



# El Mercado de Semilla de Papa –El caso CONPAPA–

**ECUADOR-INIAP-PNRT-Papa**

**Fabián Montesdeoca M.**

**Ivan Reinoso, Jorge Andrade,  
Gabriela Narvaez, Luis  
Montesdeoca, Edwin Pallo**

# Contexto ...

- Sector formal con reglas de juego claras existentes, únicos reconocidos por el Estado, **sólo cubre un 3%**.
- **Sector artesanal no era visible.**
- Producto potenciales: **I-Fripapa**, Nuevos clones, Variedades nativas con potencial de mercado: **Yema de Huevo y Tushpa**, etc.
- **¿Porqué? a este negocio no pueden ingresar medianos y pequeños productores.**
- Respuesta: crear las condiciones necesarias para que ese negocio sea manejado por los propios pequeños y medianos agricultores del CONPAPA, bajo ciertas condiciones y ciertas reglas que a continuación se describen.



# ...Contexto



**CONPAPA**

Ubicación

Bolívar

Chimborazo

Tungurahua

¿Cuántos son?

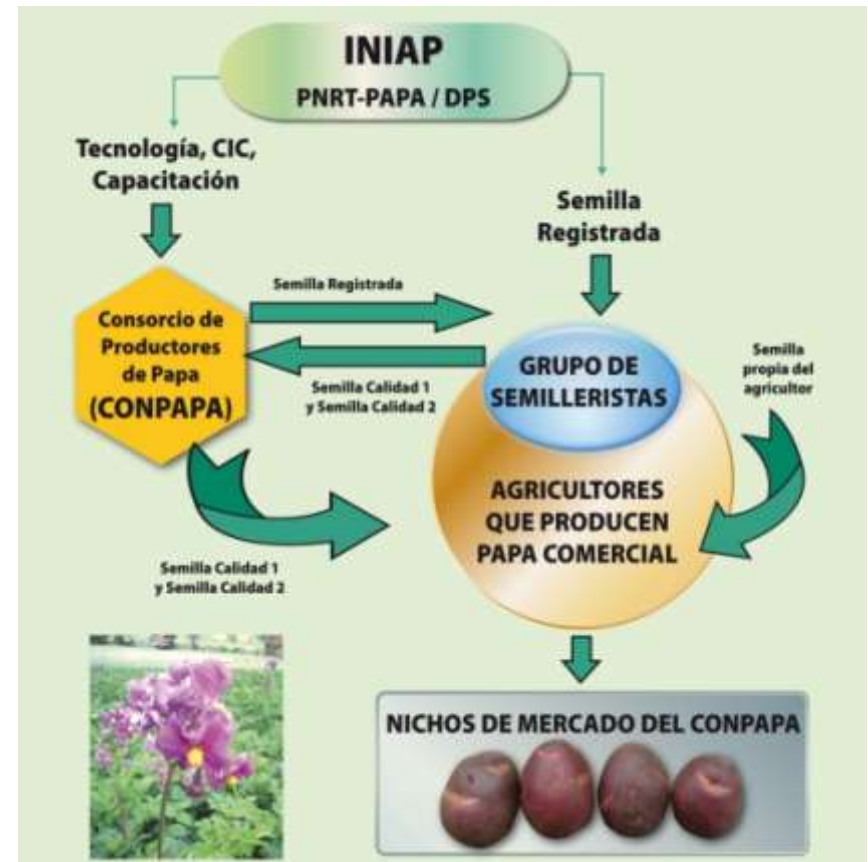
**42 Organizaciones**

**583 familias socias**

# ...Contexto



CONPAPA: más de 583 familias  
Superficie: 175-200 ha de cultivo  
Volumen utilizados de semilla: de 7000 qq (318 t)



Red Semillerista: 25 a 32 familias  
Superficie: 10 - 12 ha  
Volumen de semilla: de 3000 qq  
(136 t)

