PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMIA

DISERTACIÓN DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR AL TITULO DE ECONOMISTA

ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA EN EL ECUADOR "CIRCUITO PAPA INDUSTRIALIZADA" PERIODO 1990 – 1999

Evgenia Katerina Arboleda Milanesi

Quito, 2002

Agradecimiento

A mi director de tesis, Vinicio Salgado, por sus conocimientos, al Econ. Manuel Jaramillo por toda su ayuda y a todas las personas que en una u otra forma contribuyeron a mi formación profesional.

PROLOGO

Cadenas y Diálogos para la acción (C.A.D.I.A.C), es una herramienta que les será útil para profesionales que estén inmersos dentro del campo agrícola, cuyo reto será promover transformaciones productivas que induzcan a la agricultura a alcanzar niveles más competitivos con la participación de los diferentes actores que formen parte de la cadena agroalimentaria, para de esta manera beneficiar a toda la sociedad con una distribución equitativa de los beneficios que se generen dentro de este proceso.

El C.A.D.I.A.C es un enfoque metodológico que buscará el fortalecimiento de los actores nacionales, lo que llevará a que se realicen trabajos de investigación y procesos de diálogo para resolver los problemas existentes dentro de los sistemas agroalimentarios; logrando el apoyo de todos los miembros que conforman la cadena de la papa.

La investigación se centra en el análisis del funcionamiento del circuito "PAPA INDUSTRIALIZADA" de la cadena agroalimentaria le la papa en el Ecuador, durante el período comprendido entre los años de 1990 – 1999.

El trabajo investigativo se divide en las siguientes partes:

Las tres primeras partes hacen referencia a la definición del problema, a los diferentes conceptos teóricos sobre cuales se basa este trabajo y además de la presentación del C.A.D.I.A.C que es el marco metodológico para el desarrollo de la investigación.

En la cuarta parte, se presenta la estructura y funcionamiento de la cadena agroalimentaria de la papa en el Ecuador, basándose en salidas de campo y en entrevistas a los principales actores, etc., se revelan además el funcionamiento de cada una de las actividades existentes dentro de la cadena y cómo ésta se ha comportado dentro del período de estudio.

La Quinta parte hace referencia al entorno internacional y nacional. En el entorno internacional se trata de explicar el funcionamiento del sector externo correspondiente a la papa, su evolución durante el período de estudio 1990 – 1999, y las causas de dicho comportamiento. En el entorno nacional se da a conocer todos los componentes dentro del sector de la papa y como éstos se han comportado en la década de los noventa: su producción, rendimiento, canales de comercialización e industria.

En la Sexta se analizan los factores específicos que fortalecen o debilitan el proceso de competitividad de la cadena agroalimentaria de la papa.

La Séptima parte presenta ciertas estrategias derivadas del diálogo de los distintos actores que permitirán dar solución a los diferentes problemas de la cadena, encontrados durante talleres de concertación.

En la última parte, se dan a conocer los resultados obtenidos en el estudio, las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

INDICE

PRELIMINARES

INDICE DE ANEXOS

INDICE DE GRAFICOS

INDICE DE CUADROS

CAPITULO I
INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

En el pasado los seres humanos eran nómadas pues tenían que encontrar sitios en los que pudieran satisfacer sus necesidades básicas en especial las alimentarias, todo este tiempo no hubo un desarrollo de ninguna civilización sino hasta que se rompió el paradigma de que el hombre no podía influir en la naturaleza y se descubrió la agricultura y la crianza de animales. Desde aquel momento tanto hombres y mujeres se han dedicado y utilizado mucho de su tiempo e inteligencia a descubrir y poner en practica técnicas e instrumentos para incrementar la producción de alimentos suficientes para superar los períodos de escasez.

Después de que el hombre se da cuenta que es capaz de reproducir los alimentos en la naturaleza aparecen distintas formas de organización social a través del tiempo modificando las relaciones directas entre hombre, tierra y alimentos. Dentro de cada cultura, la necesidad de asegurar un suministro adecuado de alimentos, ha contribuido a moldear la estructura de la sociedad y los papeles que hombres y mujeres juegan al producir alimentos y distribuirlos a los consumidores. Sistemas injustos de alimentos han causado revoluciones sociales. En toda sociedad, la disponibilidad y los costos de los alimentos son variables y están estrechamente vinculados a las decisiones políticas.

Por otro lado la revolución industrial fue un factor predominante en lo que a agricultura se refiere, pues logró subir la productividad y tuvo incidencia directa en el factor humano en la mano de obra.

Las guerras mundiales es otro hito preponderante en la historia del desarrollo humano y de la agricultura pues después de esta hubo una contracción de la oferta ya que todos los

recursos se utilizaron para la misma y para destruir lo que ya estaba construido; en la pos guerra, al mundo le toca sufrir un cambio y aparece el concepto de estrategia, en especifico de sectores importantes que tenían que ver con la supervivencia, por lo que los estados tenían que dar una seguridad alimentaria que tiene que ver con la producción y la distribución, la información es un elemento clave para la distribución, garantiza el éxito. Como consecuencia a partir de la guerra surge el proteccionismo.

Un avance en la industria química y petroquímica, leyes de genética como las de Mendell generan para la agricultura un avance muy importante ya que se pueden mejorar los nutrientes básicos del suelo, aparecen las primeras revoluciones verdes, la producción se incrementa y nuevamente se ha roto el paradigma existente sobre la agricultura que nos decía que la producción no alcanzaría para todos los habitantes trasladándose el problema específicamente a la distribución de los productos.

