



Desarrollo del Mercado de Semilla de Papa –El caso CONPAPA–

IV Congreso de la Papa en Ecuador,
Guaranda, junio-2011

F. Montesdeoca M., I. Reinoso R,
J. Andrade P, L. Montesdeoca, E. Pallo.

Antecedentes

- Sector formal con reglas de juego claras existentes, únicos reconocidos por el Estado, **sólo cubre un 3%**.
- **Sector no convencional no era visible.**
- Producto potenciales: I- **Fripapa**, Nuevos clones, Variedades nativas
- **¿Porqué? a este negocio no pueden ingresar medianos y pequeños productores.**

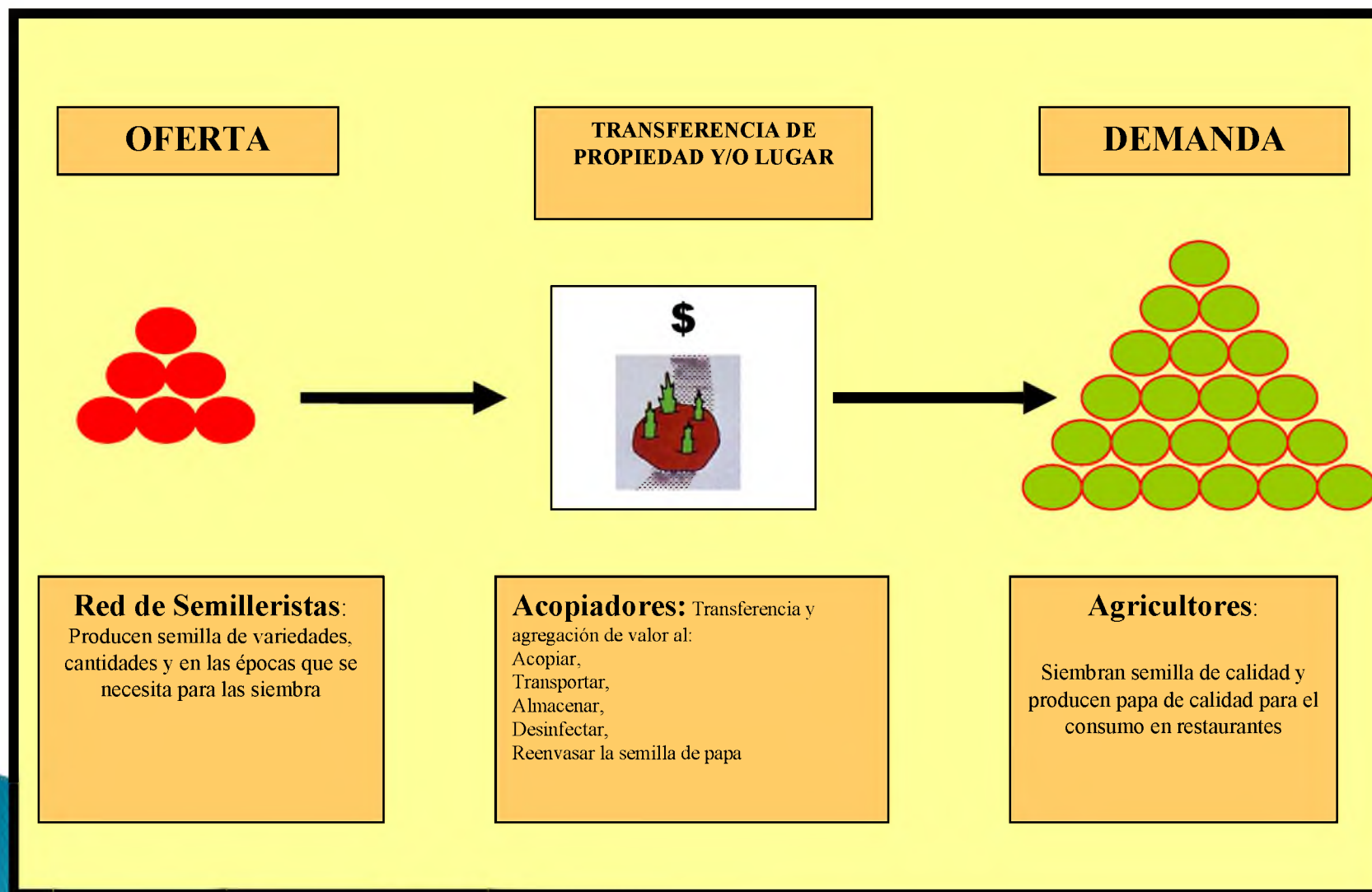


Objetivo: promover negocios de semilla dinámicos y rentables



- ▶ costos de producción,
- ▶ márgenes de comercialización,
- ▶ datos sobre los beneficios de utilizar semilla de calidad,
- ▶ compromisos sobre oferta y demanda segura.