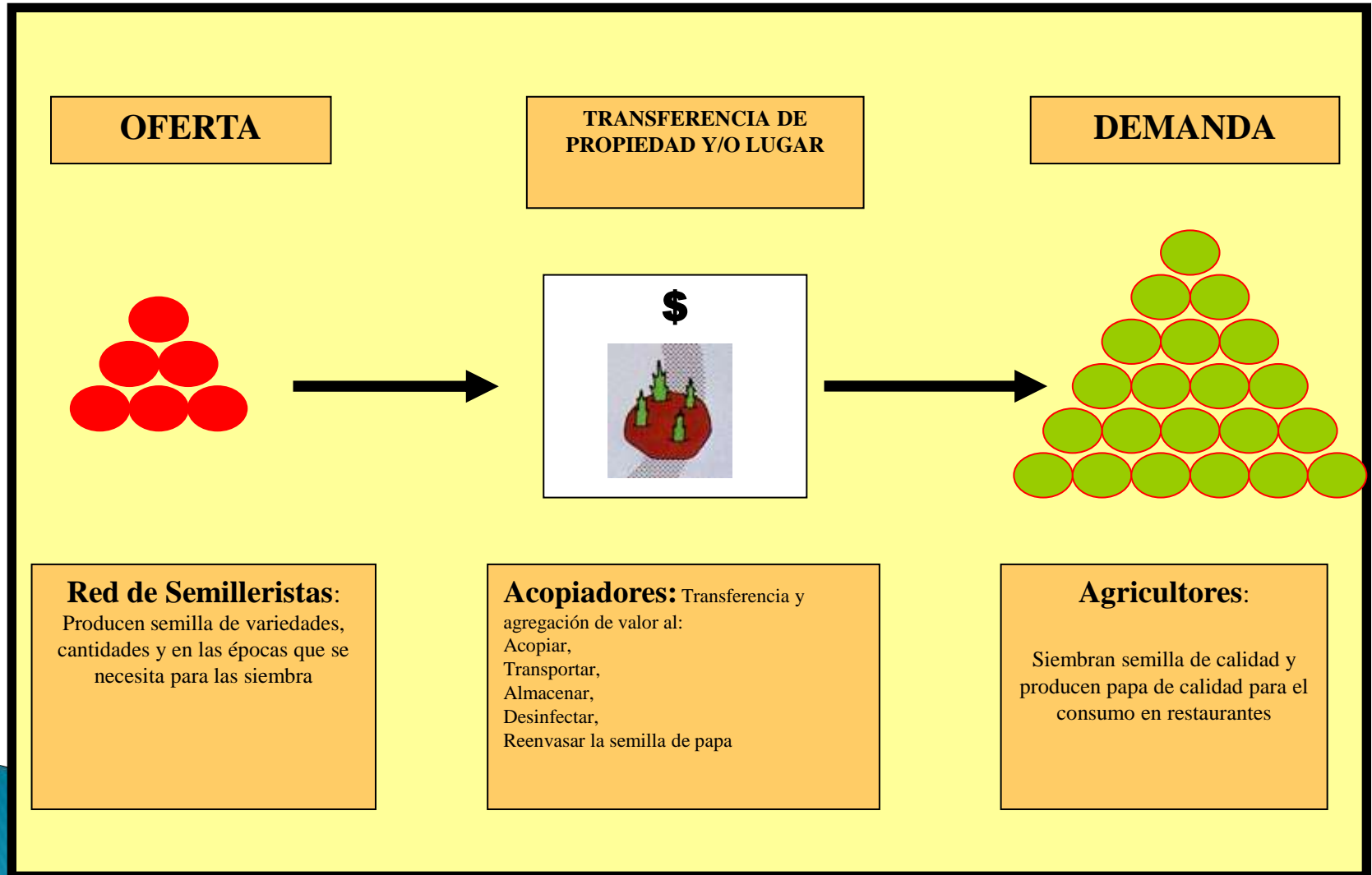
**Yema de Huevo: 5%**

# Introducción: el negocio de la semilla debe...



- ▶ Ser tratado como un negocio rentable:
  - costos de producción, y
  - márgenes de comercialización,
  - datos sobre los beneficios de utilizar semilla de calidad,
  - compromisos sobre oferta y demanda segura.

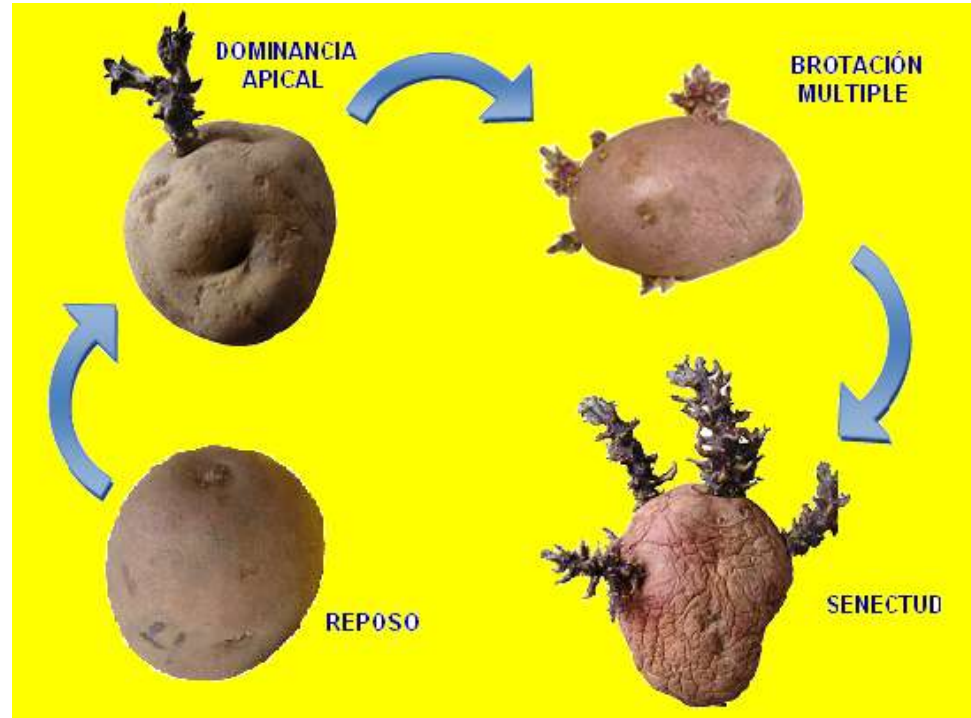
# Actores: consumidores de semilla, red de semilleristas, comerciantes de semilla (¿CONPAPA?)