Durante la década de los sesenta, al aumentar la producción de alimentos para satisfacer la demanda creciente de las áreas urbanas, se hizo evidente que también eran necesarias modificaciones en la estructura y funcionamiento del mercado. Para que la disponibilidad física de alimentos se traduzca efectivamente en oferta oportuna, las instalaciones y servicios de mercadeo tienen que crecer al menos al mismo ritmo que la producción nacional más las importaciones. Dentro de este contexto, los planificadores empezaron a concentrar sus esfuerzos tanto en la producción como el mercadeo en el sistema de alimentos.

El futuro de los Sistemas Agroalimentarios (SAA) en los países en desarrollo en general, y en los países de América Latina en particular, se debe entender hoy en día como un tema vinculado a la evolución general de la economía mundial, la inserción en dicha economía y la liberalización y la desregulación interna.

La transnacionalización de la economía mundial alcanzó niveles históricos a partir de los años noventa, tanto en las exportaciones mundiales de bienes y servicios como a la

inversión extranjera directa. Este movimiento concierne particularmente a la industria agroalimentaria como primera industria mundial.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PREGUNTAS

1.2.1.1. Diagnóstico

1. ¿Cuál ha sido la evolución de las características de la estructura y el funcionamiento del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria papa, desde los años 90 hasta la fecha actual?

2. ¿Qué factores del entorno nacional e internacional apoyan al proceso de competitividad del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria papa?

3. ¿Qué factores críticos fortalecen o debilitan al proceso de competitividad en cada eslabón del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria papa?

1.2.1.2. Propuesta

4. ¿Cuáles son los lineamientos de políticas que facilitan el proceso de competitividad del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria papa?

5. ¿Qué elementos estratégicos deben implementarse para mejorar los niveles de competitividad del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria papa?

1.2.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.2.1. Delimitación del Tema

La papa y toda su cadena agroalimentaria esta formada por un sinnúmero de circuitos por tal motivo y para mejor entendimiento este trabajo estará enfocado en el circuito papa industrializada.

1.2.2.1.1. Espacial

La investigación se realizará en las principales provincias en donde se procese la papa, debido a que el propósito de este análisis es contar con un documento que ayude a mejorar el funcionamiento del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria papa.

1.2.2.1.2. Temporal

Debido a las características propias del estudio (tales como volatilidad en los precios, superficie cultivada, costos de producción, etc.) y a la naturaleza de la investigación, se creyó conveniente focalizar el estudio en la década de los 90, ya que en este lapso de tiempo se puede visualizar con mayor precisión la realidad y el rumbo hacia el cual el subsector papa se dirige.

1.2.2.2. Unidad de Análisis

La cadena de la papa comprende varios eslabones y en especifico el circuito papa industrializada, por lo que la investigación se centrara en la fase de producción, comercialización, y consumo de este circuito, dando una mayor relevancia a las fortalezas y debilidades del mismo, incluyendo además el análisis de los proveedores de materia prima y de todas las instituciones que brindan apoyo al sector.

1.3. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

La pregunta número uno por ser de carácter descriptivo carece de hipótesis.

Hipótesis 1 para la pregunta 2

En el entorno nacional, los factores que favorecen el proceso de competitividad de la cadena agroalimentaria de la papa son: el manejo de políticas de Estado y sectoriales que están enfocadas a impulsar la producción de este producto en específico, es importante rescatar que el Ecuador no establece políticas dirigidas hacia este subsector agrícola; otro factor importante son los programas y políticas de comercio y crédito que faciliten el crecimiento del subsector papa para que este se fortalezca y se torne competitivo, lamentablemente en el Ecuador el tener acceso al crédito por parte de los pequeños productores quienes son los que en su mayoría se dedican a la actividad se ha tornado en una situación casi imposible, por lo que es muy difícil que el subsector papa tienda a desarrollarse. Las políticas de Estado también se encuentran sesgadas hacia la industria, aunque no específicamente hacia la industria alimenticia; es así que el presupuesto del Ecuador destinado al sector es muy limitado impidiendo de esta manera su desarrollo tecnológico y de especialización en nuevos productos con mayor valor agregado.

La infraestructura vial se caracteriza por ser una factor que favorece a la competitividad, pues carreteras en buen estado permiten que el producto se mantenga en buenas condiciones pero esta no es la situación del Ecuador pues las carreteras que existen no están en buenas condiciones y mas aún, en muchos sectores ni siquiera hay vías de acceso para sacar el producto a mercados de consumo en fresco o a la industria. Por otro lado la infraestructura de comunicaciones y telecomunicaciones, es de sobrada importancia entre todos los actores de la cadena agroalimentaria pues estos garantizan su funcionamiento y sus contactos, fortaleciendo a la cadena en su conjunto. En el Ecuador y en especifico en el sector agrícola la comunicación entre los diferentes eslabones de las distintas cadenas, en este caso la papa, solo los grandes productores tienen

comunicación entre ellos quedando aislados los pequeños productores que son la mayoría.

Es meritorio rescatar que otros factores nacionales que apoyan a la competitividad de la cadena papa y sus diferentes circuitos, son las investigaciones en lo que se refiere a variedades, control de calidad y de plagas realizadas por diferentes instituciones estatales y privadas, lo cual asegura una mejor calidad de materia prima para la industria.

También existen entidades que su aporte a sido de suma importancia en los controles sanitarios y fitosanitarios, el estado ecuatoriano también cumple un rol representativo en el aspecto sanitario de productos industrializados garantizándole un mercado interno y externo.

En tanto en el entorno internacional, existen diferentes factores que incentivan el proceso de competitividad como: el esquema de globalización que nos lleva al ingreso a una amplia gama de mercados y como consecuencia de esto a enfocar políticas comerciales para captar a un número cada vez mayor de países formando bloques económicos de gran fuerza mundial; es así que el Ecuador en los últimos tiempos ha firmando acuerdos y tratados bilaterales y multilaterales que han beneficiado al desarrollo y crecimiento del sector.