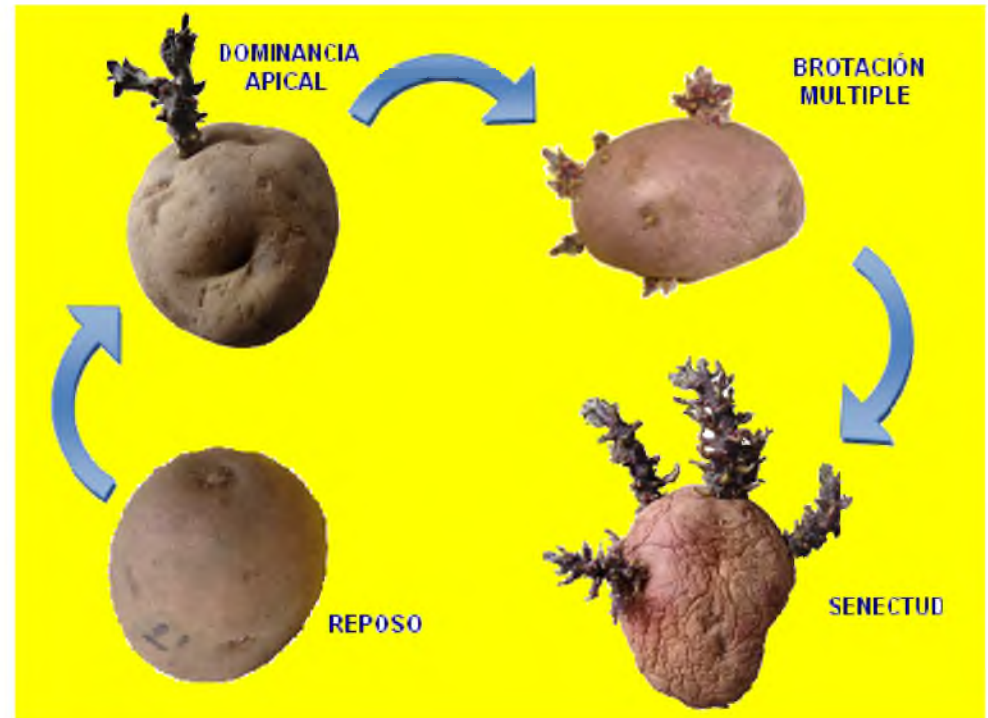
Actores: consumidores de semilla, red de semilleristas, comerciantes de semilla (¿CONPAPA?)



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”



A romper el círculo

▶ Plan de mercadeo:

- Producto,
- Plaza,
- Promoción y
- Precio.

▶ Factores de éxito:

- Organización,
- Control de calidad,
- Producción dirigida por la demanda y
- Formación de fondos de comercialización

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.

Factores Indexados:

La escala de severidad utilizada para calcular los índices es la siguiente: (0) sana, (1) muy ligera, (2) ligera, (3) moderada, (4) severa.