# Utilidad del proceso de comercialización

- ▶ Utilidad de forma
- ▶ Utilidad de tiempo
- ▶ Utilidad de lugar
- ▶ Utilidad de posesión

“El tubérculo semilla tiene un valor agregado...por tanto no puede tratarse, comercialmente, como papa común”



# Plan de Mercadeo: El Producto



- ▶ Una semilla de papa de calidad debe tener los siguientes atributos:
  - Pureza varietal.
  - Bajos niveles de plagas.
  - Estar en buenas condiciones fisiológicas “brotación múltiple”.
  - Tener un tamaño y peso apropiado (40 g o más).
  - Estar disponible a un precio razonable, y
  - Estar disponible en el momento de su mayor demanda.

# Plan de Mercadeo: ...El Producto...El CIC

El CIC: actividades sistémicas que permiten obtener un tubérculo semilla de calidad que satisfaga las expectativas del comprador de semilla.

**Se aplica en tres etapas:** selección del lote, manejo y estado del cultivo en la floración, almacenamiento en bodega.

La calificación de los tubérculos se efectúa a través de factores indexados

## Factores Indexados:

Para realizar la calificación de los tubérculos se trabaja con la fórmula de factores indexados en donde el índice es la relación entre la incidencia y la severidad tal como se aprecia en la siguiente fórmula. La escala de severidad utilizada para calcular los índices es la siguiente: (0) sana, (1) muy ligera, (2) ligera, (3) moderada, (4) severa.

$$\text{Índice} = \frac{0 \times n + 1 \times n + 2 \times n + 3 \times n + 4 \times n}{4 \times n \text{ total de tubérculos muestra}} \times 100$$

# Calificación de tubérculos por el método de Factores Indexados



# Plaza: Constituyen los segmentos de mercado en los que se quiere vender la semilla de papa.

## Demanda potencial y efectiva

- ▶ La plaza potencial lo constituyen todos los agricultores de papa que necesitan este insumo para sembrarlo (**42 029 hectáreas = 80000 toneladas**).
- ▶ Sin embargo, los agricultores **no renuevan** su semilla cada año,
- ▶ Hay reportes que **la tasa de renovación es una vez cada cuatro ciclos de cultivo** (1 / 4) Fankhauser C. y Racines M.
- ▶ **Demanda del CONPAPA es cautiva**

## Demanda organizacional

- ▶ **Organizaciones activas de papicultores** (Consortios, Comunas, Asociaciones, Centros Agrícolas, etc),
- ▶ Organizaciones Gubernamentales (**OG**), con “beneficiarios” productores de papa,
- ▶ Organizaciones No Gubernamentales (**ONG**) con “beneficiarios” productores de papa.
- ▶ **... permite realizar agricultura por contratos futuros.**

