

# Conceptos, Pautas y Herramientas:



## Enfoque Participativo en Cadenas Productivas y Plataformas de Concertación

Julio, 2005



Papa Andina  
Proyecto Papa Andina  
Centro Internacional de la Papa (CIP)  
Apartado 1558  
Lima 12, Perú  
Tel.: +51-1-349-6017  
Fax.: +51-1-317-5326  
E-mail: a.devaux@cgiar.org , g.thiele@cgiar.org  
www.cipotato.org/papandina

**Socios estratégicos:**



Fundación PROINPA  
Av. Blanco Galindo Km 12.5,  
Calle C. Prado s/n  
Cochabamba, Bolivia  
Casilla: 4285  
Tels.: +591-4-4360800 /-4360801  
Fax: +591-4-4360802  
E-mail: proinpa@proinpa.org  
www.proinpa.org



Instituto Nacional Agrónomo de  
Investigaciones Agropecuarias  
Avs. Eloy Alfaro 30-350 y  
Amazonas, Edif. del MAG, piso 4.  
Quito, Ecuador  
Tel: +593-2-528-650  
Fax: +593-2- 504-240  
E-mail: iniap@iniap-  
ecuador.gov.ec  
www.iniap-ecuador.gov.ec



PNRT - PAPA / FORTIPAPA  
Programa Nacional de Raíces y  
Tubérculos - Rubro PAPA  
Proyecto Fortipapa  
Estación Experimental Santa  
Catalina, Panamericana Sur Km. 1  
Quito, Ecuador  
Casilla: 17-21-1977  
Tels.: +593-2-690364  
E-mail: fpapa@fpapa.org.ec  
www.fpapa.org.ec



INCOPA  
Proyecto de Innovación Tecnológica  
y Competitividad de la Papa en  
el Perú  
Centro internacional de la Papa  
(CIP)  
Apartado 1558  
Lima 12, Perú  
Tel.: +51-1-349-6017  
Fax.: +51-1-317-5326  
E-mail: cip-incopa@cgiar.org  
www.cipotato.org/incopa

**Financiamento:**



COSUDE  
Agencia Suiza para el Desarrollo y  
la Cooperación  
Av. Salaverry 3242  
San Isidro, Lima 27, Perú.  
Casilla: 11-0210, Lima 11, Perú  
Tel.: +51-1-264-5001  
Fax: +51-1-264-1387  
E-mail: lima@sdc.net  
www.cosude.org.pe

**Coordinación:**



Centro Internacional de la Papa  
(CIP)  
Apartado Postal 1558  
Lima 12, Perú  
Tel.: +51-1-349-6017  
Fax.: +51-1-317-5326  
E-mail: cipotato@cgiar.org  
www.cipotato.org

**Agradecimientos:**

A todos los colegas de Bolivia, Ecuador y del Perú que colaboraron en la preparación de esta publicación.

Conceptos, Pautas y Herramientas: Enfoque Participativo en Cadenas Productivas y de Plataformas de Concertación.

ISBN:92-9060-252-X

Tiraje: 300 ejemplares

**Créditos:**

Editores: Graham Thiele (g.thiele@cgiar.org), Thomas Bernet (t.bernet@cgiar.org)

Editora asistente: Zoraida Portillo (z.portillo@cgiar.org)

Diseño y layout: Thomas Zschocke (t.zschocke@cgiar.org), Maria Elena Alva (m.alva@cgiar.org)

Fotografía: Centro Internacional de la Papa (CIP) e investigadores socios de Papa Andina

Impresión: Agosto 2005, Lima, Perú

**Cita Bibliográfica:**

G.Thiele, T.Bernet (eds). 2005. Conceptos, Pautas y Herramientas: Enfoque Participativo en Cadenas Productivas y Plataformas de Concertación. Perú. 171 p.

# Organización de la oferta de papa a un nicho de mercado

*Cecilia Monteros, Fabián Montesdeoca y Ann Gautier*

Esta herramienta pretende identificar los pasos que deben implementarse para vincular la oferta de una comunidad o zona definida hacia demandas específicas, de manera que los productores respondan eficientemente a la dinámica del mercado, superando las limitaciones técnicas, de volumen y continuidad de la producción a través de la participación organizada de varios actores.

## **¿Para qué sirve la herramienta?**

Permite a los pequeños productores vincularse de manera más directa con el mercado, incrementando sus ingresos y manteniendo una interacción permanente con la demanda.

## **¿Cuándo se debe usar?**

Cuando uno de los principales problemas identificados en una zona o comunidad tiene que ver con la comercialización y los bajos precios. Además, deben existir grupos organizados de pequeños agricultores motivados a iniciar negocios y una oportunidad de mercado, y las dos partes deben estar dispuestas a negociar y llegar a acuerdos permanentes.

## **¿Cómo hacerlo?**

### **Paso 1: Sondeo Rápido de Mercado.**

Este paso lo realiza la institución con los líderes campesinos. Sirve para identificar, participativamente, un nicho de mercado con los agricultores y promover el empoderamiento de los agricultores, además sirve para caracterizar la demanda y conocer las exigencias de los demandantes para responder con oportunidad, volumen y calidad (eficiencia).

### **Paso 2: Presentación y discusión de las oportunidades de mercado con la comunidad.**

Esta actividad la realiza la institución con los líderes campesinos que participaron en el sondeo de mercado. Los líderes presentan a los

miembros de la comunidad, de la manera más visual posible, los resultados del sondeo de mercado y las oportunidades de negocios que existen. Esta actividad permite identificar a los socios de la comunidad que quieran participar en el negocio.

**Paso 3: Caracterización de la oferta.**

Esta actividad la realizan los líderes campesinos con la institución. Se realiza un mapeo de los socios y sirve para conocer detalladamente la oferta para planificar las siembras y cosechas para responder con eficiencia a la demanda. Al final de la reunión se debe tener los nombres de los socios interesados, disponibilidad de tierras, localización de los lotes (zona baja, media y alta), épocas de siembra buenas, épocas riesgosas, ciclo del cultivo, disponibilidad de riego y variedades.

**Paso 4: Reglamentación y elección de comisiones de trabajo.**

Esta actividad es liderada por los líderes campesinos y los miembros de la comunidad quienes elaboran reglamentos y eligen a los miembros de las comisiones de comercialización y producción.

**Paso 5: Acercamiento y negociación entre los ofertantes y los demandantes.**

Los líderes campesinos y los técnicos de la institución elaboran una propuesta de negociación que será presentada al gerente del negocio, fijando los términos del contrato. La forma habitual de negociación es mediante un compromiso verbal; sin embargo, lo ideal es comprometer a las partes a través de la firma de un contrato.

**Paso 6: Planificación del calendario de siembras y cosechas.** Su elaboración estará a cargo de los líderes campesinos, los miembros de la comunidad y los técnicos.

**Paso 7. Implementación de producción y comercialización.** Los miembros de la comunidad, inscritos en el plan de producción, son los responsables del manejo del cultivo con el apoyo de la institución. La responsabilidad se extiende desde la preparación del suelo hasta la cosecha y selección. La comisión de mercadeo y un técnico de la ONG coordinadora del proyecto son los responsables de la comercialización.

En el cuadro 1 mostramos un resumen de los pasos a seguir, los responsables, y el tiempo de duración de cada uno.

**Factores críticos**

- No todos los agricultores cumplen con la calidad exigida para responder a la demanda.
- Los factores climáticos pueden dificultar la operatividad del plan de producción para responder a los compromisos establecidos.
- Débil empoderamiento de los productores.
- Se necesita un técnico que ayude a implementar las actividades de producción y comercialización.

**Aplicación concreta en Ecuador: Proyecto de comercialización de papa seleccionada para pollerías**

Los principales problemas de los agricultores de la comunidad de Pusniag de la provincia de Chimborazo eran:

**Cuadro 1: Resumen de pasos**

Paso	Responsable	Tiempo
Sondeo Rápido de Mercado	Institución líder y líderes campesinos	20 días
Presentación y discusión de las oportunidades de mercado con la comunidad.	institución con líderes campesinos del paso 1	30 días
Caracterización de la oferta	Líderes campesinos y la institución	
Reglamentación y elección de comisiones de trabajo.	Líderes campesinos y miembros de la comunidad	
Acercamiento y negociación entre los ofertantes y los demandantes	Líderes campesinos y técnicos de la institución	15 días
Planificación del calendario de siembras y cosechas	Líderes campesinos, miembros de la comunidad y técnicos	12 meses
Implementación de producción y comercialización	En producción: miembros de la comunidad En comercialización: comisión de mercadeo y técnico de la ONG	

- Los precios de papa en el mercado no cubrían los costos de producción (5 dólares/qq).
- Había inestabilidad en los precios de papa en el mercado (De 1 a 16 dólares/qq).

Por lo anteriormente mencionado, los agricultores vieron la necesidad de buscar estrategias para obtener precios estables y que cubran al menos los costos de producción.

Pasos 1 y 2: Sondeo Rápido de Mercado y discusión de las oportunidades de mercado con la comunidad

Agricultores del CIAL 11 de Noviembre, visitaron varios mercados y restaurantes para identificar las mejores opciones de mercado. (Matriz 1).

#### **Matriz 1. Exigencias y oportunidades de negocios**

Nombre del negocio	Variedad que compra	Volumen que requiere	Frecuencia compra	Características que debe tener la papa	Precios que están dispuestos a pagar	Oportunidad de negocio

Con los resultados del sondeo, se organizó una reunión con los miembros de la comunidad de Pusniag. Se identificó como la mejor opción "Desarrollar un proyecto de Comercialización para entregar papa seleccionada al Pollo Ejecutivo". La comunidad propuso comenzar la entrega con 20 qq por semana, y luego ir incrementándola paulatinamente hasta llegar a 60 qq/semana (el 50% de la demanda del Pollo Ejecutivo).

Se llevaron muestras de las siete variedades que siembran en la comunidad. Las variedades que pasaron las pruebas de fritura fueron Fripapa y Papa Pan. El tamaño de los tubérculos de estas dos variedades debe ser superior a 8 cm.

**Paso 3: Caracterización de la oferta.** Se realizó un mapeo de los socios interesados (Matriz 2), que ayudó a caracterizar la oferta. Se definió que por 1 qq sembrado se espera cosechar 12,5 qq. Entre el 40 y 60% de la producción total de cada socio podrá ser comercializada (mayor a 8 cm), el resto servirá para semilla y consumo.

**Matriz 2. Mapeo de los agricultores**

Nombre del agricultor	Zonas	Variedad	Superficie disponible para sembrar papa	Fecha Siembra adecuada	Fecha Siembra riesgosa	Disponibilidad de riego	Fecha cosecha

**Paso 4: Reglamentación y elección de comisiones de trabajo.** Los líderes campesinos y los miembros de la comunidad elaboraron los reglamentos y mecanismos de capitalización: (cada socio debe aportar 10 centavos por saco vendido, que servirá como un fondo de solidaridad para aquellos socios que siembran en épocas riesgosas).

Se eligieron:

- Comisiones de comercialización (4 socios) que se encarguen de las negociaciones.
- Comisiones de producción (3 socios) que se encarguen de la planificación de siembras.
- A una mujer, encargada de manejar el fondo de solidaridad y el registro de ventas.

**Paso 5: Implementación de producción y comercialización.** La Comisión de Comercialización conjuntamente con el técnico de la institución elaboró una propuesta de negociación para el gerente, que consistía en la entrega de 20 quintales por semana de Fripapa y Papa Pan seleccionada, sin plagas y con tubérculos mayores a 8 cm. Para Fripapa se fijó el precio mínimo en 8 dólares y el máximo en 14 dólares, y para Papa Pan, el precio mínimo fue 6 dólares y el máximo 12 dólares.

La comisión de planificación elaboró un calendario de siembras (Matriz 3), para asegurar la entrega de 20 qq por semana.

**Matriz 3. Planificación de siembras y cosechas**

Nombre del Agricultor	Zona	Variedad <sup>1</sup>	Quintales sembrados por agricultor													
			E	F	M	A	M	Jn	Jl	Ag	S	O	N	D		
Agricultor 1																
Agricultor 2																
Agricultor n																
Nmero quintales sembrados/mes																
Nmero quintales producidos																
Nmero. quintales a comercializar																

<sup>1</sup>: Fri papa para épocas buenas y Papa pan para épocas riesgosas

Los miembros de la comunidad, inscritos en el plan de producción, son los responsables del manejo del cultivo con el apoyo del técnico de la institución. La responsabilidad se extiende desde la preparación del suelo hasta la cosecha y selección.