Hipótesis 2 para la pregunta 3

Existen una serie de factores que pueden afectar al proceso de competitividad de una cadena agroalimentaria. Estos factores pueden ir desde una pobre estructura de información hasta un mal manejo en los canales de distribución de los productos elaborados de la cadena. Para el caso específico de la cadena agroalimentaria de la papa podemos mencionar factores que debilitan o fortalecen este proceso de competitividad en cada uno de los eslabones de esta cadena: productores, comercializadores, industriales y consumidores.

Para el caso de los productores, entre los factores que fortalecen su competitividad pueden ser mencionados la disponibilidad de mano de obra familiar o que la papa se produce en zonas geográficas bien definidas, que tienen la capacidad de producción continua a lo largo de todo el año; mientras que dentro de sus debilidades se encuentran el escaso y caro abastecimiento de insumos, y una baja capacidad crediticia. Esto sumado a los bajos rendimientos obtenidos resultado, a la baja capacitación y a un mal manejo poscosecha hace que se pierda competitividad en el eslabón de la producción.

Para el caso de los comerciantes que forman parte de la cadena agroalimentaria de la papa los factores principales que fortalecen su competitividad se relacionan a su amplio conocimiento sobre el negocio y a su capacidad de negociación; mientras que entre sus debilidades se encuentran: mucha manipulación del producto en carga y descarga, falta de procesamiento (selección, lavado y empacado) y falta de mecanismos adecuados de control de calidad del producto.

Para los industriales sus fortalezas son que cuentan con mercado seguro y en crecimiento, tienen un producto de buena calidad y disponen de suficiente capacidad instalada; mientras que los problemas que debilitan su competitividad son que no cuentan con abastecimiento anual constante y garantizado, no poseen producto de calidad para la industria con respecto al tamaño y forma y adicionalmente los precios de la materia prima son muy volátiles.

Para el último de los eslabones de la cadena, los consumidores, los factores que fortalecen su competitividad son que la papa es producto barato que forma parte de su cultura de consumo y también que actualmente existe un incentivo de la tribuna del consumidor a la utilización de un producto de buena calidad. Entre sus debilidades podemos anotar la falta de información del producto que se oferta, especialmente sobre la diversidad de variedades y usos; también que los precios son muy volátiles, y la existencia de una gran cantidad de intermediarios, lo cual encarece el producto final.

1.4. VARIABLES E INDICADORES

PREGUNTA NO. 02

Variables	Indicadores
• Atomización del sector	
Total de cultivos de papa (Tcp)	Estructura del sector productivo de papa (Spp)
Total de grandes cultivos de papa (Tgcp)	Spp = Tgcp/Tcp+Tmcp/Tcp+Tpcp/Tcp
Total de medianos cultivos de papa (Tmcp)	
Total pequeños cultivos de papa (Tpcp)	
• Infraestructura Comercial	Márgenes de comercialización
• Crédito	
Crédito total otorgado al sector agrícola (Csa)	Acceso al crédito (AC)
Crédito otorgado a los cultivos de papa (Ccp)	AC = Ccp / Csa
Tasas de interés (Tint)	Costo del capital (CK)
Tasas de inflación (Tinf)	CK = Tint - Tinf
• Presupuesto del estado	
Total del presupuesto del estado (PEt)	Aporte del gobierno central para el sector (DGE)
Total del presupuesto del estado destinado al sector (PEs)	DGE = PEs / PEt
Total inversión en investigación (It)	Aporte del gobierno a la investigación (AGI)
Total inversión en investigación sector agrícola (Isa)	AGI = Isa / It
• Tecnología	
Fincas totales productoras de papa (Ft)	Nivel de tecnología aplicado (NT)
Fincas totales productoras de papa no tecnificadas (Fnt)	NT = (Fnt/Ft) + (Fst/Ft) + (Ftt/Ft)
Fincas totales productoras de papa semi tecnificadas (Fst)	
Fincas totales productoras de papa tecnificadas (Ftt)	
• Servicios de apoyo	
Total vías terrestres (Tvt)	Estado redes viales (Erv)
Total vías terrestres en buen estado (Tvtbe)	Erv = (Tvtbe/Tvt) + (Tvtme/Tvt) + (Tvter/Tvt)
Total vías terrestres en mal estado (Tvtme)	
Total vías terrestres en estado regular (Tvter)	
Total líneas telefónicas sierra (Tlt)	Servicio de comunicación (Sc)

Total líneas telefónicas sierra rural (Tltr)	Sc = Tltr / Tlt
• Preferencias y Aranceles	
Precio interno del país i del producto j (Pij) Precio externo del país i del producto j (Pij*)	Tasas de protección nominal (TPN) TPN = (Pij - Pij*) / Pij*
n = arancel nominal del producto final a = relación del valor del insumo importado/valor del producto final (%) b = Arancel nominal del insumo importado (%)	Tasa de arancel efectivo (TAE) TAE = (n-ab) / (1-a)
Pd = precios domésticos del producto i Vad= Valora agregado en precios domésticos Pw= Precios internacionales del producto i Vaw= Valor agregado en precios internacionales.	Coeficiente de protección efectiva (CPE) CPE = (Pd - Vad) / (Pw - Vaw)

