



# Innovaciones en la cadena de la papa en el Perú: el valor de la biodiversidad

En plena cosecha de papas en Huancavelica. 📷 Jean-Louis Gonterre, en asociación con el Centro Internacional de la Papa

MIGUEL ORDINOLA, ANDRÉ DEVAUX, KURT MANRIQUE, CRISTINA FONSECA

¿Cuál ha sido la razón para que las papas originarias de los Andes, cultivadas por campesinos, guardianes de la biodiversidad, tengan ahora demanda y mayor precio en los mercados de las ciudades? El presente artículo intenta explicar cómo se ha generado esta situación.

**U**n padre de una familia campesina en Pazos, localidad de la sierra central del Perú a 350 km de la ciudad de Lima, cosecha unas papas coloridas y bien formadas en su chacra, ubicada a más de 3.700 msnm, la cual en los ocho últimos años no fue labrada. A diferencia de otros años, estas papas coloridas no solo son para alimentar a su familia, sino que ya tienen asegurada su venta en los mercados de la ciudad: "Mis papas nativas, que antes despreciaban los de la ciudad, las piden porque no hay otras en el mundo que tengan ese color y sabor que a nosotros siempre nos ha gustado", menciona el pequeño productor (Fano, H. y otros, 2011). ¿Qué ha pasado en los últimos años para que este campesino afirme que sus papas nativas, conservadas por años por su familia, ahora le darán ingresos por venderlas en los mercados de las ciudades? Simplemente, que se ha puesto en valor un mayor número de variedades de papas nativas provenientes de la rica biodiversidad de los Andes del Perú.

## La cadena de la papa

La cadena de la papa funciona como un termómetro de la pobreza para la sierra en el Perú, sobre todo si se tiene en cuenta que por encima de los 3.500 msnm casi no hay otras opciones para la producción agrícola. Una de las características que mejor describe el comportamiento de la cadena de la papa en el siglo pasado ha sido una cierta pasividad generalizada de

los agentes que formaron parte de ella. Ligado a esto, el consumo de papa entre los peruanos ha mantenido una tendencia oscilante. En la década de 1950 se consumían 128 kg per cápita; a inicios de los años noventa cayó a 32 kg, y hacia 2002, llegó a 65 kg. A finales de los años noventa se experimentó una pérdida de competitividad del sector, expresada en los bajos precios relativos y en la baja productividad por falta de calidad en el proceso de producción.

## Cambios introducidos

En este marco, los objetivos del proyecto de Innovación y Competitividad de la Papa Peruana (INCOPA) del Centro Internacional de la Papa (CIP) fueron mejorar la competitividad de la cadena productiva de la papa con especial atención a los pequeños productores, aprovechar nuevas oportunidades de mercado y promover el consumo de las papas nativas. Las estrategias empleadas fueron cuatro: i) promover plataformas de concertación entre actores públicos y privados relacionados con la cadena; ii) promover acciones de incidencia pública y política junto con los socios institucionales locales; iii) fortalecer las capacidades de los socios para mejorar la competitividad y la seguridad alimentaria de los pequeños productores; iv) promover una mayor participación del sector empresarial en la cadena productiva de la papa peruana. Con el fin de agregar valor a este producto y

articularlo a los mercados, se ha promovido la innovación para alentar la participación de diferentes actores y la generación de nuevos productos de alto valor en beneficio del pequeño productor. Se trabajó en tres regiones: Huánuco, Apurímac y Puno.

Como elemento central se desarrolló y aplicó un nuevo enfoque en investigación y desarrollo, llamado Enfoque Participativo de Cadenas Productivas (EPCP), para orientar la participación de los actores del proceso productivo y comercial del cultivo, y así generar innovaciones que mejoren la competitividad de la cadena productiva.

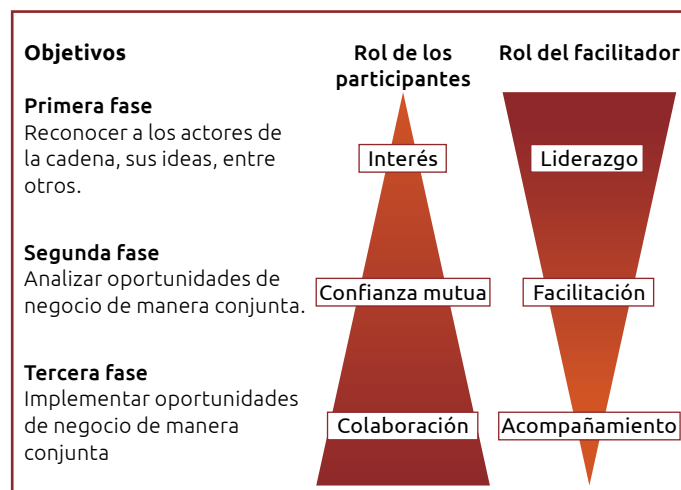
### Resultados obtenidos

Los resultados visibles del proyecto INCOPA son las innovaciones tecnológicas, comerciales e institucionales a lo largo de la cadena productiva. El proceso promovido se retroalimenta permanentemente con las diversas demandas de innovación que pueden surgir de parte de los diferentes actores, asociadas a los cambios y ajustes de los mercados.

### Innovaciones comerciales

Incluyen productos nuevos para el mercado sobre la base de papas nativas: “Mi Papa, Seleccionada & Clasificada” (empaques de 50 kg destinados al comercio mayorista), Tunta (chuno blanco) embolsada y etiquetada (mercado local y de exportación), “Puré Andino” (exportación), “T’ikapapa” (papa fresca gourmet seleccionada, embolsada y etiquetada para supermercados) y “Jalca Chips” (hojuelas de papas nativas para exportación). Estas iniciativas permitieron desarrollar y lanzar al mercado –entre 2008 y 2011– nuevas marcas de bocadillos (*snacks*) producidos con papas nativas.

Gráfico 1. Estructura del EPCP



Fuente: Bernet y otros, 2006

### Innovaciones institucionales

Son los cambios en las reglas de juego que rigen las relaciones e interacciones de los agentes de la cadena y de otros actores públicos de investigación y desarrollo, los cuales brindan más espacio y capacidad de negociación a los pequeños productores. Incluyen nuevas instituciones o asociaciones público-privadas, tales como Cadenas Productivas Agrícolas de Calidad (CAPAC), la Alianza Institucional de la Tunta, la Iniciativa Papas Andinas o la Alianza de Aprendizaje. Estas se desarrollan a partir de las necesidades de articulación de acciones para mejorar la competitividad, como son las mejoras en la oferta o las nuevas disposiciones del gobierno –la

Biodiversidad de papas nativas en manos de productor. 📷 Jean-Louis Gonterre, en asociación con el Centro Internacional de la Papa



Norma Técnica de la Tunta, la Ley de Comercio Mayorista de Papa y la celebración anual del Día Nacional de la Papa, entre otras— orientadas a dar prioridad política a la papa. La alianza de actores públicos y privados fue amplia y se trabajó con más de 20 socios en diferentes niveles.