# Promoción

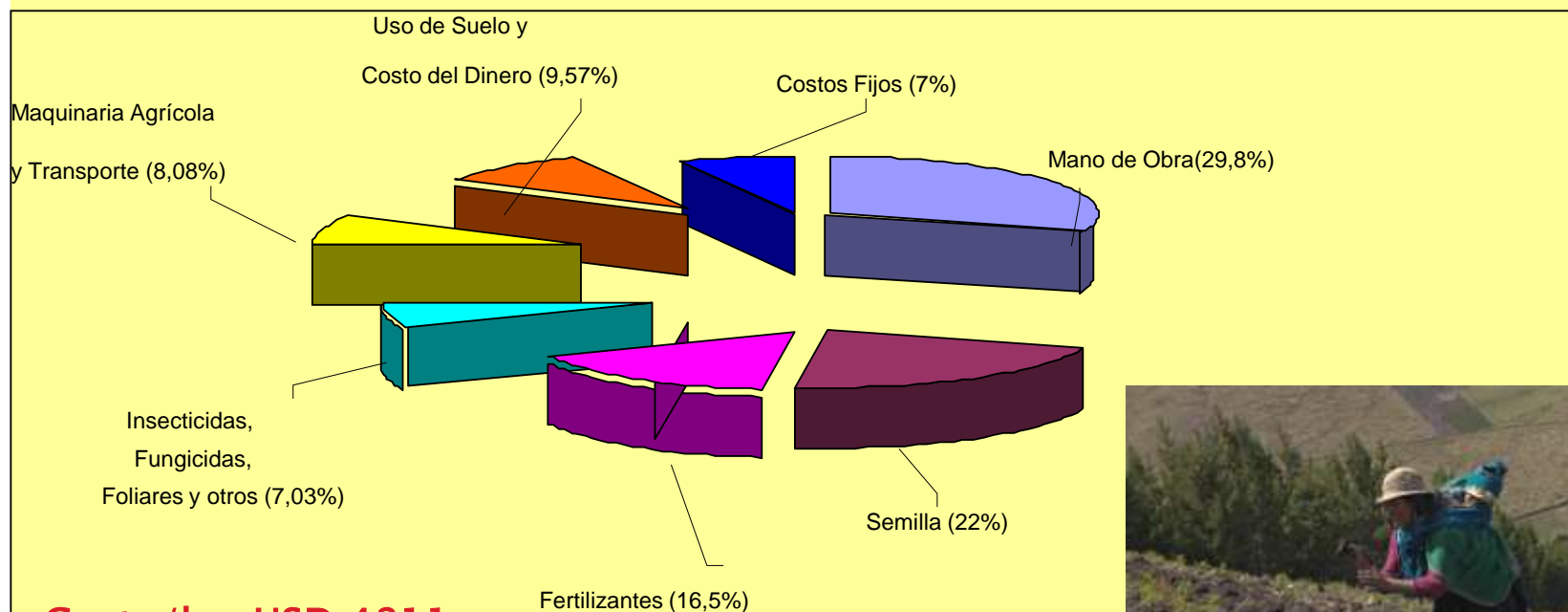


- ▶ Mecanismos de capacitación que privilegien la acción como **ECAs**.
- ▶ Programas de **radio, boletines divulgativos impresos, días de campo y anuncios por la prensa.**
- ▶ **Asistencia Técnica.**
- ▶ Demostrar, numéricamente, que usando semilla de calidad, el agricultor tiene **mejores rendimientos y productividad.**

# Precio

- ▶ Dos métodos tradicionales para determinar el precio de la semilla:
  - la contabilidad del costo más una ganancia, y
  - el precio de la papa común más una ganancia.

**Costos de Producción: I-Fripapa (USD/ha) - 2008**



**Costo/ha: USD 4811**  
**Rentimiento/ha: 367 qq (16,6 t)**  
**Costo Unitario: USD 13,1 qq (288,4 t)**



# Precio

Crissman e Hibon (1996) propusieron una fórmula basándose en información relevante:

- El precio de la semilla del agricultor (común) en el momento de la siembra.
- El precio de la papa de mesa de la cosecha anterior.
- La diferencia de rendimiento entre semilla del agricultor y semilla de calidad (**40,6 qq = 1,85 t**) (Cavatassi, R. 2009. FAO)
- La cantidad de semilla que se utiliza por hectárea (**40 qq**).
- El mínimo nivel de retorno (el mínimo de retorno esperado por el agricultor), es frecuentemente expresado como una combinación del costo de capital (i) y un premio al riesgo de deterioro de la semilla (R), expresado como  $(M=i+R)$ , (**46%**)

**Precio calculado: USD 20,76/qq**

**Precio promedio: USD 21,66/qq**



# Ideas principales

- ▶ En el mercado de semilla de papa hay **diferentes actores** , cuales son:
  - los agricultores, usuarios de la semilla;
  - los multiplicadores de semilla y
  - los agentes de intermediación.
- ▶ La comercialización cumple ciertas **funciones** y provee de **utilidades**
- ▶ Un plan de mercadeo del producto tubérculo–semilla debe caracterizar: **producto, plaza, promoción y precio.**
- ▶ El **precio** es el elemento más **controversial** en la comercialización de la semilla de papa.
- ▶ Pequeños agricultores **si pueden hacer semilla de calidad.**
- ▶ **Si es negocio** producir y comercializar semilla de calidad.