PREGUNTA NO. 03

Variables	Indicadores
• ***PRODUCCION***	
• Empleo	
Total trabajadores en producción de papa (Ttp)	PEA agrícola/PEA total Ttp/PEA agrícola
• Distribución Zonal	
Area total del cultivo de papa en la sierra (Atcp) Area total cultivo de papa en la sierra norte (Atcpsn) Area total cultivo de papa en la sierra centro (Atcpsc) Area total cultivo de papa en la sierra sur (Atcpss)	Distribución de cultivos (Dc) Dc = Atcpsn/Atcp+Atcpsc/Atcp+Atcpss/Atcp
• Estacionalidad	Participación trimestral en la producción de papa anual (Ptp)
Producción total de papa en un año (Ptp1) Producción total de papa en el 1er trimestre (PtpI) Producción total de papa en el 2do trimestre (PtpII) Producción total de papa en el 3er trimestre (PtpIII) Producción total de papa en el 4to trimestre (PtpIV)	Ptp = PtpI/Ptp1+PtpII/Ptp1+PtpIII/Ptp1+PtpIV/Ptp1
• Demanda	
Capacidad de la maquinaria (Cm) Volumen de producción (Vp)	Poder adquisitivo (Pa) Pa = Ingresos reales/Canasta básica
• Variedad	

Producción total de variedades (Ptv) Total producción variedad 1.....n (Tpv1...n)	Variedades (V) V = Tpv1/Ptv+Tpv2/Ptv+.....Tpvn/Ptv
• Atomización del sector	
Total de cultivos de papa (Tcp) Total de grandes cultivos de papa (Tgcp) Total de medianos cultivos de papa (Tmcp) Total pequeños cultivos de papa (Tpcp)	Estructura del sector productivo de papa (Spp) Spp = Tgcp/Tcp+Tmcp/Tcp+Tpcp/Tcp
• Crédito	
Crédito total otorgado al sector agrícola (Ctsa) Crédito otorgado a los cultivadores de papa (Ccp)	Acceso al crédito (Ac) Ac = Ccp/Ctsa
• Rendimientos	
Área sembrada (ha) Producción (Tm)	Rendimientos (R) R = Tm/ha
• Infraestructura vial	
Total de vías terrestres (Tvt) Total de vías en buen estado (Tvbe) Total de vías en estado regular (Tver) Total de vías en mal estado (Tvma)	Estado vías terrestres (Evt) Evt = Tvbe/Tvt+Tver/Tvt+Tvme/Tvt
• Calidad	
Cantidad de producción nacional del producto i (Pni) Cantidad de producción nacional del producto i ingresado en el mercado j (Pnij)	Aceptación del producto (Ap) Ap = Pnij/Pni
• ***COMECIALIZACION***	
• Crédito	
Crédito total otorgado al sector agrícola (Ctsa) Crédito otorgado a los comercializadores de papa (CcP)	Acceso al crédito (AC) Ac = Ccp/Ctsa
• Infraestructura de acopio	
	N° de centros de acopio destinado a la papa (N°ca)
• Demanda	Poder adquisitivo (Pa) Pa = Ingresos reales/Canasta básica
• Infraestructura Comercial	Márgenes de comercialización

• Calidad de centros de acopio	
N° total de centros de acopio (Tca)	Estado de centros de acopio (Eca)
N° total de centros de acopio en buen estado (Cabe)	Eca = Cabe/Tca+Caer/Tca+Came/Tca
N° total de centros de acopio en estado regular (Caer)	
N| total de centros de acopio en mal estado (Came)	
• Capacitación almaceneros	
Total del personal almacenero (Tpa)	Nivel de capacitación almaceneros (Nca)
Total del personal almacenero capacitado (Tpac)	Nca = Tpac/Tpa+Tpanc/Tpa
Total del personal almacenero no capacitado (Tpanc)	
• Precios	
	Variación del precio al productor real
	Variación del precio al consumidor real
	Tasa de crecimiento
	Promedios
• ***INDUSTRIALIZACION***	
• Demanda	Poder adquisitivo (Pa) Pa = Ingresos reales/Canasta Básica
• Calidad	
Cantidad de producción industrial nacional de producto i (Pini)	Aceptación del producto industrializado (Api)
Cantidad de producción industrial nacional del producto i ingresado en el mercado j (Pinij)	Api = Pinij / Pini
• Capacidad Instalada	
Capacidad de la maquinaria (Cm)	Utilización de equipos (Ueq)
Volumen de producción (Vp)	UEQ = Cm / Vp
• Variedad para industrialización	
	Volumen de variedad fripapa para industrialización (Vvf)
• Precios	
	Variación del precio al productor real
	Variación del precio al consumidor real
	Tasa de crecimiento
	Promedios
• Costos	
	Costo fijo de producción
	Costos variables de producción

• Industrialización	
Empresas totales industrializadoras de papa (Etip)	Nivel de tecnología aplicada en la industria (Nti)
Empresas totales industrializadoras de papa no tecnificada (Eipnt)	Nti = Eipnt/Etip+Eipst/Etip+Eipt/Etip
Empresas totales industrializadoras de papa semi tecnificadas (Eipst)	
Empresas totales industrializadoras de papa tecnificadas (Eipt)	
• ***CONSUMIDORES***	
• Precio	Variación del precio al productor real Variación del precio al consumidor real Tasa de crecimiento Promedios
• Comunicación	
Total líneas telefónicas sierra (Tlts)	Servicios de información y comunicación (Si)
Total líneas telefónicas sierra rural (Tltsr)	Si = Tltsr/Tlts
• Precio	Variación del precio al productor real Variación del precio al consumidor real Tasa de crecimiento Promedios
• Infraestructura comercial	Márgenes de comercialización

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. GENERALES

- Determinar las características y el funcionamiento de la estructura del circuito papa industrializada fresco de la cadena agroalimentaria de la papa durante la década de los 90.