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



Plan de Mercadeo: La 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.**

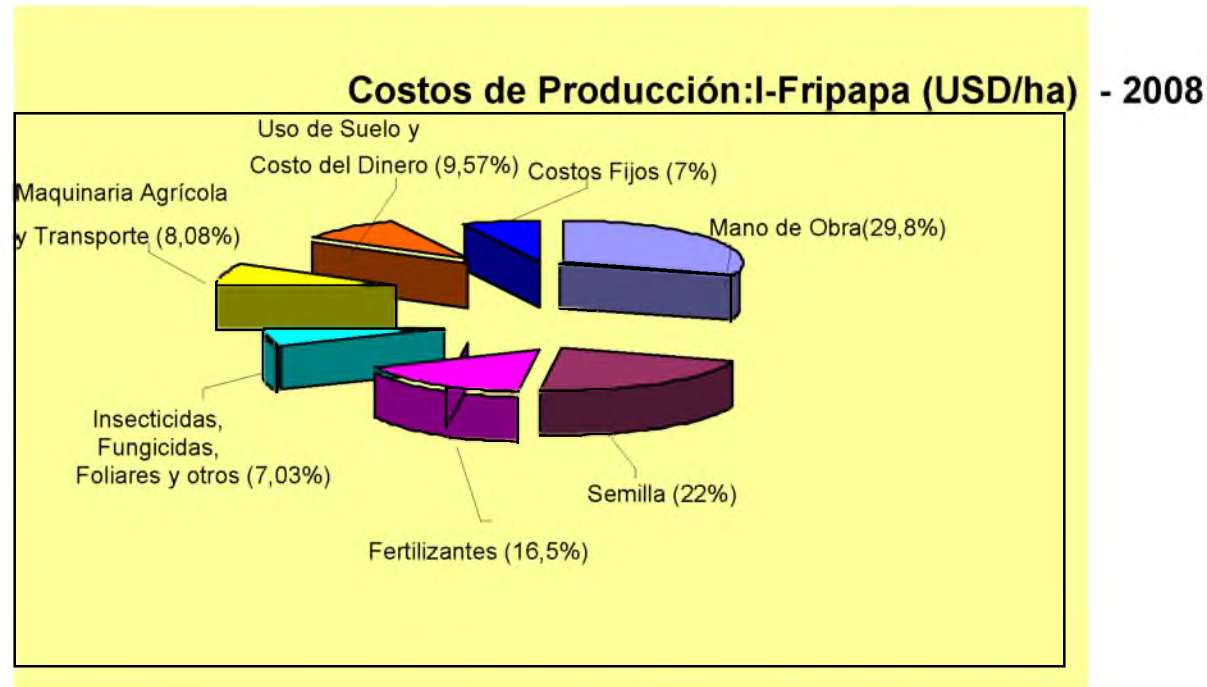
Plan de Mercadeo: La Promoción

- ▶ 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.



Plan de Mercadeo: El 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.



Costo/ha: USD 4811
Rentimiento/ha: 332 qq
Costo Unitario: USD 14,5 qq

Plan de Mercadeo: El Precio

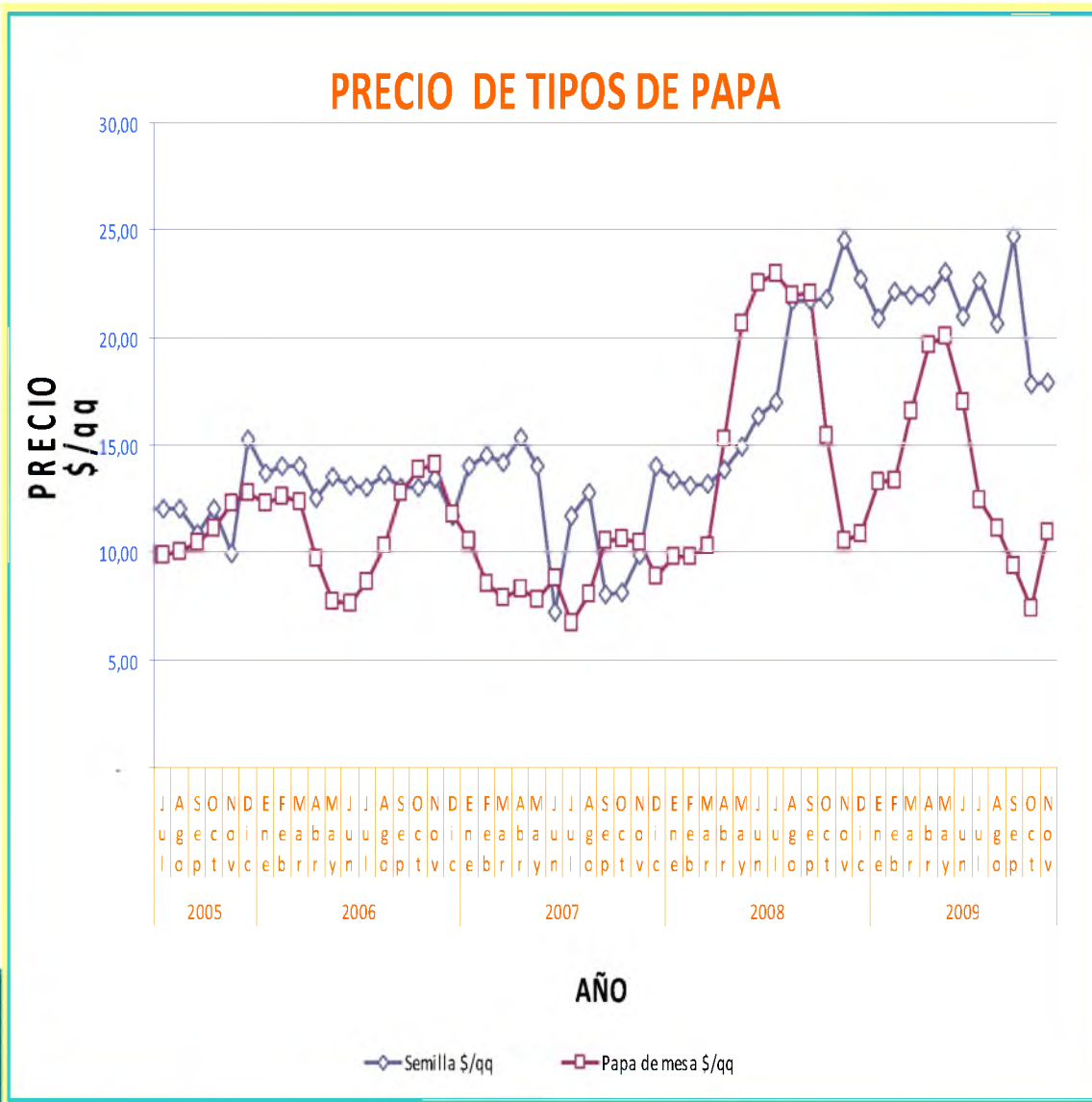
Crissman e Hibon (1996) propusieron una fórmula basándose en información relevante:

- 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 20,7/qq

Precio promedio: USD 22/qq

Plan de Mercadeo: El Precio

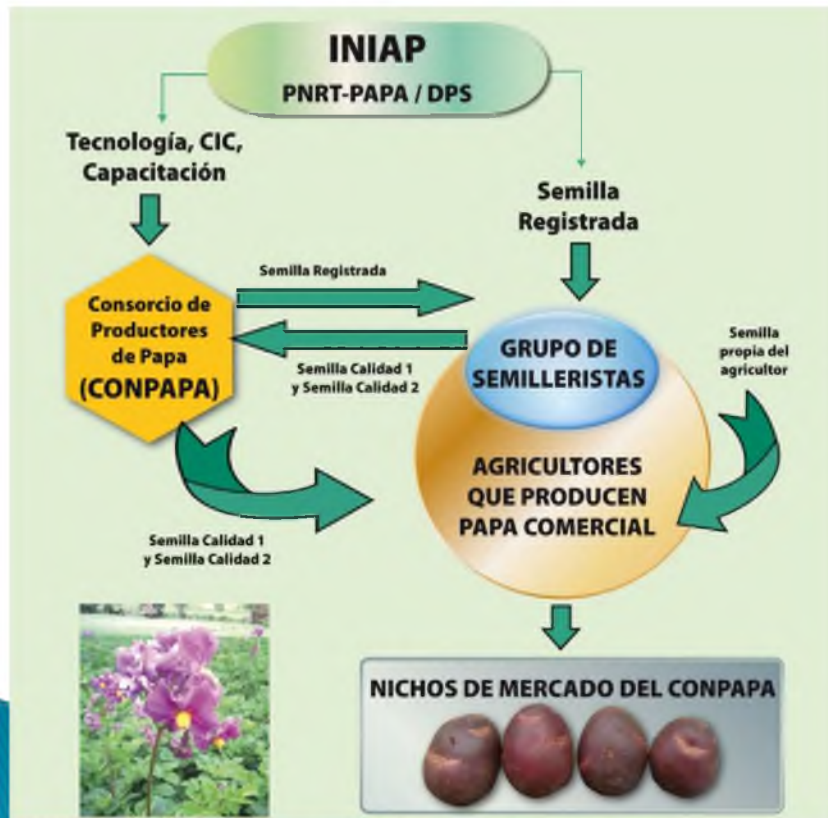


- ▶ En la primera etapa, al comparar los promedios de precios de papa de mesa y semilla de USD 255,64/t y USD 290,84/t, la diferencia es mínima (USD **35,2/t**);
- ▶ En la segunda etapa entre los precios de estos bienes USD 319,00/t y USD 476,52/t, deducimos que ya en este mercado se diferencia entre los dos productos, lo que se refleja en el precio (diferencia USD **157,52/t**).