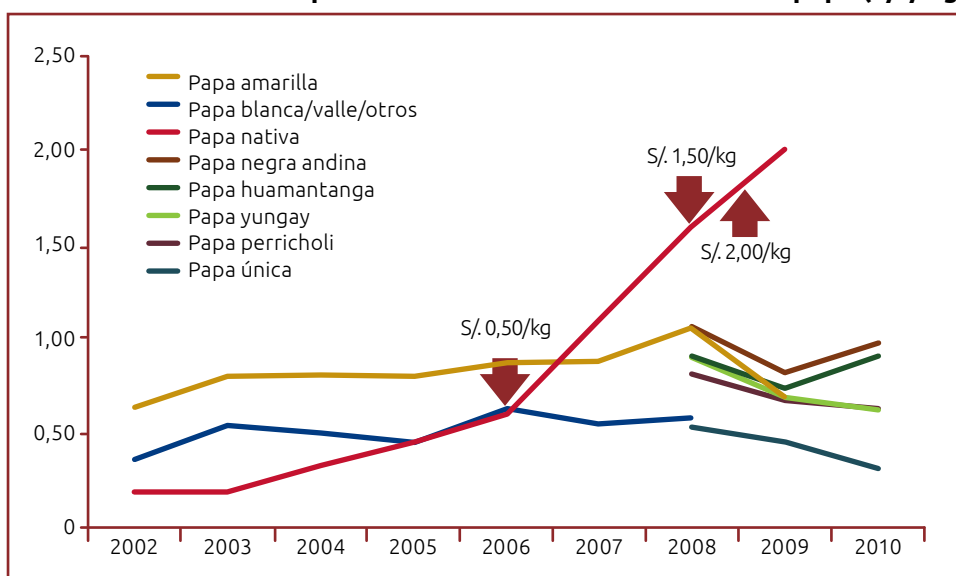
### Innovaciones tecnológicas

Los cambios tecnológicos que se requieren para incrementar la eficiencia o la calidad de los procesos de producción y transformación como respuesta a las demandas del mercado incluyen la definición de normas y estándares de calidad de “Mi Papa”, la selección de variedades nativas que respondan a criterios de calidad para la venta o procesamiento, el uso de inhibidores de brotes —para ampliar la vida útil de anaquel de las papas nativas—, la difusión de estrategias de manejo integrado del cultivo —para mejorar la calidad del producto de acuerdo con los requerimientos del mercado— y las técnicas de producción de semilla que aseguren una producción comercial de calidad y su sostenibilidad en el largo plazo.

Según los estudios realizados, en Cayna, departamento de Huánuco, se observó un importante incremento en el promedio anual de ingresos familiares por la venta de papa amarilla de calidad: de 721 a 2.058 USD. Sus rendimientos han pasado de 10 tm/ha a 14 tm/ha; y en los precios existe una diferencia positiva de 20% en relación con otras alternativas de mercado, debido a la calidad del producto (Buchelli y otros, 2007). En Andahuaylas, región de Apurímac, los productores involucrados en el proyecto obtienen ahora mayores rendimientos en papas nativas —de 9 a 15 tm/ha—, mayores ingresos promedio a través de mejores precios —26% por encima del grupo control— y mayores volúmenes de ventas de papa, especialmente de papa nativa (Maldonado, 2011).

En el ámbito sectorial se puede afirmar que, a lo largo de los últimos diez años, se produjeron cambios estructurales en la cadena productiva de la papa (Proexpansión, 2011). En la última década se incrementó el consumo de papa de 65 a 85 kg per cápita a escala nacional. La evidencia regional señala que el aumento del consumo de papa en el Perú ha sido uno de los eventos más notables en el sector, en América Latina, durante el último medio siglo.

Gráfico 2. Variación del precio de las diferentes variedades de papa (S/. / kg)



Fuente: Direcciones regionales de información agraria del Ministerio de Agricultura (27 ciudades); Informe de evaluación INCOPA. Elaboración: Proexpansión S. R. L.

El trabajo realizado por INCOPA como facilitador de las acciones de innovación, con la colaboración de varios actores públicos y privados, ha influido en las mejoras de precios y volúmenes de venta de papa, sobre todo de las nativas. Los ingresos por venta de papa crecieron anualmente en 4,5% en promedio, desde 2000 hasta 2009. Esta tasa es superior en el caso de la papa nativa, que tuvo un crecimiento del 18% anual para este mismo indicador. Un aspecto clave es que los productores de papa nativa, que durante siglos habían orientado la producción de la papa nativa para el autoconsumo, empezaron a mirar hacia el mercado como resultado de los impulsos generados para lograr la revalorización de la papa. El gráfico 2 muestra cómo los precios de la papa nativa han mejorado en los últimos años.

### Lecciones aprendidas

Se pueden rescatar las siguientes lecciones: i) el EPCP representa un nuevo modo de promover la investigación para el desarrollo ya que facilita el encuentro entre oportunidades y capacidades para la generación y desarrollo de la innovación entre diferentes actores públicos y privados, incluyendo a los agricultores; ii) existe la necesidad de gestionar diferentes intereses de actores heterogéneos, actuando en distintas dimensiones del sistema en torno a uno o más objetivos claros y comunes, donde la labor de facilitación de los procesos es clave para asegurar el logro de resultados; iii) son importantes las plataformas de concertación, mediante una adecuada

## Variedades comercializadas en diversos tipos de mercado

Camotillo  
Putis  
Duraznilla  
Quecorani  
Wenccos  
Puca soncco  
Cuchipelo  
Alcarraza  
Llama sencca  
Gaspar suitto  
Yana pina

