

VIII CONGRESO ECUATORIANO DE LA PAPA

Libro de MEMORIAS



Organizado por:



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO



www.congresodelapapa.com

VIII CONGRESO ECUATORIANO DE LA PAPA

Soberanía Alimentaria y Nutrición

TEMÁTICAS:

- Mejoramiento Genético y Biotecnología
- Sanidad Vegetal (Fitopatología y Entomología)
- Poscosecha (Agroindustria, Almacenamiento y Valor Nutricional)
- Producción y Tecnología de Semillas
- Agronomía (Suelos, Riego, Fertilización, Fisiología y Sistemas de Producción)
- Socio-Economía (Saberes Ancestrales, Mercado, Organizaciones Campesinas y Comercialización)

PONENCIAS, CONFERENCIAS
MAGISTRALES Y FERIA DE
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DE LA PAPA

27-28 DE JUNIO DEL 2019

Centro de Cultura y Deportes
(Campus Huachi)

**DIA DE CAMPO FCAGP
29 DE JUNIO DEL 2019**

(Campus Querochaca)
Cantón Cevallos

ORGANIZADORES



UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE AMBATO



AUSPICIA Proyecto PAPA CLIMA:



VIII CONGRESO
ECUATORIANO
DE LA PAPA

“SOBERANÍA ALIMENTARIA
Y NUTRICIÓN”

Artículos del VIII-CEP-2019

*Ambato – Tungurahua – Ecuador
Junio 27 - 28*

VIII CONGRESO ECUATORIANO DE LA PAPA

“SOBERANÍA ALIMENTARIA
Y NUTRICIÓN”

ARTÍCULOS DEL VIII-CEP-2019

VIII CONGRESO ECUATORIANO DE LA PAPA

“Soberanía Alimentaria y Nutrición”

Primera edición, 2019

450 ejemplares

Rivadeneira J., Racines M., Cuesta X. (Eds.). 2019. Artículos del Octavo Congreso Ecuatoriano de la Papa. Ambato, Ecuador. pp 150.

Prólogo: Comité Organizador. VIII Congreso Ecuatoriano de la Papa

Impreso en IDEAZ, Quito-Ecuador, junio 2019

ISBN: 978-9942-22-449-1

“Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales”



VIII CONGRESO ECUATORIANO DE LA PAPA

Soberanía Alimentaria y Nutrición

CONFERENCIAS MAGISTRALES

Circuitos de Proximidad, como Estrategia de Comercialización de Papa, en la Agricultura Familiar Campesina de las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo y Bolívar

Victoria Lopez¹, Diego Peñaherrera¹, Gabriela Narváez¹, César Asaquibay¹, Alicia Villavicencio², Verónica Quimbiamba², Cristian Torres², Kang Jing Cho².

1 Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias del Ecuador; Quito, Ecuador. Autor correspondiente: victoria.lopez@iniap.gob.ec ; 2 Centro KOPIA Ecuador

Palabras clave: Estudio financiero. Producción de papa. Comercialización de papa.

INTRODUCCIÓN

La Agricultura Familiar Campesina (AFC) se encuentra aislada de las modernas cadenas de distribución alimentaria, ya que los sistemas de distribución se fortalecen entre los grandes sectores importadores y procesadores de alimentos, la consecuencia inmediata es la exclusión de campesinos de la cadena de comercialización. Datos de un estudio realizado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería-MAGAP, “circuitos alternativos de comercialización” asevera que la forma de comercialización de la AFC es: a través de los intermediarios en un 85% y solo un 15% lo hace directamente al consumidor (MAGAP, 2012). Este proyecto formulado y ejecutado por INIAP – KOPIA, busca fortalecer capacidades locales de los productores beneficiarios de las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo y Bolívar. Es así que el objetivo del estudio es identificar los mercados alternativos y vincularlos a las asociaciones para mejorar sus ingresos. (Proyecto INIAP-KOPIA, 2018).