- Puntualizar los factores del entorno nacional e internacional que podrán fortalecer la competitividad del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria de la papa.

- Determinar los factores mas importantes que fortalecen o debilitan a cada uno de los actores del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria de la papa

1.5.2. ESPECÍFICOS

- Establecer los distintos procesos de encadenamiento del circuito papa industrializada que permitan tener una adecuada visualización del entorno

- Comprender la importancia económica y social de la actividad papera

- Investigar el proceso de caracterización de los actores que intervienen en el circuito papa industrializada de la cadena

- Analizar las características y funcionamiento del mercado mundial

- Interpretar los resultados que se obtengan del análisis cuantitativo

1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de información requerida para la realización de este trabajo es de carácter primario y secundario de acuerdo a los requerimientos y al avance de la investigación, serán de suma importancia las estadísticas publicadas por el Ministerio de Agricultura (MAG), la Empresa Nacional de Almacenamiento y Comercialización (ENAC), el

Banco Nacional de Fomento (BNF), el Banco Central del Ecuador (BCE), el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) complementando con información primaria, es decir, se realizarán visitas de campo, las cuales serán de especial relevancia en la fase de contrastación empírica y evaluación de los resultados obtenidos por medio del enfoque Cadenas y Diálogo para la Acción (CADIAC). Adicionalmente, se practicará la técnica de la entrevista personal con técnicos del MAG, agricultores y empresarios que trabajan con derivados de la papa.

La aplicación del método inductivo será la principal estrategia ha utilizarse debido a que con la recolección de datos o información aislada se obtendrá el resultado general que es la cadena agroalimentaria de la papa

Como métodos de apoyo que requiere la investigación son de carácter estadístico y computacional, para la cuantificación de los resultados que se obtengan en el cálculo de los indicadores de competitividad.

La investigación se enmarcara básicamente en la metodología CADIAC que recopila todos los ítems ya establecidos con anterioridad.

1.6.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

1.6.2.1. Fuentes primarias:

Este tipo de información se basará específicamente en entrevistas y encuestas realizadas a los diferentes actores de la cadena agroalimentaria papa (*circuito papa industrializada*). Información que será recopilada de forma directa.

1.6.2.2. Fuentes secundarias:

Libros, revistas, diarios, encuestas INEC, etc.

1.7. JUSTIFICACIÓN

El Enfoque Cadenas y Diálogo para la Acción (CADIAC) planteada por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) constituye una guía para el análisis de la agricultura y el diálogo de sus actores, que tiene como objetivo, facilitar la identificación de acciones para mejorar la competitividad de los sistemas agroalimentarios.

Por tratarse de una enfoque metodológico, se han hecho modificaciones que se ajustan a la realidad nacional, ya que incluye propuestas y soluciones a mediano plazo que permitirán la existencia de consensos entre los eslabones que componen la cadena. El eje motivador del enfoque son los cambios que contribuyan a un verdadero desarrollo económico y social, es decir, que promuevan sistemas agroalimentarios competitivos, sostenibles y cuyos beneficios se distribuyan ampliamente a la sociedad.

Por otro lado, la teoría utilizada expone y sintetiza conceptos de autores como Jesús Bejarano, Jerry la Gra, L. Malassis, Mónica Acosta, entre otros, referentes a "cadenas" y "competitividad", que han sido fuentes de consulta, ya que sus definiciones explican las cadenas productivas agrícolas, eslabonamientos, cadenas agroindustriales y cadenas de valor ligadas a la competitividad que son utilizadas para representar una realidad económica en su globalidad, que en el caso de la agricultura, es muy útil porque permite una comprensión de su complejidad actual, que supera su realidad anterior limitada a la producción primaria. Gracias a estos conceptos, se articulan en el mismo proceso de análisis, al conjunto de los actores involucrados en las actividades de producción primaria, industrialización y consumo. Desde el punto de vista de la competitividad, la cadena ilustra, entre otros aspectos relevantes, la interdependencia en la formación de los precios en cada una de los eslabonamientos de la cadena, en los cuales, predominan estructuras de mercado diferentes.

La aplicación de este enfoque en el Ecuador es una contribución fundamental, puesto que aún no se han implantado estudios de encadenamientos que verdaderamente sean un puntal para el desarrollo y la innovación de esta actividad.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. LA COMPETITIVIDAD EN LA AGRICULTURA

2.1.1. CONCEPTOS DE COMPETITIVIDAD

El concepto de *Competitividad de la Agricultura* se entiende dentro del marco del desarrollo sostenible, el cual se compone de cuatro dimensiones interrelacionadas; la social, la política-institucional, la ambiental, y la económica, cuyos indicadores son: equidad, gobernabilidad, sostenibilidad y competitividad, respectivamente.

2.1.1.1. Sector Agroalimentario

La competitividad del sector agroalimentario es su capacidad para colocar los bienes que produce en los mercados bajo condiciones leales de competencia, de tal manera que se traduzca en bienestar de la población[1]

2.1.1.2. Propuesta del IICA

Competitividad es un concepto comparativo fundamentado en la capacidad dinámica que tiene una cadena agroalimentaria localizada espacialmente, para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, a través de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitados, buscando como fin último el beneficio de la sociedad....[2]

---

[1] García, 1991:1, citado por IICA, 1999 pg 8
[2] Patricia Rojas y Sergio Sepúlveda , "Que es la Competitividad", 1999 pg 9

El término competitividad ha dejado de ser un término estático centrado en conceptos puramente económicos. Frente a los nuevos esquemas de apertura, integración y normas de comercio, la agricultura debe prepararse para competir; la competitividad se perfila como una de las principales reglas del juego comercial a la que deben amoldarse todos los participantes.

