



Estudio de la Cadena de la Papa en Ecuador

FAO-ESA / CIP

Lorena Mancero



Contenido:

1. Antecedentes
 - ✓ Objetivo del mapeo de las cadenas
 - ✓ Casos analizados

2. Descripción de la Cadena
 - ✓ Tradicional
 - ✓ Alternativa: INIAP/CONPAPA

3. Conclusiones.

1. Antecedentes





1. Descripción del estudio

OBJETIVO:

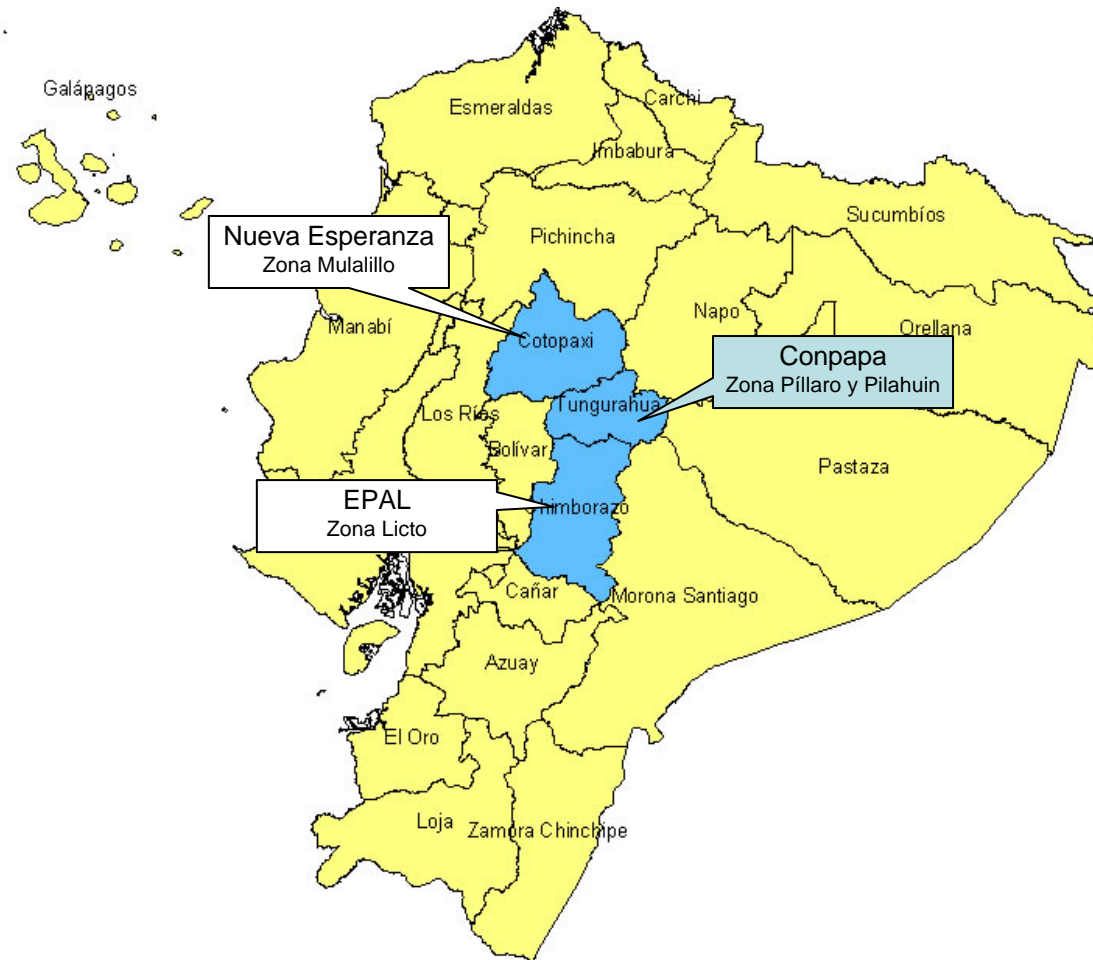
- Contar con el análisis de la cadena de valor de papa y enfocar el estudio en tres experiencias específicas de articulación de pequeños productores en cadenas poniendo atención en el rol de las plataformas y los vínculos a restaurantes, pollerías, industrias y supermercados, en las barreras que los agricultores encuentran al vincularse a los mercados, tanto el ingreso a la cadena y como funciona la obtención del ingreso.

METODOLOGIA:

- Fuentes de Información:
 - PRIMARIAS: Entrevistas y talleres de trabajo con actores clave (ene-feb07).
 - SECUNDARIAS: Investigaciones previas, fuentes de estadísticas nacionales y de las empresas asociativas.



