

Cambios y perspectivas del comercio de la papa en el Perú

Ordinola, Miguel¹

¹ Centro internacional de la Papa. E-mail: cip-incopa@cgjar.org

Introducción

La papa es uno de los cultivos más importantes del sector agrario en el Perú, tanto económica como socialmente. Se producen en promedio más de 4 millones de toneladas al año y se siembran alrededor de 270 000 hectáreas anuales. Además, casi 600 000 familias dependen de su cultivo y aportan al producto interno bruto (PIB) agrícola unos US\$500 millones anuales [1]. Para el 87% de agricultores de la sierra peruana, la papa es su principal cultivo, especialmente para los pequeños productores que la tienen como su principal alimento dado su valor nutritivo, es una importante fuente de ingresos y un cultivo clave para la conservación de sus costumbres ancestrales. En las tierras altas de la sierra de Perú, se siguen cultivando miles de variedades de papas nativas, lo que genera más valor y empleo por hectárea que cualquier otro cultivo alimenticio.

Problemática

A pesar que su valor nutritivo es excelente, el consumo per cápita de los peruanos ha tenido una tendencia oscilante: en los años 50 era de 128 kilos, cayó a inicios de los 90 a 32 kg, y hacia el año 2005, llegaba a 65 kg. Relacionado con lo anterior, se mencionaba que a principios del 2000 se venía dando un proceso de pérdida de competitividad del sector, lo cual se expresaba en precios relativos bajos y el no aprovechamiento de las condiciones de calidad que podían ser desarrolladas en las zonas de producción [2].

Se mencionaba que un factor clave tenía que ver con el escaso desarrollo comercial de la papa (modernización de la imagen en fresco y desarrollo de valor agregado). En este contexto, uno de los aspectos claves a resolver era la generación de innovaciones que mejoren su competitividad en un trabajo conjunto y articulado con los actores públicos y privados a lo largo, de la cadena productiva de la papa.

Cambios introducidos

En los últimos diez años han ocurrido hechos notables en el sector papa: Perú se ha convertido en el principal productor en Latinoamérica; el consumo per cápita ha crecido de 65 a 85 kg; los precios se han incrementado en 55%. De manera particular, en el segmento donde predominan los pequeños productores, el valor de venta de la papa nativa ha crecido en 150% [3].

Por un lado, se han complementado de manera eficiente acciones públicas y privadas: los diferentes actores privados de la cadena han realizado inversiones para el desarrollo de nuevos productos y para relacionarse con los pequeños productores, y por su parte el sector público (a través del Ministerio de Agricultura y Riego) promovió su consumo y generó un marco adecuado para la intervención del sector privado. Por otro lado, se generaron diversas innovaciones que le han agregado valor a la papa (especialmente a las variedades nativas): nuevos productos en el mercado (innovaciones comerciales); nuevos arreglos institucionales y normas que aseguran la calidad del producto final (innovaciones institucionales); nuevas tecnologías que responden a demandas concretas y en función a la lógica del mercado.

Como producto de este proceso, en los últimos años, el sector de papas amarillas y papas nativas (de color) han comenzado a ser valorizadas y diversas experiencias se han desarrollado en base a productos frescos mejor presentados y productos con valor agregado tanto para el mercado local como para el internacional, generando oportunidades de ingresos para los pequeños productores de la sierra. El análisis de estas experiencias indica que los pequeños productores que se articularon a estos esquemas comerciales, han mejorado sus ingresos y calidad de vida [4].

Perspectivas

A partir de este escenario, el reto que se impone ahora es comenzar a ampliar estas posibilidades a otras zonas y productores y a su vez generar innovaciones para consolidar lo avanzado a la fecha tomando como **criterios de diferenciación comercial variables relacionadas a la nutrición y salud**. Los mercados locales e internacionales están respondiendo en el sentido de demandar las variedades amarillas y nativas tanto para su consumo en fresco como para la generación de productos con valor agregado. La consolidación de este proceso se expresa en la ampliación de las zonas de producción y aumentar el número de productores articulados, el volumen de producto comercializado, el número de variedades utilizadas y el número de innovaciones que permitan una mayor diferenciación comercial.

La idea clave es consolidar las alternativas de generación de ingresos de los pequeños productores de papa amarilla y papas nativas (de color) a partir de aprovechar las oportunidades de mercado (nacional e internacional) y la generación de innovaciones que permitan una mayor diferenciación comercial (en base a características específicas ligadas a la nutrición y salud) de los productos en base a estas variedades de papa.

Cuatro líneas de trabajo pueden ser claves: a) consolidar plataformas de concertación entre actores públicos y privados relacionados con la cadena de la papa; b) ampliar y consolidar aspectos

referidos a la producción (uso de semilla de calidad, acceso al riego para contar con producto todo el año, manejo de plagas y enfermedades, manejo post cosecha, asociatividad de pequeños productores); c) desarrollo de innovaciones para una mayor diferenciación comercial del producto (caracterización y uso de variedades por su contenido nutricional y presencia de elementos relacionados con la salud) [5] ; d) promover acciones de incidencia pública y política (promover una mayor participación del sector privado para el acceso a mercados externos y la implementación de experiencias de Responsabilidad Social Empresaria, involucramiento del sector público en la promoción de la imagen de la papa y el desarrollo de normatividad ligadas a las mejorar competitivas del sector papa, trabajo con el sector de gastronomía para la internacionalización de los insumos de la comida peruana).

Los cambios que se buscan tienen que ver con: consolidar el aumento del consumo per cápita y contribuir a la meta impuesta por el gobierno peruano de llegar a 100 kg en el 2016; lograr la consolidación de los aumentos de precios de las papas amarillas y nativas y el acceso a mercados de exportación por las características nutricionales y de su aporte a la salud de estas variedades; dar sostenibilidad y mayor escala a las alternativas de ingresos de los pequeños productores de papa de la sierra peruana.

Referencias bibliográficas

- [1] MINAG (Ministerio de Agricultura). 2009. Papa: Cadena Agroproductiva. Boletín no. 3.
- [2] Alarcon, J.; Ordinola, M. 2002. Mercadeo de Productos Agropecuarios: Teoría y Aplicaciones al Caso Peruano. CARE Perú – PRISMA – Universidad Nacional Agraria La Molina.
- [3] Horton, D; Samanamud, K. 2012. Recent trends in Peruvian potato production: The native potato revolution. Papa Andina Innovation Brief No. 2. Lima, Perú. Centro Internacional de la Papa.
- [4] Ordinola, M. et. al. 2013. Innovación para valorar la biodiversidad de las papas nativas: el caso de Papa Andina/INCOPA en el Perú. En Innovaciones de Impacto: lecciones de la agricultura familiar en América Latina – Priscila Henríquez; Hugo Li Pun, editores. San José Costa Rica; IICA. BID. p. 148-163.
- [5] Ordinola, M. 2012. Mejorar la Seguridad Nutricional con la Ayuda de la Agricultura: El Caso de las Papas Nativas. Revista Agroenfoque, Año XXVII – No. 184. Lima – Perú. p. 18-19.