Factores de éxito

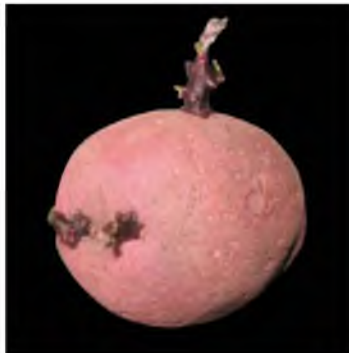
Organización de productores, capital social, confianza mutua

▶ Control Interno de Calidad de Semilla



Factores de éxito

Producción dirigida por la demanda



Formación de fondos de semilla

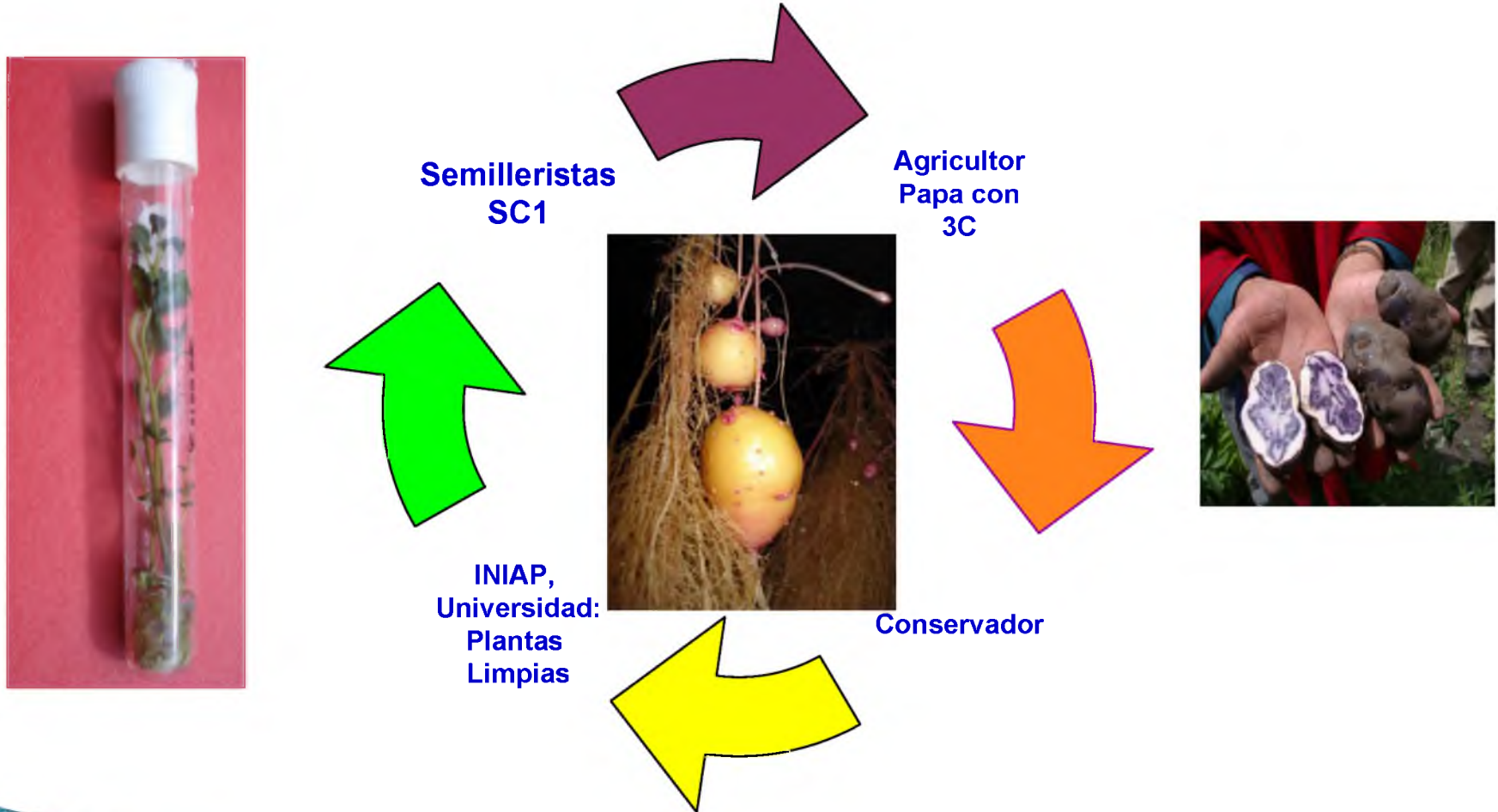


Perspectiva: Legalizar el sistema mixto de semilla "SCD"

Sistema formal de semilla de papa: variedades mejoradas de incidencia nacional



Perspectiva: Legalizar el sistema mixto de semilla "SCD"



Un millón de gracias a:

