



CIES
consorcio de investigación
económica y social

LAS POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN DE LA PAPA Y LOS EFECTOS DE SU INSERCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL SOBRE EL NIVEL DE VIDA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES Estudios de caso en el Valle del Mantaro y Paucartambo en Cusco

Hildegardi Venero Farfán



PROGRAMA COMERCIO Y POBREZA EN LATINOAMÉRICA

**ELABORACIÓN DE ESTUDIO MARCO SOBRE LOS IMPACTOS
DE LA POLÍTICA COMERCIAL EN LA SIERRA RURAL**

**Las posibilidades de exportación de la
papa y los efectos de su inserción en el
mercado internacional sobre el nivel de
vida de los pequeños productores**

**Estudios de caso en el Valle del Mantaro
y Paucartambo en Cusco**

Hildegardi Venero Farfán

Instituto de Estudios Peruanos

Este documento ha sido elaborado en el marco del proyecto “Comercio y Pobreza en Latinoamérica” (COPLA), implementado en el Perú por el Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES). COPLA es financiado por el Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido (DFID) a través del Overseas Development Institute (ODI) y es también implementado en Bolivia y Nicaragua. COPLA busca fortalecer el diálogo sobre políticas comerciales, pobreza y exclusión social a partir de evidencia basada en investigación. Para mayor información favor visitar: www.cop-la.net

VENERO, HILDEGARDI

LAS POSIBILIDADES DE EXPORTACIÓN DE LA PAPA Y LOS EFECTOS DE SU INSERCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL SOBRE EL NIVEL DE VIDA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
Estudios de caso en el Valle del Mantaro y Paucartambo en Cusco

105 p.

PAPA, TLC, COMERCIO INTERNACIONAL, DESARROLLO RURAL

Contenido

SIGLAS Y ABREVIATURAS USADAS

INTRODUCCIÓN

1. MARCO TEÓRICO

- 1.1 La apertura comercial y su efecto sobre el nivel de vida de los pequeños productores
- 1.2 El TLC y el sector agropecuario
- 1.3 Importancia del cultivo de papa en relación con otros cultivos
- 1.4 El comercio internacional de la papa

2. LA EXPERIENCIA PERUANA EN LA EXPORTACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA PAPA

- 2.1. Antecedentes de la exportación de papa
- 2.2. Comercio internacional del cultivo de papa peruana
 - 2.2.1. Papa congeladas
 - 2.2.2. Fécula de papa
 - 2.2.3. Papas frescas y refrigeradas
 - 2.2.4. Copos de papa
 - 2.2.5. Papa preparada o conservada congelada
 - 2.2.6. Papa preparada o conservada sin congelar
 - 2.2.7. Comercio neto de papa en el Perú: ¿exportadores o importadores netos de un cultivo característico del Perú?

3. PROCESAMIENTO DEL CULTIVO DE PAPA EN EL PERÚ

4. EL CULTIVO DE PAPA Y LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES EN EL PERÚ

- 4.1 La producción de papa en el Perú
- 4.2 Perfil de los agricultores de papa en la sierra del Perú

5. EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS Y SU IMPACTO EN EL SECTOR PRODUCTOR DE PAPA

- 5.1 Impacto esperado según la literatura sobre el tema
- 5.2 Análisis del tratado y los artículos referidos al sector productor de papa

6. ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE PAPA DE LA SIERRA RURAL

- 6.1 Productores del Valle de Mantaro en Junín
 - 6.1.1 La producción agrícola en el Valle del Mantaro
 - 6.1.2 Experiencias exitosas de productores que lograron insertarse en los mercados de procesamiento
 - 6.1.3 Dificultades que enfrentan los productores de papa

- 6.2 Productores de papa nativa en la provincia de Paucartambo en Cusco
 - 6.2.1 La producción agrícola en Paucartambo
 - 6.2.2 Dificultades que enfrentan los productores de papa nativa de las comunidades visitadas
 - 6.2.3 Casos exitosos en el departamento del Cusco de productores de papa que lograron insertarse en el mercado de papa nativa

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

- Cuadro N° 1: Mercado mundial de papa en distintas presentaciones y participación del Perú: 2006.
- Cuadro N° 2a: Valor FOB de las Exportaciones de papa (miles de US\$).
- Cuadro N° 2b: Valor FOB de las Importaciones de papa (miles de US\$).
- Cuadro N° 3: Ranking empresarial de exportadores de papa congelada, 1997-2008/p.
- Cuadro N° 4: Comercio internacional de papa congelada (tn y miles de US\$).
- Cuadro N° 5: Ranking empresarial de los importadores de papa congelada, 1997-2008/p.
- Cuadro N° 6: Ranking empresarial de los exportadores de fécula de papa, 1997-2008/p.
- Cuadro N° 7: Ranking empresarial de la importación de fécula de papa, 1997-2008/p.
- Cuadro N° 8: Ranking empresarial de los exportadores de las demás papas frescas o refrigeradas, 1997-2008.

- Cuadro N° 9: Ranking empresarial de las demás papas frescas o refrigeradas.
- Cuadro N° 10: Ranking empresarial de los exportadores de copos de papa, 1997–2008.
- Cuadro N° 11: Ranking empresarial de los importadores de copos de papa, 1997–2008 (1105200000).
- Cuadro N° 12: Ranking empresarial de los exportadores de copos de papa (2004100000).
- Cuadro N° 13: Ranking empresarial de importadores de papa preparada o conservada congelada (1105200000).
- Cuadro N° 14: Ranking empresarial de exportadores de papa preparada o conservada sin congelar 1997–2008 (2004100000).
- Cuadro N° 15: Ranking empresaria de importadores de papa preparada o conservada sin congelar 1997–2008 (2005200000).
- Cuadro N° 16: Comercio neto de papa (exportaciones–importaciones–miles de US\$).
- Cuadro N° 17: Tipo de presentaciones de los productos derivados de la papa.
- Cuadro N° 18: Papas que se ofrecen en los supermercados de Lima.
- Cuadro N° 19: Perú: Producción de papa por departamento (miles de t).
- Cuadro N° 20: Perú: Rendimiento de papa por departamento (miles de t).
- Cuadro N° 21: Indicadores de consumo y producción en Estados Unidos y Perú.
- Cuadro N° 22: Productos de papa y condiciones de acceso al mercado de Estados Unidos acordadas en el TLC.
- Cuadro N° 23: Productos de papa y condiciones de acceso al mercado peruano acordadas en el TLC.
- Cuadro N° 24: Características generales de los agricultores de la sierra rural y del Valle del Mantaro.
- Cuadro N° 25: Junín: Características de la Población en Edad de Trabajar-PET.
- Cuadro N° 26: Junín: Actividad económica en la que labora la PEA ocupada, 2007.
- Cuadro N° 27: Ingresos y gastos agrícolas del valle del Mantaro (Nuevos Soles).
- Cuadro N° 28: Estructura de los ingresos de los hogares por ámbito analizado. (anual, Nuevos Soles).
- Cuadro N° 29: Área total sembrada de los principales productos (Has.).
- Cuadro N° 30: Área promedio de siembra de los principales productos de la zona (Has.).
- Cuadro N° 31: Valle del Mantaro: ingreso agrícola según cultivo (Nuevos Soles).
- Cuadro N° 32: Características productivas de los productores articulados (Has.).
- Cuadro N° 33: Características socioeconómicas y sociodemográficas de los productores de papa.
- Cuadro N° 34: Características de los activos de los hogares productores de papa.
- Cuadro N° 35: Estructura de costos de las papas Canchan y Perricholi.

- Cuadro N° 36: Características sociodemográficas de los pobladores de Colquepata.
- Cuadro N° 37: Características de la vivienda y accesos a servicios del distrito de Colquepata.
- Cuadro N° 38: Acceso a activos semidurables - Colquepata.
- Cuadro N° 39: Distribución de la Población en Edad de Trabajar de Colquepata (2007).
- Cuadro N° 40: Sector económico en el que labora la Población en Edad de Trabajar de Colquepata.
- Cuadro N° 41: Estructura de costos de la papa nativa y variedades mejoradas.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico N°1: Valor FOB de la exportación de papa congelada (0710100000).
- Gráfico N°2: Valor FOB de la importación de papa congelada (0710100000) papas congeladas.
- Gráfico N° 3: Valor FOB de la exportación de fécula de papa (1108130000).
- Gráfico N° 4: Valor FOB de la importación de fécula de papa (1108130000).
- Gráfico N° 5: Valor FOB de la exportación de las demás papas frescas o refrigeradas (0701900000).
- Gráfico N° 6: Valor FOB de exportación de copos de papa (1105200000).
- Gráfico N° 7: Valor FOB de importación de copos de papa (1105200000).
- Gráfico N° 8: Valor FOB de exportación de papa preparada o conservada congelada (2004100000).
- Gráfico N° 9: Valor FOB de importación de papa preparada o conservada congelada (2004100000).
- Gráfico N° 10: Valor FOB de exportación de papa preparada o conservada sin congelar (2005200000).
- Gráfico N° 11: Valor FOB de importación de papa preparada o conservada sin congelar (2005200000).
- Gráfico N° 12: Balanza comercial de la papa 2002-2007.
- Gráfico N° 13: Perú: evolución del rendimiento de la papa (miles de t/Has.).
- Gráfico N° 14: Perú: evolución del precio en chacra promedio nominal de papa según región (S./Kg.).
- Gráfico N° 15: Tipología de los productores de papa en Perú.
- Gráfico N° 16: Junín: Población en Edad de Trabajar, 2007.
- Gráfico N° 17: Evolución del número de productores que siembran papa en el Valle del Mantaro 2003,2004, 2007.
- Gráfico N° 18: Colquepata: Población en Edad de Trabajar, 2007.

Siglas y abreviaturas usadas:

Aders	Asociación para el Desarrollo Sostenible.
Adex	Asociación de Exportadores.
AID	Agencia para el Desarrollo Internacional.
Capac	Cadenas Productivas Agrícolas de Calidad en el Perú.
CIP	Centro Internacional de la Papa.
CIPC	Chlorpropamo (inhibidor de brote).
CTB	Cooperación Técnica Belga.
Cosude	Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación.
Digesa	Dirección General de Salud Ambiental.
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
FOB	Franco a Bordo.
Fovida	Fomento de la Vida.
IEP	Instituto de Estudios Peruanos.
Incopa	Promoción de la Producción Competitiva de la Papa Peruana.
Idesi	Asociación Nacional de Institutos de Desarrollo del Sector Informal.
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática.
MAG	Ministerio de Agricultura.
MSP	Microenterprise and Small Producer Support Project.
ONG	Organismo No Gubernamental sin fines de lucro.
PET	Población en Edad de Trabajar.
PEA	Población Económicamente Activa.
Sunat	Superintendencia Nacional de Administración Tributaria.
Sunad	Superintendencia Nacional de Aduanas.
TLC	Tratado de Libre Comercio.
EE.UU.	Estados Unidos de América.
USAID	Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

Introducción

La importancia del cultivo de papa es algo comprobado a nivel nacional e internacional: la papa ocupa el cuarto puesto dentro de los alimentos básicos en la dieta de la población mundial. De esta forma, contribuye a reducir el déficit alimenticio en los países pobres, más aún en un contexto en el que los productos sustitutos inmediatos muestran ciertos signos de escasez en los últimos años (como es el caso del arroz y del trigo¹, cuyo consumo también es masivo). En nuestra nación, la papa es considerada un producto de primera necesidad en la canasta básica de consumo, sobre todo en la población pobre del sector rural, donde los niveles de autoconsumo del producto superan el 50% de su producción total.

El Perú es el país de origen de la papa y, en consecuencia, en él se pueden encontrar diversas variedades de este tubérculo, con diferentes colores, texturas, calidades y sabores, siendo el Perú la nación con mayor biodiversidad (2.800 variedades de las 3.900 que existen en el mundo)². Las variedades mejoradas más conocidas como comerciales cuentan con un mejor rendimiento y cubren la demanda interna destinada al consumo y al procesamiento. Por otro lado, las variedades nativas, además de destinarse al autoconsumo, hoy en día son demandadas por el mercado interno, la industria y el extranjero debido a los beneficios que conlleva su consumo (antioxidantes, abundancia en proteínas, colores, etc.).

El presente estudio ha analizado las posibilidades de exportación que tiene la papa en un mundo globalizado, con especial énfasis en el efecto que traería el TLC en la cadena de valor de este producto. Al respecto se debe distinguir el efecto directo en el comercio internacional de papa (el que se realiza en la actualidad) y el efecto indirecto que se podría dar en el futuro por la sustitución de cultivos gracias al TLC, lo cual determinaría que se intensifique la demanda por algunos productos más rentables que la papa, disminuyendo, a su vez, la superficie dedicada a este cultivo.

-
- 1 Dentro de la canasta alimentaria peruana la papa constituye el principal producto sustituto del arroz y del trigo.
 - 2 Actualmente, el Centro Internacional de la Papa viene implementando un banco genético que permita preservar todas las variedades posibles encontradas en Perú.

Adicionalmente, se explora el tema del procesamiento de la papa, debido a la mayor dinámica observada en los últimos años, sobre todo por el procesamiento de variedades nativas con el objetivo de ingresar al mercado internacional en los próximos dos años. En ese sentido, es habitual encontrar nuevas presentaciones de papa dirigidas tanto al mercado interno como externo, lo que determina que este producto catalogado tradicionalmente como “no transable” logre, gracias a los avances de la tecnología y a una mejor calidad en su procesamiento, tener una mayor oportunidad de comercialización nacional e internacional.

Los productores de papa a nivel nacional no son homogéneos: existen diversos tipos de productores que varían desde los más integrados a los mercados (tanto de bienes como de factores), hasta los productores de autoconsumo. Por ende, las cadenas de valor que giran en torno a este tubérculo pueden variar, ya sea por tipo de productor o porque se modificaron ciertos eslabones, siendo el más común el de la comercialización. En este sentido, las posibilidades de mejorar los niveles de exportación de la papa están relacionadas con el esfuerzo de hacer que los pequeños productores agrícolas reciban un mejor precio por su producto y, por tanto, mayores beneficios para no verse obligados a sustituir estos cultivos por otros más rentables en sus tierras.

El siguiente texto se ha organizado en siete capítulos. El primer capítulo intenta mostrar un panorama general de la discusión conceptual en torno al tema de la apertura comercial, su efecto sobre el nivel de vida de los productores, el posible impacto del TLC y, en particular, de los productores de papa. El segundo capítulo analiza la experiencia peruana con respecto a la exportación y al procesamiento de la papa, viendo en detalle cada partida comercializada a nivel internacional. El tercer capítulo está dedicado al procesamiento del cultivo de papa y a las formas de presentación que existen en la actualidad. El cuarto capítulo se dedica a analizar el cultivo de papa en el Perú y las características de los principales productores, mientras el quinto se refiere al Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y su impacto en el sector. En el sexto capítulo se analiza dos experiencias de pequeños productores de papa en la sierra rural: productores del Valle del Mantaro, en Junín, y productores de Paucartambo, en Cusco. Otro aspecto que se discute en este capítulo es el análisis sobre las posibilidades que tiene la papa nativa para insertarse en los mercados. Finalmente, en el séptimo capítulo, se presentan las conclusiones y recomendaciones.

Este trabajo de investigación se realizó con la ayuda de varias personas e instituciones. En la recopilación de información y realización de los *focus group*, fue importante el apoyo de Alicia Pérez y Miguel Quevedo. Además, debemos agradecer al Ministerio de Agricultura por su ayuda a través de su personal en Junín y Cusco para llegar a los pequeños productores que cultivan papa en estas dos

zonas. Finalmente, debemos agradecer a todas las personas a las que se entrevistó, representantes de proyectos en marcha, así como empresarios que se dedican al procesamiento y comercialización de papa.

Como es de rigor, todos los errores y omisiones son de entera responsabilidad de los autores.

1. Marco teórico

1.1 APERTURA COMERCIAL Y SU EFECTO SOBRE EL NIVEL DE VIDA DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES

La literatura que analiza el efecto de la apertura comercial de un país en desarrollo sobre el nivel de vida de los productores agropecuarios y sus hogares es variada. Algunos estudios analizan este tema mediante modelos de equilibrio general y/o tomando en cuenta el efecto que se produciría sobre las diversas variables que se verían afectadas una vez que el TLC entre en vigencia. Estos efectos pueden ser de tres tipos: a) efectos a nivel macro, b) efectos a nivel micro, y c) efectos en el corto y largo plazo. Los estudios que destacan al respecto son los de Winters et al. (2004), Anderson (2005), Escobal (2007), y Escobal y Ponce (2007).

Según Winters et al.(2004), citados por Escobal (2007), a nivel macroeconómico los cambios estarían relacionados con el incremento en la productividad bajo el supuesto de que la disminución en el precio de los bienes de capital podría elevar su demanda en los sectores que respondan a dichos incentivos. El otro efecto macro está relacionado con el grado de vulnerabilidad de las economías abiertas, es decir que si muestran mayor sensibilidad que las economías cerradas se experimentarán cambios en sus niveles de pobreza. Los efectos micro se refieren a cambios relacionados con el mercado de productos y factores, a partir del análisis de si la puesta en vigencia del TLC crea o destruye mercados y, en todo caso, si los nuevos precios (una vez eliminado el arancel) se transmiten a los hogares pobres. Otro aspecto a analizar es el efecto en el mercado de trabajo tomando en cuenta, en términos netos, la cantidad de personas que conformaban la PEA en el momento en que se implementó el tratado.

El otro aspecto que resulta relevante pero que requiere mayor análisis es el efecto del “sacrificio fiscal” sobre la economía nacional a la que se refieren Winters

et al.(2004) y Escobal, donde se analiza cuán importante es la magnitud del ingreso fiscal que deja de percibir la nación debido a la eliminación de los aranceles a los productos importados, materia del Tratado de Libre Comercio, así como se evalúa lo que se dejó de financiar por dejar de percibir este ingreso.

En cuanto al plazo en que se verán los primeros resultados del TLC, concluyen que, según las experiencias revisadas, el TLC debería traer como consecuencia la disminución de la pobreza a largo plazo. Sin embargo, no hay evidencia de que a corto plazo no se vean perjudicados los productores del sector agropecuario (Escobal 2007).

Otra parte de la literatura está dedicada a un análisis más preciso y, en algunos casos, se limita a investigar las relaciones de causalidad entre una y otra variable sin tomar en cuenta todas las existentes, como en los casos mencionados previamente. Sin embargo, bajo cualquier esquema es evidente que si la apertura comercial hace que de forma directa o indirecta se eleve el PBI *per cápita* en el país (generalmente gracias a la elevación de la productividad), los niveles de pobreza podrían disminuir. Al respecto, Mendoza y Ganiko (2008) y Mendoza (2007) afirman que los efectos del comercio internacional sobre la pobreza requieren un análisis en dos etapas: en la primera etapa se necesita analizar el efecto del comercio internacional sobre el crecimiento económico, mientras que en la segunda hay que explicar cómo el crecimiento puede afectar los niveles de pobreza o de bienestar de los pequeños productores. Los autores mencionados analizan la literatura sobre el tema y concluyen con respecto a la primera relación que “la apertura comercial, especialmente cuando está liderada por la expansión de las exportaciones, actúa a favor del crecimiento económico”. Con respecto a la segunda causalidad, entre el crecimiento económico y la reducción de la pobreza, las experiencias internacionales revisadas por Mendoza (2007), entre las que destacan diferentes países en desarrollo y China, demuestran que “el crecimiento económico contribuye a reducir la pobreza, dado que hay evidencia que variaciones en el ingreso *per cápita* van a la par del crecimiento del ingreso del quintil más pobre”, lo cual determina que el bienestar de los segmentos más pobres se incremente cuando crecen los ingresos de la economía. En el caso peruano, si bien esta relación se cumple, la magnitud del cambio en el ingreso del quintil más pobre es menor a la magnitud en la que creció el PBI *per cápita*.

Otro aspecto que analiza Mendoza (2007) es el referido a las consecuencias que tiene la apertura comercial en general y la reducción de aranceles en el sector agropecuario. Al respecto, este autor afirma que en el sector agropecuario se distinguen tres tipos de segmentos: primero, el de exportación; segundo, el que compite con las importaciones; y tercero, el que produce para el mercado interno y que no enfrenta competencia extranjera. En este sentido, menciona que solamente el primer y segundo

segmento se verán afectados por variaciones en el precio internacional, los aranceles, subsidios y cuotas a determinados productos, mientras que en el tercer segmento de bienes no transables los precios se ajustan ante los excesos de oferta o de demanda con una oferta dada en el corto plazo.

En este contexto, como afirma Mendoza (2007), una reducción de los aranceles determinará que el precio de los bienes importables disminuya y, dado que los bienes agropecuarios transables son sustitutos de los bienes agropecuarios no transables, la demanda de estos últimos también disminuirá ante el abaratamiento de los productos importados, haciendo que baje su precio, afectando el ingreso de los productores. Los únicos que saldrían ganando con esto serían los productores agropecuarios de exportación que podrían conseguir insumos productivos importados a un menor precio.

1.2 EL TLC CON ESTADOS UNIDOS Y EL SECTOR AGROPECUARIO

En el marco del Tratado de Libre Comercio firmado con Estados Unidos se han elaborado algunos estudios que dan cuenta de los posibles efectos que podría tener este en el sector agropecuario. En primer lugar, se debe ver cuál es la magnitud del comercio del producto o productos que se tranzan con Estados Unidos. En un estudio elaborado por investigadores de Grade (2006), citado por Mendoza (2008), en los últimos cinco años un 22% de las importaciones agrícolas del Perú provino de Estados Unidos, mientras que un 28% de las exportaciones agrícolas tuvo como destino ese país. En este sentido, para Zegarra (2005) el TLC tendrá el efecto de abaratar el precio de los productos básicos de la cadena alimentaria, sobre todo de aquellos que están subsidiados por los Estados Unidos. Otros autores, como Escobal y Ponce (2006), analizan el efecto del TLC teniendo en cuenta la dimensión temporal. En este caso, su primera conclusión es que el resultado puede ser variado y depende de la región en que se encuentre y las características de los diferentes grupos poblacionales. En el sector rural, estos autores afirman que una disminución en el precio del bien determina que la canasta de consumo de los pobladores rurales disminuya, lo que es positivo en términos del bienestar; sin embargo, ese menor precio de los bienes transables hace caer la demanda de trabajo de los productores de bienes que compiten con los bienes transables, lo que afecta el ingreso laboral de dichos productores agropecuarios, el cual se conoce como "efecto ingreso" y disminuye su bienestar. El efecto total, por su parte, consiste en que, en las áreas rurales, el efecto precio es superado por el efecto ingreso, teniendo una pérdida neta estimada en 158 millones de dólares para el sector. Siguiendo esta lógica, se debe analizar cómo se podrían lograr compensaciones para todos los productos o, en todo caso, para determinados productos, en base a estudios más específicos sobre variaciones en el precio de los mismos.

1.3 LA IMPORTANCIA DE CULTIVO DE LA PAPA EN RELACIÓN A OTROS CULTIVOS

La importancia del cultivo de la papa y la expansión de la frontera agrícola para este cultivo son dos aspectos que influyen de forma determinante la economía de más de 600.000 hogares del sector rural del Perú, 64,6% de los cuales se encuentra bajo la línea de pobreza y la mitad de estos (33%) en pobreza extrema (INEI 2008). Aunque la pobreza en general ha disminuido de forma considerable en los sectores urbano-marginales, todavía se mantiene en la sierra rural del país (73,3%). Tradicionalmente, el cultivo de la papa ha sido efectuado en la sierra; sin embargo, en los últimos años la costa peruana está obteniendo resultados significativos en la producción de papa con rendimientos más elevados que los obtenidos en la sierra del país. Según los datos del Ministerio de Agricultura (2008)³, la papa constituye el tercer producto con mayor superficie sembrada a nivel nacional después del arroz cáscara y del maíz amarillo duro. Sin embargo, en la sierra peruana el producto de mayor importancia es la papa, seguido del maíz amiláceo, la cebada y el trigo.

1.4 EL COMERCIO INTERNACIONAL DE PAPA

Un estudio de Proexpansión (2008) presenta evidencia estadística que afirma que el valor de las exportaciones totales de papa para el país representa solo el 1% de las exportaciones totales. Sin embargo, la tasa de crecimiento promedio de las exportaciones de papa en los últimos seis años ha sido de 25%, mientras que la de las importaciones bordea el 11%. No obstante, esta tasa de crecimiento se ha acelerado en el último año, llegando a ser de 58% para el caso de las exportaciones y de -0,5% para el caso de las importaciones. Para tener una idea de lo que podría suceder si se mantienen constantes las tasas de crecimiento del último año, la balanza comercial de papa sería cero en cinco años y medio, y superavitaria en más de dos millones de dólares en seis años. Esta constituye la razón principal que hace suponer que este cultivo, tradicionalmente catalogado como no transable, tiene gran posibilidad de insertarse en el mercado internacional con éxito aunque, claro está, bajo ciertas condiciones.

La experiencia de exportación de papa en el Perú no es reciente: gracias a la iniciativa privada el Perú ha estado comercializando papa amarilla desde hace más de una década. En la actualidad, los volúmenes de exportación de papa aún son pequeños (si son comparados con los volúmenes de importación de papa)⁴. No

3 Minag (2008).

4 Los datos del Ministerio de Agricultura para el 2007 muestran que el Perú exportó 19,7 toneladas de papa preparada o conservada sin congelar, con un valor FOB de US \$ 1.700 dólares la tonelada.

obstante, existen algunos casos aislados de nuevas empresas exportadoras de este tubérculo⁵ que cuentan con recientes innovaciones tecnológicas para que el producto alcance adecuados niveles de selección⁶, almacenamiento⁷ y empaque⁸, lo que ha determinado que aparezcan nuevos ofertantes de papa con estándares de calidad y nuevas posibilidades de exportación de papa procesada⁹. Otra reciente alternativa para los productores de papa tiene su origen en la revalorización de la papa nativa y la creciente demanda que ha generado tanto para el consumo interno (mediante el incremento de los gustos y preferencias de los pobladores limeños), como para el procesamiento: en algunos casos ha permitido que los productores agrícolas exploren determinados nichos de mercado como el procesamiento de papa nativa en hojuelas¹⁰, harina de papa, procesamiento de derivados de papa, almidón, el pan papa, puré de papa, etc. Además, actualmente hay una creciente demanda de papa nativa por parte de los restaurantes y hoteles que prestan servicios a los turistas. A todas estas iniciativas se suma la existencia de un programa gubernamental denominado Sierra Exportadora, entre cuyos objetivos se encuentra el incentivo a la exportación de hojuelas de papa y de papa nativa fresca con los agricultores de Huancavelica, de puré de papa con los agricultores de Huánuco y de Lima y, por último, de chips de papa con los agricultores de Junín.

La discusión teórica sobre este tema ha girado en torno a dos aspectos: el primero es el que presentan Álvarez (2001), Scott (1998), Agreda (1999)¹¹ y Ordinola (2008), donde exploran y analizan las oportunidades de desarrollo de los productos de papa para el mercado interno y externo. Sin embargo, en sus estudios también asumen que se debe avanzar mucho más en lo que se refiere a la evaluación de dichas experiencias a la luz de sus resultados. Por otro lado, hay quienes se muestran cautos en sus apreciaciones (Ordinola 2001, Trivelli, et. al 2008) y tratan de demostrar cómo ese

5 La empresa exportadora Tikapampa viene exportando volúmenes cada vez mayores de papa de la zona de Ayacucho y de Junín a Venezuela.

6 Actualmente se usa una maquina seleccionadora que puede ser transportable.

7 Cabe destacar que la papa es un producto perecible que rápidamente pierde volumen, en este caso se ha descubierto un producto denominado chlorprophamo-CIPC y la Hidracida Maleica, que son los más utilizados a nivel mundial en la actualidad para inhibir la brotación en papa.

8 Al respecto, una iniciativa que puso especial énfasis en estos aspectos de presentación del producto fue el proyecto Incopa, que viene trabajando desde inicios de 2000 y actualmente se encuentra en su tercera etapa.

9 A manera de ejemplo se puede mencionar que la empresa productora de snacks de papa nativa tiene pensado exportar este tipo de producto en dos años. Hasta eso prefiere estandarizar su nivel de producción.

10 Al respecto cabe destacar que la empresa más conocida de papa en hojuelas Frito Lay's, de la empresa Snacks de América Latina, Mr. Chips, de Gloria, y el Consorcio D'elinkas, acaban de poner en el mercado un nuevo producto denominado Hojuelas de "papa nativa".

11 En este caso, Agreda analiza la experiencia de Adex-AID/MSP en el que se privilegia la articulación de los pequeños productores con mercados locales y de exportación, promoviendo para ello la asistencia técnica en la producción, el fortalecimiento institucional y la gestión empresarial.

camino a la exportación de productos “nuevos” es especialmente complejo (Escobal 2007, 2001) debido a que los mercados aún son incipientes y las organizaciones a las que pertenecen los pequeños productores no están preparadas para este reto. Incluso Escobar (2007) presenta cifras sobre el costo que representaría para los pequeños agricultores el Tratado de Libre Comercio, el cual abre las puertas al comercio de todo tipo de bienes agrícolas.

Dada la relevancia del debate, que aporta cada vez mayor información a los agentes involucrados en la producción del papa, es importante tener en cuenta una serie de eventos: primero, que el mercado interno y externo de papa ha mostrado gran dinamismo el último año; segundo, que los niveles de exportación de papa procesada se han duplicado desde 2002 (MAG, 2008); tercero, que el programa Sierra Exportadora considera el procesamiento de papa para la exportación (puré de papa, hojuelas y panpapa), como una de sus principales tareas; y cuarto, la exportación de papa amarilla congelada a Estados Unidos ha ido creciendo considerablemente.

Por otro lado, la relevancia de este tema se da gracias a las posibilidades de dinamizar el mercado interno, debido a un mayor volumen de venta de papa seleccionada directamente de los productores a los supermercados (autoservicios Wong), el procesamiento de papa nativa por las empresas Lay's y Délikas, el negocio de papa cortadas y congeladas para restaurantes, las cadenas de valor de pequeños productores de papa industrial para el mercado de procesamiento de Ayacucho y Huánuco, y las posibilidades de negocios de sus derivados como es el caso del chuño blanco, el negocio del almidón, el negocio del “Pan Papa” del programa Sierra Exportadora. Todo ello le da al tema mucha relevancia para evaluar qué tipo de productores de papa y qué tipo de segmentos pueden insertarse rápidamente en el negocio.

En vista de que el mercado se desarrolla más rápido de lo que los investigadores han podido documentar hasta ahora es que se plantea aquí la siguiente hipótesis general:

Si bien el cultivo de papa es un producto tradicionalmente no transable (Scott 1986, 1998), la acelerada inserción de los productores agropecuarios peruanos en el mercado internacional, y en mercados con mayores posibilidades, el desarrollo tecnológico y el uso del capital social está determinando un nuevo contexto para ellos en la mejora de los niveles de bienestar y de superación de la pobreza en vista de que el 87% de la producción total de papa a nivel nacional se encuentra en la sierra del Perú y la mayor parte de pequeños agricultores que cultivan este tubérculo se encuentra bajo la línea de pobreza.

La primera hipótesis específica consiste en que los productores de papa más integrados a los grandes mercados¹², con mayores vías de acceso, con mayor nivel de activos tangibles e intangibles, con mayor acceso a tecnología y con financiamiento, son los que mayor posibilidad tienen de insertarse en los mercados internacionales.

La segunda hipótesis es que hay nichos de mercados que pueden ser explorados por los productores de papa de las zonas rurales más pobres del país. Así, se ve que la valorización y demanda de la papa nativa por parte de las compañías de procesamiento de papa en hojuelas y por el mercado que brinda servicios a los turistas abre nuevas posibilidades para estos productores¹³.

12 Como es el caso de los productores de papa en Junín.

13 La papa nativa en Cusco subió su valor de S/. 0,5 el Kg. a S/. 3,5.

2. La experiencia peruana en la exportación y procesamiento de papa

2.1 ANTECEDENTES DE LA EXPORTACIÓN DE PAPA

La experiencia peruana en la exportación de papa no es reciente aunque en el último año este mercado se ha dinamizado y se abren nuevas oportunidades de comercialización para los productores de este tubérculo que cumplen con estándares internacionales de calidad. La idea de exportar como posibilidad de generar mejores oportunidades para el productor peruano viene trabajándose por lo menos 12 años atrás (Fano et al 1998), período en el que se han realizado grandes esfuerzos desde el sector privado peruano¹⁴ para promover la exportación de papa amarilla, lo cual se debe a su calidad, sabor y valor agregado obtenido en sus tres diferentes presentaciones: a) peladas, b) precocidas y c) congeladas. Esta experiencia permitió comprobar que hay un mercado externo para la papa (principalmente Estados Unidos y Europa del Este). Sin embargo, aún se necesitaba mejorar la eficiencia del proceso, la calidad de la misma y optimizar los costos para que sean competitivos. Asimismo, se encontró que existen importantes posibilidades de exportación de papa, basadas en la información actual y en los planes de negocio que tienen algunas empresas procesadoras para el futuro.

2.2 COMERCIO INTERNACIONAL DEL CULTIVO DE PAPA PERUANA

La papa peruana ha experimentado en los últimos años una mayor demanda ya sea para el mercado interno (papa fresca, semilla y procesada para el consumo humano)

14 Todas estas iniciativas han sido en su mayoría privadas y promovidas dentro del marco del proyecto MSP, que es un resultado del convenio entre la Asociación de Exportadores (Adex) y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo internacional (USAID).

o para el mercado externo. De igual forma, existen determinados productos derivados de la papa que el mercado interno demanda y que está siendo cubierto por importaciones, principalmente por su forma de presentación y calidad, más que por el precio. En este capítulo se intenta dar cuenta de cuál es la magnitud y la dinámica del comercio de papa en el Perú.

Según el informe de Proexpansión (2008), se puede observar que el Perú tuvo en el año 2006 una reducida participación a nivel mundial en la exportación de papa, la cual apenas bordea el 1% y, pese a la diversidad de variedades que existen en el país, debido a que somos el país de origen de este cultivo, aún nos encontramos lejos de liderar el mercado en alguna de las presentaciones que producimos de papa. Como se puede observar en el cuadro N°1, el Perú comercializa nueve partidas diferentes de papa. De estas, el Perú ocupa el puesto 30 en la exportación de papas cocidas al agua o vapor, congeladas, con un monto total de 167 mil dólares. Otros productos importantes dado el volumen de exportación son las papas congeladas, las papas frescas o refrigeradas, la fécula de papa y las papas preparadas sin congelar. La partida dedicada a papa seca, chuño blanco, chuño negro, etc., no es analizada en detalle

CUADRO N° 1
MERCADO MUNDIAL DE PAPA EN DISTINTAS PRESENTACIONES Y PARTICIPACIÓN
DEL PERÚ: 2006

Partida	Descripción	Tamaño (miles US\$)	Perú (miles de US\$)	Ranking Perú en el mundo
0701100000	Papa fresca o refrigerada para siembra	572.619,00	12,8	52
0701900000	Papas frescas o refrigeradas	2.120.915,00	50	77
0710100000	Papas, cocidas al agua o vapor, congeladas	53.713,00	167	30
0712909000	Papa seca, Chuño blanco, Chuño negro*	1.102.490,00	192,7	No registra
1105100000	Harina y sémola de papa	76.521,00	15,5	32
1105200000	Copos de papa	275.206,00	3	No registra
1108130000	Fécula de papa	329.761,00	28	40
2004100000	Papas preparadas o conservadas congeladas	275.206,00	5	No registra
2005200000	Papas preparadas sin congelar	1.499.327,00	56	70
Total		6.305.758,00	530	

* En el caso de esta partida se considera también valores de diferentes presentaciones de otros productos.
Fuente: tomado y adecuado de Proexpansión(2008).

debido a que considera otras legumbres y hortalizas que no tiene sentido estudiar por obvias razones. Lo importante de este análisis es que si bien el ranking no es favorable para el Perú, existen partidas con una evolución significativa y que, de seguir esta tendencia, se pueden integrar más pequeños agricultores a la exportación de papa en estas presentaciones.

En la última década, el Perú ha vendido al extranjero seis presentaciones de papa en fresco y procesadas. Entre estas se encuentran: a) papas congeladas, b) otras papas frescas o congeladas, c) copos de papa, d) féculas de papa, e) papa preparada o conservada congelada, y f) papa preparada o conservada sin congelar.

Como se puede ver en el siguiente cuadro, el mercado demanda aquellos productos que en el Perú tienen ventajas en su procesamiento. Sin embargo, también existen partidas cuya exportación no ha podido consolidarse en el mercado. En esos casos, el mercado ha cubierto este bien por medio de importaciones, como ocurre con la papa preparada o conservada congelada, los copos de papa y la fécula de papa.

Según los datos de la Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú, la partida con mayor volumen transado es la papa congelada. En segundo lugar, se encuentran las otras variedades de papas frescas o refrigeradas, mientras que en tercer lugar está la fécula de papa para elaborar puré. Finalmente, en cuarto lugar se encuentran las papas preparadas o conservadas sin congelar, mientras que las otras dos presentaciones de papa que actualmente se transan representan volúmenes pequeños.

En el caso de las importaciones se puede observar que las partidas más importantes son la fécula de papa y la papa preparada o conservada congelada, las papas preparadas o conservadas sin congelar y los copos de papa, como se puede observar en los cuadros N° 2a y 2b.

2.2.1. Papas congeladas

Exportación de papa congelada

Dentro de esta partida se considera a las papas peladas, enteras o picadas para freír, principalmente papa amarilla, que incluso puede presentarse en forma de puré congelado. El valor de exportación de este producto ha tenido una evolución moderada entre 1997 y 2000 (bordeando en promedio los US\$ 29.800). Sin embargo, a partir de 2002 ha ascendido hasta lograr obtener por este producto ocho veces el monto que se obtuvo en 2000, lo que corresponde a una tasa de crecimiento de 616,5%, como se observa en el gráfico 1.

**CUADRO N° 2^a
VALOR FOB DE LAS EXPORTACIONES DE PAPA (MILES DE US\$)**

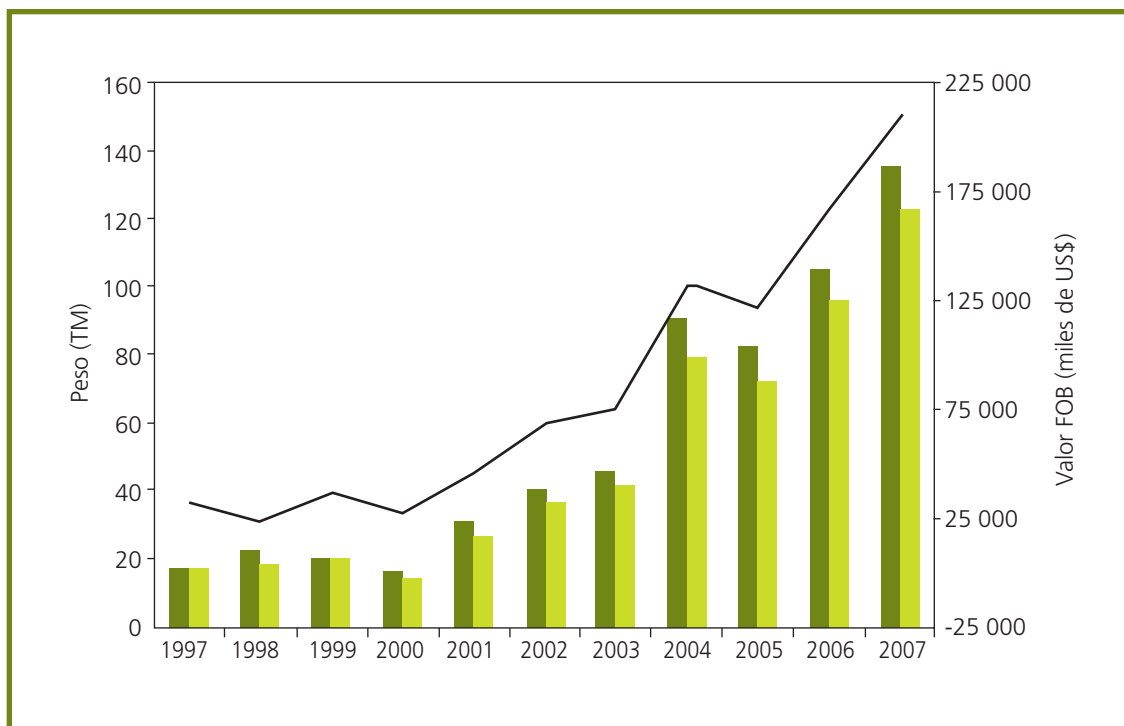
Subpartida nacional	Tipo de presentación	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
710100000	Papas congeladas	34	25	34	26	45	69	76	132	122	167	209
701900000	Papas frescas o refrigeradas	152	7	6	620	1025	47	0	14	19	50	155
1105200000	Copos de papa	10	2	2	3	3	0	7	2	1	3	9
1108130000	Fécula de papa	0	3	27	28	32	52	36	55	28	28	103
2004100000	Papa preparada o conservada congelada	0	0	0	0	0	0	0	2	0	5	2
2005200000	Papas preparadas o conservadas sin congelar	17	0	22	0	2	26	11	6	49	56	33
	Total	213	36	91	678	1107	193	131	210	219	309	512

**CUADRO N° 2B
VALOR FOB DE LAS IMPORTACIONES DE PAPA (MILES DE US\$)**

Subpartida nacional	Tipo de presentación	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
710100000	Papas congeladas	65	29	0	14	195	208	267	51	0	0	0
701900000	Papas frescas o refrigeradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1105200000	Copos de papa	224	270	281	289	268	303	421	254	404	387	579
1108130000	Fécula de papa	3.143	2.647	3.034	2.991	4.518	3.318	4.536	3.141	4.496	5.292	4.670
2004100000	Papa preparada o conservada congelada	1.802	2.260	1.889	1.796	1.718	1.733	1.612	2.145	2.623	3.002	3.659
2005200000	Papas preparadas o conservadas sin congelar	70	1574	1994	365	37	374	428	399	564	665	709
	Total	5.305	6.779	7.197	5.455	6.736	5.937	7.263	5.990	8.086	9.347	9.617

Fuente: Sunad.
Elaboración: IEP.

GRÁFICO N°1
Valor FOB de la exportación de papa congelada (0710100000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración propia.

En cuanto a las empresas que se dedican a la exportación de este producto, se puede ver que hay una gran volatilidad de entidades que entran y salen del mercado. Entre 2004 y 2007, 18 empresas han exportado papa congelada. De estas, cinco lideran este mercado y tres son medianas empresas debido a que tienen entre 10 y 70 empleados. La empresa que lidera este rubro se denomina *The Green Farmer* e inició sus operaciones en el año 2002. Esta ha mantenido exportaciones desde 2001 hasta la fecha. La segunda empresa más grande es Doña Isabel, siendo esta la más antigua en la exportación de este tipo de producto, y ha mantenido sus exportaciones desde 1997 hasta la fecha (aunque en el año 1998 no reportó exportación).

El principal mercado de destino de las papas congeladas es Estados Unidos, que concentra el 88% de todos los envíos llevados a cabo entre 1997–2008^p; un menor porcentaje de este producto se destina a Japón (5%) y a Chile (3%). De las empresas dedicadas a la exportación de este producto, las cuatro más importantes tienen como mercado exclusivo los Estados Unidos, con envíos de papa amarilla congelada en formatos de 1 lb. La Empresa Agroindustrial del Perú S.A. presentó un significativo envío a Japón en el año 1997, colocándola en el ranking con un 5% de participación, tal y como se puede ver en el cuadro N°3:

CUADRO N° 3
RANKING EMPRESARIAL DE EXPORTADORES DE PAPA CONGELADA, 1997-2008^{P/}

Empresa	Peso neto (TM)	Valor FOB US(\$)
The Green Farmer S.A.C.	206.756,32	353.713,20
Importadora y Exportadora Doña Isabel E.I.R.L	113.687,08	222.560,50
Gandules Inc. S.A.C.	60.332,25	107.496,62
Vínculos Agrícolas E.I.R.L.	40.069,27	72.376,73
Empresa Agroindustrial del Perú S.A.	16.450,00	32.077,50

^{P/} Datos preliminares del año 2008 al mes de julio.

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.

Elaboración: IEP.

Importación de papa congelada

La importación de papas congeladas fue importante entre 2001 y 2003: el valor de importación de este producto llegó a superar el valor exportado, tal como se puede ver en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 4
COMERCIO INTERNACIONAL DE LAS PAPAS CONGELADAS (TN Y MILES DE US\$)

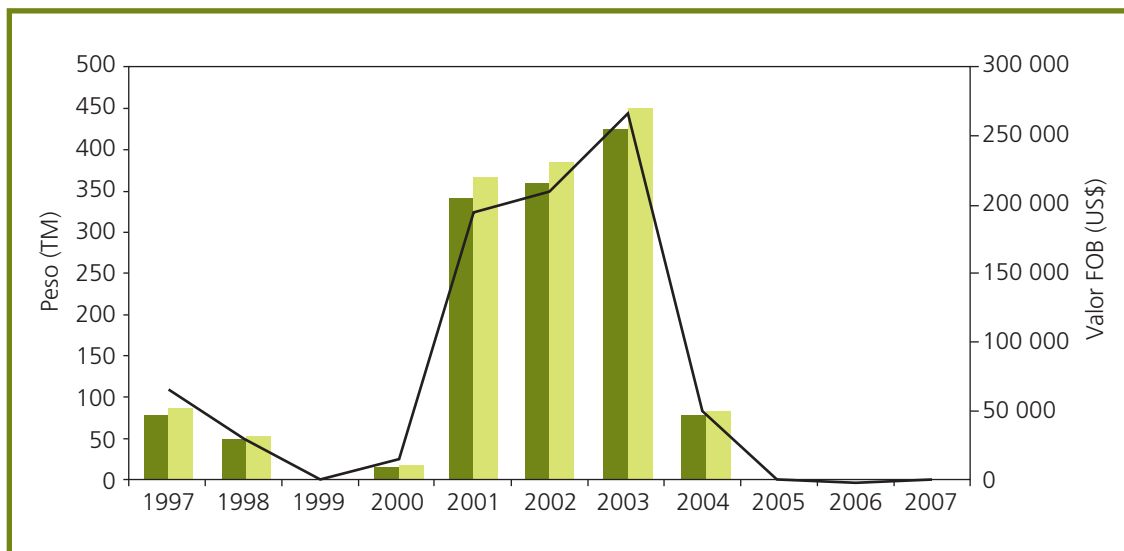
Descripción	2001	2002	2003
Exportaciones (peso neto)	15	26	37
Importaciones (peso neto)	341	361	425
Valor FOB de las exportaciones	45	69	76
Valor FOB de las importaciones	-195	-208	-267
Saldo Neto (miles de US\$)	-150	-139	-191

Fuente: Sunat.

Elaboración: IEP.

Lo que se observa en el período en mención es que las importaciones representan 3,52 veces el monto de las exportaciones. Sin embargo, una vez finalizado este las importaciones se contrajeron volviéndose cero hasta la actualidad, elevándose así nuestras exportaciones, para mostrar una tendencia creciente en la última década a una tasa de variación de 26%, como se ve en el gráfico N°2. Cabe resaltar que la presencia de empresas dedicadas a la venta de comida rápida y *fast food* generó el *boom* de importación de papas congeladas en este período.

GRÁFICO N° 2
Valor FOB de importación de papas congeladas (0710100000) – Papas congeladas



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración propia.

La empresa más importante que importó papa entre 2001 y 2004 es Agro Corporación S.A.C., con un valor FOB total importado de 714.029 dólares procedentes de Canadá y de EE.UU. El segundo puesto lo ocupó la empresa Ganadera Shilcayo S.A., que reportó significantes volúmenes de importación procedentes de Canadá en 1997, como se observa en el cuadro N° 5. Cabe destacar que la papa congelada importada provenían de los siguientes mercados: EE.UU. (86%), Canadá (8%), Holanda (3%), Argentina (2%) y Chile (1%).

CUADRO N° 5
RANKING EMPRESARIAL DE LOS IMPORTADORES DE PAPA CONGELADA 1997–2008^P

Empresas importadoras	Valor FOB US (\$)	Peso neto (TM)
Agro Corporación S.A.C.	714.029,19	1.196,06
Ganadera Schilcayo S.A.	47.567,01	62,38
Food Process S.A.	40.142,61	64,65
Negocios e Inmuebles S.A.	20.811,53	24,82
Operaciones Arcos Dorados de Perú S.A.	15.099,93	15,63
Supermercados Peruanos S.A.	6.141,76	2,44

^P Valor preliminar, con fecha de corte 31 de julio de 2008.

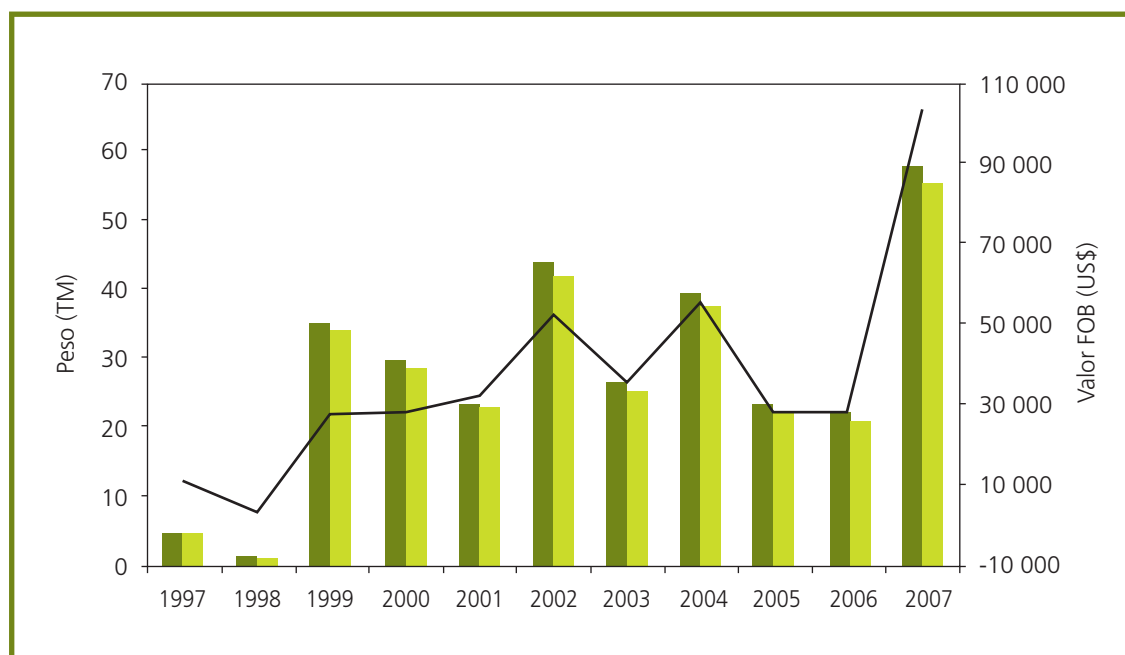
Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración: IEP.

2.2.2. Fécula de papa

Exportación de fécula de papa

La exportación de fécula de papa abarca al chuño (marca La negrita), chuño blanco, chuño negro y papa seca. Entre sus variadas presentaciones resaltan los sacos y cajas master, cuyo interior posee bolsas de 200 gramos. La evolución del valor FOB de este producto muestra un significativo movimiento comercial, con una depresión entre 2005 y 2006. En el año 2007 se experimentó una recuperación del monto de las exportaciones, elevándose hasta un nivel de 102.776 dólares, lo que representa un peso neto de 55 TM. Se puede observar un mayor valor en la negociación en comparación a lo obtenido en los años anteriores donde el incremento en el volumen (TM) es mayor al incremento en el precio pagado, como se puede ver en el siguiente cuadro:

GRÁFICO N° 3
Valor FOB de exportación de fécula de papa (1108130000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración: IEP.

En 2008, los volúmenes negociados expresados en toneladas son menores respecto al año anterior, con un valor FOB de US\$ 42.116. Otro aspecto importante es que en la exportación de fécula se encuentra la participación de personas naturales, además de empresas que registran movimientos comerciales de este producto derivado de la papa. En la actualidad, hay 21 ofertantes de variado formato que registran

exportaciones por un volumen acumulado de 41,95 TM (1997-2008^{p/}) y que, en términos monetarios, representan un valor de US\$ 51.527,53.

La empresa que lidera la exportación de esta partida responde al nombre de Vidal Elio Renán, con un monto 74% más grande que el segundo competidor, denominado Agromix E.I.R.L., como se puede observar en el cuadro N° 6.

CUADRO N° 6.
RANKING EMPRESARIAL DE LOS EXPORTADORES DE FÉCULA DE PAPA 1997–2008/P

Empresa	Peso neto (TM)	Valor FOB US(\$)
Vidal Vidal Elio Renán	111.187,46	141.514,82
Agromix E.I.R.L.	63.320,00	81.505,00
Vínculos Agrícolas E.I.R.L.	11.814,72	33.330,41
Importadora y Exportadora Doña Isabel E.I.R.L.	11.341,99	32.753,82
Páprika Andina S.A.	14.135,00	30.480,00

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

Entre los principales lugares de destino de este producto se encuentran Estados Unidos (39%), España (25%), Ecuador (12%), Japón (5%), Italia (5%) y Panamá (4%).

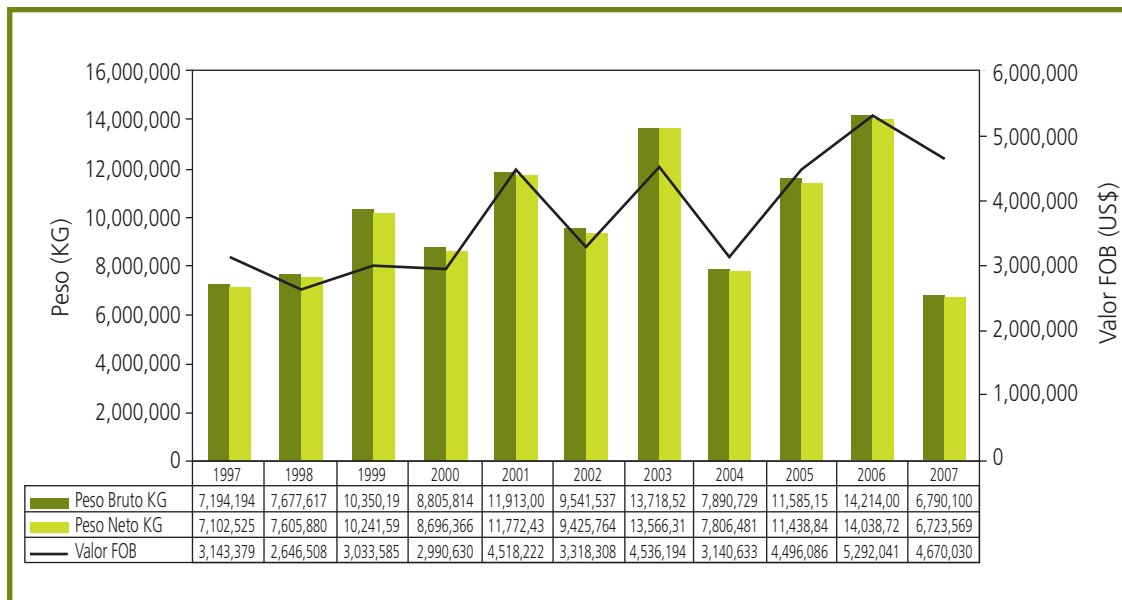
Importaciones de fécula de papa

La fécula de papa es un producto que tiene importantes volúmenes comercializados como rubro de importaciones. Sin lugar a dudas es uno de los rubros más importantes dentro de los productos derivados de la papa que se demandan con mayor fuerza en el Perú (ver gráfico anterior): las importaciones superan el millón de dólares, mostrando una pequeña contracción en el año 2007, en el cual se reportó un volumen de 6,730 TM, que representa un valor FOB de US\$ 4.670.030.

Los elevados valores reportados en aduanas son generados por un importante número de empresas, que a julio de 2008 llegaba a 25. Cabe resaltar que en el año 2007 solo fueron 12 las empresas que generaron importación, lo que demuestra que la participación empresarial en el último año se ha duplicado.

Asimismo, el ranking empresarial, que es el resultado de los valores acumulados por año durante el período medido desde 1997 a 2008 (31 de julio de 2008), se encuentra

GRÁFICO N° 4
Valor FOB de la importación de fécula de papas (1108130000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

liderado por la empresa Negociaciones Horizonte S.A.C., con un valor FOB importado de US\$ 23 millones, aproximadamente. El uso de este producto se destina en nuestro país a la industria: tintes, pinturas, pegamentos, curtiembre, entre otros.

CUADRO N° 7
RANKING EMPRESARIAL DE LA IMPORTACIÓN DE FÉCULA DE PAPA 1997–2008/P

Importador	Valor FOB (US\$)
Negociaciones Horizonte S.A.C.	23.918.779,02
Frutos y Especies S.A.C.	13.797.072,17
American Grains International S.A.C.	2.839.508,75
Asa Alimentos S A	1.452.686,61
Intercompany y Señor de Huanca S.A.C.	1.253.741,00
Mayorsa S.A.	1.174.290,23
Alicorp S.A.	1.118.063,72
Kraft Foods Peru S.A.	1.012.877,19
Montana S A	1.002.019,50
Compañía Has S.A.C.	305.901,40

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

Los principales mercados de procedencia de estos productos son Holanda (42%), Alemania (39%), Polonia (15%) y Francia (3%), entre otros.

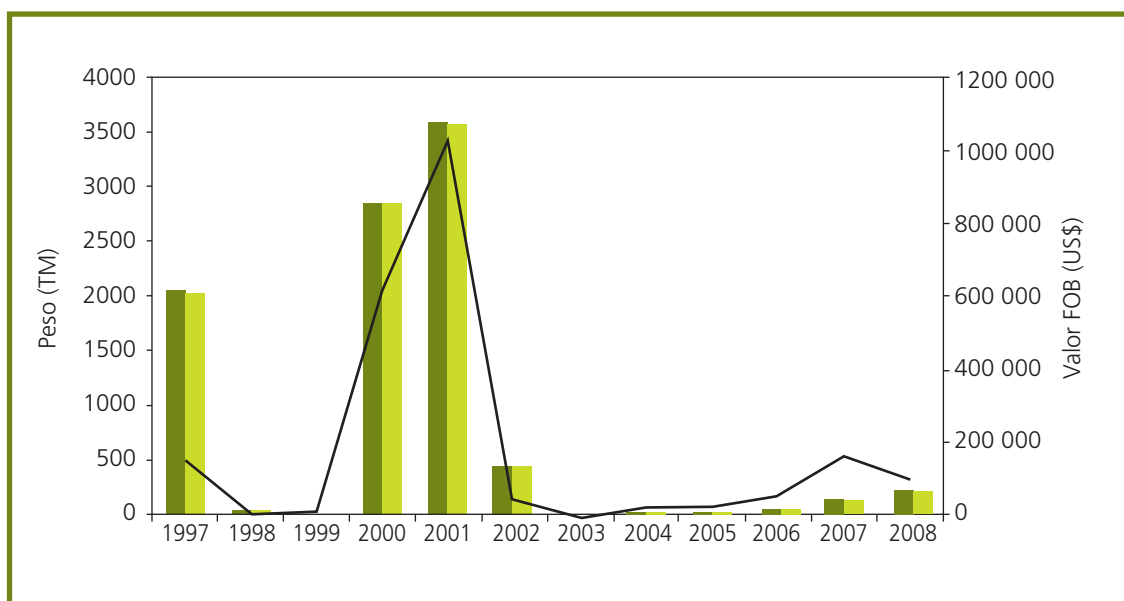
2.2.3. Las demás papas frescas o refrigeradas

Exportación de papas frescas y refrigeradas

Con respecto a este tipo de presentación, se puede observar la incipiente exportación de este producto a pesar de tener una considerable producción agrícola de papa que excede por épocas su oferta. Las posibles razones por las que no se transan grandes volúmenes de este producto se encuentran en la existencia de problemas fitosanitarios, así como en la calidad de producto.

GRÁFICO N° 5

Valor FOB de exportación de las demás papas frescas o refrigeradas (0701900000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

El máximo movimiento comercial se presentó entre los años 2000 y 2001, en los cuales se orientaron las exportaciones a Venezuela. Posteriormente no se han reportado volúmenes importantes de exportación de este producto a otros países. Asimismo, se puede observar que desde el año 2004 son más de 15 las empresas que hacen envíos de este tipo. Para 2008, los volúmenes negociados expresados en kilos son mayores respecto al año anterior, pero con un valor FOB mucho menor. Entre la descripción de los envíos, están el chuño, la papa amarilla y la huayro. Los principales

mercados de destino se encuentran principalmente en Venezuela, Ecuador, Estados Unidos y Panamá.

CUADRO N° 8
RANKING EMPRESARIAL DE LOS EXPORTADORES DE LAS DEMÁS PAPAS FRESCAS O REFRIGERADAS 1997-2008

Empresa	Peso neto (TM)	Valor FOB US(\$)
L.A.M.V. E.I.R.L.	77.228,90	31.678,78
Monha Service S.A.C.	125.256,60	21.906,66
Alisur S.A.C.	9.000,00	17.392,97
Agroindustrial Lima S.A.C.	5.158,35	9.500,00
Megabusiness Peru S.A.C.	2.558,98	5.406,78

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

De la revisión de información se ha podido observar que el movimiento comercial en esta partida no ha sido representativo. Sin embargo, en el análisis de los principales mercados de destino, Venezuela representó para los años 2000, 2001 y 2002 un importante mercado, el mismo que reportó exportaciones por un monto valorizado en 1.667.716 dólares FOB por un volumen de 6.785 TM.

Las empresas¹⁵ que reportaron exportaciones en el período 2000-2002 destinadas al mercado venezolano fueron:

CUADRO N° 9
RANKING EMPRESARIAL DE LAS DEMÁS PAPAS FRESCAS O REFRIGERADAS

Año	Empresa
2000	El Señorío de Sulco, Campagna Bejarano Italo
2001	MC & M S. A.
2002	RRALLCO AGRO S.R.L

15 Según la información revisada en la Sunat, se tiene que El Señorío de Sulco y la empresa MC & M de origen arequipeño se encuentran activas. Sin embargo, las razones sociales Campagna Bejarano Italo y RRALLCO AGRO S.R.L, de origen arequipeño, se encuentran con baja de oficio.

Por otro lado, en 2008, el mercado de Panamá recibió volúmenes de 204 TM por un valor de 54.570,2 dólares FOB.

Importación de las demás papas frescas o refrigeradas

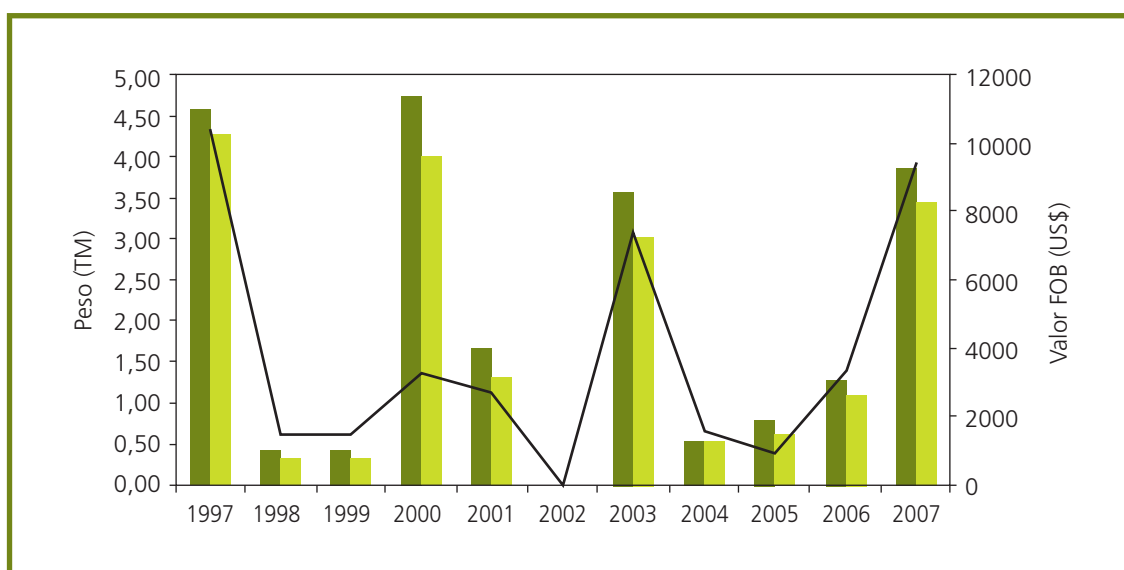
La importación de las demás papas frescas o refrigeradas no registra información de importación.

2.2.4. Copos de papa

Exportación de copos de papa

Se conocen como copos de papa al puré y a las papas deshidratadas en pellets. En este tipo de partida no se encuentra una tendencia determinada en la exportación. Como se puede ver en el siguiente gráfico, existen cuatro picos de exportación entre 1997 y 2007. Por ejemplo, para el año 2007, el volumen expresado en peso neto exportado fue solo de 3.45 TM, por un valor acumulado de 9.467 dólares FOB. Cabe resaltar que, en el último año, los volúmenes exportados son mayores respecto al año anterior, mostrándose un incremento del 280%. Sin embargo, esta información es solo referencial dado que dicho incremento no es parte de una tendencia marcada en el tiempo.

GRÁFICO N° 6
Valor FOB de exportación de copos de papa (1105200000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

Así también, para el año 2008, solo una empresa, Vínculos Agrícolas E.I.R.L, reporta exportaciones (con fecha de corte en el 31 de julio de 2008) por un valor de 19.564,98 dólares FOB y un peso neto de 6,45 TM. Los envíos han consistido en chuño blanco y negro con destino a Holanda e Italia. En cuanto a los principales mercados de destino, estos son Estados Unidos (41%), Holanda (27%), Italia (16%), Colombia (9%), España (3%) y Venezuela (2%).

CUADRO N° 10
RANKING EMPRESARIAL DE LOS EXPORTADORES DE COPOS DE PAPA 1997–2008

Empresas exportadoras	Peso neto	Valor FOB (US\$)
Vínculos Agrícolas E.I.R.L.	9.732,83	30.770,09
Asa Alimentos S A	9.157,99	23.157,40
Peral SCR LTDA.	1.500,00	1.575,00
Piccone Ocampo Guillermo	3.500,00	1.375,00
Alisur S.A.C.	1.121,60	1.298,42

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

Importación de copos de papa

Los copos de papa¹⁶ constituyen un producto que cuenta con innumerables volúmenes comercializados en el Perú. En el gráfico N° 7 se puede observar que en el año 1997 la importación representaba un valor FOB de US\$ 224.454. Diez años después, en 2007, este valor representa más del doble.

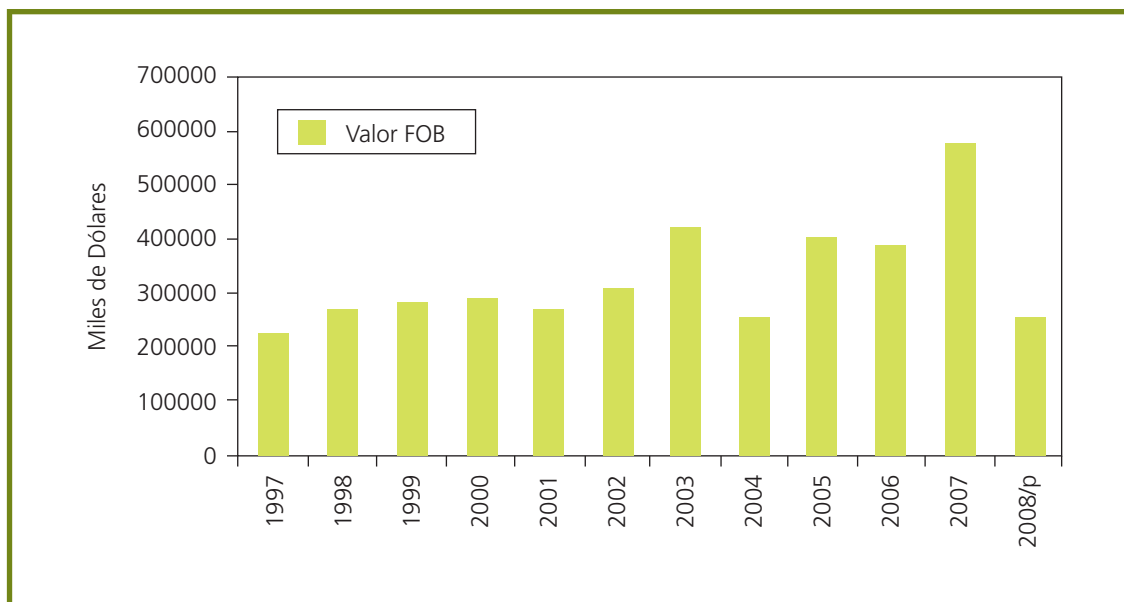
Asimismo, en el siguiente cuadro se puede ver que hay por lo menos 12 empresas que se dedican a la importación de copos de papa¹⁷. En este rubro destacan empresas como Unilever Andina Perú, Asa Alimentos, Nestlé, Industrias Pacocha, Alicorp, Karinto y Delosi¹⁸. Por otra parte, los principales mercados de origen de este producto son Estados Unidos (71%), Chile (21%), México (4%) y España (4%).

16 Copos de papa: se refiere a las presentaciones en forma de puré o papa deshidratada en pellets, según el caso.

17 Nestlé es una empresa transnacional que tiene como productos característicos a Puré Knorr, disponibles en autoservicios, supermercados y mercados de abasto a precios bastante accesibles.

18 Delosi, dueña de la franquicia Kentucky Fried Chicken, expende copos dentro de las diferentes combinaciones de menú y a la carta.

GRÁFICO N° 7
Valor FOB de importación de copos de papa (1105200000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración propia.

CUADRO N° 11
RANKING EMPRESARIAL DE LOS IMPORTADORES DE COPOS DE PAPA 1997–2008
(1105200000)

Importador	Valor FOB (US\$)	Peso neto (TM)
Unilever Andina Perú S.A.	1.234.743,95	998,12
Asa Alimentos S A	995.737,65	1.041,86
Nestlé Perú S A	767.763,26	448,05
Industrias Pacocha S A	322.810,55	313,00
Alicorp S.A.	270.781,67	211,22
Bocaditos Nacionales S A	145.040,66	89,00
Fca de Alimentos y Bocaditos S. A.	112.516,84	59,99
Karinto S.A.C.	40.855,95	33,60
Delosi S.A.	35.458,40	23,09
Manufacturas Alimenticias Sociedad Anoni	9.333,59	4,02
E Wong S A	2.458,53	0,56
Distribuidora Super Azul S.C.R.L.	72,80	0,03

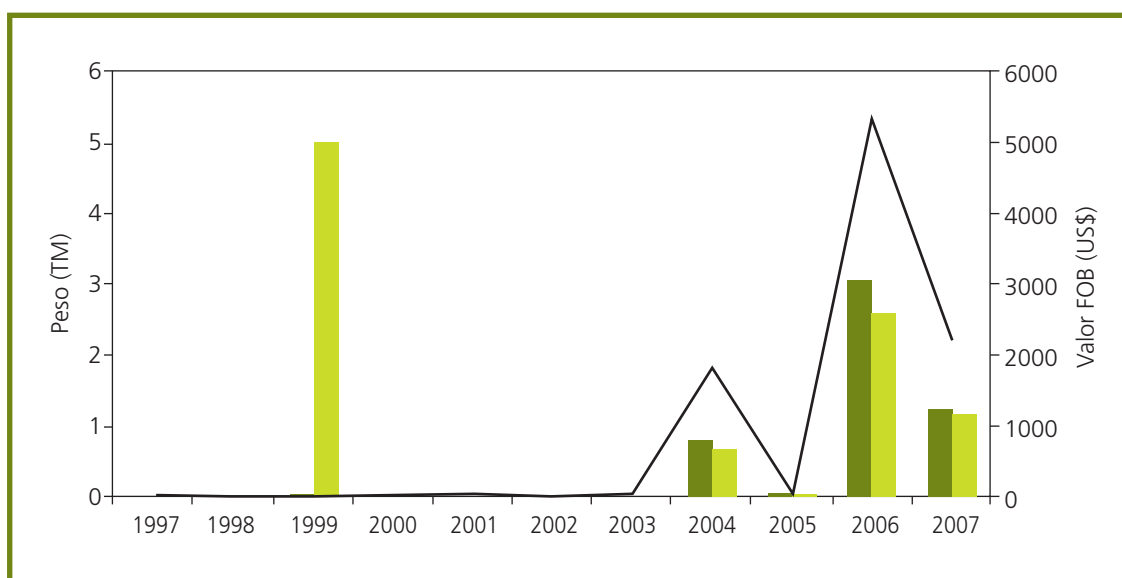
Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración propia.

2.2.5 Papa preparada o conservada congelada

Exportación de papa preparada o conservada congelada

La exportación de papas preparadas o conservadas describió una dinámica interesante entre los años 2004 y 2007. Para el año 2007, el valor FOB fue de US\$ 2.222,65, que corresponde al volumen neto de 1,16 TM. Esto se puede observar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 8
Valor FOB de exportación de papa preparada o conservada congelada (2004100000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

No obstante, haciendo un análisis comparativo entre los rendimientos de 2007 y de 2008, en el período que va de enero a julio, se puede observar que los volúmenes y montos exportados de este producto en 2007 son menores. Cabe resaltar que, revisando la información de aduanas con respecto a esta partida, esta reporta una dispersión que pasa desde papa frita congelada, papa amarilla hasta papa chiquita.

En el año 2006, seis fueron las empresas que registraron exportaciones con este tipo de producto, mientras que, para 2007, fueron tres. Es importante mencionar que en los años 1997 y 1998 se empezaron a hacer envíos de muestras y es solo en el año 2004 que se comercializa un mayor volumen de este producto.

El cuadro siguiente muestra el ranking de empresas que exporta este producto. Se puede ver ahí que la empresa Corporación Marítima Apollo Srltda. ocupa el

primer lugar, seguida de Jaks Corp. Sociedad Anónima Cerrada. Por otra parte, se puede observar también que los principales mercados de destino de este producto son Estados Unidos (50%), Aguas Internacionales (36%), Japón (12%), Brasil (1%) y Suiza (1%).

CUADRO N° 12
RANKING EMPRESARIAL DE LOS EXPORTADORES DE COPOS DE PAPA (2004100000)

Empresa	Peso neto (TM)	Valor FOB US(\$)
Corporación Marítima Apollo Srltda	1.575,00	3.233,96
Jaks Corp. Sociedad Anónima Cerrada	870,91	1.900,80
Megabusiness Peru S.A.C.	629,63	1.273,20
D' La Chacra Perú E.I.R.L.	629,10	1.170,00
Vidal Foods S.A.C.	504,29	940,00

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

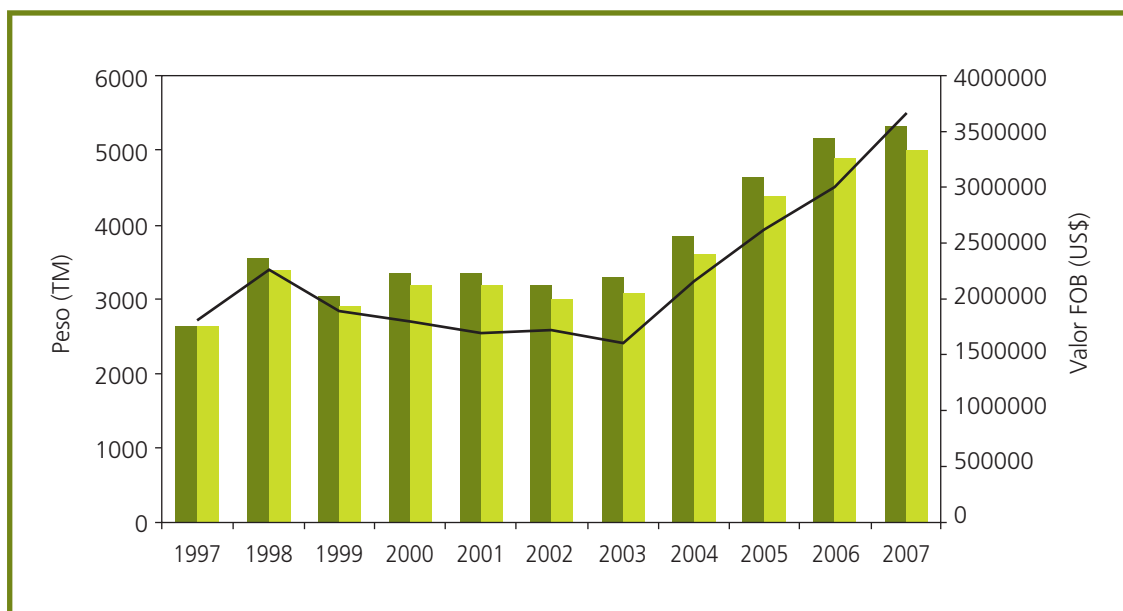
Importación de papa preparada o conservada congelada

En esta partida se concentran las presentaciones de papa frita, destinadas a canales de autoservicios y a restaurantes de comida rápida, principalmente. Para el año 1997, el monto importado tuvo un valor de 1.800000 de dólares FOB, mientras que para el año 2007 este valor fue de US\$ 3.658.000 millones. En la década en estudio se puede ver que los peruanos somos importadores de esta partida y nuestras exportaciones aún no tienen un valor significativo en el comercio de este producto.

Una de las principales características de los productos importados en esta partida reside en que son productos estandarizados: cada papa en el interior está calibrada y, por otro lado, las papas provienen de variedades especiales para la fritura, lo que significa un mejor control y manejo del costo de la porción, práctica típica de una franquicia de comida rápida. La producción local todavía no cuenta con estándares de calidad apropiados para atender la fuerte demanda que representa este sector.

Actualmente, en el mercado existen entre 9 y 11 empresas especializadas en la importación de papas preparadas o conservadas congeladas. El ranking se encuentra liderado por Delosi. Asimismo, es importante resaltar que una empresa peruana como Bambos se encuentra en el tercer lugar con un valor FOB en importaciones de US\$ 2.657.380.

GRÁFICO N° 9
Valor FOB de importación de papa preparada o conservada congelada
(2004100000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración propia.

CUADRO N° 13
RANKING EMPRESARIAL DE IMPORTADORES DE PAPAS PREPARADAS O CONSERVADAS
CONGELADAS (1105200000)

Importador	Valor FOB (US\$)	Peso neto (TM)
Delosi S.A.	6.096.801	8.835.957
Aguilar Arce Rafael Martín	2.764.038	5.485.527
Bembos S.A.C	2.065.197	2.657.381
Mrc Excel S.A.C.	1.888.733	3.663.762
Sigdelo S.A.	1.583.540	2.157.535
Operaciones Arcos Dorados de Perú S.A.	1.566.787	2.059.160
Mundo Vegetal S.A.C	1.563.366	2.247.450
Rapid Carga S.A.C.	1.530.823	2.942.471
Keystone Distribution Peru S.A.C. En Liq	1.503.591	2.067.552
Optima Representaciones S.A.	1.122.696	1.661.472

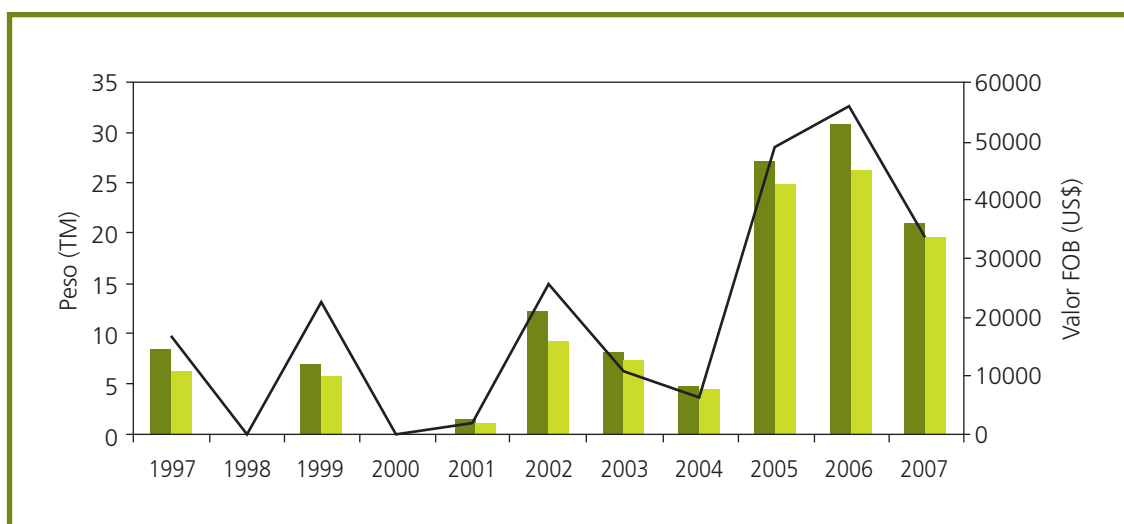
Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración propia.

2.2.6. Papa preparada o conservada sin congelar

Exportación de papa preparada o conservada sin congelar

La exportación de papas preparadas o conservadas sin congelar ha mostrado movimientos comerciales considerables a partir del año 2005. Para el año 2007, el valor FOB fue de US\$ 33.406. Sin embargo, este valor es bajo en relación al año anterior, que representó 55.945 dólares FOB. Aun así, se observa una tendencia creciente en los últimos tres años.

GRÁFICO N° 10
Valor FOB de exportación de papa preparada o conservada sin congelar
(2005200000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
Elaboración propia.

A partir de 2005 se observa una cantidad importante de empresas que reportan exportaciones en esta partida. En el ranking de las empresas con movimientos comerciales, se encuentra la empresa Vínculos Agrícolas E.I.R.L, que reportó un valor importante de exportación en los años 2005 y 2006 con un valor de 45.580 dólares FOB. Como en otros casos, el principal mercado de destino es Estados Unidos, que concentra el 32% de todos los envíos medidos en el período 1997–2008; le siguen Bolivia (19%), España (15%), Panamá 14%, Italia (13%) y Japón (4%).

Importación de papa preparada o conservada sin congelar

La importación de papas preparadas o conservadas sin congelar se puede observar en el gráfico N° 11. Solo para los años 1998 y 1999 esta importación alcanzó valores

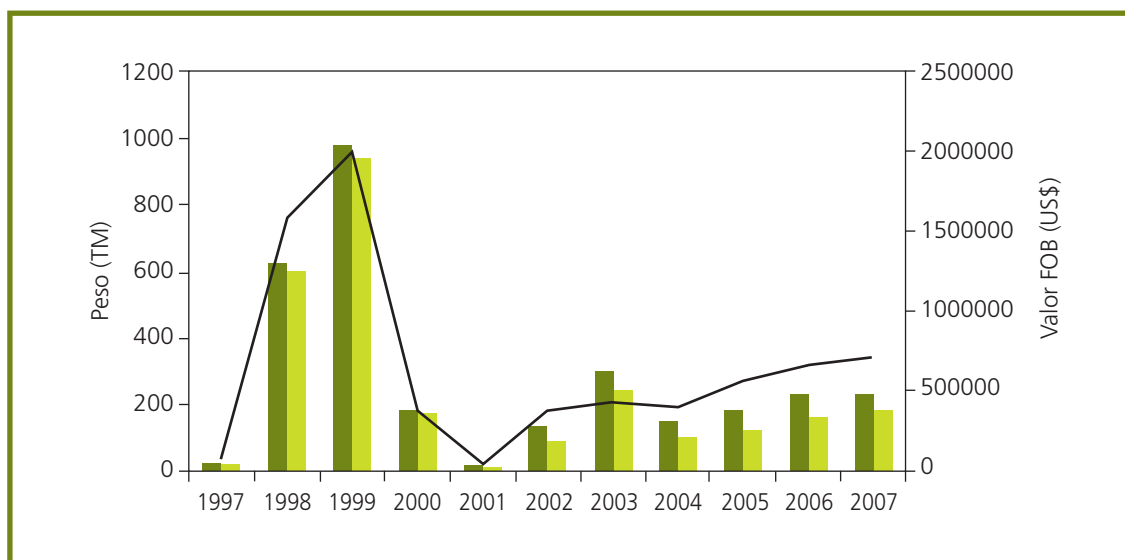
CUADRO N° 14
RANKING EMPRESARIAL DE EXPORTADORES DE PAPA PREPARADA O CONSERVADA SIN CONGELAR 1997–2008 (2004100000)

Empresa	Peso Neto (TM)	Valor FOB US(\$)
Vínculos Agrícolas E.I.R.L.	14.48	45,580.03
Vidal Vidal Elio Renán	27.82	33,393.15
Karinto S.A.C.	8.95	26,212.93
Vidal Foods S.A.C.	15.22	22,374.50
Procter & Gamble Perú S.R.L.	5.87	22,006.60

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.

FOB superiores al millón de dólares; desde el año 2000, en cambio, se observa un retroceso en los volúmenes comercializados. Así se tiene que, para el año 2007, se importaron 181 TM (peso neto), que representan un valor FOB de US\$ 709.057.

GRÁFICO N° 11
Valor FOB de importación de papa preparada o conservada sin congelar (2005200000)



Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración propia.

Existen en el mercado entre cinco y diez empresas que reportan importaciones en aduanas. El ranking empresarial está liderado por Procter & Gamble Perú SRL, la cual importa un peso neto de 1.449 tn por un valor de 3.058.407 millones de dólares FOB.

CUADRO N° 15
RANKING EMPRESARIA DE IMPORTADORES DE PAPAS PREPARADAS O CONSERVADAS SIN CONGELAR 1997–2008 (2005200000)

Importador	Valor FOB (US\$)	Peso Neto (TM)
Procter & Gamble Perú S.R.L.	3.058.407	1,449
Ls Andina S.A.	2.690.125	588
Arexim Trading S.A.C.	695.110	168
Snacks America Latina Perú S.R.L.	349.733	90
Delosi S.A.	308.480	171
Química Suiza S.A.	233.640	40
Corporación Tresmontes Perú S.A.C	132.409	34
Supermercados Peruanos S.A.	50.765	10
Drokasa Perú S.A.	36.143	11
Rapid Carga S.A.C.	34.727	92

Fuente: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – Sunat.
 Elaboración propia.

El principal mercado de procedencia de este producto vía importación está conformado por Estados Unidos (89%), México (5%) y Chile (5%).

2.2.7 Comercio neto de papa en el Perú: ¿exportadores o importadores netos de un cultivo característico del Perú?

El comercio neto de papa está explicado por el valor total de las exportaciones de papa en todas sus presentaciones y el valor total de las importaciones. Si el valor obtenido es negativo, entonces la balanza comercial de papa sería deficitaria debido a que nuestras exportaciones son menores que las importaciones de los mismos productos. De las seis partidas comercializadas de productos de papa, se puede ver que la balanza comercial es deficitaria por un monto de US\$ 9.105.000. Las partidas más deficitarias son las de fécula de maíz, papa preparada o conservada congelada, y la de papa preparada o conservada sin congelar.

Dados los resultados expuestos en el cuadro N° 16, la balanza comercial de papa es deficitaria en nueve millones de dólares, siendo el monto importable 18,8 veces el monto que se importó en 2007.

En el gráfico N° 12 se puede ver que el monto de las exportaciones ha crecido en 66% el último año y en 165% en los últimos seis años, mientras que las importaciones

CUADRO N° 16
COMERCIO NETO DE PAPA: (EXPORTACIONES – IMPORTACIONES –MILES DE US\$)

Sub-partida Nacional	Tipo de presentación	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
710100000	Papas congeladas	-31	-4	34	12	-150	-140	-191	81	122	167	209
701900000	papas frescas o refrigeradas	152	7	6	620	1025	47	0	14	19	50	155
1105200000	Copos de papa	-214	-268	-279	-286	-266	-303	-413	-252	-403	-384	-870
1108130000	Fécula de papa	-3143	-2644	-3006	-2962	-4486	-3267	-4500	-3086	-4468	-5264	-4567
2004100000	Papa preparada o conservada congelada	-1802	-2260	-1889	-1796	-1718	-1733	-1612	-2143	-2623	-2997	-3657
2005200000	Papas preparadas o conservadas sin congelar	-53	-1574	-1972	-365	-35	-348	-417	-393	-514	-609	-676
TOTAL		-5092	-6743	-7106	-4778	-5629	-5744	-7133	-5781	-7867	-9037	-9105

Fuente: SUNAD.
Elaboración: IEP.

GRÁFICO N° 12
Balanza Comercial de la papa 2002-2007



solo crecieron 5% en el último año y 62% en los últimos seis años, lo que indica que las exportaciones tienen un tasa de crecimiento 2,66 veces superior a la tasa de crecimiento de las importaciones entre el 2002-2007. Si la tasa de crecimiento de las exportaciones e importaciones de papa del último año se mantuviera constante, aproximadamente en seis años la balanza comercial de papa sería positiva y revertiría la tendencia que presenta el saldo actual.

En este sentido, y a modo de conclusión, se pueden ver los siguientes dos aspectos:

- a) En la década en estudio, se ha podido ver que los volúmenes totales de comercio de papa se han incrementado tanto a nivel de importaciones como de exportaciones, lo que indica que la demanda de los productos exportados e importados se ha expandido.
- b) El tipo de productos derivados de la papa que importa el Perú tiene muy poca participación en el consumo interno, es decir, que se usa como insumo para su posterior procesamiento. Como ejemplo está el caso de la papa preparada para freír que se importa de Holanda, Canadá y Estados Unidos, así como para los restaurantes de comida rápida o *fast food*.

Debido a estos dos aspectos, el presente estudio considera que hay una doble oportunidad para los productores de papa: la primera consistiría en sustituir importaciones, la segunda en cubrir la demanda externa, que cada vez es mayor.

3. Procesamiento del cultivo de papa en Perú

Los niveles de procesamiento de papa en el Perú han variado considerablemente en los últimos años. Esto, sumado al cambio de las preferencias por productos derivados de la papa debido a los requerimientos del mercado, ha hecho que se pase del consumo de papa fresca a la demanda de más de 201 presentaciones de este tubérculo (ver la lista completa en el anexo N° 1). Un aspecto interesante reside en que varias de las empresas que procesan papa se están consolidando en el mercado y cuentan con planes en exportar en el mediano plazo. Estas empresas se empeñan en alcanzar estándares de calidad que les permitan ingresar en el mercado internacional, de por sí más exigente, sobre todo en lo que se refiere a los distintos tipos de presentación y a la mencionada calidad.

Las nuevas presentaciones de papa han determinado que ingresen diferentes agentes en la cadena de valor de este producto y ocupen un espacio cada vez más importante, como en el caso de las procesadoras de papa en el Perú. De todas estas empresas, más de la mitad (53%) se dedica a la venta de papas fritas clásicas, nativas y papas al hilo. El ámbito donde se producen estas empresas es variado, con una alta concentración en Lima y Callao, y el resto ubicado en todo el país.

Otra presentación a considerar es la papa prefrita congelada, con un 31% de participación en el total de plantas procesadoras de productos de papa. Las plantas se encuentran ubicadas en Lima y Callao. Las otras presentaciones se producen en la ciudad de Lima.

Como se puede observar, la oferta de papa procesada es amplia, pero la calidad de los productos en el mercado no es la misma, lo que depende principalmente del nivel de competitividad que tienen las empresas encargadas de transformar el producto para el funcionamiento de la cadena.

CUADRO N° 17
TIPO DE PRESENTACIONES DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DE LA PAPA

N°	Tipo de presentación	Formas de presentación	Lugar de embalaje y/o procesamiento
1	Papas frescas	3	Lima
2	Snacks-Papas fritas clásicas	73	Lima, Arequipa, Andahuaylas, Chosica, Huancayo, Callao, Maynas
3	Snacks - Papas fritas nativas		
4	Snacks - Papas al hilo	33	Lima, Huanuco, Chiclayo, Piura y Arequipa
5	Puré de papas	12	Lima
6	Papa seca	4	Lima
7	Comida instantánea	11	Lima
8	Papas prefritas	63	Lima y Callao
9	Similares a papa	2	Lima
	Total	201	

Fuente: Sunat, Digesa y otros.
 Elaboración: IEP.

Existe mucha diversidad en las formas de presentación de los productos. De esta manera, se elaboran desde empaques de cinco gramos hasta bolsas de ocho kilogramos. Dichos productos están dirigidos al mercado interno. Es posible que, en el futuro, puedan exportar las empresas Snack de América Latina y Deprodeca de Gloria S.A. Se espera también que consoliden la exportación de sus nuevos productos debido a que se encuentran en la fase de estandarización de calidad y de sus presentaciones; específicamente, la presentación de la papa nativa es la que mayor éxito podría obtener dentro y fuera del país.

Otro aspecto que se debe tener en cuenta es que la mayor parte de procesadoras de papa se encuentran ubicadas en Lima Metropolitana, mientras que los mayores niveles de producción a nivel nacional se dan en la sierra del Perú. Por otra parte, los mayores volúmenes de papa para este fin pasan por el mercado mayorista, siendo este el origen no solo de la papa para consumo interno, sino también de la agroindustria, tal como se puede constatar en la articulación de la cadena agroalimentaria de la papa.

El siguiente cuadro N° 18 da cuenta de las empresas que en la actualidad se encuentran elaborando nuevas formas de presentación de la papa.

En lo que se refiere a la *papa fresca*, en el último año se ha puesto énfasis en su presentación. Para ello, se han difundido nuevas técnicas de embalaje de la papa blanca. En el caso de la papa nativa, la forma más novedosa es la presentación en

bolsas de un kilogramo, la cual se presenta en mallas previamente lavadas bajo la denominación de la marca Tikapapa, Mi papa y Papa Andina. Esta innovación se hizo posible gracias al proyecto Incopa, que dirige el Centro Internacional de la Papa-CIP, con el financiamiento de Cosude¹⁹. Las empresas socias del CIP para este caso específico son la ONG Cápac Perú y A&L Biodiversidad Altoandina S.A.C. Los agricultores con los que se trabajó para lograr mejores estándares de calidad fueron los de las comunidades campesinas de Andahuaylas, Huancavelica, Huánuco, Ayacucho y Cajamarca. Además, ellos reciben soporte técnico de Aders, San Javier, CIP y CTB. Estas presentaciones de papa se venden en el mercado mayorista de Lima, en Supermercados Peruanos S.A. y en los supermercados de Wong.

En cuanto a las presentaciones de papas fritas para snack, se tiene que las empresas procesadoras más importantes son Snack de América Latina S.R.L., Deprodeca S.A.C., Fábrica Laurel S.A. e Industrias Patcor S.A., las cuales trabajan con agricultores de Junín, Huancavelica, Andahuaylas, Huánuco e Ica. En este caso específico hay que destacar el apoyo de las ONG Fovida, Cápac Perú e Idesi para integrar en esta etapa a los pequeños productores agrícolas directamente con las empresas privadas y eliminar al intermediario o acopiador. Hay que señalar que existe un importante margen entre el precio de chacra (al cual vendían antes estos agricultores) y el precio que hoy reciben de la empresa procesadora²⁰.

En cuanto a las papas fritas al hilo, se observa que hay cinco empresas dedicadas a la elaboración de este producto. Las presentaciones más frecuentes se encuentran en bolsas de polipropileno transparente y cajitas que no superan los 100 gramos.

En el embolsado de papa seca intervienen cuatro empresas debido a que la materia prima (en este caso, la papa seca) tiene como lugar de origen el mercado mayorista N° 1. Este tipo de productos es vendido en los supermercados bajo la marca de papa seca E. Wong, papa seca Tesoro del Campo, papa seca Paisana y papa seca Costeño.

Además de las presentaciones previamente mencionadas, se encuentran otras que se producen en el Perú, como los productos similares a la papa y a la papa prefrita, donde en muchos casos las empresas solo se limitan a embasar el producto, sin crear mayor valor agregado, tal como se puede ver en el siguiente cuadro:

19 Lo que se ha logrado con este proyecto es conseguir una marca que puede ser usada por las empresas que cumplan con ciertos estándares de calidad y embalaje al comercializar papas frescas.

20 En las entrevistas que se hicieron a los agricultores se pudo comprobar que, si bien los contratos hechos con las empresas procesadoras dicen que por ningún motivo se devolverá los volúmenes de papa que los productores proveen a la empresa, se han dado experiencias en las que las empresas no recibieron el producto o facturaron a un menor precio que el pactado en el contrato, principalmente por dos razones: baja calidad del producto o sobreoferta.

**CUADRO N° 18
PAPAS QUE SE OFRECEN EN LOS SUPERMERCADOS DE LIMA**

Producto	Marca	Razón social de la empresa	Productores Procedencia de la materia prima	Observaciones
Papas frescas	Mi papa	Cápac Perú	Andahuaylas, Huancavelica, Huanuco, Ayacucho, Cajamarca	Venta en el mercado Mayorista
Papas frescas	Papa Andina			Venta en supermercados peruanos
Papas frescas	Tikapapa	A y L Biodiversidad Altoandina S.A.C.	Huancavelica y Ayacucho, principalmente, las otras localidades de acuerdo a volumen y estacionalidad. Reciben soporte de ADERS, SAN JAVIER, CIP, CTB	Venta en supermercados Wong
Papas fritas	Lay's clásicas	Snacks América Latina S.R.L.	Junín, Huancavelica y Andahuaylas. Apoyaron la iniciativa Fovida y Cápac Perú.	Pertenece a Pepsico, que comercializan en el mercado peruano: gaseosa Pepsi, la bebida rehidratante Gatorade, la avena Quaker y los snacks Chizitos, Torteas, Frito Lay, Tico Tico, entre otros.
Papas fritas	Lay's artesanas	Snacks América Latina S.R.L		
Papas fritas	Lay's nativas	Snacks América Latina S.R.L.		
Papas fritas	Mr. Chips clásicas	Deprodeca S.A.C	Junín, Huánuco, Ica.	Deprodeca, empresa subsidiaria de José Rodríguez Banda S.A. perteneciente al Grupo Gloria
Papas fritas	Mr. Chips nativas	Deprodeca S.A.C	Apoyaron la iniciativa Idesi.	
Papas fritas	Papi Leña	Fábrica Laurel S.A.	Mercado mayorista N° 1	Empezó como una microempresa
Papas fritas	Inkas Golds (hojuelas)	Industrias Patcor SAC - Huancayo	Junín	

Producto	Marca	Razón social de la empresa	Productores Procedencia de la materia prima	Observaciones
Papas fritas	Natu Chips (hojuelas)			
Papas al hilo	Bocaditos Toña	Productos PIT S.R.L.	No hay referencia	Presentación simple en bolsa de polipropileno transparente.
Papas al hilo	Papas al hilo	Bocaditos El Cruceño S.R.L.	No hay referencia	
Papas al hilo	Gelce	Gelce	No hay referencia	Presentación en cajita
Papas al hilo	Papas al hilo	Bocaditos Bucky	No hay referencia	
Papas al hilo	Papas al hilo	Villa Natura	No hay referencia	
Puré de papas	Puré de papas Knorr	Hersil S.A. para Unilever Andina Perú S.A.	Importador	Importador
Puré de papas	Puré de papas Menú	Asa Alimentos S.A.	Importador	Perteneciente al Grupo Romero – Alicorp
Papa seca	Papa seca E. Wong	Tambo Foods S.A.C.		La empresa solo envasa
Papa seca	Papa seca Tesoros del Campo	Alimentos plus S.A.C	Mercado mayorista N° 1	La empresa sólo envasa
Papa seca	Papa seca Paisana	Romero Trading S.A		
Papa seca	Papa seca Costeño	Corporación Transcontinental del Perú S.A.C		La empresa solo envasa
Comida instantánea	Carapulcra Provenzal	Deshidratadora de Alimentos Naturales S.R.L		
Similares a papa	Pringles	Lays Andina		Importador
Similares a papa	CTM	CTM Perú S.A.C. para Química Suiza		Subsidiaria de empresa chilena
Papas prefritas	Papas prefritas	Ursus Agro S.A.C	Papa costeña	Pollerías
Papas prefritas	Papas Prefritas	Riva Potatoes		Pollerías

4. El cultivo de papa y las características de los pequeños productores en el Perú

4.1. LA PRODUCCIÓN DE PAPA EN EL PERÚ

La producción de papa en el Perú se desarrolla en 19 regiones de la costa y sierra peruana. Aunque en un principio la papa era un cultivo propio de la sierra, en los últimos años se han desarrollado nuevas variedades de papa que se han adaptado a la costa²¹ con muy buenos resultados. Sin embargo, pese a este cambio, aún el 87% de la papa que se produce a nivel nacional se obtiene en la sierra, ocupando el 94,4% de la superficie usada para este cultivo a nivel nacional.

En los últimos diez años, la producción de papa ha crecido en 51%, a una tasa media anual de 4%. La producción de papa en la costa ha tenido un mayor crecimiento que la de la sierra. En la sierra, las regiones con mayor producción son Puno, Huánuco, La Libertad y Cajamarca, entre otras. En el caso de la costa, las regiones con mayor producción son Arequipa y Lima, que concentran el 78% de la producción total.

Sin embargo, la diferencia más resaltante entre el nivel productivo de la costa y de la sierra son los rendimientos obtenidos. Como se puede observar en el siguiente cuadro, el rendimiento promedio obtenido en la sierra representa el 60% del rendimiento promedio de la costa. El rendimiento promedio a nivel nacional es de 14,5 toneladas por hectárea en 2007. En los últimos diez años, la producción de papa ha tenido un crecimiento promedio de 4%, mientras que el rendimiento obtuvo una tasa más moderada pero no menos importante del orden del 3%. Según algunos estudios realizados mediante encuestas, se puede determinar que las diferencias en los niveles

21 Principalmente variedades mejoradas introducidas por el Centro Internacional de la Papa (CIP).

CUADRO N° 19
PERÚ: PRODUCCIÓN DE PAPA POR DEPARTAMENTO (MILES DE T)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sierra											
Amazonas	42	59	55	56	49	57	58	50	48	53	74
Ancash	93	89	105	130	100	106	103	89	118	104	110
Apurímac	221	201	258	242	132	129	180	143	154	155	201
Ayacucho	93	122	134	144	130	100	129	87	129	182	169
Cajamarca	155	204	225	261	230	306	309	272	301	289	293
Cusco	150	137	154	179	166	204	189	188	237	286	288
Huancavelica	125	134	191	187	135	156	136	120	141	130	76
Huánuco	318	274	373	466	351	524	432	479	406	406	447
Junín	302	293	373	420	324	373	343	318	355	335	294
La Libertad	177	341	297	319	312	326	343	286	344	292	337
Pasco	117	130	177	166	103	135	104	83	130	110	81
Puno	262	307	345	397	310	480	478	433	504	482	486
Costa											
Arequipa	141	147	179	119	130	159	112	156	164	163	227
Ica	45	58	52	35	61	69	70	54	34	43	72
Lambayeque	1	3	1	2	3	4	5	4	11	9	7
Lima	122	99	115	119	119	141	127	223	181	174	183
Moquegua	9	7	6	7	7	7	6	7	8	7	8
Piura	8	9	9	10	9	8	9	9	13	16	15
Tacna	22	17	18	18	18	15	11	8	11	12	13
Total	2 404	2 632	3 065	3 275	2 691	3 298	3 144	3 008	3 290	3 248	3 383

Fuente: Ministerio de Agricultura.
 Elaboración: IEP.

de productividad se dan principalmente por el tipo de variedad sembrada de papa, el impacto de los eventos climáticos (que cada vez se hacen más importantes), las características físicas del terreno y la tecnología.

CUADRO N° 20
PERÚ: RENDIMIENTO DE PAPA POR DEPARTAMENTO (MILES DE T)

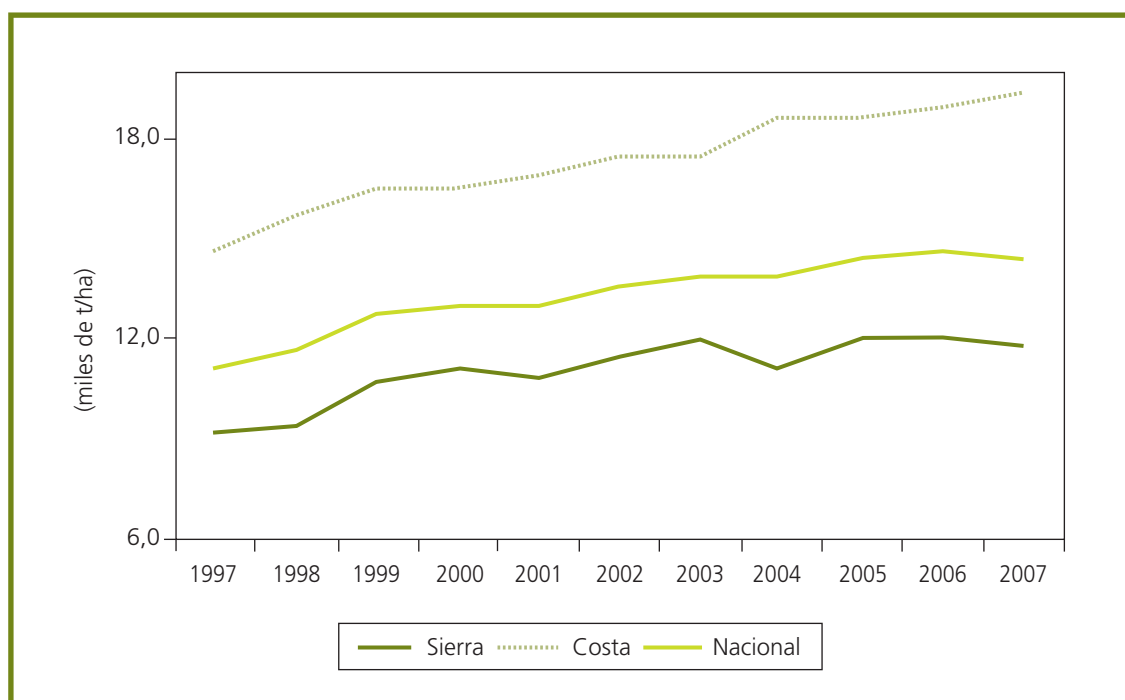
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Sierra											
Amazonas	11,4	11,2	12,2	12,4	12,4	12,1	13,8	13,0	13,8	14,8	14,7
Ancash	8,2	7,3	7,8	8,5	9,0	9,6	9,9	9,3	10,1	10,1	10,5
Apurímac	8,5	8,1	10,1	10,0	9,0	9,9	10,9	10,1	10,4	10,2	10,5
Ayacucho	7,2	8,9	9,6	9,8	10,3	10,7	12,6	9,3	11,5	13,3	13,3
Cajamarca	8,4	8,8	9,5	9,6	9,1	10,4	10,7	11,5	11,5	11,1	10,9
Cusco	7,7	7,4	8,1	8,3	8,6	8,3	7,6	8,0	8,5	9,5	9,7
Huancavelica	8,5	8,6	9,2	8,9	9,1	9,0	9,1	8,8	9,2	9,0	9,3
Huánuco	11,4	8,9	11,2	13,2	13,3	13,2	12,4	13,3	12,5	12,9	13,5
Junín	12,6	12,0	14,6	15,8	14,4	15,0	15,7	14,8	14,7	15,6	14,2
La Libertad	9,7	13,7	13,7	13,7	15,0	15,0	15,7	15,2	17,3	15,2	14,3
Pasco	10,1	10,7	13,0	13,2	11,3	13,4	13,7	12,0	13,8	13,2	10,2
Puno	6,5	6,8	8,8	9,3	8,4	10,2	10,2	9,2	10,4	9,9	9,9
Promedio sierra	9,2	9,4	10,6	11,1	10,8	11,4	11,9	11,2	12,0	12,1	11,7
Costa											
Arequipa	21,0	18,9	24,1	23,5	22,6	24,7	24,1	25,3	23,6	26,4	28,9
Ica	20,9	29,0	26,8	28,5	30,8	32,2	32,3	30,5	31,4	31,3	31,6
Lambayeque	6,3	5,6	5,9	5,3	5,2	5,2	6,2	7,9	7,1	7,3	7,4
Lima	15,1	18,2	19,8	19,4	20,5	22,2	23,1	26,9	25,4	25,4	24,2
Moquegua	10,7	10,4	10,0	10,5	10,8	11,0	10,9	13,0	12,3	12,6	13,2
Piura	10,8	10,4	10,6	10,8	10,4	9,7	10,2	11,2	12,3	12,2	11,5
Tacna	17,2	16,5	17,5	17,2	17,1	16,1	14,5	15,4	17,4	16,7	17,7
Promedio costa	14,5	15,6	16,4	16,5	16,8	17,3	17,3	18,6	18,5	18,8	19,2
Promedio total	11,2	11,7	12,8	13,1	13,0	13,6	13,9	13,9	14,4	14,6	14,5

Fuente: Ministerio de Agricultura.
 Elaboración: IEP.

Las regiones que obtienen un mayor rendimiento en la sierra son La Libertad, Junín y Amazonas, donde se superan las 14 toneladas por hectárea. En el caso de la costa, las regiones con mayor rendimiento es el valle de Ica, que supera las 31,6 toneladas por hectárea, seguido por el departamento de Arequipa (28,9 t/ha.) y Lima (24,2 t/ha.).

En cuanto a la evolución del rendimiento obtenido en ambas regiones, se puede observar que los productores de la costa han obtenido mejores resultados que los de la sierra en los últimos diez años, tal como se ve en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 13
Perú: evolución del rendimiento de papa (miles de t/ha.)



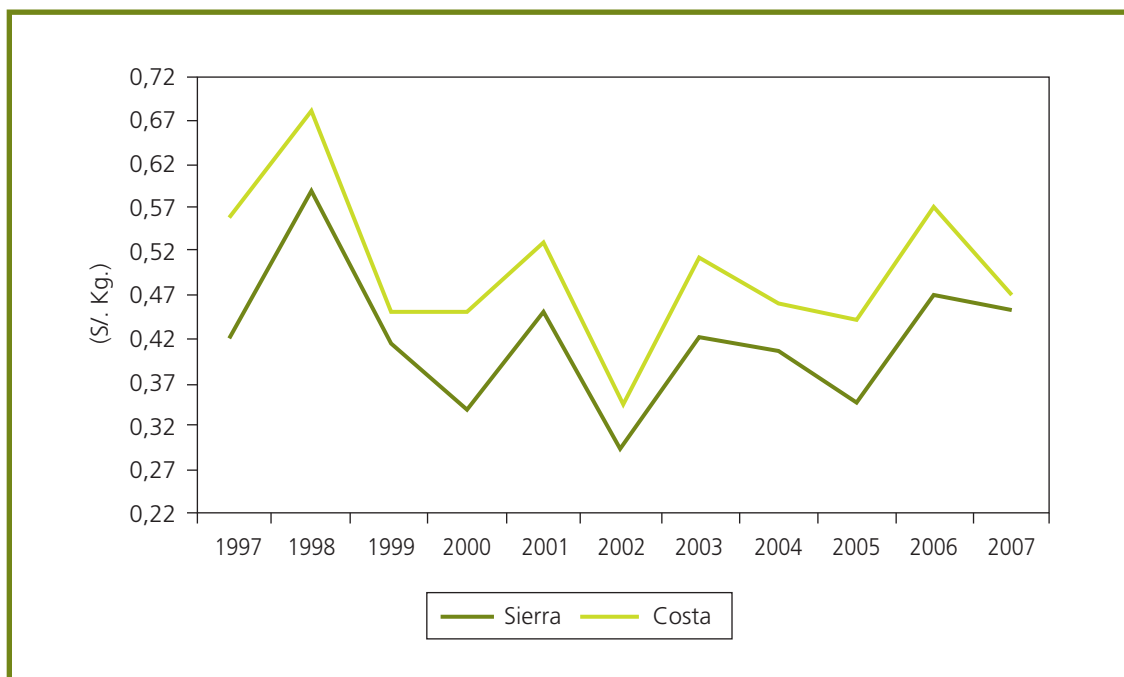
Fuente: Ministerio de Agricultura.

Elaboración: IEP.

En cuanto a la evolución de los precios nominales de la papa, según la información que reporta el Ministerio de Agricultura, se observa que los precios en chacra de la costa son mayores a los observados en la sierra en todo el período de análisis, como se observa en el siguiente gráfico:

Las regiones con mayor precio en chacra de la papa en la sierra son Puno, Ancash y Huancavelica, bordeando los 50 céntimos de Nuevo Sol por kilogramo. En el caso de la costa, los precios nominales en promedio son 20% más elevados que el precio

GRÁFICO N° 14
Perú: evolución del precio en chacra, promedio nominal de papa según región
(S./Kg.)



Nota. La devaluación en estos años no fue significativa, por eso se presentan los datos en Nuevos Soles.

Fuente: Ministerio de Agricultura.

Elaboración: IEP.

promedio de chacra de la sierra. Entre las regiones con mayor precio en chacra para el cultivo de papa se encuentran Tacna (75 centavos de Nuevo Sol/Kg.), seguida de Piura, Moquegua y Lambayeque, donde el precio bordea los 50 centavos de Nuevo Sol por kilogramo.

4.2 PERFIL DE LOS AGRICULTORES QUE CULTIVAN PAPA EN LA SIERRA DEL PERÚ

En el Perú, los productores de papa no son homogéneos, principalmente porque el cultivo de papa se desarrolla en 12 regiones de la sierra peruana y siete de la costa. En una presentación, Velazco (2008) distingue, a través de encuestas, algunas diferencias entre los productores de papa en ambas regiones. Al respecto, los productores de la costa (nueve años) presentan una mayor educación promedio que los de la Sierra (siete años), lo que determina que en esta última exista aún una baja dotación de capital humano. En cuanto a los años de experiencia de los productores en el cultivo de papa, en ambas regiones se observa un promedio parecido, de más de diez años

de experiencia. Sin embargo, sí hay una diferencia considerable entre el porcentaje de miembros del hogar que se dedican a laborar en la unidad agropecuaria, siendo en el caso de la costa de 47%, mientras que en la sierra supera el 70%. Esta diferencia podría estar explicada debido a que hay un escaso desarrollo de mercados en la sierra rural que ofrezcan otras opciones de trabajo para los pobladores de esas zonas, a diferencia de lo que sucede en la costa. Un aspecto que destaca Velazco es que el bajo nivel de educación condiciona a los productores a que se dediquen a la actividad agrícola tradicional, donde el conocimiento se trasmite de una generación a otra. En cuanto a las expectativas que tienen los productores de papa sobre si desean que sus hijos se dediquen al cultivo de papa, se aprecia que, en la sierra, solo el 19% menciona que les agrada dicha posibilidad. Por su parte, en el caso de la costa, el 34% se muestra gustoso de que sus hijos se dediquen a producir papa. Al parecer, estas expectativas están relacionadas con los mejores niveles de productividad y mayores precios, que determinan que la papa en la costa sea un cultivo más rentable que en la sierra.

Por otro lado, Ordinola (2008) analiza a los productores de papa, tomando dos variables importantes relacionadas con el piso ecológico en el que se encuentran las unidades productivas y la variedad de papa que producen. En este sentido, plantea un esquema que permite ver a los diferentes grupos de productores de papa y cómo están relacionados con una determinada variedad.

Según este autor, los productores de papa en el Perú se pueden clasificar en tres grandes grupos. El primer grupo está conformado por los productores en pequeña escala; entre estos se encuentran los productores de autoconsumo. Entre las principales características de este grupo se encuentra que hacen uso de pequeñas extensiones de terreno (de 1 a 3 hectáreas), que tienen bajos ingresos, bajos niveles de productividad, una conexión débil al mercado y que se encuentran ubicados por encima de los 3.300 msnm. Este grupo se dedica a producir la papa nativa de colores y, dado que conocen la técnica desde generaciones pasadas, cultivan varias variedades en una misma extensión de terreno.

El segundo grupo está compuesto por los medianos productores agropecuarios, que están más integrados al mercado y cultivan las papas amarillas y semicomerciales; la biodiversidad es media. Este grupo de productores está ubicado entre los 2.200 y 3.300 msnm.

El tercer grupo está compuesto por los agricultores que trabajan a gran escala, ubicados por debajo de los 2.200 msnm, es decir, posicionados en la costa o en los grandes valles de este sector. La mayor parte de tierras cuenta con riego y los niveles de productividad son elevados en relación a los otros dos grupos pues están especializados en la producción de papa blanca y/o mejorada.

GRÁFICO N° 15
Tipología de los productores de papa en Perú



5. El Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y su impacto en el sector productor de papa

En los últimos años, el Perú ha suscrito Tratados de Libre Comercio con la Comunidad Andina, acuerdos complementarios con varios países de América Latina, con la Unión Europea, China y con los Estados Unidos, este último principal socio comercial del Perú en la exportación e importación de diferentes productos, entre ellos la papa.

La literatura que analiza el tema del impacto del TLC en la agricultura, entre los que destacan Escobal y Ponce (2007), Tello (2006), Mendoza (2008), entre otros, coincide en que el objetivo principal es que el Estado peruano considere que la agroexportación es una opción interesante para los productores agrícolas, en especial para aquellos que representan a la mayoría de productores del sector. En ese sentido, lo que se pretende es que los agricultores que están en posibilidades de exportar tengan todas las facilidades para hacerlo y, por otro lado, todos los que no puedan hacerlo en la actualidad pasen por un período de transición que les permita ganar eficiencia²² para que, en el futuro, puedan lograr competir e insertarse en mercados más rentables.

En este sentido, este capítulo pretende hacer una breve revisión de lo que la literatura menciona sobre el efecto del TLC en los productos no transables y, en específico, en el mercado de la papa. En la segunda parte, se describirá el análisis realizado sobre el tratado y los artículos referidos al sector que cultiva papa. Finalmente, a través de la literatura, se verá cuál podría ser el efecto una vez implementado el TLC.

22 Para estos autores la forma de conseguirlo es que se logre movilizar inversión hacia el sector agropecuario y, por ende, que se logren mayores niveles de productividad.

5.1 IMPACTO ESPERADO SEGÚN LA LITERATURA SOBRE EL TEMA

La literatura que aborda al tema del impacto del TLC en el sector agropecuario caracteriza a la papa como un producto no transable dada la magnitud de este producto en el comercio internacional (0,01%) y en el comercio de productos peruanos (1%). En este sentido, Escobal y Ponce (2006) afirman que una vez que el TLC se pone en marcha, los aranceles se reducen, y el precio de los bienes domésticos tienden a alinearse con los precios internacionales. Una caída en el precio de los productos transables induce a una disminución en el precio de los productos no transables que se comercializan en el mercado interno, así como cambios en los salarios y en los ingresos laborales de los trabajadores independientes.

En este tema Zegarra (2005) se refiere específicamente al cultivo de la papa y en su argumento clasifica a los productos agropecuarios en tres grupos. El primero está compuesto por los productos comerciales, en los que Estados Unidos tiene gran capacidad de exportación; debido a la sensibilidad que tiene el precio de este tipo de productos se esperaría un impacto importante en el mercado interno. Este grupo está compuesto por el algodón, el arroz y el maíz. El segundo grupo está compuesto por los productos andinos con probabilidad de sufrir impactos negativos indirectos por sustitución del consumo hacia productos de origen importado. A este segundo grupo pertenecen los cultivos de carnes, lácteos, trigo y papa. El tercer grupo está compuesto por los productos especiales como el aceite de palma en la selva y oleaginosas.

Un aspecto a resaltar es que los productos andinos representan el 50% de la superficie sembrada y el 60% del valor bruto de producción agropecuaria, involucrando a un grupo de fuerza laboral que supera el millón y medio de agricultores.

Por otro lado, Tello (2006) analiza el efecto de la globalización y de la puesta en vigencia del TLC sobre el sector agropecuario y afirma que este será limitado. Por otra parte, la magnitud de cobertura de estos efectos sobre la población rural será incluso más limitada debido a que la participación del sector agropecuario en el valor total de exportaciones ha disminuido drásticamente desde 1950. Adicionalmente, existe una limitada extensión de la superficie agrícola dedicada a la agroexportación (23%). La gran mayoría de las unidades que exportan (70%) son unidades que tienen menos de cinco hectáreas, es decir, que el alivio en la pobreza total por incentivos a la exportación es limitada. Como es de esperar, la mayoría de las unidades agrícolas se dedica a trabajar con productos no transables o productos que compiten con las importaciones.

Una conclusión importante de este autor es que los efectos del comercio sobre el sector agropecuario transable y la población rural requieren tener como origen

los efectos indirectos del comercio a través del grado de eslabonamiento productivo entre los sectores transables y no transables, y las transferencias de recursos entre dichos sectores²³.

En el caso peruano, esta articulación es deficiente, lo que genera que los beneficios en el sector minero no tengan un efecto considerable sobre los productos agropecuarios y viceversa. Asimismo, el incremento de la demanda de empleados, dada la magnitud de la superficie sembrada de este tipo de productos, no sería significativo por la concentración de las unidades productivas agrícolas hacia los productos no transables y aquellos que compiten con las importaciones.

Por otro lado, SIDE (2008) afirma que los efectos del TLC en el cultivo de papa dependería de varios factores debido a que este tubérculo dentro del tratado tiene una categoría de desgravación A, lo que determina que a todos los productos que se transen bajo esta categoría se les eliminarán los derechos arancelarios en el momento en que el tratado haya entrado en vigencia, es decir, que el Perú aceptó condiciones de desgravación inmediata para los productos derivados de la papa con la condición de que compartan la misma situación con las exportaciones de este producto y sus derivados²⁴.

Según SIDE (2008), un aspecto que se debe tener en cuenta es que no todos los productos que se transan en este momento tiene la misma importancia: el producto importado más importante es la papa prefrita congelada, mientras que los dos productos de exportación más importantes son la papa amarilla y las papas nativas frescas. Para el caso del producto exportado de papa (bajo el supuesto que el contexto se mantenga), el TLC traería como consecuencia una elevación relativamente baja en el volumen de exportación debido a que el consumo *per cápita* anual promedio es bajo. Sin embargo, si esto va acompañado de una adecuada promoción del producto, estos resultados podrían variar significativamente, lo cual puede ser beneficioso para todos los productores de papa amarilla que se encuentren concentrados en la sierra peruana.

En cuanto al efecto en los productos importados, se puede observar que el TLC hará que se incremente significativamente la importación de papa debido a que se espera que Estados Unidos promueva una campaña agresiva para impulsar el producto. En este caso, el efecto se revertiría considerablemente si el Perú implementa una

23 El autor se refiere, por ejemplo, a que el sector minero es denominado como independiente, con bajos eslabonamientos hacia atrás y hacia adelante, y tiene bajos eslabonamientos con otros sectores, mientras que, por otro lado, el sector agropecuario es considerado como un sector base, con eslabonamientos hacia delante y altos multiplicadores de empleo.

24 Actualmente la papa tiene un arancel de 25%.

política de promoción del cultivo de papa. Si además se logra capitalizar este sector productor de papa prefrita, las ganancias serían aún mayores para los productores de este tipo de producto.

5.2 ANÁLISIS DEL TRATADO Y LOS ARTÍCULOS REFERIDOS AL SECTOR PRODUCTOR DE PAPA

La exportación de papa fresca y de los derivados de este cultivo en la última década han tenido un crecimiento significativo, lo que forma parte del crecimiento experimentado por la exportación de productos agrícolas en este mismo período. Recientemente el Perú ha firmado el TLC con Estados Unidos, el mismo que ha entrado en vigencia el 1 de febrero de 2009, lo cual se supone que tendrá un impacto positivo, dinamizando el sector agroexportador en general y el sector productor de papa en particular. Es por esta razón que en lo que viene nos dedicaremos a analizar el tratado y todo lo referente al cultivo de la papa, para lo que se utilizará como base el documento de SIDA (2008). En él, en una primera parte, se analiza cuál es la representación de la papa para ambos países en cuanto al total de población involucrada directa o indirectamente con este sector. En cuanto al contexto general, se debe tener en cuenta que la población total de Estados Unidos es aproximadamente diez veces mayor a la población peruana, con un consumo *per cápita* mayor de papa (60 kg. al año) que el de los habitantes peruanos (50 kg. al año), todo esto unido a que el ingreso *per cápita* es 12 veces mayor en Estados Unidos con respecto al ingreso *per cápita* del Perú. Por el lado de los gustos y preferencias, los consumidores de papa de Estados Unidos demandan más la papa congelada, mientras que en el Perú se prefiere la papa fresca, limpia y preseleccionada, y los restaurantes y pollerías en el Perú tienen mayor preferencia por la papa lista para freír. En cuanto a la industria, esta actividad se desarrolla en Estados Unidos más que en el Perú (lo mismo debe suceder con todos los sectores). Sin embargo, algo que se debe tomar en cuenta según este trabajo es que, en Estados Unidos, las empresas que procesan papa son multinacionales cuyas decisiones afectan a más de un país con el que transan los productos derivados de la papa y, por otro lado, su forma de promocionar el consumo de un producto implica sumas millonarias.

En cuanto al proceso productivo de la papa, este es muy diferente en ambos países: en el caso de Estados Unidos este está altamente mecanizado y con importantes ejes de comercialización, mientras que en el caso del Perú abunda el minifundio. En el primer caso, el sector tiene por objetivo lograr mejores niveles de competitividad y minimizar costos; en el caso del Perú, en cambio, se asocia el componente social dado que la mayor parte de productores es pobre.

El Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos incluye 18 capítulos dedicados a los compromisos que asumen ambos países en referencia al comercio de productos

CUADRO N° 21
INDICADORES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN EN ESTADOS UNIDOS Y PERÚ

Indicador	Estados Unidos	Perú
Población	278 millones	27 millones
Ingreso <i>per cápita</i>	36 mil dólares	3 mil dólares
Producción de papa	20 millones de tn	3 millones de tn
Productividad	40 t/ha	30 t/ha y entre 15 y 8 tn/ha
Diversidad	Pocas variedades	2.800 variedades
Consumo <i>per cápita</i>	60 kg anuales	50 kg anuales
Preferencias en el consumo	Papa congelada	Papa fresca
Tendencias	Consolidación de la demanda de papa congelada	Expansión de la demanda de papa fresca, limpia y seleccionada

Fuente: Tomado de SIDE. (2008)

con origen en los diferentes sectores de la economía, lo cual determina que la parte del tratado referida al cultivo de papa se limite al primer capítulo, en el que se establecen condiciones específicas sobre el comercio de papa.

En los dos siguientes cuadros, elaborados por Mincetur y citados por SIDE (2008), se resumen los productos, las partidas y las condiciones de acceso al mercado de los Estados Unidos acordado por el TLC.

En cuanto a las condiciones en las que entran los productos peruanos al mercado de Estados Unidos, se puede apreciar que todos los productos peruanos acceden libres de arancel: el acuerdo no establece cuotas y todos los productos deben cumplir con las normas de sanidad (USDA y la FDA) y con las exigencias relacionadas con el medioambiente. Los datos específicos sobre el arancel que tenía cada partida previa al tratado y los productos exportados a Estados Unidos se encuentran detallados en el cuadro N° 22.

En cuanto a los productos de origen americano que ingresan al Perú, se puede observar que pese a las diferencias entre ambos países el Perú aceptó que estos productos entraran al país libre de aranceles. Cabe destacar que aunque los productos están libres de aranceles, estos deben cumplir todas las normas de sanidad e inocuidad, así como las normas complementarias exigidas por Estados Unidos.

CUADRO N° 22
PRODUCTOS DE PAPA, CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS
ACORDADAS EN EL TLC

Partida	Descripción	Arancel base	Categoría de desgravación actual
07011000	Semillas de papa fresca o refrigerada	0,5 cents/kg	0%
07019050	Papas frescas, excluyendo amarilla	0,5 cents/kg	0%
07101000	Papas congeladas	14%	0%
07129030	Papas secas sin preparar	2,3 cents/kg	0%
11051000	Harina o fécula de papa	1,7 cents/kg	0%
11052000	Hojuelas de papa	1,3 cents/kg	0%
11081300	Almidón de papa	0,56 cents/kg	0%
20041040	Papa amarilla congelada preservada (excluyendo preparaciones)	6,4%	0%
20041080	Papa (excluyendo amarilla) congelada preservada (excluyendo preparaciones)	8,0%	0%
20052000	Papas preparadas excluyendo las congeladas	6,4%	0%

Fuente: Mincetur, 2008.

CUADRO N° 23
PRODUCTOS DE PAPA, CONDICIONES DE ACCESO A MERCADO PERUANO
ACORDADAS EN EL TLC

Partida	Descripción	Arancel base	Categoría de desgravación actual
07011000	Semillas de papa	0%	0% *
07019050	Papas congeladas (aunque estén cocidas en agua o vapor)	25%	0%
07019000	Las demás papas frescas o refrigeradas	25%	0%
11051000	Harina, sémola y polvo	12%	0%
11052000	Copos, gránulos y "pellets"	12%	0%
11081300	Fécula de papa	12%	0%
20041000	Papas congeladas	25%	0%
20041040	Papas preparadas o conservadas sin congelar	25%	0%

(*) Libre del Aranceles bajo el principio de Nación más Favorecida.

Fuente: Mincetur, 2008.

Los efectos del TLC según los actores directos

Efectos directos

En el documento de SIDE (2008) se entrevista a 52 diferentes actores directos de la cadena productiva de la papa. Los resultados que se obtienen se resumen a continuación:

1. Los pequeños productores asumen que la entrada en vigencia del TLC tendrá un efecto devastador: se cree que las importaciones serán masivas y harán que el precio baje a niveles con los que el Perú no pueda competir dada la capacidad productiva de Estados Unidos.
2. Los demandantes de papa importada (supermercados y restaurantes) se guían por el incentivo de maximizar beneficios y, por ende, están dispuestos a seguir demandando papa y a ampliar el volumen de importaciones si el producto tiene un menor precio y una mayor calidad.
3. En cuanto a los exportadores de papa, muestran optimismo en el sentido de que se cree que la eliminación de los aranceles y el mantenimiento de la tendencia creciente del nivel de exportaciones registradas en los últimos años permitirá exportar más papa y sus derivados a Estados Unidos, creencia que se fortalece con el hecho de que las empresas que actualmente exportan son grandes empresas de larga trayectoria. Al respecto, también, se debe tomar en cuenta que este sector prefiere exportar productos procesados, básicamente porque les es difícil cumplir con todas las normas exigidas para el caso de la papa fresca. Otro aspecto que se debe tomar en cuenta, según SIDE (2008), es que el sector exportador es muy especializado y con experiencia, lo que crea barreras para el libre ingreso al mercado.
4. Todos los agentes afirman que existe una oportunidad interesante para la exportación de papa nativa, tanto en el mercado internacional como nacional, pero mucho de este entusiasmo no parece tener trascendencia hacia aspectos concretos relacionados con los estándares que debe cumplir este tipo de producto para ser exportado a mayor escala sin problemas en la oferta.
5. En conclusión, SIDE (2008) señala: *“En el corto plazo lo más importante es la mayor difusión de información sobre lo que se ha acordado en el TLC, capacitar sobre las oportunidades y requerimientos para producir y exportar, y facilitar los negocios que en escalas razonables tengan viabilidad para exportar”.*

Efectos indirectos

En cuanto al **efecto indirecto** o por sustitución, SIDE (2008) afirma que existen productos que se cultivan en la costa peruana que pueden ser más rentables ante el TLC. Ejemplos, claro, los constituyen la palta Hass, los cítricos, las uvas para mesa y

para vino, los cuales son producidos en Ica, Lima y La Libertad. En el caso de la sierra, se pueden ampliar áreas de alcachofas, habas y otras menestras, especialmente en las regiones de Junín, Huánuco, Ayacucho y Huancavelica. Todas las zonas que se mencionan son importantes productoras de papa y la sustitución de áreas sembradas de este cultivo puede determinar cambios en los hogares de esta zona, dejando la posibilidad de que se incentiven las importaciones.

El contexto, la coyuntura y el TLC

Al analizar el efecto de la puesta en vigencia del TLC en el sector productor de papa en el Perú se debe tener en cuenta que el tratado está centrado en la liberalización de aranceles más que en el uso de otros instrumentos usados frecuentemente cuando se trata de política de comercio internacional (barreras no arancelarias). Lo lógico es que, además de analizar el TLC y que este represente una buena oportunidad para incentivar el comercio con nuestro principal socio comercial (por lo menos en este producto), se analice en qué contexto internacional entra en vigor para no atribuir todos los efectos (favorables y no favorables) sobre el sector productor de papa a su puesta en vigencia.

En este sentido, un aspecto coyuntural que no se puede dejar de mencionar es la elevación del precio de los productos agropecuarios como el trigo, el maíz, la soya, la leche en polvo y la mayoría de insumos para la agroindustria debido a cambios experimentados en el mercado internacional de este producto. El impacto en el sector que nos concentra en este documento puede verse afectado principalmente porque los productores muestran un mayor interés por los productos con mayor precio y se dejan de sembrar áreas que usualmente se destinan al sembrío de la papa. Este es el caso, por ejemplo, de la sierra, en la que se trata de incentivar más la producción de leche o de trigo.

En este sentido, estos efectos directos e indirectos pueden determinar que la producción de papa disminuya y que los precios de este tubérculo suban. En este caso, podría disminuir el consumo de papa fresca, pero elevaría también el precio de los productos procesados y se obtendría un contexto oportuno para incrementar las importaciones en un contexto de TLC, lo cual es relativo debido al efecto que se puede tener en los otros sectores, como el del empleo.

6. Análisis de experiencias de pequeños productores de papa de la sierra rural

6.1. PRODUCTORES DEL VALLE DE MANTARO EN JUNÍN

El Valle del Mantaro es una de las zonas rurales más dinámicas del ámbito nacional que se caracteriza por estar articulada al mercado de bienes y factores (básicamente por su acceso al gran mercado de Lima Metropolitana) y porque los productores agropecuarios y sus hogares muestran, en promedio, características generales diferentes a las presentadas por el total de productores de la sierra rural, tal como se puede observar en el cuadro N° 24.

En el Valle del Mantaro se pueden distinguir tres grupos de productores que se diferencian por la escala de producción y la integración al mercado. El primer grupo está compuesto por los productores agrupados en comunidades nativas que, en un buen porcentaje, se dedican al cultivo de papa y otros productos de pan llevar. Este grupo se dedica a producir para autoconsumo y está poco integrado a los mercados porque diversifica sus actividades para generar sus ingresos de subsistencia. El segundo grupo está compuesto por los pequeños productores comerciales, que se caracterizan por basar su producción en la mano de obra familiar, dirigiendo un importante porcentaje de la misma al mercado (Trivelli et al 2006). El tercer grupo está compuesto por productores grandes cuya principal característica reside en encontrarse plenamente articulados tanto al mercado de bienes como de factores, además de que un 68% de los mismos tiene, además de la actividad agropecuaria, un negocio o actividad independiente.

Con las bases de datos disponibles se pueden comparar las características de los pequeños productores comerciales y de los productores articulados con los de la sierra rural. Sin embargo, no se puede dar cuenta sobre los productores de autosubsistencia del Valle del Mantaro debido a que no existe evidencia estadística que permita

analizar las características generales de estos productores en relación a los otros dos grupos.

Entre sus características generales se puede observar que los pequeños productores comerciales tienen un mayor número de miembros de hogar (el doble) en relación a los otros dos grupos. Otra característica resaltante es que los jefes de hogar de las pequeñas unidades comerciales tienen en promedio 13 años de edad más que los productores de la sierra rural y que los productores articulados del Valle del Mantaro.

CUADRO N° 24
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS AGRICULTORES DE LA SIERRA RURAL
Y DEL VALLE DEL MANTARO

	Sierra Rural -ENAHO 2006	Valle del Mantaro	
		Pequeños productores comerciales	Productores articulados
Generales hogar			
No de personas promedio del hogar	4,0	8,0	4,0
Edad del jefe	51,0	64,0	50,0
Educación			
Años de educación del jefe de hogar	5,0	9,0	11,0
Años de educación máxima del hogar	7,0	13,0	13,0
Acceso a servicios públicos			
% de hogares con agua	34,7	84,0	85,0
% de hogares con desagüe	6,0	36,3	31,3
% de hogares con electricidad	43,1	96,6	96,3
Acceso a bienes privados			
% de hogares con teléfono fijo	0,2	20,2	8,8
% de hogares con teléfono celular	2,0	42,5	73,8
% de hogares con internet	0,0	2,1	1,3
Tamaño de la tierra que trabaja (Has.)	3,55	2,6	4,4
Crédito			
% de hogares con crédito	30,1	29,1	35
Monto de crédito (promedio US\$)	n.d.	1.985,84	4.018,35
% de hogares que recibieron asistencia técnica	n.d.	9,2	36,3
No de datos	4566	292	80

Fuente: ENAHO 2006, Encuesta BASIS (panel) y BASIS con productores no tradicionales 2007.
Elaboración: IEP.

En cuanto al nivel educativo, los pequeños productores del Valle del Mantaro tienen un mejor nivel educativo que los productores de la sierra rural debido a que cuentan, comparada con la oferta educativa presente en total del área rural, con una mayor oferta educativa en los lugares en los que se desarrolló la encuesta.

En cuanto al acceso a servicios públicos, los productores del Valle del Mantaro tienen un mayor acceso a los servicios de agua, desagüe y electricidad, siendo estas las diferencias significativas con respecto a los otros grupos del análisis. Otro aspecto que se debe resaltar es que los productores del Valle del Mantaro tienen un mayor nivel de activos y acceso a los medios de comunicación; por ejemplo, se puede observar que el 73% de los productores articulados cuenta con celular, mientras que en la sierra rural solo se puede comunicar por este medio el 2% de los hogares.

En cuanto al acceso al crédito, se puede observar que un tercio de los productores agropecuarios tuvo acceso a este recurso en los hogares de la sierra rural y los pequeños productores comerciales del Valle del Mantaro, mientras que en el caso de los productores articulados o mayoristas este porcentaje llega a ser del 35%. Las diferencias más importantes se encuentran en el monto del crédito: como es de prever, los productores articulados han tenido un crédito promedio por lo menos dos veces menor al crédito obtenido por los pequeños productores (US\$ 4.018 y US\$ 1.985, respectivamente). Un aspecto que es sorprendente y que necesita mayor desarrollo del que se hace en este documento es el acceso a asistencia técnica, en el que más del 36% de hogares articulados son asistidos en la producción agropecuaria, mientras que solo el 9,2% de los pequeños productores comerciales accede a algún tipo de asistencia de este tipo.

Para analizar la situación laboral de la población de Junín, se hace uso aquí del último Censo de Población y Vivienda de 2007, cuyos resultados muestran que el 62% de la población rural de Junín está considerada bajo la categoría de Población en Edad de Trabajar (PET). La Población Económicamente Activa (PEA) tiene una participación del 56% en el total de la PET, determinando que los niveles de inactividad sean del orden del 44%. Al respecto, se puede observar que las principales razones de la inactividad en Junín están relacionadas con que este porcentaje de la población se encuentra estudiando o dedicado a labores del hogar. Tal como es característico en las zonas rurales, solo el 3% de la población está bajo la condición de desempleo debido a que la mayoría de miembros del hogar participa de la actividad agropecuaria desde muy temprana edad.

En cuanto al tipo de actividad en el que se desenvuelven los productores, el 79% de la PEA está concentrado en el sector agropecuario, en la pesca, la caza y la silvicultura. Esta participación es muy parecida a la que se observa en el sector rural a nivel nacional, en donde el sector en mención tiene una participación de 78,3%.

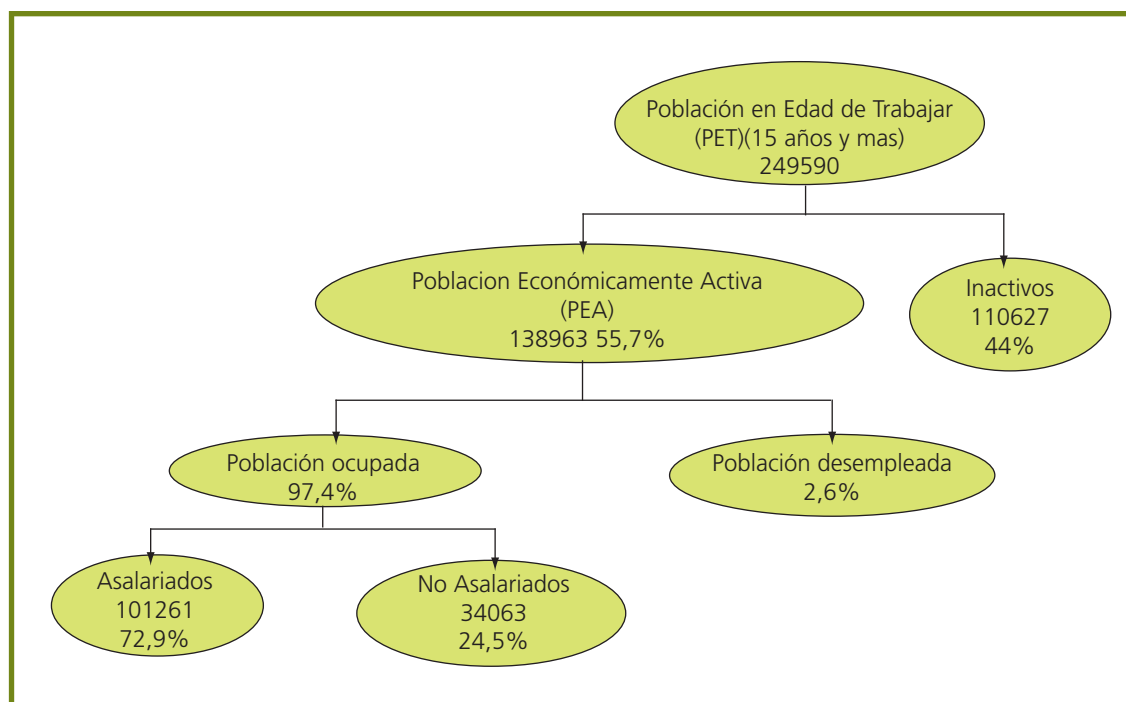
CUADRO N° 25
JUNÍN: CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR-PET

	Perú Rural		Junín Rural	
	Casos	%	Casos	%
% de la población en edad de trabajar (15 años a más)	4.105.369	100%	249.590	100%
Población Económicamente Activa	2.105.231	51%	138.963	56%
Población ocupada	2.018.476	96%	135.324	97%
Población desempleada	86.755	4%	3.639	3%
Población inactiva	2.000.138	49%	110.627	44%

Fuente: XI Censo de Población y VI de Vivienda: 2007.

Elaboración: IEP.

GRÁFICO N° 16
Junín: Población en Edad de Trabajar, 2007.



El resto de actividades productivas tienen menor importancia; por ejemplo, el comercio al por menor tiene una participación de 3,4%, el transporte, almacenamiento y comunicaciones 2,8%; y las industrias manufactureras 2,6%. Dados estos resultados, se habla entonces de poblaciones rurales ligadas principalmente a las actividades agropecuarias sin mayor articulación con otros sectores económicos ni desarrollo de los mismos, tal como se puede observar en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 26**JUNÍN: ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LA QUE LABORA LA PEA OCUPADA, 2007.**

	Perú rural		Junín rural	
	Casos	%	Casos	%
Agropecuario, pesca y caza y silvicultura	1.580.158	78,3%	107.295	79,3%
Explotación de minas y canteras	53.920	2,7%	2.297	1,7%
Comercio por menor	59.081	2,9%	4.629	3,4%
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	36.392	1,8%	3.758	2,8%
Industrias manufactureras	58.805	2,9%	3.526	2,6%
Construcción	50.851	2,5%	1.938	1,4%
Otras actividades	179.269	8,9%	11.881	8,8%
Total	2.018.476	100,0%	135 324	100,0%

Fuente: XI Censo de Población y VI de Vivienda: 2007.
Elaboración: IEP.

La producción agrícola en el Valle del Mantaro

El Valle de Mantaro está ubicado en el departamento de Junín, en la región sierra, a 3.263 msnm. Este es uno de los valles más importantes del centro del país. Existen cinco cultivos importantes en la zona: destacan en orden de importancia el cultivo de maíz (en choclo y amiláceo), el cultivo de papa (variedad de papa perricholi, capiro, yungay, canchán etc.), el cultivo de trigo y cebada, el de hortalizas y las papas nativas de colores. El análisis de esta sección se basará en los resultados de la encuesta BASIS-IEP, que tiene entre sus datos a un panel de 292 hogares rurales a los que se aplicó la encuesta en 2003, 2004 y 2007, además de las encuestas complementarias que se hicieron a 80 hogares de productores articulados. Las variedades de papa más producidas en el valle tienen correspondencia con las variedades más solicitadas en los mercados de Lima.

La encuesta BASIS-IEP a 292 productores agropecuarios en el Valle del Mantaro permite ver que la actividad agrícola para estos productores ha sido más rentable en el pasado que en los últimos años. Los excedentes que ha obtenido en promedio cada familia en 2007, por la actividad agrícola, son 43% menores a los obtenidos en 2003. La reducción en los ingresos agrícolas ha sido mayor que la reducción de los costos, lo cual ha determinado que los ingresos caigan en esa magnitud.

CUADRO N° 27
INGRESOS Y GASTOS AGRÍCOLAS: VALLE DEL MANTARO (NUEVOS SOLES)

	2003	2007
Ingresos brutos agrícolas	8.504,8	6.109,3
Gastos brutos agrícolas	4.696,7	3.961,1
Excedente	3.808,1	2.148,2

Fuente: Encuesta Basis –IEP.
 Elaboración: IEP.

CUADRO N° 28
ESTRUCTURA DE INGRESOS DE LOS HOGARES POR ÁMBITO ANALIZADO (ANUAL, SOLES)

	2003	2007
Ingreso agrícola dependiente	199,0	346,3
Ingreso agrícola independiente	4.615,7	3.133,2
Ingreso no agrícola dependiente	2.783,4	2.951,0
Ingreso agrícola no independiente	1.295,3	3.190,4
Otros ingresos	2.000,8	2.497,5
Total	10.894,2	12.118,3

Fuente: Encuesta Basis –IEP.
 Elaboración: IEP.

Aunque los productores agropecuarios del Valle del Mantaro han experimentado una reducción en sus ingresos agrícolas, esta ha sido de mayor magnitud en su actividad agrícola independiente, es decir, cultivando productos, (con una variación porcentual de su ingreso en este rubro de -32%) que en su actividad como trabajadores dependientes, es más, los ingresos en este último rubro han crecido. Sin embargo, un rubro cuyo crecimiento ha sido importante es el de ingreso no agrícola independiente, es decir, en todas las actividades rurales no agrícolas, como las artesanías, otros negocios, etc.

Para el caso de los pequeños productores comerciales, se observa que los cultivos más importantes son el maíz y la papa. Además, existe una variedad de productos en cada campaña, como el trigo, la cebada y las hortalizas, cuyo cultivo se está extendiendo en esta zona pero que individualmente no tienen un peso importante dentro del total de cultivos. Un aspecto interesante reside en que las extensiones totales dedicadas a los cultivos de campaña han ido disminuyendo en 37% entre 2003 y 2007. Esta disminución ha afectado a las extensiones sembradas de todos los cultivos, principalmente la de maíz y de papa, con una caída del 47% en ambos casos.

CUADRO N° 29
ÁREA TOTAL SEMBRADA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS (HAS.)

Año	Papa	Maíz	Otros cultivos	Total
2003	124,3	236,2	167,9	528,4
2004	106,4	162,6	139,8	408,9
2007	66,5	125,4	140,3	332,1
Estructura porcentual (%)				
2003	23,5%	44,7%	31,8%	100,0%
2004	26,0%	39,8%	34,2%	100,0%
2007	20,0%	37,8%	42,2%	100,0%

La disminución en la extensión total de tierras también ha repercutido en las áreas promedio sembradas de cada cultivo. En los cultivos de maíz y de papa, la extensión promedio por pequeño productor no supera la hectárea de terreno, con un valor promedio de 0,71 has. para el caso de la papa y de 0,84 has. para el caso del maíz, tal como se puede ver en el siguiente cuadro. Otro aspecto que se debe tomar en cuenta es que solo el 13,7% de los productores encuestados ha cultivado papa siempre, es decir, que, por diferentes razones, siempre se ha dedicado a la producción de dicho cultivo, mientras que en el caso del maíz el 21% sigue cultivando o prefiere ese cultivo incondicionalmente en cada campaña.

CUADRO N° 30
ÁREA PROMEDIO DE SIEMBRA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DE LA ZONA (HAS.)

Año	Papa	Maíz	Otros cultivos
2003	0,96	1,37	1,58
2004	0,89	0,99	1,38
2007	0,71	0,84	1,51

Fuente: Encuesta BASIS 2003-2004-2007.
Elaboración: IEP.

La evolución de los ingresos agrícolas entre 2003 y 2007 da cuenta de que la papa constituye el cultivo más importante de la zona y el que más aporte tiene dentro de la estructura de ingresos agrícolas totales: mientras que en 2003 aportaba con aproximadamente la mitad de ingresos de los productores en el valle del Mantaro, en 2007 los ingresos por este cultivo se redujeron al 35%. En el caso del maíz, si bien hay una evolución positiva, la tasa a la que crece su participación dentro del

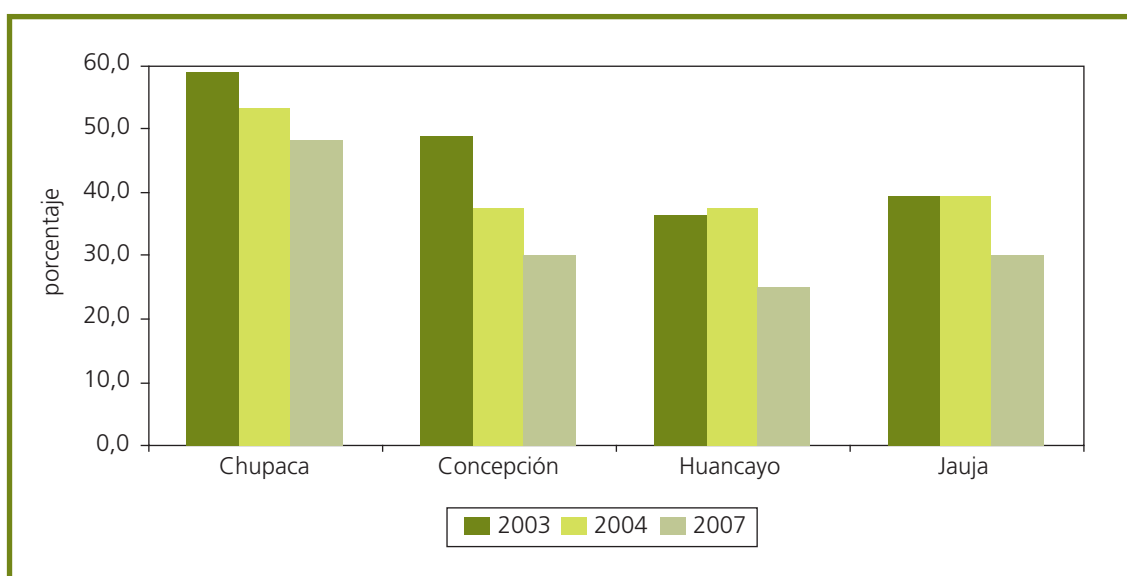
ingreso total es menor que la caída sufrida por el cultivo de papa, lo cual estaría determinando que son otros cultivos, como las hortalizas, las que estarían teniendo una mayor contribución al ingreso agrícola total. En términos netos, se puede decir que no hay una sustitución directa de superficie entre el cultivo de la papa y el maíz, tal como se puede observar en el cuadro.

CUADRO N° 31
VALLE DEL MANTARO: INGRESO AGRÍCOLA SEGÚN CULTIVO (S/.)

	2003	2004	2007
Papa	818.688	463.697	506.094
Maíz	498.606	412.202	472.886
Otros cultivos	377.191	349.283	447.292
Total	1.694.485	1.225.182	1.426.273
Papa	48,3%	37,8%	35,5%
Maíz	29,4%	33,6%	33,2%
Otros cultivos	22,3%	28,5%	31,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta BASIS 2003-2004-2007.
Elaboración: IEP.

GRÁFICO N° 17
Evolución del número de productores que siembran papa en el valle del Mantaro, 2003,2004 y 2007.



En lo que se refiere a los productores articulados, lo primero que se puede observar es que hay un grupo importante de ellos (41,25%) que se dedica al cultivo de productos permanentes a diferencia de los otros grupos. El 58,75% restante se dedica a los cultivos de campaña. En este rubro, el 57% de los pequeños productores se dedica al cultivo de papa y el 32% al cultivo del maíz. Cabe resaltar que, a diferencia del grupo de los pequeños productores comerciales, solo el 10% se dedica al cultivo de otros productos agrícolas, tal como se puede observar en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 32
CARACTERÍSTICAS PRODUCTIVAS DE LOS PRODUCTORES ARTICULADOS (HAS.)

Año	Papa	Maíz	Otros cultivos	Total
Area promedio de siembra	1,09	1,97	0,95	1,25
Area total de siembra	31,64	17,74	5,71	55,09
% del total	57%	32%	10%	100%

Fuente: Encuesta BASIS 2003-2004-2007.

Elaboración: IEP.

El cultivo de papa en el Valle del Mantaro

Junín constituye uno de los principales abastecedores de papa en el gran mercado de Lima Metropolitana. Según cifras del Ministerio de Agricultura, esta región es la quinta productora de papa a nivel nacional²⁵ y la segunda abastecedora más importante de papa al mercado mayorista N° 1 de Lima, luego de la región Huánuco. Los niveles de rendimiento obtenido en este valle son muy competitivos a nivel nacional comparados con los obtenidos en el resto de la sierra²⁶. A manera de ejemplo, se puede mencionar que, en el caso de las diversas variedades, se supera las 20 toneladas por hectárea y, en el de la papa nativa, se llega a obtener hasta 8 toneladas por hectárea²⁷, lo que es elevado si se compara este rendimiento con los rendimientos obtenidos en otras partes de la sierra del país.

25 Otros lugares con un importante nivel de producción de papa son Cusco, Huánuco, Lima, etc. Sin embargo, algunos de ellos se encuentran geográficamente alejados de Lima y, por ende, hace que sea difícil que esa producción llegue a abastecer a este mercado.

26 Sin embargo, estos rendimientos resultan bajos a nivel internacional: según datos de la FAO en Europa se llegan a obtener hasta 45 toneladas por ha (Bélgica y Países Bajos).

27 Como se podrá ver más adelante, este promedio es 1,6 veces mayor al promedio que registra en el mejor de los casos los productores de papa nativa en Paucartambo, Cusco.

El Valle del Mantaro está compuesto por 23 distritos. Según los datos de la Encuesta Nacional de Hogares 2007 (ENAH0), el 27% de los hogares rurales en Junín ha cultivado papa en la campaña 2006-2007. De ellos, el 56% no es pobre. En un análisis detallado del Valle del Mantaro, se pueden identificar tres grupos de productores de papa²⁸, en correspondencia con los grupos de productores que existen en el sector agropecuario en general, dadas sus características generales y sistemas productivos. Existen diferencias significativas entre los grupos: los factores que determinan esta diferencia están relacionados con el grado de articulación al mercado, la escala de producción y el grado de asociatividad que existe entre ellos para poder vender sus productos o comprar sus insumos. Cabe destacar que la mayor parte de parcelas que pertenecen a este en el Valle del Mantaro se encuentra bajo riego.

El primer grupo de productores de papa está conformado por comunidades nativas y la mayoría de los hogares se dedica al cultivo de papa nativa y a cultivos de pan llevar. El segundo grupo está compuesto por los pequeños productores comerciales que, en la mayoría de los casos, se dedica a la producción de papa moderna o mejorada, siendo esta una variedad difundida por el Centro Internacional de la Papa (CIP) y cultivada en valles que varían entre los 0 y los 3.000 msnm. La antigüedad de introducción de esta variedad de papa en el Perú es de 55 años, lo cual determina que varios productores estén especializados en la producción de dicho producto. En el tercer grupo se encuentran los grandes productores de papa, también llamados productores articulados, con extensiones promedio de terrenos mayores que las de los dos grupos anteriores y un mayor acceso a insumos para la producción de papa, que, como todos saben, es un cultivo costoso en comparación con los otros cultivos de la zona. Estos productores están asociados para conseguir insumos y asistencia técnica a bajo costo, pero es frecuente encontrar que cada uno comercializa la papa a quien le ofrezca un mejor precio o a la empresa con la que ha establecido un mejor contrato.

Entre los diferentes grupos de productores de papa, los que más destacan son los productores articulados pues cuentan con un mayor nivel de acceso a servicios, mejores niveles de educación y un menor número de miembros de hogar. Este último factor, unido al de obtener los mejores ingresos totales, determina que su ingreso *per cápita* sea mayor que el de los otros grupos. En el caso de los pequeños productores agropecuarios, su situación no ha variado significativamente en el tiempo: si bien se observa un mayor número de hogares con jefes de hogar mujeres, los niveles de educación en el tiempo se han mantenido en los ocho años y tampoco ha variado el acceso a servicios como el agua y la luz.

28 Esta distinción se hace en base a los resultados de los *focus group* hechos en Junín y a las bases de datos disponibles para este caso

CUADRO N° 33
CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS Y SOCIODEMOGRÁFICAS
DE LOS PRODUCTORES DE PAPA

	2003	2004	2007	
			Pequeños productores comerciales	Productores articulados
Generales hogar				
Total de personas en el hogar	7,0	8,0	8,0	4
Tasa de dependencia	14,9	15,4	15,4	17,5
Edad del jefe	61,5	62,5	63,0	50,0
% de hogares con jefe de hogar mujer	20,5	24,0	24,5	11,3
Educación				
Años de educación del jefe de hogar	8,0	7,8	8,0	11,0
Años de educación promedio de la familia	9,0	9,0	9,0	10,0
Máximo nivel educativo del hogar	13,0	13,2	13,0	13,0
Servicios				
% de hogares con agua	84,8	85,8	83,0	
% de hogares con desagüe	31,1	31,7	29,8	31,3
% de hogares con electricidad	95,5	95,8	95,7	96,3
% de hogares que utilizan gas para cocinar	24,2	20,8	33,0	
% de hogares con miembros que tienen celular	12,9	18,3	40,4	73,8

Fuente: Encuesta BASIS 2003-2004-2007.
 Elaboración: IEP.

En cuanto a los activos de los productores comerciales de papa, se puede observar que el acceso a bienes semidurables no ha variado en los últimos cinco años. En lo que se refiere a las parcelas propias con las que se trabaja, el área promedio ha ido disminuyendo en 17% debido a que se vendieron tierras. Otro aspecto a tomar en cuenta es que el área promedio cultivada también ha disminuido, lo que concuerda con la disminución en el ingreso no agropecuario visto previamente. Sin embargo, ahora el valor promedio por hectárea de su tierra ha crecido en 67%.

En cuanto a las características de la vivienda, los productores de papa no han experimentado mayores cambios en los últimos años, es decir, se mantienen en niveles parecidos a los del año 2003: aproximadamente, un tercio de las viviendas son de material noble, con un promedio de seis habitaciones, y el 35% de sus viviendas aún cuenta con piso de tierra.

CUADRO N° 34
CARACTERÍSTICAS DE LOS ACTIVOS DE HOGARES PRODUCTORES DE PAPA

	2003	2004	2007
Activos y actividades económicas			
% de hogares con TV a color	48,9	52,9	59,6
% de hogares con automóvil	15,3	11,8	12,9
% de hogares con refrigerador	30,5	21,8	23
Valor de bienes semidurables - Promedio (US\$)	2.307,5	2.637,8	2.985,0
Tierra			
Nº. de parcelas propias	4	4	4
Área promedio propia (has.)	3,79	3,28	3,13
Área promedio cultivada (has.)	3,33	3,21	2,9
Coficiente técnico (Has cultivadas/Has. propias)	0,88	0,98	0,9
Valor (real) de las parcelas propias por ha US\$	9.478	10.915	15.921
Características de la vivienda			
% de hogares con vivienda propia	93,9	92,1	94
% de hogares con vivienda de paredes de material noble	25	24,5	27
% de hogares con piso de tierra	37,1	36	35
# promedio de habitaciones que tiene la vivienda	5	5	6

Fuente: Encuesta BASIS 2003-2004-2007.
 Elaboración: IEP.

Los niveles de productividad de la papa son elevados comparados con los de productores de papa de otras zonas del país, bordeando las 14 toneladas por hectárea, siendo el promedio nacional de 12 toneladas por hectárea y los rendimientos en la ciudad de Cusco de 9 toneladas por hectárea. Sin embargo, estos rendimientos no son los mejores obtenidos a nivel nacional; recientes cifras del Ministerio de Agricultura señalan que en Ica se obtienen 31,6 toneladas por hectárea y en la sierra de Lima 24 toneladas la hectárea.

Como es común en el cultivo de papa, el mayor porcentaje de los costos (53 y 51 por ciento, respectivamente) está relacionado con los insumos, en este caso, independientemente de la tecnología que se utilice. Lo que sí es importante resaltar es que las tecnologías medias o tradicionales se basan en la mano de obra familiar y no incurren en mayores costos de mano de obra.

CUADRO N° 35
ESTRUCTURA DE COSTOS DE PAPA CANCHÁN Y PERRICHOLI (TECNOLOGÍA ALTA Y MEDIA)

Rubro específico del costo	Tecnología alta (1)*		Tecnología media(j)	
	S/. * ha.	%	S/. * ha.	%
1. Preparación del terreno	480,0	4	250	6
2. Siembra	415	4	295	2
3. Labores agrícolas	750	7	645	7
4. Cosecha	1.140	10	1080	8
5. Insumos	5.629	52	3167	51
7. Otros	2.463,7	23	1.666,6	26
Total	10.877,7	100	7.104	100

(1) Las tecnologías se diferencian tomando en cuenta los rendimientos obtenidos.

(*) Valorizado a precio de las localidades en estudio.

Fuente: Dirección Regional Agraria del Ministerio de Agricultura.

Acceso a mercados

Este tipo de agricultores está plenamente integrado tanto al mercado de productos como al mercado de factores. Así, más del 80% de la papa que producen está destinada a la venta, el 17% es vendida en chacra al intermediario (siendo este porcentaje considerable). Por otra parte, el 45% prefiere llevar sus productos a Lima e ingresarlos al mercado mayorista debido a que la papa es un producto perecible que pierde volumen en poco tiempo: la comercialización tiene que ser inmediata. En caso el precio no sea favorable en el mercado mayorista, tienen un circuito de venta en los mercados que abastecen a los distritos grandes de Lima. Un grupo de productores mucho más reducido ha logrado establecer alianzas con las empresas procesadoras de papa para venderles directamente sus productos y entregarles la producción en la misma planta procesadora. En muchos casos, el nivel de descarte es alto o simplemente la planta rechaza los productos por alguna razón, aunque exista un contrato de por medio; entonces, el productor tiene que ofrecer de inmediato la papa en el mercado mayorista u otros mercados donde la demanda es mayor.

En cuanto al mercado de factores, en el Valle del Mantaro la producción de papa está relacionada con el uso intensivo de insumos y mano de obra, así como con una dinámica en el mercado de tierras. A diferencia de otros productores tradicionales o de comunidades andinas, en la producción de variedades comerciales interviene el uso de varios insumos químicos; prueba de ello es que, en los *focus group*, los productores manifestaron su preocupación por el alza de los insumos en 140%. En cuanto a la

mano de obra, es común en esta zona trabajar con mano de obra remunerada por un jornal diario, siendo dinámico este mercado.

6.1.2 Experiencias exitosas de productores que lograron insertarse en los mercados de procesamiento y de exportación

a) El caso de jóvenes productores de papa nativa

La realización de los *focus group* y las entrevistas estructuradas revelaron la presencia de jóvenes productores de papa nativa de cinco comunidades, asociados para capacitarse e impulsar la producción de papa nativa²⁹ y conseguir, de esta forma, la certificación de productos ecológicos dado que para su producción utilizan insumos naturales como el humus. La importancia de analizar estas cinco experiencias es que, a diferencia de lo que sucede en el resto de la agricultura tradicional, los actores directos son jóvenes entre los 20 y 26 años que se están especializando en producir ellos mismos insumos de origen natural porque de esta manera logran mejores niveles de productividad, y apuntan a un nicho de mercado para segmentos con ingresos altos a nivel nacional e internacional. Prueba de ello es que, en la demanda de las empresas procesadoras y embaadoras, se superó en más de 2,5 veces el volumen de papa que las comunidades podían asegurar, según datos obtenidos en el *focus group*.

El impacto ecológico y socioeconómico producido por la agricultura convencional (agricultura de alto costo energético) recién nos está llevando a comprender las grandes limitaciones para resolver el problema de la seguridad alimentaria, especialmente en los países con alta diversidad geográfica, ecológica y cultural. Su aplicación no solo ha provocado la degradación de los recursos naturales, sino que también es responsable de la pérdida paulatina del conocimiento campesino -es lo que se denomina ahora "transculturización tecnológica"- en el manejo de los diversos sistemas de producción.

El éxito para promover la reconversión tecnológica de un sistema de manejo convencional del suelo a un sistema de manejo más sustentable requiere desarrollar tecnologías competitivas que muestren resultados económicos y otros beneficios complementarios para el agricultor en el corto y mediano plazo.

La lombricultura y el uso de abonos de corral son unas de las experiencias que más desarrollo viene logrando a nivel del país, especialmente para resolver el problema de

29 Entre estas comunidades se encuentran la Asociación de Jóvenes de Quero-Junín, la Asociación de jóvenes de Hahapaqui, la Asociación de Jóvenes de Julcán Jauja, la de Yauri Jauja y la de Pomamanta-Concepción, todas en el departamento de Junín.

la fertilidad biológica del suelo. Las ventajas ecológicas y económicas demostradas por la utilización del humus (excreta de lombriz) son una muestra del potencial que se tiene para generar e innovar tecnologías limpias.

Uno de los aspectos potenciales a desarrollar es el de los mercados de papas nativas tipo *gourmet*, en el que están inmersos pequeños productores ubicados a más de 3.500 msnm (dadas las características del producto). La papa nativa tiene un precio cuatro veces superior a las otras variedades comerciales de la papa. Está comprobado que tiene más vitaminas, antioxidantes y minerales debido a su mayor contenido de materia seca, prueba de ello es que en estas comunidades campesinas la papa cubre en gran parte sus requerimientos nutricionales y, además, por sus prácticas productivas, se vuelven vulnerables al precio de los insumos sintéticos³⁰ que usan los productores tradicionales.

6.1.3 Dificultades que enfrentan los productores de papa del Valle del Mantaro

Aunque la producción de papa en el Valle del Mantaro es una de las más importantes en relación al resto del país, se pueden advertir algunos problemas, detallados a continuación:

1. La falta de asociatividad de los agricultores: este problema está relacionado con la falta de redes sociales que les permitan hacer frente a eventos inesperados o conseguir servicios a bajo costo. Como se puede concluir a partir de la información previa, en el Valle del Mantaro existen pequeños productores comerciales cuyas decisiones en la producción y comercialización de sus productos son individuales. Sin embargo, en los *focus group* se ha podido encontrar productores de papa articulados que han formado asociaciones para comprar insumos en volúmenes grandes a menor precio. Además, cuentan con asistencia técnica permanente, lo que les permite mantenerse en la búsqueda constante de oportunidades para reducir costos sin sacrificar la calidad de sus productos.
2. El mal manejo agronómico: es un aspecto importante pero difícil de demostrar en el proceso productivo de la papa. Se encuentra relacionado con que los agricultores frecuentemente incurren en errores al aplicar una menor o mayor dosis de un insumo a su cultivo de papa, lo que tiene como consecuencia menores rendimientos. En el caso de los *focus group*, se evidenció este tipo de práctica e incluso se llegó a apreciar que los productores eran conscientes de que una

30 El precio de los bienes subió en 140% para 2008.

dosis menor en la aplicación podría traer problemas. Sin embargo, según estos productores, preferían “proteger en algo” su cultivo.

3. Falta de asistencia técnica para lograr mejores resultados: solo el 9% de los productores a quienes se les aplicó esta encuesta recibió asistencia técnica y el porcentaje se eleva a 17% para los productores que tuvieron acceso al crédito. La falta de asistencia técnica es un problema que afronta la mayoría de productores en la sierra rural y que tiene su principal consecuencia en el deficiente manejo agronómico del que se habló previamente.
4. Frecuencia de los problemas climáticos: los problemas climáticos son hoy en día uno de los más importantes que afrontan los productores del Valle del Mantaro. Según la encuesta Basis-IEP, más del 30% de los agricultores sufrió un problema climático en este período; lo terrible de esta situación es que el 85% de los afectados declara no haber hecho nada ante esta situación y que, en todo caso, la enfrentó solo. Únicamente un 31% de los productores pudo recurrir a alguna red social para solucionar este problema.

6.2 PRODUCTORES DE PAPA NATIVA EN LA PROVINCIA DE PAUCARTAMBO, CUSCO

6.2.1 La producción agrícola en Paucartambo

En los dos últimos años, la papa nativa en Perú ha ganado importancia; las cifras del Minag apuntan a que, en nuestro país, más de 22.000 familias se dedican al cultivo de las papas nativas. Las acciones del sector público y privado en busca de revalorar este producto, dada la calidad del cultivo y sus propiedades nutricionales, en un año denominado por la FAO “*Año Internacional de la Papa*”, han servido para que todos los agentes que intervienen de forma directa o indirecta en el mercado revaloren la importancia de este tubérculo. Otro aspecto importante es que, en la actualidad, la papa nativa se ha revalorado de forma extraordinaria: es común ver cómo a diario se exhiben en las cartas de los mejores restaurantes platos en los que el principal ingrediente es la papa nativa o, en todo caso, como un novedoso snack que hace que la demanda por este producto se haya multiplicado geométricamente³¹. La creciente demanda de papa nativa está relacionada, entre otros factores, con que se le asocie con la denominación de “papa ecológica”, bajo el supuesto de que no se usan insumos químicos en su producción.

31 Para tener una idea de la demanda por la papa nativa, solo la empresa Frito Lay demanda 500 toneladas anuales de papa nativa e incluso así se le hace difícil cubrir esta demanda debido a que la oferta es muy inelástica.

Uno de los aspectos potenciales a desarrollar es el de los mercados de papas nativas tipo *gourmet*, en el que están inmersos pequeños productores ubicados a más de 3.500 msnm (dadas las características del producto). La papa nativa tiene un precio cuatro veces superior a las otras variedades comerciales de papa. Está comprobado que tienen más vitaminas, antioxidantes y minerales por su mayor contenido de materia seca. Prueba de ello es que en estas comunidades campesinas la papa cubre en gran parte sus requerimientos nutricionales y, además, sabemos que los que siguen prácticas productivas se protegen ante variaciones del precio de los insumos sintéticos³² que usan los productores tradicionales.

El cultivo de papa nativa no tiene las mismas características para todos los pequeños productores agrícolas en el Perú. Existe un grupo de productores que, por su ubicación y su acceso a vías de comunicación, están ligados a los principales ejes comerciales, como es el departamento de Junín, Huancavelica, Huánuco y Andahuaylas: la papa nativa se ha convertido en la variedad con mayor precio y mayor demanda por parte del mercado interno de las grandes urbes como el de Lima Metropolitana y, además, es demandada por las empresas privadas que procesan este producto bajo la forma de snacks. Estos productores consiguen niveles de productividad que, en promedio, bordean las ocho toneladas por hectárea, en comparación con productores de otras zonas del país. En algunos casos, usan ciertos insumos químicos para lograr mejores resultados en términos de producción y, dado que aún no hay una certificación para la papa nativa que garantice que es ecológica, puede seguir siendo relacionada con esta última "denominación".

El otro grupo de agricultores está conformado por todos aquellos que siembran papa para autoconsumo y para obsequiarlas y que mantienen esta costumbre desde sus ancestros; es más, su canasta básica de consumo está estructurada en función de las distintas variedades de papa nativa que cultivan y, en su concepción, no se encuentra la idea de comercializar este tipo de papa. El cultivo de papa obtenido bajo estas condiciones sí puede ser considerado como ecológico debido a que en su producción no se aplican insumos químicos a la planta; por ende, sus niveles de productividad son bajos y se encuentran en un rango de 3,5 a 5 toneladas por hectárea. Otra característica interesante que se desarrollará con mayor detalle más adelante es que este cultivo no implica costos monetarios al agricultor. La idea es que el proceso productivo se desarrolla bajo la cultura andina, donde el intercambio y la reciprocidad son dos aspectos que se practican a diario dentro de la comunidad: los agricultores no necesitan dinero para poder llevar adelante su actividad agrícola.

32 El precio de los bienes subió en 140% para 2008.

Productores de la provincia de Paucartambo en Cusco

La provincia de Paucartambo se encuentra ubicada a 110 km de la ciudad de Cusco, a una altura de 3.017 msnm. Según el Censo de Población y Vivienda de 2007, esta provincia concentra el 3,9% (45.877) de la población del Cusco. No hay diferencias en el porcentaje de la población según género. Sin embargo, se puede observar en la pirámide poblacional que el 43% es menor a 14 años, el 52% tiene entre 14 y 64 años, y que solo el 5% tiene más de 65 años de edad. Esto indica que se estaría analizando una población con una cantidad de jóvenes proporcionalmente más grande que lo observado a nivel nacional³³. La provincia de Paucartambo cuenta con seis distritos, entre los cuales está el distrito de Colquepata, al cual pertenecen los dos centros poblados en los que se llevaron a cabo los Grupos Focales.

El distrito de Colquepata está ubicado a tres horas de viaje de la provincia de Paucartambo y a una altura de 3.679 msnm, siendo el tercer distrito con mayor población de Paucartambo y concentrando el 21% de la población total de esta provincia. La estructura de la pirámide poblacional es la misma que en el caso de Paucartambo, con una concentración importante de menores de 14 años. La edad promedio de pobladores, por ende, es menor que la registrada a nivel nacional (42,3 años).

Las condiciones de vida de los productores agrícolas de la zona de Colquepata son precarias y con un menor acceso a servicios como agua y desagüe que los porcentajes observados en el sector rural peruano e, incluso, menores a las presentadas en la provincia de Paucartambo.

El Censo Nacional de Población y Vivienda de 2007 permite analizar las características sociodemográficas de los pobladores, las características de las viviendas, el acceso a servicios, el acceso a bienes semidurables y algunas características referidas al empleo agrícola y no agrícola de los pobladores de esta zona.

Un primer aspecto es que es que el 94,21% de la población vive en el área rural y solo el 5,8% vive en la capital de distrito de Colquepata, considerado para fines del censo como zona urbana. Como se mencionó previamente, la edad promedio de la población es menor a la observada a nivel nacional (cuatro años menor). El 98,3% tiene como lengua materna el quechua y existe un alto nivel de analfabetismo entre sus pobladores, llegando al 36,6% de la población total, un cifra incluso mayor que la observada en la zona rural de Cusco. Asimismo, la mayor parte de la población (92,9%) tiene un nivel de educación inicial o primaria completa.

33 A nivel nacional se observa que la población entre 0-14 años representa el 30,5% de la población total, el grupo de las personas de 15-64 años es el 63,1% a nivel nacional y los mayores de 65 años representan el 6,4% del total.

En cuanto al acceso de servicio de salud, se encuentra que solo el 77,4% de la población está afiliada al SIS y que hay un 21,2% que no cuenta con seguro, como se puede observar en el cuadro N° 36.

CUADRO N° 36
CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS POBLADORES DE COLQUEPATA

	Perú rural		Cusco rural		Provincia de Paucartambo rural		Distrito de Colquepata rural	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
Edad promedio del jefe del hogar	46,6		46,9		42,9		42,32	
Población con lengua materna distinta al castellano	2 277 594	37,1%	400 395	81,5%	31 803	93,1%	8 117	98,3%
Población analfabeta	1 453 910	23,7%	127 934	26,0%	12 569	36,8%	3 024	36,6%
Población con nivel inicial o primaria	3 213 346	52,4%	250 966	51,1%	19 701	57,7%	5 197	62,9%
Población afiliada al SIS	2 506 572	38,0%	301 449	57,2%	25 746	68,9%	7 006	77,4%
Población que no tiene seguro	3 751 604	56,8%	207 524	39,4%	10 933	29,3%	1 921	21,2%

Fuente: XI Censo de Población y VI de Vivienda: 2007
Elaboración: IEP

El cuadro N° 37 permite analizar las principales características de las viviendas de la zona, que se caracterizan por ser precarias y con bajo acceso a servicios. El 98% de los hogares tiene piso de tierra (siendo este el 85,8% en el sector rural), el 69,4% de las viviendas de estos pobladores tiene dos o menos habitaciones, lo que determina un grado considerable de hacinamiento en la vivienda. En cuanto a los servicios, también se puede observar que es una población que tiene un acceso limitado a los principales servicios: solo el 11% tiene acceso a agua potable, solo el 44,3% tiene acceso a alumbrado eléctrico y un pequeñísimo 1,6% tiene acceso a servicios higiénicos.

En cuanto al acceso de bienes semidurables, el cuadro N° 38 muestra que existe un 24% de la población que manifiesta no contar con un solo equipo o maquinaria de valor en el hogar, el 66% de la población solo tiene radio y no cuentan con servicios de *cable* e *Internet*, y solo el 0,7% de la población tiene acceso a teléfono en la capital del distrito. En cuanto al acceso a teléfonos celulares, solo el 3% cuenta con este tipo de servicio, lo que permite afirmar que son poblaciones aisladas con un bajo nivel de medios de comunicación.

CUADRO N° 37
CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA Y ACCESO A SERVICIOS DEL DISTRITO DE COLQUEPATA

	Perú rural		Cusco rural		Provincia de Paucartambo rural		Distrito de Colquepata rural	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
Viviendas con paredes de ladrillo o bloque de cemento	.64.865	4,0%	.1.639	1,2%	139	1,5%	.20	0,9%
Viviendas con piso de tierra	1.381.810	85,8%	124.951	93,1%	8.500	93,1%	2.194	98,4%
Viviendas con dos o menos habitaciones	1.093.576	67,9%	88.223	65,7%	7.059	77,3%	1.548	69,4%
Total	1.610.543	100,0%	134.233	100,0%	9.133	100,0%	2.230	100,0%

Fuente: XI Censo de Población y VI de Vivienda: 2007
Elaboración: IEP

CUADRO N° 38
ACCESO A ACTIVOS SEMIDURABLES - COLQUEPATA

	Perú rural		Cusco rural		Provincia de Paucartambo rural		Distrito de Colquepata rural	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
% de hogares sin ningún equipo	480.212	30%	24.611	18%	2.041	22%	484	24%
Solo tiene radio	896.505	55%	86.394	64%	6.040	66%	1.353	66%
% de hogares sin servicios de teléfono cable o internet	1.468.889	91%	125.923	93%	9.115	99%	2.233	99%
%de hogares con teléfono celular	13.872	9%	8.204	6%	40	0%	7	0%
%de hogares que se usa leña para cocinar	1.255.196	77%	90.407	67%	8.255	90%	2.085	93%

Fuente: XI Censo de Población y VI de Vivienda: 2007
Elaboración: IEP

En cuanto al mercado de trabajo, se puede observar que la población en edad de trabajar representa el 58,6% de la población total. En este grupo se considera toda la población que tiene una edad igual o superior a los 15 años. El 87,7% de la PEA total se encuentra ligada a la actividad agropecuaria o forestal, como se puede observar en el cuadro N° 39.

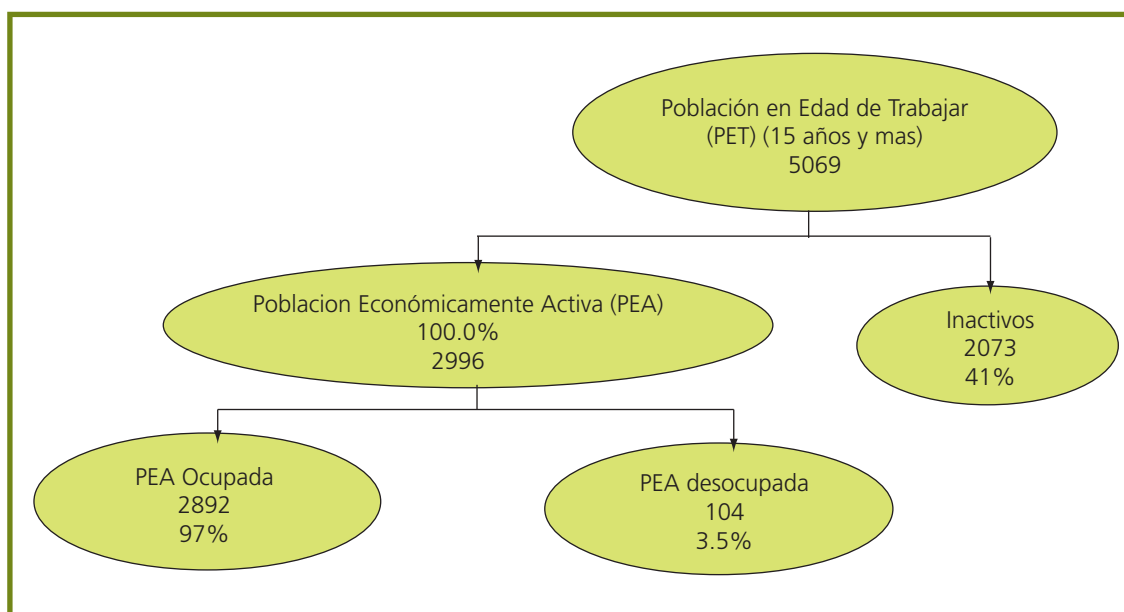
CUADRO N° 39
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR –PET DE COLQUEPATA - 2007

	Perú rural		Cusco rural		Provincia de Paucartambo rural		Distrito de Colquepata rural	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
% de la población en edad de trabajar(15 años a mas)	4.105.369	100%	312.393	100%	20.877	100%	5069	100%
Población Económicamente Activa	2.105.231	51%	168.693	52%	12.460	60%	2.996	59%
Población ocupada	2.018.476	96%	165.037	98%	12.180	98%	2.892	97%
Población desempleada	86.755	4%	3.656	2%	280	2%	104	3%
Población inactiva	2.00.138	49%	152.700	48%	8.417	40%	2.073	41%

Fuente: XI Censo de Población y VI de Vivienda: 2007
Elaboración: IEP

Otro aspecto importante que se puede resaltar es que un 41% de población se encuentra bajo la categoría de inactiva debido a que se estaba estudiando y no pudo trabajar o se dedicaba a las actividades del hogar. Como es lógico, se observa apenas un 3% de nivel de desempleo dado que en el sector rural la mayoría de miembros del hogar trabajan desde temprana edad.

GRÁFICO N° 18
SipascanCHA: Población en Edad de Trabajar



CUADRO N° 40
SECTOR ECONÓMICO EN EL QUE LABORA LA PET DE COLQUEPAPA

	Perú rural		Cusco rural		Paucartambo rural		Distrito de Colquepata rural	
	Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
Agropecuario, pesca y caza y silvicultura		78,3%	127.627	77,3%	10.548	86,6%	2.537	87,7%
Explotación de minas y canteras	53.920	2,7%	1.084	0,7%	19	0,2%	1	0,0%
Industrias manufactureras	58.805	2,9%	4.585	2,8%	491	4,0%	115	4,0%
Suministro de electricidad, gas y agua	1.980	0,1%	164	0,1%	9	0,1%	7	0,2%
Construcción	50.851	2,5%	8.069	4,9%	319	2,6%	78	2,7%
Venta, mant. Y rep.veh. autom.y motoc.	5.725	0,3%	426	0,3%	15	0,1%		
Comercio por mayor	3.296	0,2%	225	0,1%	7	0,1%	1	0,0%
Comercio por menor	59.081	2,9%	5.072	3,1%	166	1,4%	53	1,8%
Hoteles y restaurantes	19.566	1,0%	2.166	1,3%	81	0,7%		
Transp.almac. y comunicaciones	36.392	1,8%	2.902	1,8%	98	0,8%	23	0,8%
Intermediación financiera	327	0,0%	25	0,0%	1	0,0%		
Activit. Inmobili., empres. y alquileres	10.964	0,5%	689	0,4%	15	0,1%		
Admin.pub.y defensa;p. segur.soc.afil.	17.525	0,9%	2.718	1,6%	107	0,9%		
Enseñanza	38.472	1,9%	2.638	1,6%	84	0,7%	14	0,5%
Servicios sociales y de salud	7.143	0,4%	457	0,3%	27	0,2%	8	0,3%
Otras activi. serv. comun.,soc.y personales	10.069	0,5%	707	0,4%	28	0,2%	10	0,4%
Hogares privados y servicios domesticos	20.076	1,0%	1.146	0,7%	51	0,4%	7	0,2%
Organiz. Y organos extraterritoriales	1	0,0%	0	0,0%	114	0,9%		
Actividad economica no especificada	44.123	2,2%	4337	2,6%		0,0%	38	1,3%
Total	2.018.476	100,0%	165.037	100,0%	12.180	100,0%	2.892	100,0%

Fuente: XI Censo de Población y VI de Vivienda: 2007
 Elaboración: IEP

El 87,7% de la población de Colquepata se dedica a la actividad agropecuaria, que es la actividad a la que están ligados todos los pobladores de forma directa o indirecta.

El cultivo de papa nativa en las comunidades de Sipascancha Alta y Sonqo

Desde hace unos años, el cultivo de papa nativa ha ido desapareciendo progresivamente en las 150 comunidades campesinas de Paucartambo, relegándose dicho cultivo a las comunidades más aisladas, donde aún se conservan prácticas tradicionales al interior de la comunidad andina. Todos los agentes entrevistados enfatizan que cada vez hay menos productores que cultivan papa nativa y que hace unos años era frecuente encontrar en los mercados locales de Paucartambo papa nativa. Sin embargo, hoy en día solo se ubican algunas variedades comerciales, preferidas por los campesinos debido a que tienen una mayor productividad y pueden ser fáciles de comercializar tanto a nivel local como en los mercados de la ciudad del Cusco.

Contexto y ubicación

Las comunidades en estudio se encuentran ubicadas a más de 4.000 metros sobre el nivel de mar. Como se pudo ver en la caracterización presentada previamente, son poblaciones netamente rurales, ligadas a la actividad agropecuaria, y conservan con orgullo la costumbre del cultivo de papa nativa, cuya producción es intensiva en mano de obra, basada en el trabajo colectivo denominado *ayny*, que constituye un valor importante dentro de la cultura andina. Dichas comunidades se encuentran en las zonas más elevadas del distrito de Colquepata y por su ubicación cuentan con terrenos donde el 92% de la tierra cultivable se encuentra en laderas agrícolas con fuerte pendiente y frecuente erosión de terrenos. El tipo de riego es de secano y solo el 5% tiene acceso a riego. El tipo de agricultura que se desarrolla es netamente de autoconsumo y los productores se encuentran poco articulados tanto al mercado de factores como al de bienes. Todas estas características condicionan a que el productor agropecuario produzca una sola campaña al año.

¿Cómo se desarrolla la producción de papa nativa?

La pérdida de variedades de papa nativa es un aspecto que ha afectado a los comuneros en estudio, quienes afirman que ellos veían a sus padres cultivar aproximadamente 60 distintas variedades en una sola parcela y que, actualmente, solo pueden llegar a 23 tipos diferentes de papa nativa. Mantener las variedades de papa nativa no es fácil: es un trabajo que requiere de conocimiento, conocimiento que fue heredado

de generación en generación. Además, existen algunas variedades con bajo nivel de productividad. Por otro lado, para conservar las variedades de la papa, en el Cusco, se ha seguido por generaciones la “ruta de la papa”. Se denomina así a una serie de actividades que giran en torno a conseguir semillas de papa nativa, es decir, los campesinos de las distintas comunidades sabían qué comunidad debían visitar para intercambiar semilla. Actualmente, esta práctica está muy poco difundida entre los mismos comuneros. Otro aspecto que atenta contra la conservación de las variedades de papa nativa es la aparición de plagas y enfermedades, que es atribuida por ellos al uso de insumos químicos en la producción de papa comercial en las zonas más cercanas al piso de valle.

Los niveles de productividad de la papa nativa son muy reducidos; no obstante así fueron siempre, obteniendo entre 3 y 5 toneladas por hectárea. Por otro lado, las parcelas en las que se siembra descansan siete años para que puedan tener el nivel de productividad promedio de la zona. Asimismo, tienen una sola campaña al año, que se inicia entre octubre y noviembre con la siembra y finaliza entre mayo y junio con la cosecha; después las tierras sirven para cultivar otro tipo de productos como avena, haba y oca.

En algunos casos se observan experiencias de cultivo de variedades comerciales de papa para ser vendidas en la localidad de Colquepata, Paucartambo.

Costos de producción

Los costos de producción de papa nativa en las comunidades en estudio son no monetarios, es decir, son autosuministrados por el propio agricultor y sus compañeros de la comunidad o, en todo caso, intercambiados. En el cuadro N° 41 se presenta la comparación de los costos de la papa nativa con los costos de la papa mejorada en la localidad de Colquepata en Paucartambo. Para recuperar la estructura de los costos de la papa nativa en estas comunidades, se tomaron los coeficientes técnicos y se valorizaron al precio promedio de la zona. La mayoría de actividades presentadas en el siguiente cuadro son intensivas en manos de obra, entre estas se encuentran las labores de preparación de terreno, siembra, labores agrícolas y cosecha.

En un análisis comparativo del costo de producción de las variedades nativas y las variedades mejoradas en este distrito, se puede apreciar que cultivar las papas mejoradas tiene un costo 3,15 veces más alto que el cultivo de las variedades nativas. El componente de mayor costo en ambos casos es el de los insumos agropecuarios (43 y 51 por ciento, respectivamente). En el caso de las variedades nativas, el otro factor con mayor costo es el de la mano de obra que, en términos porcentuales, tiene una mayor representación que en el caso de las variedades mejoradas.

CUADRO N° 41
ESTRUCTURA DE COSTOS DE PAPA NATIVA Y VARIEDADES MEJORADAS

Rubro específico del costo	Variedades nativas*		Variedades mejoradas	
	S/. * ha.	%	S/. * ha.	%
1. Preparación del terreno	440,0	18	439,0	6
2. Siembra	212,2	9	192,0	2
3. Labores agrícolas	372,0	15	528,0	7
4. Cosecha	904,0	37	591,0	8
5. Insumos	152,4	43	3.910,5	51
7. Otros	358,2	15	2.036,0	26
Total	2.438,8	100	7.696,5	100

(*) Valorizado a precio de las localidades en estudio.

Fuente: Dirección Regional Agraria del Ministerio de Agricultura.

Elaboración: IEP.

Acceso a mercados

Los pequeños productores de las comunidades analizadas en su mayoría no se encuentran articulados a los mercados de bienes y factores. En cuanto al mercado de bienes, generalmente su canasta alimentaria está compuesta por las distintas variedades de papa nativa y otros cultivos andinos que son producidos por ellos mismos. En menor escala se encuentran otros productos como el fideo y el arroz, que son conseguidos en las ferias locales o en las bodegas de las localidades cercanas, como es el caso de Colquepata. En cuanto al mercado de factores, la mano de obra requerida para el proceso productivo es conseguida en la comunidad. En caso de que exista algún requerimiento adicional piden a los vecinos que los ayuden a cambio de devolver el favor con trabajo. El valor del jornal en la zona es bajo en relación al observado en el área rural del Cusco: bordea los dos dólares al día por seis horas diarias, incluyendo alimentación.

Las semillas que usan son propias o intercambiadas con otros campesinos y solo acuden al mercado en caso de escasez de este factor, lo cual se hace cada vez más recurrente, por lo que las semillas son conseguidas en las comunidades más cercanas. Aunque manifiestan que no usan insumos químicos, se pudo comprobar que usan algunos pesticidas que, por temor a las plagas y enfermedades, se han incrementado desde que se empezaron a producir las variedades mejoradas de la papa³⁴.

34 Al respecto manifiestan que los productores de papa introdujeron estas variedades a partir de 1985 y, desde entonces, aparecieron las plagas y enfermedades en la zona, siendo la principal causa el uso del Aldrin.

Una práctica reciente en la comunidad es la venta de mano de obra en la ciudad del Cusco en la elaboración de adobes. Esta labor les permite obtener ganancias sin generar mayores costos, lo cual les servirá para financiar la siguiente campaña agrícola. En este sentido, dado que se sienten agentes responsables de preservar el cultivo de papa, están dispuestos a financiar el proceso con actividades económicas de otro tipo para poder cumplir con los requerimientos del producto.

En cuanto a la comercialización de sus productos, se ve que hay una escasa articulación con los mercados. Las vías de acceso se encuentran en malas condiciones y, por ende, pueden llegar a vender sus productos en la feria local de Paucartambo. En el mejor de los casos, y si los precios lo permiten, pueden llegar a comunidades relativamente más alejadas, pero en muy pocas oportunidades llegan a los mercados de productores de la ciudad del Cusco. En todo caso, no encuentran incentivos para ello porque el consumidor local se rige más por el precio que por la calidad del producto y, por ello, no demanda la papa nativa al precio de venta esperado por el productor³⁵.

6.2.2 Dificultades que afrontan los productores de papa nativa de las comunidades visitadas

1. Factor climático. Shock adverso covariados³⁶. La frecuencia y variedad de los trastornos climáticos han determinado un nuevo contexto de incertidumbre para el pequeño productor agrícola.
2. Acceso a suelos con baja productividad. La mayoría de estos productores cultiva sus productos en las laderas de los cerros, cuya principal característica es la pérdida de nutrientes debido a la erosión constante de los suelos.
3. Sanidad, presencia de plagas y enfermedades. La introducción del cultivo de papa moderna o variedades mejoradas en el piso de los valles ha determinado la aparición de plagas y enfermedades con el uso de determinados insumos químicos, lo que afecta también a los terrenos donde se cultiva papa nativa.
4. Precios bajos en los mercados.
5. Desconocimiento del mercado de las bondades de las variedades nativas.
6. Bajos rendimientos debido a un uso intensivo de las chacras y menor tiempo de descanso para la recuperación de su fertilidad.
7. Pérdida de las prácticas culturales tradicionales vinculadas al cultivo de papas nativas.

35 Este precio de venta están relacionados con los 3,5 soles por kilo que obtienen los productores que venden a los restaurantes y cadenas hoteleras del Cusco.

36 La literatura sobre el tema denomina como shock adverso covariado a todo aquel evento negativo que afecta a todos los productores agropecuarios, generalmente está asociado al clima.

6.2.3 Casos exitosos en el departamento del Cusco de productores de papa que lograron insertarse en el mercado de papa nativa

Los productores agrícolas que cultivan papa nativa, sin excepción, en el Cusco, son todos aquellos que se encuentran ubicados por encima de los 3.500 msnm. Este tipo de papa representa el producto de mayor consumo en la canasta alimentaria para los productores agropecuarios de autosubsistencia. La importancia de este tubérculo es tan grande que muchas comunidades campesinas están catalogadas como “monocultoras” debido a que solo se dedican al cultivo de papa y, aunque sea difícil de creer, las propiedades de cada variedad nativa son tan grandes que logran cubrir sus requerimientos nutricionales al combinar los diferentes tipos de papa que produjeron. Aunque en la actualidad no existe un registro de todas las variedades nativas que tenemos en el Perú, se sabe que son aproximadamente 3.000 variedades y que cada tipo tiene características nutricionales diferentes y una gran variedad de antioxidantes (Minag 2008).

Recientemente, la cadena hotelera *Orient-express*, conformada por dos hoteles de 5 estrellas en Lima y Cusco, y un hotel de 3 estrellas en Aguas Calientes, denominado Machupicchu Sanctuary, ha incursionado en la elaboración de una carta en base a la papa nativa. Actualmente, esta industria hotelera tiene una demanda de 120 kg. a la semana y, por el tipo de contrato que tiene con las comunidades campesinas, no hay elevados niveles de descarte.

Los representantes de la empresa manifiestan que, dentro de su enfoque de responsabilidad social, se interesaron en conseguir que sean directamente los productores de papa los que provean este tubérculo a la cadena hotelera, eliminando al intermediario. Para ello, convocaron a los productores de la comunidad de Huama (del distrito de Lamay Calca), quienes, luego de ser invitados en varias oportunidades a los hoteles en mención para ver cómo se preparaban estos potajes en base a la papa nativa (y lo apreciados que eran esos platos por los turistas), decidieron vender su producción a esta empresa. Dado que esta es una primera experiencia en la que se está sacando ventaja a un nicho de mercado, las otras empresas que brindan servicios turísticos en Lima y Cusco están solicitando a la empresa *Orient-express* que consiga, por este medio, que los productores de Huama provean de papa nativa a los otros restaurantes y hoteles que también están renovando sus cartas en función a este tubérculo, muy apreciado hoy en día.

El precio que reciben estos productores es alto: varía entre 2 y 2,5 Nuevos Soles por kilogramo. Antes de esta experiencia, la papa nativa tenía un precio que no superaba el sol por kilogramo debido a que los consumidores locales no aprecian a la papa nativa como tal y la convierten en un bien sustituto de las variedades mejoradas. En otras palabras, los consumidores locales de la ciudad del Cusco no realizan una elección por la calidad del producto, sino en función al precio del mismo.

Conclusiones

El cultivo de la papa involucra a más de 600.000 productores que la cultivan en diferentes escalas a nivel nacional. Un importante porcentaje de estos productores se desenvuelve en economías de autoconsumo y de pequeños productores comerciales. En este sentido, las conclusiones preliminares de este informe son las siguientes:

1. Existen nueve partidas de papa y sus derivados, que el Perú viene transando a nivel mundial. Si bien la balanza comercial de papa es deficitaria, el nivel de crecimiento de las exportaciones es mayor al de las importaciones, lo que determinaría si la tasa de crecimiento del comercio internacional de papa se mantendrá constante, es decir, en seis años la balanza comercial de este producto sería positiva y con grandes posibilidades para el productor nacional.
2. Por otro lado, existe un grupo de empresas con altos estándares de calidad, entre las que se encuentran Snack de América Latina y Deprodeca de Gloria, que han incursionado con fuerza en la producción de snack a partir de las papas blanca y nativa. Entre los planes de estas empresas está la posibilidad de exportar volúmenes importantes de estos productos en los próximos dos años una vez que alcancen rigurosos estándares de calidad y aseguren una oferta de papa importante que les permita cumplir con los mercados internacionales.
3. Pese a que existen diferentes tipos de productores de papa a nivel nacional, la presente investigación ha encontrado que existen experiencias exitosas de integración de productores a mercados más rentables, las cuales incluso pueden modificar la cadena de valor que se forma en función a la producción de papa, lo que debe ser tomado en cuenta a la hora de formular políticas. Los casos más evidentes son los de las ONG Aders y Fovida, que trabajan en el Valle del Mantaro y que han logrado articular a dichos productores directamente con los empresarios de las compañías antes mencionadas.

4. La papa nativa tiene un potencial importante, pero enfrenta problemas como la baja productividad, la que limita la oferta en los mercados con exceso de demanda. Un aspecto relevante es que no todos los productores reaccionan de la misma forma ante elevaciones en el precio de este producto. Un ejemplo claro es la desaparición de los snack de papa nativa de todo los supermercados en los meses de noviembre y diciembre de 2008.
5. Se debe diferenciar los efectos directos de los efectos indirectos del TLC en la producción de papa de los pequeños productores. Asimismo, no deben ser estos confundidos con los factores coyunturales del alza de precio de productos agrícolas. Los efectos directos afectarán a ese pequeño porcentaje de agricultores cuya producción está dirigida al mercado externo o a aquellos cuyos niveles de producción vean disminuir la demanda de sus productos debido a la mayor importación del bien que producen. El segundo caso está relacionado con que la vigencia del TLC determine que sean demandados algunos productos sustitutos de la papa y los productores sustituyan superficies dedicadas a este cultivo desde hace varios años por productos más rentables, como es el caso de los cítricos en la costa, y de las habas y las alcachofas en la sierra.

Las conclusiones 1 y 2 permiten afirmar que sí existe un potencial en la exportación e industrialización de este producto y que la exportación de papa amarilla, desde hace más de una década, permite sacar lecciones importantes para el futuro. Aunque la exportación no asegura de por sí que los productores tengan mejores niveles de ingreso, se sabe por la experiencia internacional de casos donde el crecimiento de la economía ha sido liderado por el nivel de las exportaciones, como es el caso peruano en el período 2002-2006.

Bibliografía

Agreda V. (1999). "Posibilidades de la pequeña producción en las condiciones del mercado" En: V. Agreda, A. Diez y M. Glave: (Eds) *Perú: el problema agrario en debate*. SEPIA VII. ITDG. Pág 19-87.

Agrovalle (2008). *La papa. Cultivo de nuestra sierra peruana es alimento del año*. Pág. 18. Lima N° 19.

Álvarez M. (2001). *Oportunidades para el desarrollo de productos de papa nativa en el Perú*. Revista Latinoamericana de la Papa. ALAP. 2001 Lima, Perú.

CIP (2006). *Papa andina: Innovación para el desarrollo en los Andes 2002-2006*. Lima: Centro Internacional de la Papa - CIP.

Coppin, L. (2008). *Rutas turísticas de la papa*. Mimeo. Lima, Perú.

Escobal J. (2001). "The Determinants of Nonfarm Income Diversification in Rural Peru". *World Development*. 29(3), Pág. 497-508

Escobal J. (2007). *La agricultura peruana frente al TLC: ¿oportunidades o maldición?* Informe final. Concurso de Proyectos Medianos de Investigación del CIES. Grade.

Fano H., G. Carmona, M. Ordinola y G. Scott (1998). *Experiencia de exportación de papa amarilla peruana*. Lima: Centro Internacional de la Papa y Adex.

INEI (2008). *La pobreza en el Perú en el año 2007*. Informe técnico.

Maldonado L. G. Scout y V. Suárez (2001). *Nuevos senderos de la agroindustria de la papa*. Revista Latinoamericana de la Papa. ALAP. Lima, Perú.

Mendoza, W. y G. Ganiko (2008). Análisis de los efectos del TLC en las causas subyacentes de la pobreza en los sectores lácteo y pecuario. Consorcio de Investigación Económico Social –CIES. Mimeo. Lima, Perú.

Mendoza, W. (2007). *Políticas comerciales y pobreza en el Perú. ¿De qué manera los Tratados de Libre Comercio (TLC) impactan sobre la pobreza rural?* Lima: Consorcio de Investigación Económico Social–CIES, PUCP.

Minag (2008). Informe del I Congreso Nacional de la Papa. 20-23 de mayo. Huancayo, Perú.

Ordinola, M. (2001). *Nuevas experiencias en la importación de papa el caso de la papa amarilla peruana*. Revista Latinoamericana de la Papa. ALAP. Lima, Perú.

Ordinola, M. (2008). Conferencia Magistral: Nuevas Experiencias y Tendencias de la Comercialización de la Papa en el Perú, presentada en el I Congreso Nacional de la Papa. Ciencia, Arte y Negocios. Huancayo. 20-23 de mayo de 2008, Proyecto INCOPA –CIP.

Proexpansión (2008). Análisis y diagnóstico de la papa en el Perú. Aporte de la visión estratégica de la papa peruana. Lima, Perú.

Santiago de Cruz, M. J. (2001). *Economía de la agroindustrialización de la papa en México*. Revista Latinoamericana de la Papa. ALAP. Lima, Perú.

Scott G. (1986). Mercados, mitos e intermediarios: la comercialización de la papa en la zona central del Perú. 2da. Edición, Lima: Centro de Investigación de la Universidad Pacífico.

Scott G. (1998). "Los *fast foods* aumentan demanda de la papa procesada". En: Síntesis. El diario de negocios del Perú. 24 de febrero de 1998.

Side, (2008) Oportunidades y desafíos para el sector de la papa en el marco del TLC Perú-Estados Unidos. Mimeo. Lima, Perú.

Trivelli C., Escobal J. y B. Revesz (2006). *Pequeña agricultura comercial: dinámica y retos en el Perú*. Lima. CIES–CIPCA-Grade-IEP.

Trivelli C., Escobal J. y B. Revesz (2008). Desarrollo rural para la sierra: Elementos para promover una estrategia integral de desarrollo. Informe final del desarrollo de la sierra rural. Mimeo.

Velazco (2008). Determinantes del rendimiento y la rentabilidad de la papa en el Perú: un análisis comparativo de las regiones Costa y Sierra. Mimeo.

Anexos

ANEXO N° 1

LISTA DE LAS DIVERSAS FORMAS DE PROCESAMIENTO DE LA PAPA EN EL PERÚ

N°	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
1	Papas frescas	Mi Papa	Cápac Perú	Venta en el mercado Mayorista
2	Papas frescas	Papa Andina		Venta en Supermercados Peruanos
3	Papas frescas	Tikapapa	A y L Biodiversidad Altoandina S.A.C.	Venta en Supermercados Wong
4	Snacks - Papas fritas	Lay's Clásicas	Snacks América Latina S.R.L.	Pertenece a Pepsico que comercializa en el mercado peruano gaseosa Pepsi, la bebida rehidratante Gatorade, avena Quaker y los snacks Chizitos, Torteos, Frito Lay, Tico Tico, entre otros.
5	Snacks - Papas fritas	Lay's Artesanas	Snacks América Latina S.R.L.	
6	Snacks - Papas fritas	Lay's Nativas	Snacks América Latina S.R.L.	
7	Snacks - Papas fritas	Mr. Chips Clásicas	Deprodeca S.A.C	DEPRODECA, empresa subsidiaria de José Rodríguez Banda S.A. perteneciente al Grupo Gloria
8	Snacks - Papas fritas	Mr. Chips Nativas	Deprodeca S.A.C	
9	Snacks - Papas fritas	Papi Leña	Fábrica Laurel S.A.	Empezó como una micro empresa
10	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas Saladas "Productos Ton"	Corporación Fertón S.R.L	Lima
11	Snacks - Papas fritas	Piqueo (Papas, Palitos, Habas) "Productos Ton"	Corporación Fertón S.R.L	Lima
12	Snacks - Papas fritas	Papas fritas Natu Krunch "Natu Krunch",	Industrias Alimentarias Deluce de Palomino Rincón Henry	Andahuaylas. Baja de oficio pero R.S. activo
13	Snacks - Papas fritas	Hojuelas de papas fritas "Casae"	Castro Sáenz Abraham Romero	Lima
14	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Mass Distribuciones"	Cueva Carazas Rosario Cecilia	Arequipa

Nº	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
15	Snacks - Papas fritas	Papas fritas Al Hilo Y Hojuela "Sabry'S"	Comercial Manti S.A.C.	No a aparece pero R.S. activo
16	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Nutriven"	Peru Green Food E.I.R.L.	Lima. Baja de oficio, R.S. activo
17	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas "Budy",	El Buen Dyente del Perú E.I.R.L.	Lima
18	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas fritas "Bocaditos Bonny"	Bonifacio Solano Francisco	Chósica
19	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas y al hilo "Doraditas"	E & E Natural Food E.I.R.L.	No figura en SUNAT. R.S. Activo
20	Snacks - Papas fritas	Papas En Hojuelas y al Hilo "Bocaditos El Dulce",	Robles Hinostroza Juan Antonio	Lima
21	Snacks - Papas fritas	Papas hritas en Hojuelas "Sal y Rosas"	Valverde Sal y Rosas Alfonso Cayetano	Baja de oficio definitivo, R.S. activo
22	Snacks - Papas fritas	Hojuelas de papas y Papas al hilo "Redjos"	Romani Quinto Abdón	Lima
23	Snacks - Papas fritas	Hojuelas de papas fritas "NIPS", E	Industrias Patcor S.A.	Huancayo
24	Snacks - Papas fritas	Hojuelas fritas de papas nativas "Inca's Gold"	Industrias Patcor S.A.	Huancayo
25	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas fritas "Nutririca'S",	Asociación Red de Conservacionistas del Germoplasma Nativo	No a parece en SUNAT, R.S. activo
26	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas,	Orellana Veliz Cinthia Coral	Lima
27	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas/ hilos,	Ticse Quiquia Imelda Yuli	Lima
28	Snacks - Papas fritas	Papas fritas (snacks) "Sabrofrito'S"	Fabrica De Alimentos Del Perú E.I.R.L.	Lima
29	Snacks - Papas fritas	Papas En Hojuela "Crokanty",	Light Peru Snack S.R.L.	No figura en SUNAT, R.S. activo
30	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas y al hilo "Villa Natura /Villa Frut/Fruto Sol/Tottus/ Crickets",	Frutos y Snacks E.I.R.L.	Lima
31	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas y Papas al hilo "Bocaditos Shuan"	Industrial Shuan E.I.R.L.	Lima
32	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas e hilos "El Oriente",	Shuan Reyes Justidiano	Lima

N°	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
33	Snacks - Papas fritas	Papas En Hojuela "Tentempie",	Schanks Nuñez Luis Víctor	Lima
34	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Yunchi",	Candy Center S.R.L.	Lima, baja de oficio, R.S. activo
35	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Don Justo",	Quispe Carrasco Modesto	Lima
36	Snacks - Papas fritas	Papas fritas Hojuelas "Supercrack's - Bocaditos Sakura"	Sakura Inversiones S.R.L.	Lima
37	Snacks - Papas fritas	Papas fritas En Hojuelas "Gritsy",	Inversiones Ghimel E.I.R.L.	Huaura
38	Snacks - Papas fritas	Papas Fritas Rizadas Natural "Yupi S.A.	Productos Yupi S.A.	Lima. Varias presentaciones sazonadas con limón y mayonesa. Tiene 5 presentaciones. Empresa en liquidación.
39	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Rico Nico Eirl."	Rico Nico E.I.R.L.	Piura, baja de oficio, R.S. activo
40	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas "Nack Snacks"	Agrofoods Perú S.A	Lima, baja de oficio, R.S. activo
41	Snacks - Papas fritas	Papas amarillas fritas "Don Alfredo"	León Huaco Alfredo Fernando	Huanuco
42	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas "El Roli"	Cieza Huamán, Jesús	Lima
43	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas, Papas al hilo "Crislitos",	Calderón Milián Santos	Lima, Baja de oficio, R.S. activo
44	Snacks - Papas fritas	Papas Fritas en Hojuelas / Hilos "Bocaditos Dany / Villa Natura"	Bocaditos Dany E.I.R.L.	Lima
45	Snacks - Papas fritas	Bocaditos "Chiko's" Papas	Farnier Natural E.I.R.L	Callao, baja de oficio, R.S. activo
46	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Sabry's",	Sabrosito E.I.R.L	Lima
47	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en Hojuelas y al Hilo "Mily's"	Productos Alimenticios Mily's S.A	Lima, baja de oficio, R.S. activo
48	Snacks - Papas fritas	Papas fritas.	Industria De Alimentos Nutrimix S.A.C	Lima, baja de oficio, R.S. activo
49	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas "Gromy",	Ardiles Olave Fredy	Lima

Nº	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
50	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas "Rasil"	Rasil S.R.L	Lima
51	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas, Hilos (Papachys) "Ibon"	Industria De Bocaditos Nutricionales S.R.L	No aparece en SUNAT, R.S. activo
52	Snacks - Papas fritas	Papas Fritas "Free Papas"	Karinto S.A.C.	Lima
53	Snacks - Papas fritas	Papas saladas en hojuelas "Mass Distribuciones"	Vargas Carazas Américo Rafael	Arequipa
54	Snacks - Papas fritas	Papas fritas	Miraya Huarcaya Flavio	Lima, baja de oficio, R.S. activo
55	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas "Bocaditos Sonia"	García Pariona Rudi Wilner	Lima
56	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas "Zapping - Graffiti - Metro"	Farming Foods S.R.L	Lima
57	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas "Bell's".	Farming Foods S.R.L	Lima
58	Snacks - Papas fritas	Papas fritas - "Palipapas"	Bocaditos Nacionales S.A.	Lima
59	Snacks - Papas fritas	Papas snacks (Hojuelas e Hilos) "Crocharks"	Empresa Comunal Conservacionistas S.R.L.	Huancayo, Concepción
60	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas "Full Service"	Aquino Álvarez Lida Rosa	Lima, baja provisional de oficio. R.S. activo
61	Snacks - Papas fritas	Hojuelas de papas fritas "Vivar",	Vivar S.A.C.	Lima
62	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas "Festival"	Productos Alimenticios Carter S.A.	Lima
63	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Frutos del Bosque",	Frutos del Bosque E. I. R. L.	Maynas
64	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas "Bocaditos Snacks Michael",	Pareja Oyola Nilton	Lima
65	Snacks - Papas fritas	Chifles de papas "El Ayabaquino".	López Nuñez Lucio Hugo	Arequipa
66	Snacks - Papas fritas	Papas çoriundas sabor tradicional "Krimpi"	Fabrica de Alimentos y Bocaditos S.A.	No figura en SUNAT. R.S. activo
67	Snacks - Papas fritas	Papas fritas picantes "Ricosoy", "Piko - Riko", "Super Machitos".	Nuevos Multimix .S.A	Lima, en proceso de liquidación

N°	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
68	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Bergia".	Bajo Cero Trading S.A	Lima
69	Snacks - Papas fritas	Papas fritas "Marathon".	Bajo Cero Trading S.A.	Lima
70	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas (Papitas Chips) "Deli Chips",	Prime Traders S.A.C.	Lima
71	Snacks - Papas fritas	Papas fritas saladas "Delicias"	Nina Apaza Karla Amabeth	Arequipa
72	Snacks - Papas fritas	Papas Chips "Fitonatura",	Corporación Fitonatura S.A.C.	No figura en SUNAT
73	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas "Productos Danniza",	Productos Danniza E.I.R.L.	Lima
74	Snacks - Papas fritas	Papas fritas en hojuelas y al hilo "Villa Natura, Bells, Nutri Snacks",	Natura Gourmet S.A.C	Lima
75	Snacks - Papas fritas	Hojuelas de papas fritas "Papy'S",	Asociación de Productores Agropecuarios Las Águilas de Cavira	No figura en SUNAT
76	Snacks - Papas fritas	Papas en hojuelas "Bocaditos Pegui"	Natteri Marmol Guido Javier	Lima
77	Snacks - Papas al hilo	Bocaditos "Toña"	Productos PIT S.R.L.	Lima, Presentación simple en bolsa de polipropileno transparente.
78	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo	Bocaditos El Cruceño S.R.L.	Lima
79	Snacks - Papas al hilo	Gelce	Gelce Internacional	Lima, Presentación en cajita
80	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo	Bocaditos Bucky	Lima
81	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo	Villa Natura	Huánuco
82	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo	E.Z. Business S.R.L.	Lima
83	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "El Ayabaquino"	Chiflería El Ayabaquino De Jiménez Merino Noe	Piura
84	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas al hilo y hojuelas "Dana's"	Sigueñas Pereda Antonio Francisco	Lima
85	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Tentempie",	Schanks Nuñez Luis Víctor	Lima

Nº	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
86	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo	Moscol León María Adriana	Piura
87	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Repike"	Productos Chinchay S.A.C.	Lima
88	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas en hojuelas y al hilo (Bocaditos Fritos) "Super Ritz",	Pe & AL S.R.L.	Lima
89	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas en hojuelas y al hilo "Ckransh"	Caro Guerrero Elmer Charles	Chiclayo
90	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas "Bocaditos Pegui",	Natteri Marmol Guido Javier	Lima
91	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo Luchito "Papas al hilo Luchito",	Puma Mendoza Mauro	Lima, baja de oficio RS activo
92	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas al hilo "Supercrack'S - Bocaditos Sakura",	Sakura Inversiones S.R.L.	Lima
93	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Rico Nico Eirl.	Rico Nico E.I.R.L.	Piura, baja de oficio R.S. activo
94	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "El Roli"	Cieza Huaman, Jesús	Lima
95	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas "Bocaditos Jair" (al Hilo y en Hojuelas),	Bustos Maguiña, José Alfredo	Lima
96	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas al hilo "Gromy"	Ardiles Olave, Fredy	Lima
97	Snacks - Papas al hilo	Papas saladas al hilo "Mass Distribuciones".	Vargas Carazas, Américo Rafael	Arequipa
98	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas al hilo y hojuelas "Jennifer"	Inverjag S.A.C	Lima, baja de oficio RS activo
99	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas procesadas al hilo "Embelg",	Fabrica De Embutidos El Gordito E.I.R.L	Lima
100	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Zapping - Graffiti - Metro".	Farming Foods S.R.L	Lima
101	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Probocaditos"	Milian Soto Santos Marino	Lima
102	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas al hilo "Pionero"	Marlowa Salvador Miguel Ángel	Lima baja de oficio, RS activo
103	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo fritas "Vivar"	Vivar S.A.C.	Lima

N°	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
104	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Festival",	Productos Alimenticios Carter S.A.	Lima
105	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Bocaditos Snacks Michael",	Pareja Oyola Nilton	Lima
106	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo (Papitas al Hilo) "Deli Chips",	Prime Traders S.A.C.	Lima
107	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Productos Danniza"	Productos Danniza E.I.R.L.	Lima
108	Snacks - Papas al hilo	Papas al hilo "Kronchi",	Ferco Peruvian Corporation E.I.R.L.	Lima
109	Snacks - Papas al hilo	Papas fritas al hilo "Provocaditos"	Provocaditos S.A.C	Lima
110	Puré de papas	Puré de Papas Knorr	Hersil S.A. Para Unilever Andina Perú S.A.	Lima, Importador
111	Puré de papas	Puré de papas Menú	Asa Alimentos S.A.	Lima, Pertenece al Grupo Romero – Alicorp
112	Puré de papas	Puré de papas con sabor a mantequilla "Maggi"	Nestlé Perú S.A	Lima
113	Puré de papas	Puré de papas nativas amarillas deshidratadas "Puré Gourmet",	A&L Biodiversidad Altoandina S.A.C	Lima
114	Puré de papas	Puré de papas "Puré Andino",	A&L Biodiversidad Altoandina S.A.C	Lima
115	Puré de papas	Puré de papas original congelado "Lamb Weston",	Oregon Foods S.A.C.	Lima
116	Puré de papas	Puré de papas Ajos Tostados "Idahoan"	E. Wong S.A.	Lima
117	Puré de papas	Puré de papas Superior "Idahoan",	E. Wong S.A.	Lima
118	Puré de papas	Puré de papas Cuatro Quesos "Idahoan",	E. Wong S.A.	Lima
119	Puré de papas	Puré de papas Mantequilla y Hierbas "Idahoan",	E. Wong S.A.	Lima
120	Puré de papas	Puré de papas Original "Idahoan"	E. Wong S.A.	Lima
121	Puré de papas	Puré de papas instantáneo "Hoffmann",	Corporación Urbina S.A.C.	Lima

Nº	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
122	Papa seca	Papa seca E. Wong	Tambo Foods S.A.C.	No figura en SUNAT. La empresa solo envasa
123	Papa seca	Papa seca Tesoros Del Campo	Alimentos Plus S.A.C	Lima. La empresa sólo envasa
124	Papa seca	Papa seca Paisana	Romero Trading S.A	Lima
125	Papa seca	Papa seca Costeño	Corporación Transcontinental Del Perú S.A.C	Lima. La empresa sólo envasa
126	Comida instantánea	Carapulcra Provenzal	Deshidratadora De Alimentos Naturales S.R.L	Lima
127	Comida instantánea	Pastel de papas clásico "Chez Marie - Comedeli",	Ludowieg Álvarez Calderón María Inés	Lima
128	Comida instantánea	Papas rellenas con carne "Riquezas de mi Tierra"	Riquezas de mi Tierra S.R.L.	Lima, baja de oficio
129	Comida instantánea	Papas - Scalloped Potatoes "Purity Foods",	J.L. Chu Importaciones E.I.R.L.	Lima, suspensión temporal. R.S. activo
130	Comida instantánea	Papas - Julienne Potatoes "Purity Foods",	J.L. Chu Importaciones E.I.R.L.	Lima, suspensión temporal. R.S. activo
131	Comida instantánea	Papas - Three Cheese Potatoes "Purity Foods"	J.L. Chu Importaciones E.I.R.L.	Lima, suspensión temporal. R.S. activo
132	Comida instantánea	Papas - Au Gratin Potatoes "Purity Foods"	J.L. Chu Importaciones E.I.R.L.	Lima, suspensión temporal. R.S. activo
133	Comida instantánea	Nuggets de papa (papa precocida) "Papas Listas",	Novastar S.A	Lima
134	Comida instantánea	Ñoquis de papas "Doña Amalia",	Importaciones y Comercio Internacional S.A.	Lima
135	Comida instantánea	Beech - Nut Pollo Y Papas en salsa de queso "Beech - Nut"	Perufarma S.A.	Lima
136	Comida instantánea	Pescado con Papas (Colados)	Nestlé Perú S.A.	Lima
137	Similares a papa	Pringues	Ls Andina, Procter & Gamble Perú S.R.L	Lima, Importador
138	Similares a papa	Ctm	CTM Perú S.A.C. Para Química Suiza	Lima, Subsidiaria de empresa chilena

N°	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
139	Papas prefritas	Papas prefritas	Ursus Agro S.A.C	Lima, Pollerías
140	Papas prefritas	Papas prefritas	Riva Potatoes	Lima, Pollerías
141	Papas prefritas	Papas frescas peladas y cortadas en bastones "Papas Procesadas Jack",	Inversiones Industriales Jack S.A.C.	Lima
142	Papas prefritas	Papas frescas, peladas y cortadas en bastones "Rapipapa"	Walters Peralta Oscar Raúl	Lima
143	Papas prefritas	Papas procesadas,	Distribuidora Profesional S.A.C.	No figura en SUNAT. R.S. activo
144	Papas prefritas	Papas peladas "Producciones Agrícolas"	Chinen Higa Ana María	No figura en SUNAT. R.S. activo
145	Papas prefritas	Papas refrigeradas peladas "Orbea",	Orbeagro S.A.C.	Lima
146	Papas prefritas	Papas precocidas y congeladas "Beck Stone (Peruvian Prime Potatoes)"	Prime Financial Adviser Peru S.A.C	No figura en SUNAT. R.S. activo
147	Papas prefritas	Papas procesadas "Nory'S"	Inversiones Nory'S S.R.L.	No figura en SUNAT. R.S. activo
148	Papas prefritas	Papas procesadas "Olari"	Inversiones Olari E.I.R.L.	Lima
149	Papas prefritas	Papas fritas congeladas Corte 1/4" X 1/4" "Lamb-Weston	Bembos S.A.C.	Lima
150	Papas prefritas	Papas fritas corte regular 5/16" Crusader "Lambweston",	Agro Empaques S.A.	Lima, precocidos
151	Papas prefritas	Papas enteras refrigeradas "Aவில்",	Rapid Carga S.A.C.	Lima
152	Papas prefritas	Papas Shoestring "Aviko"	Rapid Carga S.A.C.	Lima, Precocidos y congelados
153	Papas prefritas	Papas corte recto "Friba"	Rapid Carga S.A.C.	Lima
154	Papas prefritas	PAPAS CORTE RECTO 4 X 2500 gr. "AVIKO",	Rapid Carga S.A.C.	Lima
155	Papas prefritas	PAPAS REDONDAS 10 X 600 gr. "AVIKO",	Rapid Carga S.A.C.	Lima
156	Papas prefritas	Papas para freír "Naturales"	Abastecimientos Alimenticios S.A.C.	Lima

N°	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
157	Papas prefritas	Papas fritas Mac Fries "Mc Donald's"	Operaciones Arcos Dorados de Perú S.A.	Lima
158	Papas prefritas	Papas prefritas súper congeladas "Mac Fries"	Operaciones Arcos Dorados de Perú S.A.	Lima
159	Papas prefritas	Papas prefritas de Papas del Tipo French Fries 3/8 Grade A Crinkle Cut - 6 X 2.27 Kg. "Golden Crop"	Mrc Excel S.A.C.	Lima, Varias presentaciones y tamaños
160	Papas prefritas	Papas Fritas Seasoned, Cortes: Twister, Crispura, Wedge Cut	Oregon Foods S.A.C.	Lima
161	Papas prefritas	Papas fritas Causader	Oregon Foods S.A.C.	Lima
162	Papas prefritas	Papas picadas "Papa Rica"	Charun Urbina Juan Manuel	Lima
163	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas Skin On "Unisur",	Halema S.A.C.	Lima, Callao
164	Papas prefritas	Papa precocida (blanca) "Papas Listas",	Novastar S.A	Lima
165	Papas prefritas	Papas pre-fritas congeladas "Burger King"	Sigdelo S.A.	Lima
166	Papas prefritas	PAPAS PREFRITAS CONGELADAS 9 X 9 "LAMB WESTON",	Negocios e Inmuebles S.A.	Lima
167	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas 6 X 6 (9/18) "Lamb Weston",	Negocios e Inmuebles S.A.	Lima
168	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas Noisettes "Lamb Weston",	Negocios e Inmuebles S.A.	Lima
169	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas 11 X 11 "Lamb Weston",	Negocios e Inmuebles S.A.	Lima
170	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas onduladas "Lamb Weston"	Negocios e Inmuebles S.A.	Lima
171	Papas prefritas	Croquetas de papas prefritas súper congeladas - Smiles "Mc Cain",	Soraya S.A.	Lima

N°	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
172	Papas prefritas	Croquetas de papas prefritas súper congeladas – Noisettes “Mc Cain”,	Soraya S.A.	Lima
173	Papas prefritas	Papas peladas frescas enteras y picadas “Cosechandina”,	Inversiones Hasamiro S.A.C.	Lima
174	Papas prefritas	Papas prefritas Bastón súper congeladas “Mc Cain - Harvest Pride”,	Delosi S.A.	Lima
175	Papas prefritas	Papas prefritas Bastón súper congeladas “Kfc”	Delosi S.A.	Lima
176	Papas prefritas	Mc Cain Smiles (Papas sonrientes Mc Cain) “Mc Cain”,	Delosi S.A.	Lima
177	Papas prefritas	Papas fritas congeladas - Kfc Shoestring Julianne “Mc Cain”	Delosi S.A.	Lima
178	Papas prefritas	Mezcla para puré de papas “Kfc”	Delosi S.A.	Lima
179	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas Kfc “Mc Cain”,	Delosi S.A.	Lima
180	Papas prefritas	Papas fritas Mc Donalds French Fries “Mc Donalds”.	Keystone Distribution Peru S.A.C.	Lima, baja definitiva en liquidación. R.S. activo
181	Papas prefritas	Hamburguesas congeladas de papas (Frozen French Fries Oval Superpatties) “Mc Cain”	Keystone Distribution Peru S.A.C.	Lima, baja definitiva en liquidación. R.S. activo
182	Papas prefritas	Hamburguesas congeladas de papas (Frozen French Fries Oval Superpatties) “Mc Cain”	Keystone Distribution Peru S.A.C.	Lima, baja definitiva en liquidación. R.S. activo
183	Papas prefritas	Papas prefritas súper congeladas “Mc Fries”	Keystone Distribution Peru S.A.C.	Lima, baja definitiva en liquidación. R.S. activo
184	Papas prefritas	Papas prefritas - Bastón - Súper congeladas (Corte Tradicional Y Corte Fino) “Farmpac”	Avinka S.A.	Lima

Nº	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
185	Papas prefritas	Papas prefritas tipo españolas súper congeladas "Mc Cain Rondelles Cuisine",	Avinka S.A.	Lima
186	Papas prefritas	Papas prefritas Súper congeladas "Mc Fries",	Avinka S.A.	Lima
187	Papas prefritas	Papas prefritas - Bastón - Súper congeladas "Mc Cain Harvest Pride"	Avinka S.A.	Lima
188	Papas prefritas	Papas prefritas Bastón Súper congeladas "Mc Cain",	Avinka S.A.	Lima
189	Papas prefritas	Papas prefritas - Bastón- súper congeladas "Mc Cain Micro Chips"	Avinka S.A.	Lima
190	Papas prefritas	Papas prefritas bastón súper congeladas "Papas prefritas Valley Farms"	Avinka S.A.	Lima
191	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas Noisettes "Lamb Weston"	Oregon Foods S.A.C.	Lima
192	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas 11 X 11 "Lamb Weston"	Oregon Foods S.A.C.	Lima
193	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas 6 X 6 (9/18) "Lamb Weston",	Oregon Foods S.A.C.	Lima
194	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas 9 X 9 "Lamb Weston"	Oregon Foods S.A.C.	Lima
195	Papas prefritas	Papas prefritas congeladas onduladas "Lamb Weston"	Oregon Foods S.A.C.	Lima
196	Papas prefritas	Papas procesadas para pollería "Papas Gerson",	Ramos Huamani Paulino Marcial	Lima
197	Papas prefritas	Papas Pre Cocidas Congeladas "Papitay"	Food S Hause S.A.C.	Lima, Callao
198	Papas prefritas	Papas peladas (Perricholi, Canchán, Única "Perlas de Oro",	Perlas de Oro Inversiones y Representaciones E.I.R.L.	Lima

N°	Producto	Marca	Razón social de la empresa	Observaciones
199	Papas prefritas	Papas Fritas Mc Cain - Ltda Free "Mc Cain",	Operaciones Arcos Dorados de Perú S.A.	Lima
200	Papas prefritas	Papas Wedges (Mc Cain Potatoes 10 Cut Wedges) "Mc Cain"	Operaciones Arcos Dorados de Perú S.A.	Lima
201	Papas prefritas	Papas cortadas "Al Limite" Perú S.A.C.	Al Limite Perú S.A.C.	Lima, Callao