



# CONTRIBUCION DEL EPCP AL MERCADEO DE LAS PAPAS NATIVAS EN LOS ANDES

Gastón López, Rolando Oros, Félix Rodríguez,  
José López, Kurt Manrique

Quito, Marzo del 2010

**I CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION Y DESARROLLO  
DE PAPAS NATIVAS**

# INTRODUCCION

El primer estudio de mercado sobre las papas nativas (Perú, 2001) revelo la necesidad de:

- **Modernizar el mercadeo de las papas nativas (mejor presentación, puntos de venta).**
- **Difundir sus atributos culinarios (promoción, publicidad)**
- **Vender las papas nativas debido a la Actitud favorable por parte de los consumidores (intención de compra)**

Esta fue en mayor o menor medida una constante en Bolivia, Ecuador y Perú.





# INTRODUCCION

Los resultados del estudio nos aseguro que se debería apostar por las papas nativas para contribuir a la lucha contra la pobreza de las comunidades altoandinas.

El contexto era favorable

- **Valoración por lo natural**
- **Boom gastronomico**
- **Resurgimiento de supermercados**
- **Importancia de la biodiversidad y multiculturalidad**
- **Importancia de la responsabilidad social**
- **Exigencias de los consumidores**

# DEL RAAKS AL EPCP

Se busco una metodología participativa, generadora de confianza y colaborativa, tomando el método “Sistemas Rápidos de Aprendizaje para la Agricultura” (RAAKS).

Se le dio un enfoque de cadena a la aplicación de esta metodología, llamándola RAAKS – Cadena.

Se incluyo básicamente elementos de mercadeo.



La experiencia de aplicación dio como resultado:

- Generación de un emprendimiento colectivo articulando a diferentes actores de la cadena,
- Llegar a “cosas” concretas motivando a los participantes
- Formación de una comunidad de aprendizaje y apoyo mutuo e incidencia política (plataformas)



# EPCP

Es una metodología que trabaja con una visión de cadena y con un enfoque de demanda, involucrando a los diferentes actores para generar interés, confianza y colaboración.

Permite la generación de innovaciones comerciales, tecnológicas e institucionales

## Objetivos

### Primera Fase

Reconocer a los actores de la de la cadena con sus ideas etc.

✧ Evento final Fase 1

### Segunda Fase

Analizar oportunidades de negocio de manera conjunta

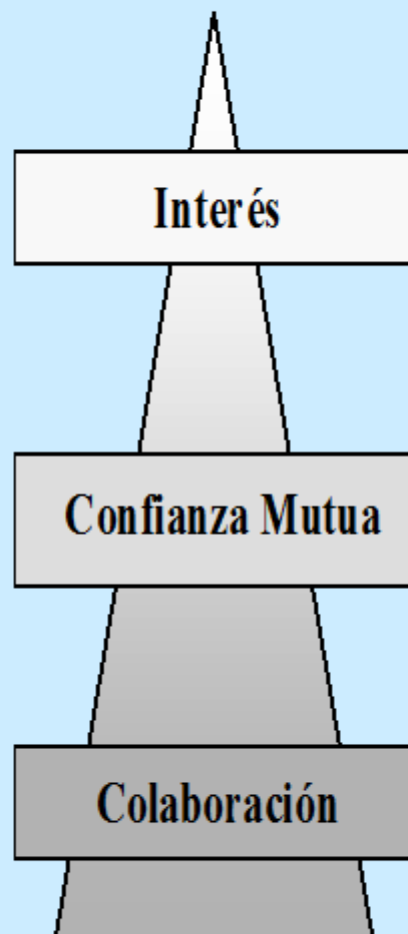
✧ Evento final Fase 2

### Tercera Fase

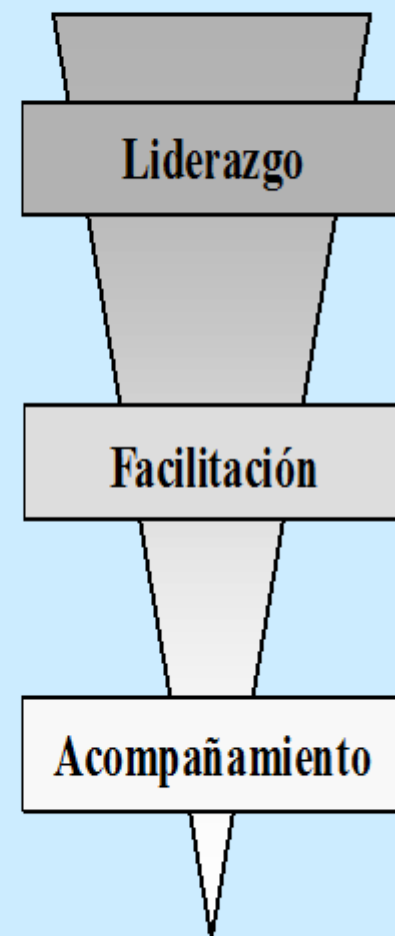
Implementar oportunidades de negocio de manera conjunta

✧ Evento final Fase 3

## Participantes



## Líder



# Peru

Se inicio con Mi Papa, Papy Bum y Tikapapa. Ahora se tiene una variedad de marcas de papas nativas limpias y seleccionadas y de chips de papas nativas.



# Bolivia

Se inicio con Q'Rica Papa y Lucana y ahora se tiene otras marcas de papas nativas limpias y seleccionadas sobre todo en La Paz.



# Ecuador

Se esta iniciando con “Papa Nativa” en Riobamba con proyecciones interesantes.





# Ecuador



# Ecuador



# Ecuador

Riobamba, lunes 10 de agosto de 2009

Sucesos

## Crean campañas para el rescate de productos nativos



Fundación Marco e INEC entregaron volantes y productos al público.

**CAMPAÑA.** Fundación Marco conjuntamente con el INIAP realizó una campaña para el rescate de las papas nativas e incentivar su consumo.

Estas instituciones se encuentran en el proceso de difusión y consumo de las papas nativas.

Notalia Peñabazerra, coordinadora de la Fundación

Marco, indicó " las papas nativas además de ser 100% naturales cuentan con un sin número de nutrientes y antioxidantes, a diferencia de las papas comerciales, éstas no engordan, lo que hacen es alimentar correctamente, es un adicional para tu cuerpo".

Con la producción de papas nativas se ayuda a dar una mejor calidad de vida a los pequeños productores y distribuir este alimento en toda la provincia.

La principal iniciativa es terminar con el desconocimiento casi total de las papas nativas en las ciudades, y se identificó este problema como oportunidad de negocio para introducir el producto, en lugares como hoteles y restaurantes de alta segmentación.

Las papas nativas son autóctonas de la Región Andina, y son el resultado de un proceso de domesticación y selección. Inicialmente hace muchos años atrás, La importancia de

este tubérculo, es que produce una dieta de satisfacción al consumidor.

Gracias a la sabiduría de muchas comunidades indígenas que han sabido conservar la, podemos rescatar varias variedades de este producto que es necesario en la dieta y además es muy importante para el consumo de nuestras familias, indicó Peñabazerra.



Un rico platillo, denominado Yaburmtashpa, fue elaborado para el deleite de todo paladar. Aquí posan para la lente de Diario la Prensa Nidia Nuñez, junto a su tío Carlos Falcoed, Director Ejecutivo de la Fundación Marco y el grupo de Chefs que preparó el potaje que fue el deleite de los riobumbesños. Esta actividad tuvo como fin el rescate de las papas nativas y exponer sus bondades.

# Conclusiones

En los tres países se está dando:

- Visibilidad a las papas nativas en los mercados urbanos más amplios y de alta segmentación (autoconsumo, mercados étnicos urbanos).
- Se ha revalorizado el producto
- Los gobiernos locales, regionales y nacionales han puesto interés en las papas nativas
- Se ha logrado articular la investigación y el desarrollo
- Se han conformado emprendimientos colectivos alrededor de las papas nativas donde intervienen diferentes actores

# Proyecciones

Ahora no solo se aplica en el sector papero y en la sierra, sino también en otros contextos, pero ha contribuido de manera significativa al mercadeo de las papas nativas en los andes: Perú, Bolivia y Ecuador.