MATERIALES Y MÉTODOS

Se registró información a través de encuestas dirigidas a los miembros de las asociaciones de las provincias de intervención, para conocer la situación socioeconómica actual, temas de producción y de comercialización en el rubro papa. Las Asociaciones involucradas fueron: Aso. de Productores Agropecuarios “El Porvenir de Romerillos” de la provincia de Pichincha, la Aso. de Emprendedores Agropecuarios “Monasterio de Bellavista” de la provincia de Cotopaxi, la Aso. de Productores Agropecuarios “Mushuk Pacary” de la provincia de Chimborazo y la Aso. de Productores Agropecuarios “El Corazón de Totoras” de la provincia de Bolívar, las mismas que son parte de la (AFC).

Uno de los resultados que se obtuvo fue los tipos de circuitos de proximidad que podría incursionar las asociaciones y en función de esta información se realizó un sondeo rápido de mercado a restaurantes de las ciudades de Quito, Latacunga, Riobamba y Guaranda, se aplicó la técnica no paramétrica “bola de nieve” utilizada en la investigación cualitativa, y sobre todo para la realización de entrevistas individuales. Una vez identificadas las primeras personas que serán entrevistadas, mediante estas se consiguen otros contactos, hasta completar la muestra o representatividad y la cantidad de informantes necesaria. Bajo esta técnica se levantaron 66 encuestas en Pichincha, 64 en Cotopaxi, 100 en Chimborazo y 25 encuestas en Bolívar. Los factores considerados en este estudio fueron,



el perfil del consumidor, identificación del producto, análisis de la oferta y demanda, análisis de la competencia y estrategia de comercialización.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se identificó a la venta a restaurantes, supermercados y ferias agroecológicas como los circuitos de proximidad para las asociaciones de las provincias de Cotopaxi, Pichincha y Bolívar. Para la provincia de Chimborazo fue: ventas por canastas.

Los potenciales consumidores, son restaurantes locales y franquicias nacionales como “La Tablita del tártaro”, Pizzeria “Hornero” restaurantes de hoteles como “Swissotel, Dann Carton” y cadenas de supermercados como TÍA; se identificó que las categorías demandadas son: papa extra gruesa, gruesa y pareja; el requerimiento de los restaurantes y supermercados fluctúa entre 100 y 5000 kg de papa lavada semanalmente y el precio que estarían dispuestos a pagar varía desde los USD 0.22 a 0.60 el kilo.

Además se identificó a la competencia, que en su mayoría son los mercados mayoristas a donde acuden los dueños de restaurantes a comprar la papa, seguido por proveedores intermediarios quienes compran la papa directamente en lotes de productores.

En lo que se refiere al circuito de venta por canastas, la Aso. “Mushuk Pacary” ofrecen 25 productos en una canasta estándar con valor de USD 25 y 21 productos en una canasta económica con un costo de USD 18.

La factibilidad financiera de comercialización a través de los circuitos de proximidad identificados es positiva, en vista que la TIR está entre 60.78 y 304 % y el VAN desde USD 7 110,0 a 36 359 y la relación B/C de USD 1:77 a 8:30.

Como estrategia de comercialización, se diseñó un logo para todas las Asociaciones, con el eslogan “Tejiendo lazos sociales”, además se creó una cuenta en Facebook por cada asociación y se realizaron tarjetas de presentación.

CONCLUSIONES

Los circuitos de proximidad identificados son venta a restaurantes, supermercados, ferias agroecológicas y venta por canastas.

El estudio financiero para el proyecto es positivo, en vista que la TIR, el VAN y la relación B/C reportan valores favorables.

Las organizaciones en función de la demanda semanal, generan un cronograma de producción de papa Superchola, de forma escalonada, para la comercialización directa.

BIBLIOGRAFÍA

- MAGAP. (2012). Circuitos Alternativos de Comercialización. Obtenido de <https://www.avsf.org/public/posts/1561/libro-cialco-digital.pdf>
- Peñaherrera, D. (2018). Análisis de la aplicación de los tipos de circuitos cortos de comercialización en la organización de la Agricultura familiar. Estudio de caso organización productiva Fuerza y Trabajo. Quito: Tesis de posgrado. Universidad Tecnológica Indoamérica.
- PROYECTO INIAP-KOPIA. (2018). Incremento de la productividad en la sierra altoandina ecuatoriana a través de procesos de producción de semilla de papa de calidad y fortalecimiento agroempresarial. Quito.