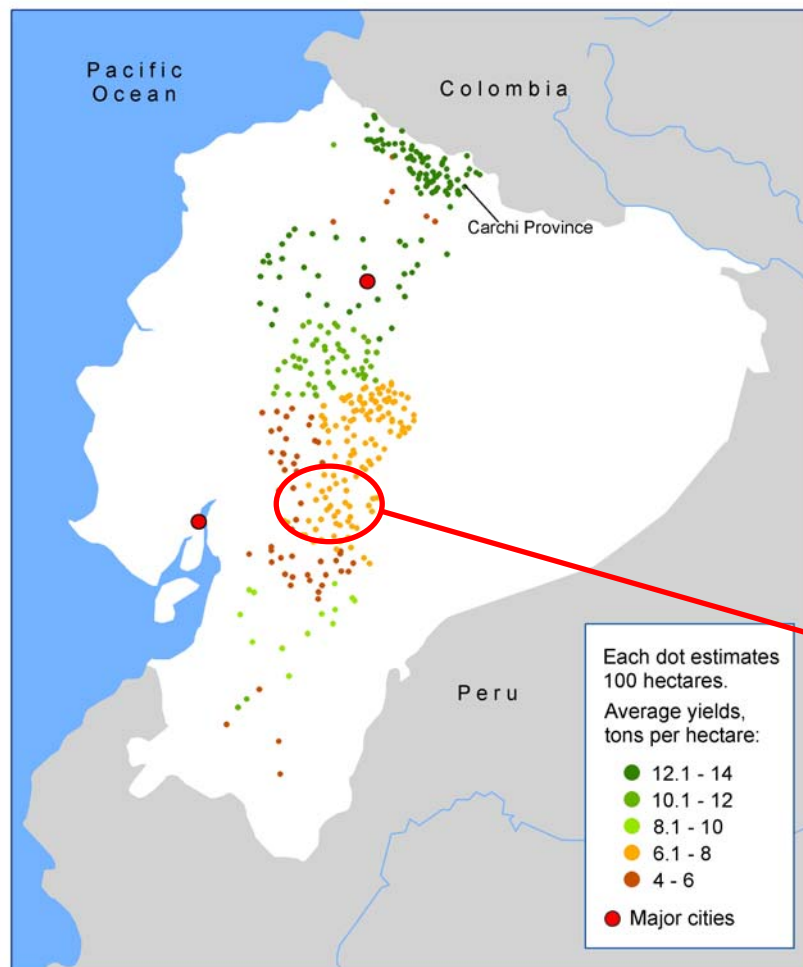
Casos analizados



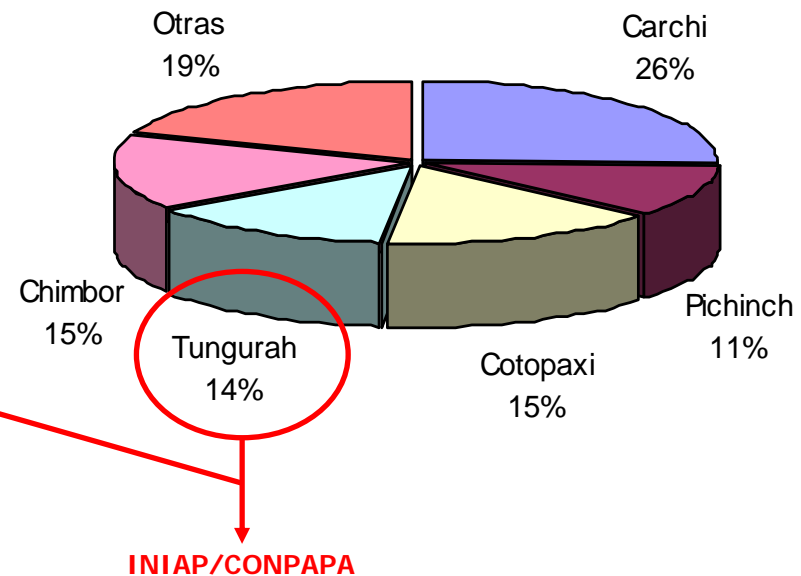


Ecuador: zonas producción

La papa es uno de los principales cultivos tradicionales en Ecuador, en la producción se vincula a 82 mil productores en un total de 90 cantones.



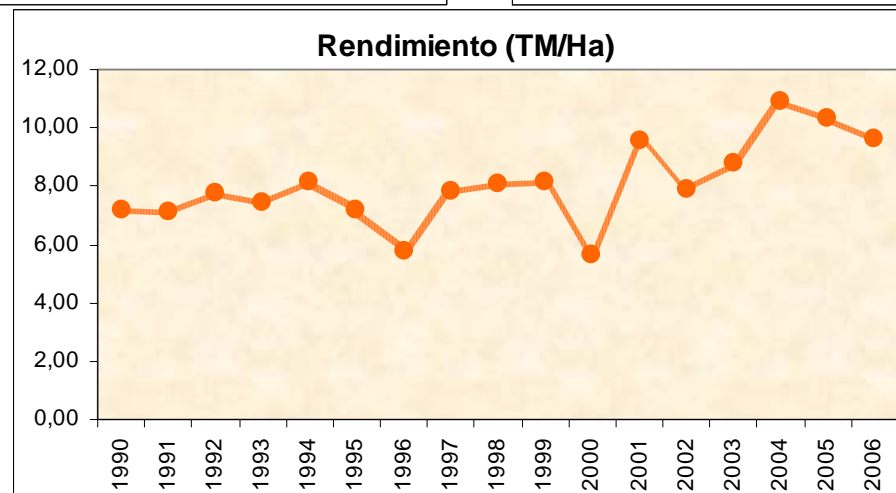
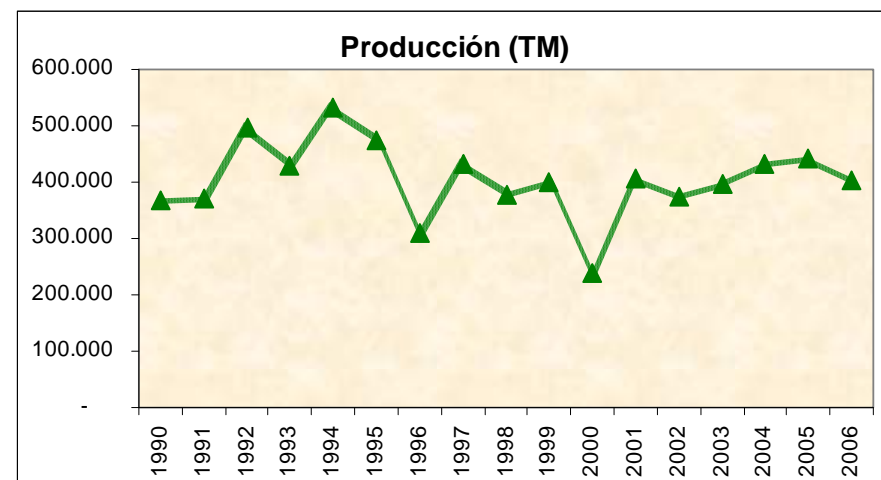
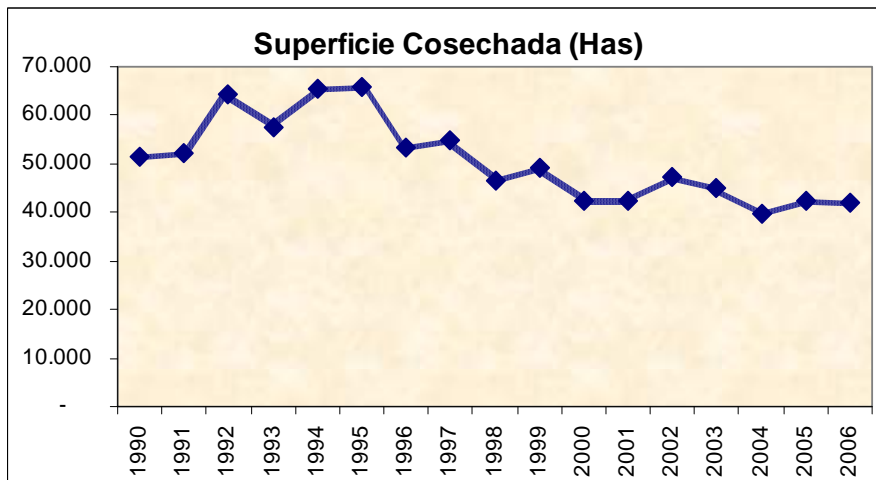
Zonas de Producción en el País





Ecuador: Evolución producción

El volumen de producción de papa se ha mantenido, debido al incremento de rendimientos a pesar de que la superficie cosechada cayó





Algunos datos a nivel nacional

- ✓ Los pequeños productores (menos de 2Has en terreno) son el 50% y poseen el 19% del área sembrada
- ✓ Mayores rendimientos se obtienen en la zona norte
- ✓ La cosecha es estacional y depende del factor clima (picos en junio)
- ✓ Ventas externas mínimas
- ✓ La tendencia de las importaciones es creciente principalmente de papas preparadas y congeladas (96%)
- ✓ En la demanda nacional del producto el 74% es consumo doméstico, el 9% consumo industrial y el 17% semilla
- ✓ Los precios no muestran un patrón de comportamiento, se identifica que las variedades que se han vendido a mayor precio al por mayor son Cecilia, Superchola, Chaucha y Uvilla.

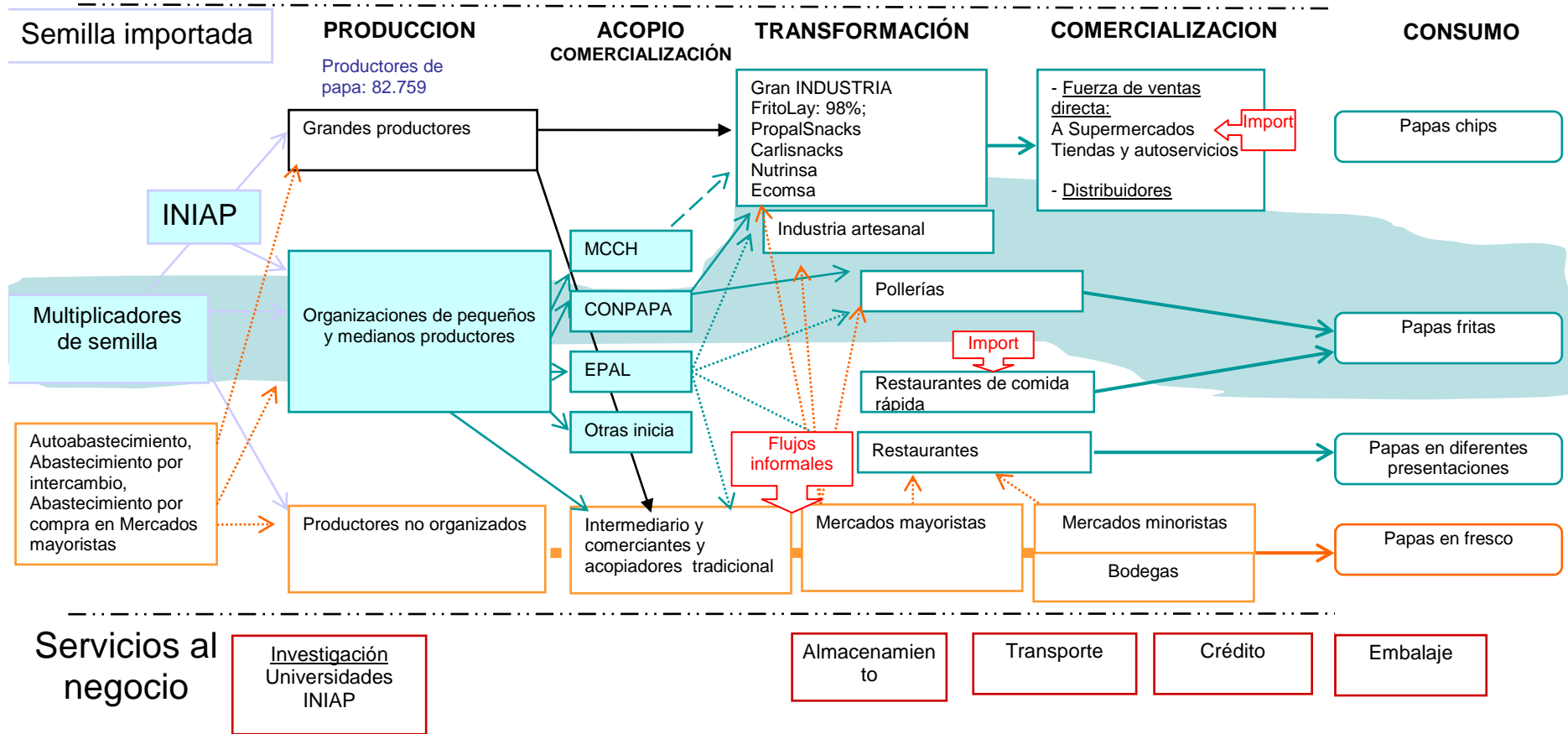
La cadena de la Papa

MAG: política agrícola, crediticia

TLC

Involucramiento de gobiernos locales

Entorno



2. Descripción de la cadena





La intervención INIAP/CONPAPA en Tungurahua



- ✓ El INIAP-Fortipapa promovió las Plataformas de concertación alrededor del rubro papa en la sierra central.
- ✓ Las plataformas son alianzas concertadas entre los agricultores, oferentes de servicio y organismos públicos, se enfocan en crear capacidad y vincular a los agricultores a oportunidades específicas de mercado con visión de cadena.
- ✓ Los actores que se articularon en esta iniciativa han sido:
 - Los agricultores organizados (82 Organiz. de base → 1542 familias)
 - ONGs (F-Marco, CESA, Ayuda en Acción, Fepp, IEDECA, Diócesis de Latacunga)
 - Organismos Públicos (INIAP)
 - Municipalidades (de las zonas de intervención)
 - Universidades (ESPOCH, UNACH, UTC, UEB, UTA)