Yana imilla  
Sangre de toro  
Chingos  
Wira pasna  
Leona  
Quello huayro  
Cuchi acca  
Occe lunchuy huajachi  
Puca llunchuy huajachi  
Wahuar huaycco  
Javillas

Mactillo  
Puca lomo  
Huayro macho  
Puma maqui  
Sumac soncco  
Huayro  
Peruanita  
Amarilla tumbay  
Huagalina  
Puca suitto  
Yahuar soncco

Yana imilla  
Ritisisa  
Yahuar huaca  
Ccompis  
Puca durasnilla  
Wichki  
Javillas  
Huamantanga  
Cuchiaca  
Moro mellcco



Mallas de papa nativa en fresco en anaqueles de supermercado en Perú. ■ Ana María Vela, proyecto IssAndes del Centro Internacional de la Papa (CIP)

gestión del conocimiento que permita incorporar los componentes tecnológicos en los procesos de desarrollo y difusión de las innovaciones; iv) es importante trabajar a nivel de la incidencia pública y de políticas para posicionar una idea de cambio como es la de valorar la biodiversidad; esto permite que el Estado encuentre formas sostenibles de promover al sector papa, por ejemplo, el Ministerio de Agricultura sigue promoviendo el Día Nacional de la Papa y ha tomado como modelo varias de estas acciones para otros productos, como la quinua; v) el EPCP promueve un proceso de “gatillo” (disparador), donde la segunda y tercera generación de innovaciones pueden resultar, muchas veces, más importantes que las primeras, desarrolladas durante su aplicación inicial.

Finalmente se puede decir que cuando el EPCP se aplica en la cadena empleando como “filtro de pobreza” a las papas nativas, lo que hace es ordenar y acelerar de manera participativa el proceso de innovación y valorización de estas variedades. A raíz de estos cambios, Rosa, productora de papas nativas de Puno, señala que “en la familia ahora ya tengo capital, con mis ganancias he comprado terrenos, he arreglado mi casa, he mejorado la educación de mis siete hijos; ahora ellos están estudiando, les puedo comprar todos los útiles que les piden en el colegio” (Papa Andina, 2011). ■

#### Miguel Ordinola

Coordinador General del Proyecto IssAndes, Centro Internacional de la Papa (CIP)  
cip-incopa@cgjar.org

#### André Devaux

Representante Regional para América Latina y el Caribe (LAC), Centro Internacional de la Papa (CIP)  
a.devaux@cgjar.org

#### Kurt Manrique

Consultor, Centro Internacional de la Papa (CIP)  
kmanriquek@yahoo.com

#### Cristina Fonseca

Investigadora Proyecto IssAndes,  
Centro Internacional de la Papa (CIP)  
c.fonseca@cgjar.org

#### Referencias

- Bernet, T., G. Thiele y T. Zschocke. 2006. **Participatory Market Chain Approach (PMCA) - User Guide**. Centro Internacional de la Papa (CIP).
- Bucheli, B., M. Ordinola, I. Antezana, L. Maldonado y C. Obregón. 2007. **Estudio de caso: Evaluación de impacto de la intervención del Proyecto INCOPA/ADERS en Huánuco**. Centro Internacional de la Papa (CIP).
- Fano, H., M. Ordinola y C. Velasco. 2011. **Aggregando valor a las papas nativas en el Perú: Un análisis desde el enfoque de sistemas de innovación**. Centro Internacional de la Papa (CIP).
- Maldonado, L., M. Ordinola, K. Manrique, C. Fonseca, M. Sevilla y O. Delgado. 2011. **Estudio de caso: Evaluación de impacto de la intervención del proyecto INCOPA/CAPAC en Andahuaylas**. Centro Internacional de la Papa (CIP).
- Papa Andina. 2011. **Los cambios más significativos que los hombres y las mujeres identifican en sus vidas a raíz de su articulación a nuevos canales de comercialización. Testimonios alrededor de la tunta en Puno**. Centro Internacional de la Papa (CIP).
- Proexpansión. 2011. **Cambios del sector papa en el Perú en la última década: Los aportes del proyecto INCOPA**. Centro Internacional de la Papa (CIP).