2.1.2. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD.

El plano operativo de la competitividad depende del nivel de análisis, haciendo referencia, al producto analizado y al objetivo específico.
El enfoque sistémico distingue cuatro niveles, interrelacionados entre sí:

1. *Nivel Meta*
   Aspectos del recurso humano, desarrollo de habilidades y conocimientos, educación y capacitación

2. *Nivel Macro*
   a) Aspectos de carácter social, variables macroeconómicas, manejadas por el Estado, déficit fiscal, inflación, tipo de cambio, y la tasa de interés.
   b) Aspectos externos del país, precios internacionales, exigencias de calidad, política de manejo integrado de recursos naturales. Factores de demanda gustos y preferencias de los consumidores, volumen y tendencia de crecimiento, origen, tipo y grado de segmentación y exigencias o grado de sofisticación de los consumidores.

3. *Nivel Meso Competitividad resultado de estrategias de cooperación / competencia de un grupo de organizaciones a nivel regional*
   a) Elementos como infraestructura y desarrollo de logística, la base de los recursos naturales, las características agroecológicas y los elementos climáticos.

4. *Nivel Micro Competitividad resultado de estrategias de gestión*
   a) Factores que condicionan el comportamiento empresarial, productividad, costos, esquemas de organización, nivel tecnológico, gestión empresarial, conciencia ambiental, entre otros.

2.2. COMPETITIVIDAD EN EL SISTEMA AGROALIMENTARIO

Las fases a seguir en un proceso de agregar valor a un producto agrícola es el siguiente:

Primer Segmento	La agricultura primaria - Producción primaria de cultivos y ganadería
Segundo Segmento	Agricultura Básica - Ingenios de azúcar y remolacha - Desmotadoras de algodón - Beneficios de café - Procesadoras de soya - Mataderos (vacunos, cerdos y pollos) - Molinos de trigos y arroz
Tercer Segmento	Industria de concentrados y la producción de pollos, huevos, cerdos, leche y vacunos en confinamiento.
Cuarto Segmento	Preparación de las frutas y hortalizas - Acondicionamiento (selección, limpieza, enfriamiento, empaque y ocasionalmente conservación en condición de atmósfera controlada). - Conservación bajo congelamiento y deshidratación - Industrialización
Quinto Segmento	La industria alimentaria

2.3. LA VENTAJA COMPETITIVA

La unidad básica de análisis para comprender la competencia es el sector. Definiéndolo como el "grupo de competidores que fabrican productos o prestan servicios y compiten directamente unos con otros. Un sector estratégicamente diferenciado comprende productos en que la fuentes de ventaja competitiva son similares"[3] es aquí, por tanto, donde se gana o se pierde competitividad.

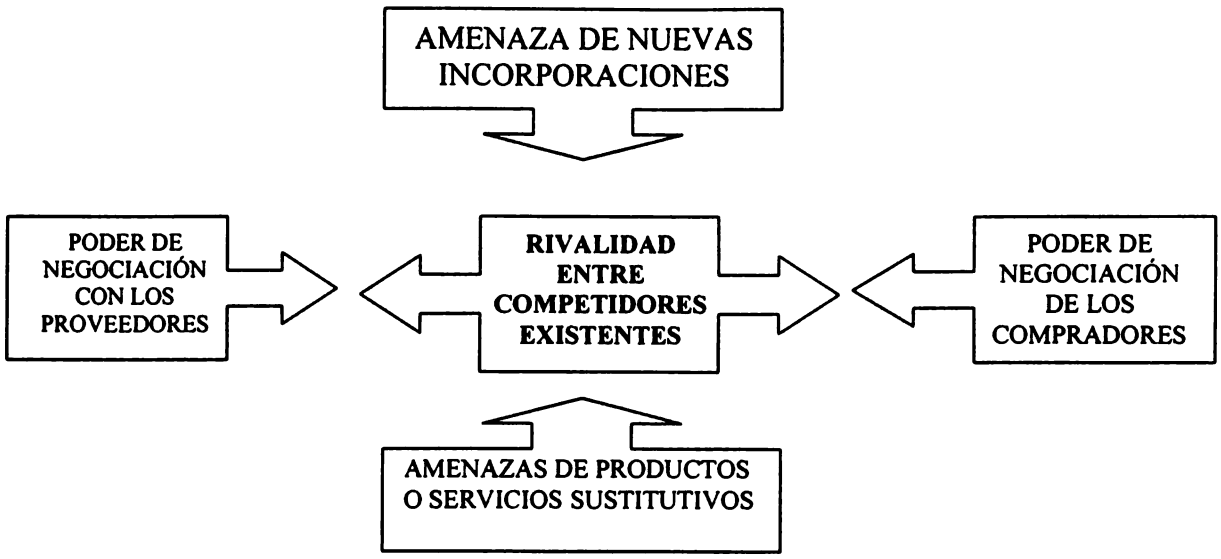
2.3.1. FUERZAS COMPETITIVAS

La estrategia competitiva debe ser fruto de una perfecta comprensión de la estructura del sector y de su evaluación. La naturaleza de la competencia se compone de cinco fuerzas competitivas que determinan su rentabilidad, debido a que conforman los precios que pueden cobrar las empresas, los costes que tiene que soportar y las inversiones necesarias para competir dentro de él; esto se da tanto en el sector nacional como internacional. (Ver Gráfico. No.01)

[3] Michael Porter, "La ventaja competitiva de las Naciones",Vergara, Buenos Aires, p. 63

GRÁFICO NO. 01

FUERZAS COMPETITIVAS



Fuente: Michael Porter

1. **La amenaza de nuevas incorporaciones:** Esto se debe a que las nuevas incorporaciones aportan con nueva capacidad y buscan la forma de ganar posicionamiento en el mercado basándose en la reducción de márgenes que limitan la obtención de beneficios en el sector.

2. **Rivalidad entre competidores existentes:** erosiona los beneficios al exigir unos costos superiores de la actividad competitiva (publicidad, gastos de venta; etc).

3. **El poder de negociación con los proveedores**

4. **El poder de negociación de los compradores:** afectan a los beneficios y, por tanto, al poder de negociación de una empresa en la medida en que sus actuaciones no sean de libre competencia.

5. **Amenazas de productos o servicios sustitutos:** estos limitan el precio que pueden cobrar los competidores para no inducir a la sustitución y rebajar el volumen de ventas del sector.

2.3.2. EL POSICIONAMIENTO DENTRO DE LOS SECTORES

El posicionamiento de una empresa dependerá de su forma de competir. En el centro del posicionamiento está la ventaja competitiva, de su sostenibilidad depende el éxito alcanzado con los competidores.

Hay dos tipos fundamentales de ventaja competitiva: coste inferior y diferenciación. El de coste viene dado por la capacidad de una empresa para diseñar, fabricar y comercializar un producto en comparación con sus competidores, que se traduce en un incremento de los rendimientos.

La diferenciación, por su parte, es la capacidad de brindar al comprador un valor superior y singular en términos de calidad, características especiales y servicio posventa del producto; El resultado final es obtener un precio y una rentabilidad mayor.

Por la segmentación de mercados existe otra variable que se encuentra dentro del posicionamiento que es el ámbito competitivo, se refiere a la gama de productos que fabricará una empresa, a los canales de distribución que usará, a los tipos de compradores que servirá, a las zonas geográficas en las que venderá y al conjunto de sectores afines en los que también competirá.

"Razón fundamental del concepto de estrategias genéricas es que la ventaja competitiva está en el centro de cualquier estrategia y que alcanzar la ventaja requiere que una empresa ejerza unas u otras opciones. Si una empresa ha de conseguir ventaja, debe

elegir el tipo de ventaja que pretende alcanzar y un ámbito dentro del que pueda alcanzarla"[4] (Cuadro No. 01).

CUADRO NO. 01

ESTRATEGIAS GENÉRICAS

		VENTAJA COMPETITIVA	
		Costo inferior	**Diferenciación**
AMBITO COMPETITIVO	**Objetivo amplio**	Liderazgo en costes	Diferenciación
	Objetivo reducido	Centrado en costes	Diferenciación centrada

Fuente: Michael Porter

2.3.3. FUENTES DE LA VENTAJA COMPETITIVA

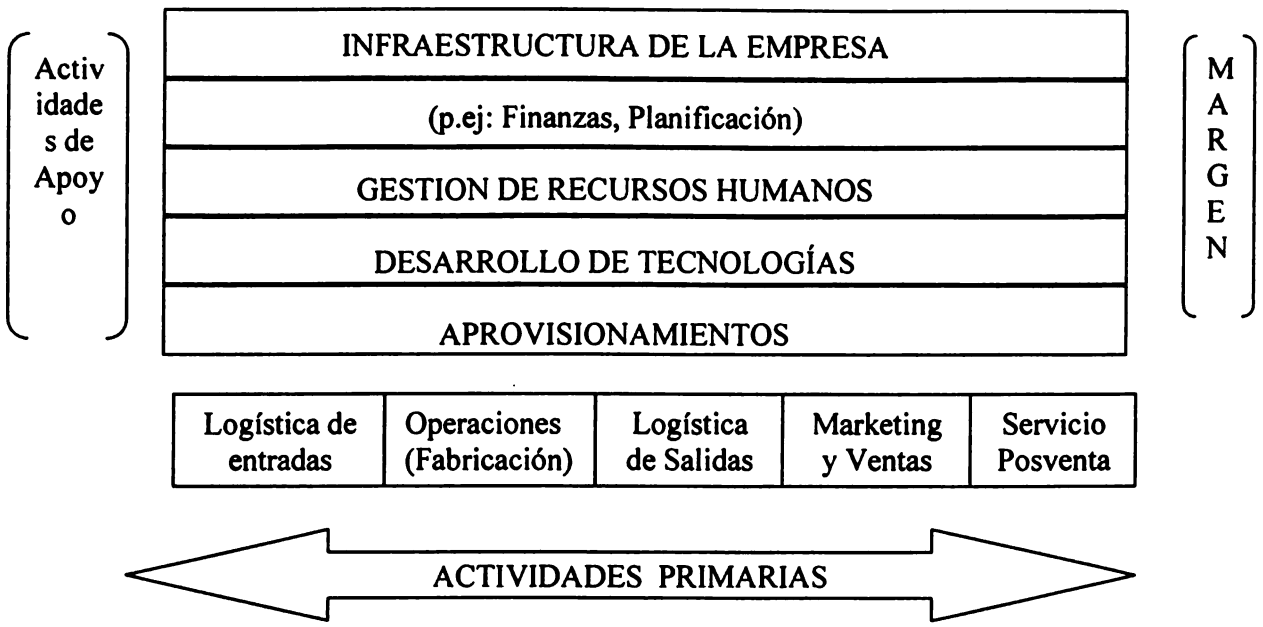
"La ventaja competitiva se deriva de la forma en que las empresas organizan y llevan a cabo actividades discretas", El funcionamiento de las empresas puede dividirse en diferentes actividades por medio de las cuales crean valor para sus compradores. El valor concluyente que crea una empresa es medido por el precio que los compradores están dispuestos a pagar por su producto o servicio.