La intervención INIAP/CONPAPA en Tungurahua



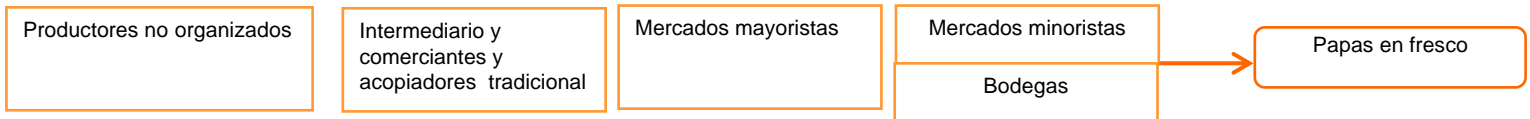
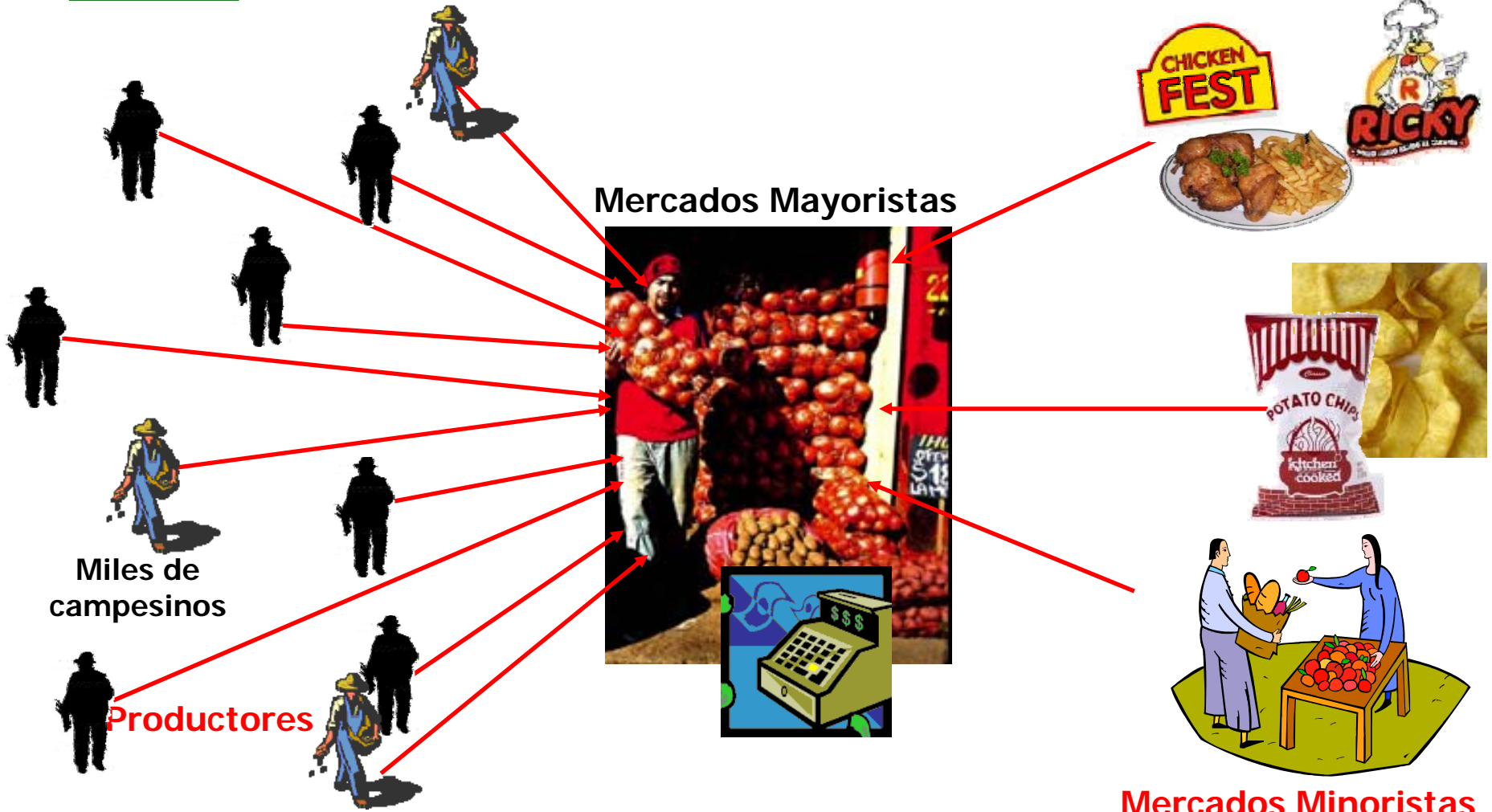
Las plataformas apoyaron en:

- ✓ La investigación tecnológica para nuevas oportunidades de mercado (239 agricultores)
- ✓ La capacitación en el manejo del cultivo de papa a través de escuelas de campo de agricultores (1527 agricultores)
- ✓ El abastecimiento de semilla de calidad, especialmente de Fripapa, una nueva variedad apta para freír con resistencia a la lancha
- ✓ La consolidación de grupos de agricultores y la creación del Consorcio de pequeños productores (CONPAPA)
- ✓ La comercialización de papa a restaurantes y otros clientes

La COSUDE ha apoyado la intervención a través de los proyectos Fortipapa, Papa Andina y PODER.



Cadena tradicional



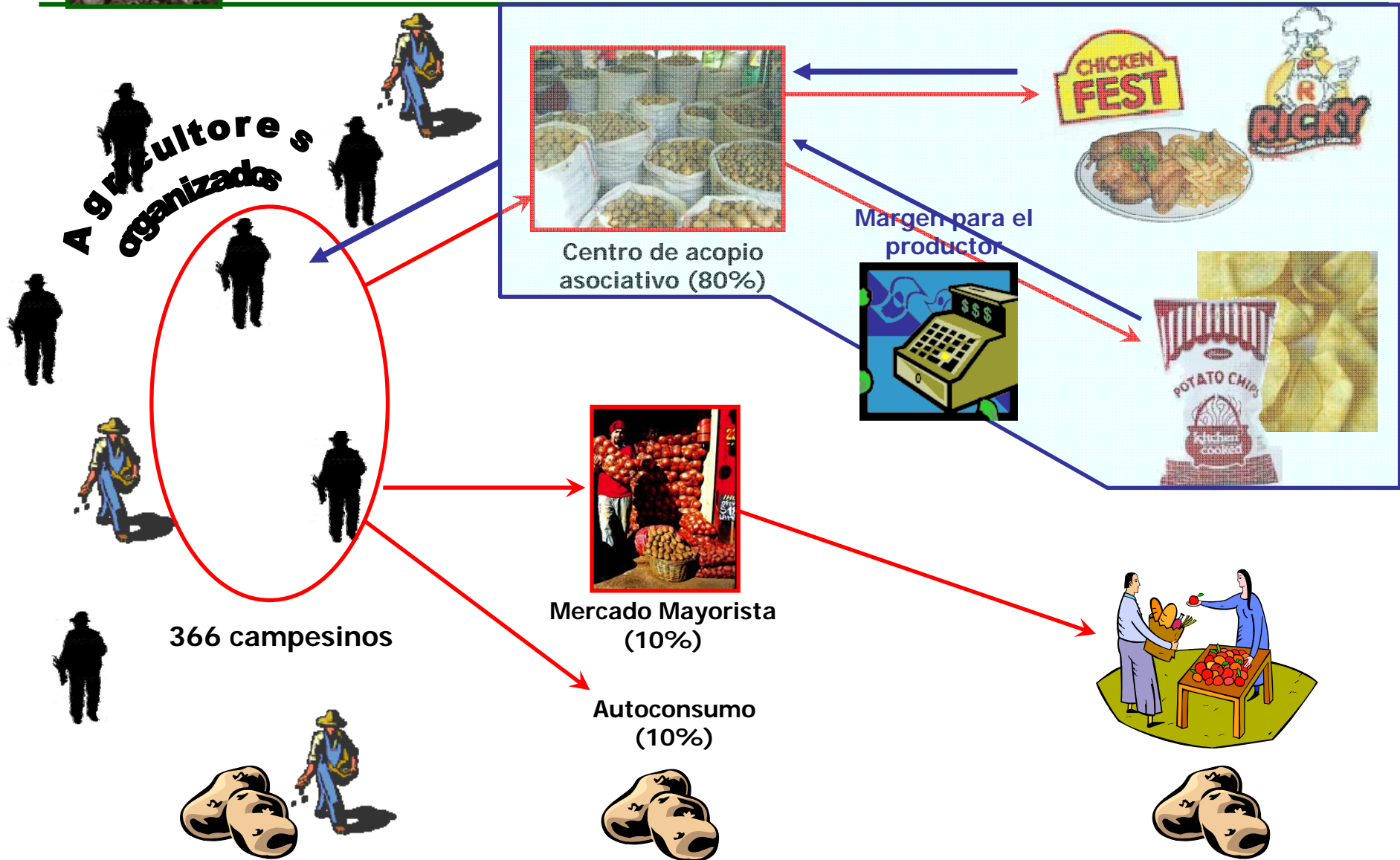


Cadena tradicional

- ✓ Los pequeños productores históricamente han trabajado bajo un modelo poco eficiente e individualista.
- ✓ Se evidencia una larga cadena de intermediación entre el productor y el cliente final que ha reducido el margen de ganancia en desmedro de los ingresos del productor.
- ✓ Falta de semilla certificada para la producción que afecta los rendimientos y la producción, la incidencia de plagas y enfermedades en el cultivo, la falta de recursos para la producción, la desorganización, la falta de conocimientos técnicos para el cultivo, etc.



Cadena alternativa INIAP/CONPAPA en Tungurahua (como un caso)





Cadena alternativa y paralela

- ✓ Es una cadena “Alternativa” en la medida que representa un canal que permite acceder a mejores condiciones de negociación y mejor precio para el productor.
- ✓ Es una cadena “Paralela” debido a que su funcionamiento no elimina el canal tradicional de la cadena, sino que a través de este se comercializa un porcentaje elevado de la producción de los socios/as.
- ✓ La diferencia con el modelo tradicional radica en las ventajas generadas por la nueva estructura debido a que se identifican algunos elementos que facilitan la inserción de pequeños productores a cadenas más eficientes que tienen efectos directos en aumentar el poder de negociación, mejorar su margen de ganancia, mejoramiento de capacidades productivas, acceso a servicios, etc.



Beneficios percibidos por los agricultores organizados

- ✓ Han logrado mayor conocimiento de enfermedades, gusano blanco, disminución de costos de producción, implementación de MIP en el cultivo
- ✓ Semilla mejorada más resistente a enfermedades
- ✓ Venta directa del producto, en lugar de venderla a intermediarios
- ✓ Mejora en precio de venta y en su ganancia
- ✓ Anticipo en el pago del 50% el momento en que dejan el producto en el centro de comercialización y pago a los 8 días del total de la venta.



