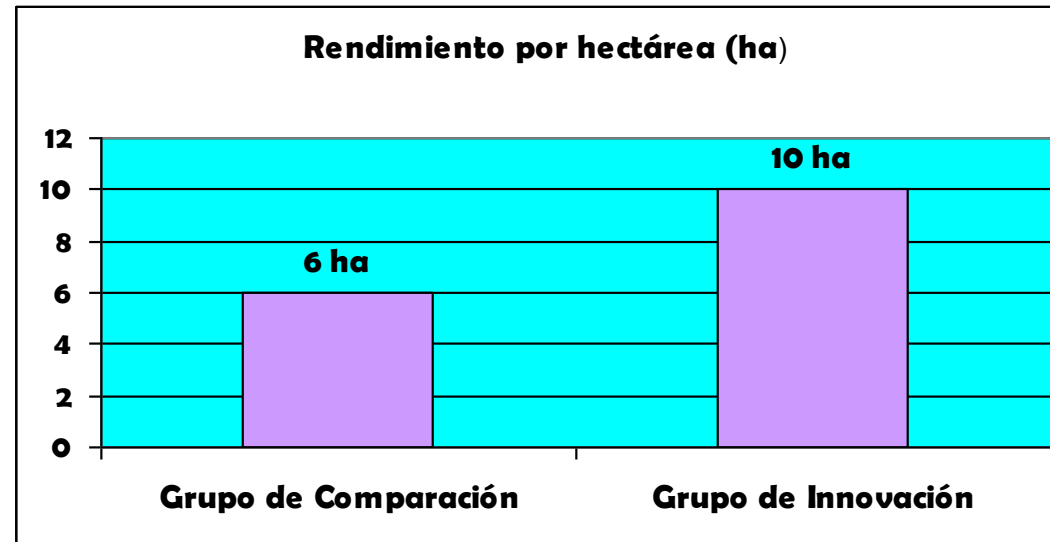


Razones por las que aumentaron los ingresos en el grupo de intervención



Fuente: Estudio de caso: Evaluación de impacto de la intervención del Proyecto INCOPA/ADERS en Huánuco  
Elaboración: Brenda Bucheli, consultora.

# Innovación Tecnológica



Fuente: Estudio de caso: Evaluación de impacto de la intervención del Proyecto INCOPA/ADERS en Huánuco  
Elaboración: Brenda Bucheli, consultora.

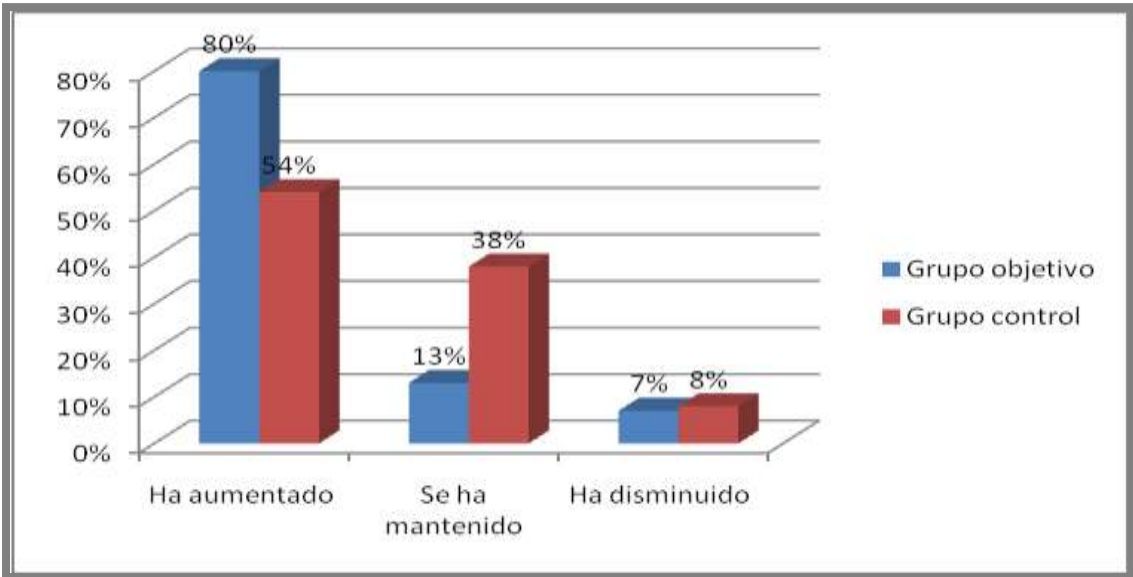
# Innovación Institucional

Número de autoservicios con productos en base a  
papas nativas



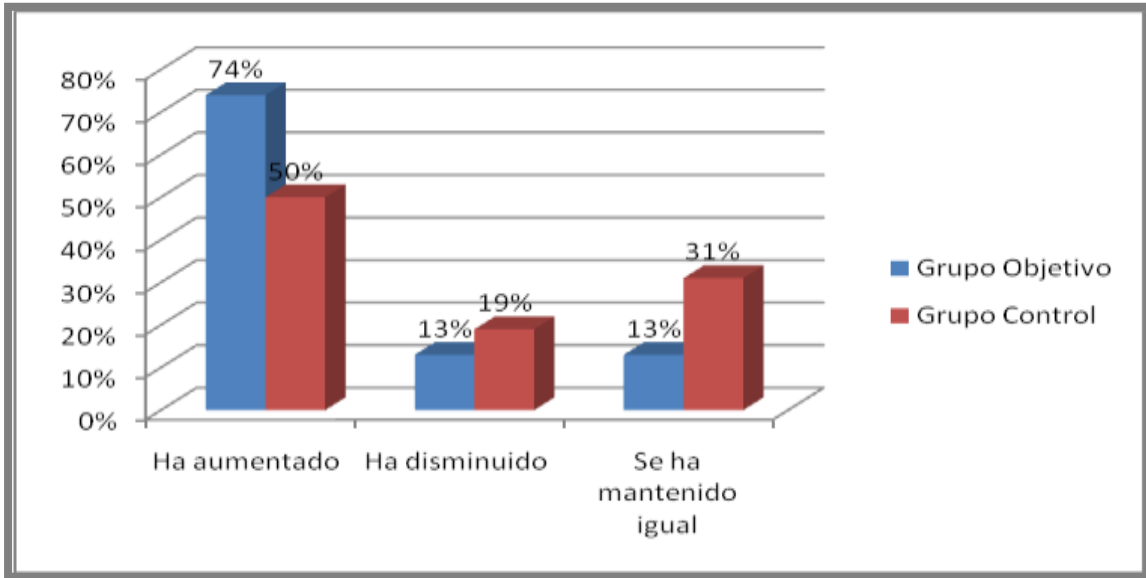
Aumento del tamaño del mercado

# Cambios en áreas y número de variedades de papas nativas



**Áreas**

**Número de variedades**



# Conocimiento y Tecnología (investigación)

## Tradicional



## CIP-INCOPA



# Creación de conciencia y visibilidad

Se ha facilitado que se haya logrado poner la papa en la agenda del país y del sector agricultura.

Esto se produce gracias a la concurrencia de factores:

- Enfoque Participativo en Cadenas Productivas-EPCP y sus innovaciones;
- Desarrollo de otros sectores como la gastronomía y el supermercadismo
- Apoyo de los medios de comunicación que se profundiza en el Año Internacional de la Papa y que luego se convirtieron en aliados estratégicos del proyecto
- La pertinencia de las intervenciones de INCOPA-CIP y sus socios.



# Fortalecimiento de capital social

Se ha creado una red entre todos los actores involucrados en la cadena y alrededor de las plataformas que se ha convertido en uno de los activos más importantes que se debe capitalizar y consolidar.

Esta red que se ha logrado articular alrededor de la cadena productiva de la papa se ha fortalecido y los resultados alcanzados son el producto de la colaboración entre los diferentes actores de los distintos eslabones de la cadena y de la forma en que han sabido aprovechar las oportunidades.

La base para este desarrollo ha sido el EPCP, que se constituyó en una herramienta importante para la toma de decisiones y se convirtió en un modo de integral de pensar los desafíos de la cadena (mercado, investigación y tecnología, canales de comercialización y logística de aprovisionamiento, desarrollo productivo, entre otros).

# Alivio económico de los productores

Antes no se comercializaba la papa nativa y si se llegaba a hacerlo, se les pagaba S/.0.50kg. Hoy en día el menor precio que reciben es S/.1.30kg en el mercado local y S/.2.00kg en Lima (procesadores con contratos).

De acuerdo con la ENAHO 2008, para el 38% de los hogares rurales, la papa representa más del 30% de la producción agrícola de sus respectivas unidades productivas.

Se ha identificado una relación inversa entre el aumento de los precios de la papa y la reducción de la pobreza en las zonas donde dicho cultivo presenta una participación importante.

Las cifras macroeconómicas del país evidencian una reducción en la incidencia de la pobreza total y la pobreza extrema en las zonas de mayor influencia de la papa.

Como resultado del "efecto" generado de poner en agenda nacional a la papa, se ha incrementado el consumo de papa de 67 a 80kg per cápita y ese incremento ha significado la transferencia de US\$ 300 millones a los campesinos más pobres del país.



**Gracias**

[www.papandina.org](http://www.papandina.org)

[cip-incopa@cgiar.org](mailto:cip-incopa@cgiar.org)