Provisión de insumos

✓ SEMILLAS:

- **Semilla certificada** pasa a grupo de semilleros capacitados
→ Conpapa distribuye la semilla de acuerdo a cronograma de siembras
- **Semilla común** → se intercambia, se autoabastecen o lo compran en el mercado

✓ FERTILIZANTES:

- Se mantiene igual al esquema tradicional, en el que cada productor se abastece de las tiendas especializadas en Agroinsumos.

✓ ASESORIA TECNICA:

- Escuelas de campo
- Grupo de promotores campesinos capacitados.





Producción

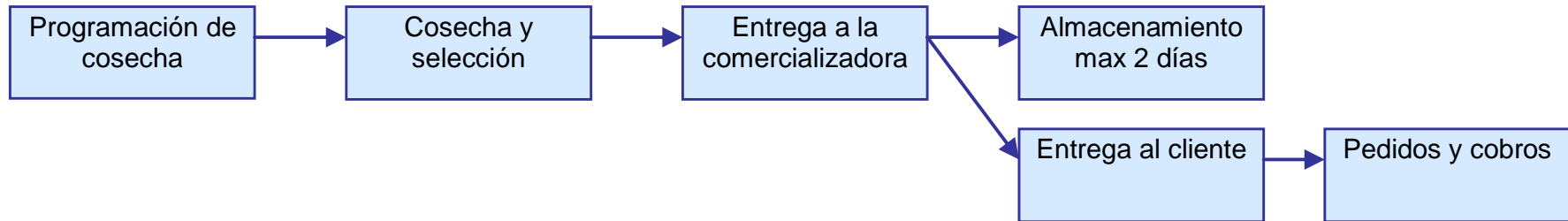
Sistema de cultivo	Características del sistema
Sistema de cultivo tradicional	<ul style="list-style-type: none">⇒ 4-5 curaciones con paquete de casas comerciales⇒ Uso de abono químico⇒ Uso de productos sello rojo⇒ Variedades cultivadas con destino de venta Gabriela, Catalina⇒ Varias variedades nativas para autoconsumo
Sistema de cultivo para la cadena alternativa	<ul style="list-style-type: none">⇒ Uso de trampas para gusano blanco, disminución de uso de pesticidas⇒ Se tiene mejor conocimiento de los requerimientos del cultivo⇒ 3 aplicaciones máximo⇒ Uso de abono químico con mejor conocimiento⇒ Manejo con productos sello verde⇒ Variedad cultivada Frypapa

Fuente: Entrevistas y grupos focales

Elaboración: Lorena Mancero



Acopio y comercialización



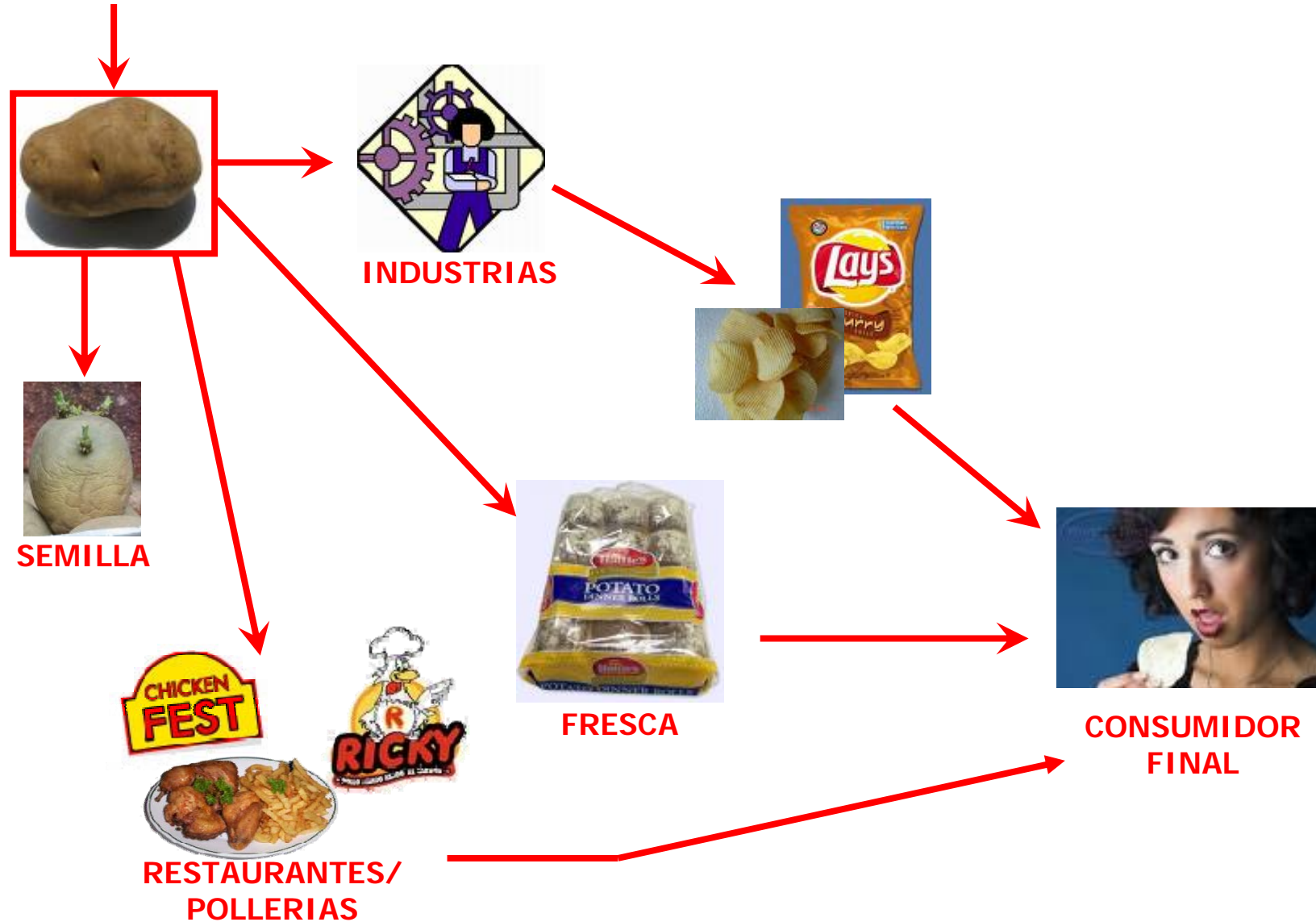
Los agricultores organizados citan:

- ✓ Ventajas de la venta por este canal de comercialización: “tenemos mercado seguro y precio estable”, ya no nos maltratan los comerciantes
- ✓ Desventajas: solo venta de papa gruesa, no hay mercado para papa mediana y el pago no es inmediato.





Canales de venta de la papa





Cientes y consumidores

- ✓ Principalmente industriales
 - Asaderos y restaurantes (83%)
 - Chips (17%)
- ✓ Buscan disponibilidad y alta calidad
 - Estandarización
 - Humedad
 - Absorción de grasa
- ✓ Hay un conocimiento directo de las necesidades del cliente
- ✓ Precio con un margen sobre el precio promedio del mercado que reconoce un valor agregado en calidad y confiabilidad.
- ✓ Retos
 - Desarrollo de otros segmentos de mercado
 - Generación de valor agregado



3. Conclusiones





Conclusiones

- ✓ La planificación de producción en coordinación con el cliente final ofrece los siguientes beneficios:
 - Significativamente menor costos de almacenaje
 - Menor desperdicio
 - Óptimos costos de transporte
 - Menor tiempo invertido en venta
 - Generan relaciones a largo plazo basadas en confianza por cumplimiento y calidad
 - Flexibilidad para responder a una demanda aumentada planificada.
 - Mejor margen de ganancia con el consecuente mejoramiento de calidad de vida.



Barreras que dificultan la inserción

- ✓ La inserción de nuevas variedades ligado a nuevas prácticas de manejo y al requerimiento de inversión en semillas e insumos hace que no todos se involucren por disponibilidad de recursos y tiempo para invertir en participar.
- ✓ El tiempo en que las empresas asociativas tardan en realizar el pago a los productores, en algunos casos se identifica como desmotivante para que los agricultores entreguen el producto, aunque ellos valoran el margen adicional en que logran vender su producto.
- ✓ La capacidad productiva individual de las empresas asociativas aunque tiene una dinámica de crecimiento es aún limitada para acceso a mercados que demandan mayor volumen.
- ✓ La cooperación entre empresas asociativas comercializadoras es baja debido a que se ven como competencia dentro de los mercados locales lo que en la práctica podría limitar acuerdos.



Elementos que facilitan

- ✓ Las empresas asociativas de pequeños productores son una alternativa para la movilización de servicios en apoyo a la producción y para búsqueda y vínculo directo con el mercado.
- ✓ Hay diferentes formas de participación en las empresas comercializadoras de pequeños productores:
 - para un productor/a la mejor forma de participación es como socio/a debido a que le hace dueño/a del negocio y de otros beneficios adicionales que se brindan
 - como proveedores/as de producto permite a los productores/as beneficiarse también.
- ✓ Los precios que reciben los/as productores/as son más atractivos que en el mercado tradicional, siendo un incentivo directo para participar de las empresas.



Elementos que facilitan

- ✓ Se ha logrado potencializar los mercados de las empresas asociativas a través de la negociación directa y en mejores condiciones con la industria y otros segmentos de mercado como pollerías
- ✓ Mejoramiento de la planificación de la producción, la calidad del producto, los procesos de selección y los servicios de comercialización ofrecidos.
- ✓ Se ha logrado promocionar y posicionar a las empresas de pequeños productores en un segmento de mercado con perspectivas de crecimiento y que valora el servicio y la garantía de calidad.



Gracias...