Las actividades que se llevan a cabo a competir en un sector en particular se pueden agrupar por categorías como se muestran en el Gráfico No. 02. Todas estas actividades que conforman la cadena de valor contribuyen a acrecentar el valor para el comprador.

[4] Ibid p. 72

GRÁFICO NO. 02

LA CADENA DEL VALOR



Las actividades pueden agruparse en dos grandes grupos:

1. Las que se refieren a producción, comercialización, entrega y servicio posventa del producto, dentro de un plano cotidiano; estas son las denominadas actividades primarias; y,

2. Aquellas que proporcionan recursos humanos, tecnología e insumos comprados o las funciones generales de infraestructura para apoyar las otras actividades.

Las empresas obtienen ventaja competitiva al buscar nuevas formas de llevar a cabo sus actividades, emplear nuevos procedimientos, adoptar nuevas tecnologías e incluso utilizar diferentes insumos. Por otro lado, la ventaja competitiva es cada vez más una función de lo acertadamente que una empresa pueda gestionar todo su sistema.

Una empresa no es sólo la suma de actividades sino que muchas veces se puede mejorar su valor en los enlaces, que se producen cuando la forma de llevar a cabo una actividad afecta al coste o la eficacia de otras actividades, por tanto, su optimización y coordinación incluso con el exterior es una fuente de ventaja competitiva.

La cadena del valor de una empresa para competir en un determinado sector forma parte de una mayor corriente de actividades que Michael Porter denomina "El Sistema de valor" Este sistema incluye tanto a los proveedores, a la empresa, a los canales de distribución y en última instancia a los compradores que utilizan los productos para realizar sus propias actividades.

2.3.4. ¿CÓMO CREAR VENTAJA COMPETITIVA?

"Las empresas crean ventaja competitiva al percibir o descubrir nuevas y mejores formas de competir en un sector y trasladar al mercado". Se entiende por innovación a las mejoras en las tecnologías o los métodos (formas de hacer las cosas), lo que se traduce en mejoras en los productos, en los procesos, en marketing, en distribución o en conceptos de ámbito.

Las innovaciones cambian la ventaja competitiva cuando los rivales dejan de percibir la nueva forma de competir o no tienen forma de replicar. Las posibilidades de nuevas maneras de competir suelen provenir de alguna discontinuidad o cambio en la estructura del sector. Las razones más comunes de innovaciones que originan ventaja competitiva son:

1. **Nuevas tecnologías:** El cambio tecnológico puede crear nuevas posibilidades para diseñar un producto, la manera de producirlo y mercadearlo, y los servicios adicionales que se presentan. Este es el precursor más corriente de innovación tecnológica.

2. **Nuevas o cambiantes necesidades del comprador:** La ventaja competitiva suele crearse o cambiar cuando los compradores adquieren nuevas necesidades o sus prioridades cambian sustancialmente. Los competidores establecidos pueden dejar de advertir las nuevas necesidades o ser incapaces de responder a ellas, porque hacerlo demandaría una nueva cadena de valor.

3. **La aparición de un nuevo segmento sectorial:** La oportunidad de crear ventaja surge, también cuando aparece un nuevo y distinto segmento en un sector, o se concibe una nueva forma de agrupar los segmentos existentes.

4. **Cambios en los costos o disponibilidad de los insumos:** La ventaja competitiva cambia continuamente al producirse cambios significativos en los costos absolutos o relativos de insumos tales como mano de obra, materias primas, energía, transporte, comunicaciones, o maquinaria. Una compañía alcanza ventaja competitiva por medio de un proceso de optimización basado en las nuevas condiciones, al tiempo que sus competidores acarrean métodos y procesos obsoletos.

5. **Cambios en las disposiciones gubernamentales:** Los ajustes en la naturaleza de las disposiciones gubernamentales estimulan innovaciones, las mismas que son fuente de ventaja competitiva. Tales ajustes, pueden darse en aspectos como las normas de los productos, los controles medioambientales, las restricciones a la entrada y las barreras comerciales.

Una vez que una compañía logra ventaja competitiva mediante una innovación, sólo puede sostenerla gracias a mejoras continuas debido a que el carácter de la competencia económica es dinámico, por lo que siempre se encuentra en estado de transición. El mantenimiento o sustentabilidad de la ventaja, por lo tanto, depende de la fuente específica de la ventaja; de las inversiones sostenidas y acumuladas en instalaciones, materiales, aprendizaje, investigación y desarrollo; y, en la mejora y el perfeccionamiento constante.

2.3.5. NOCIONES DE VENTAJA COMPARATIVA Y VENTAJA COMPETITIVA (DIFERENCIAS)

Cabe destacar que la productividad en el proceso primario (agropecuario) puede tener como elemento importante la noción de ventaja comparativa. En América Latina, la ventaja comparativa ha tenido un protagonismo importante en la competitividad internacional, pero el nuevo paradigma del comercio exige la conversión de ventajas comparativas hacia ventajas competitivas. La razón es porque países sin dotación de recursos naturales o con una notación mínima han entrado a competir activamente en los mercados internacionales, obligando a repensar la ya antigua noción de ventajas comparativas. La estrategia se ha basado en progreso tecnológico y eficacia del recurso humano, no sólo en la operación misma del proceso productivo, pero en la gerencia, información de mercado e integración de la cadena de distribución (proveedores y compradores).

La ventaja comparativa es un análisis estático que considera básicamente condiciones climáticas y agroecológicas favorables, disponibilidad de recursos baratos (mano de obra - en términos absolutos, sin correlacionar con eficacia de mano de obra), economías de escala y distribución hacia mercados principales.

La ventaja competitiva es un análisis dinámico que considera en cambio capacidades creadas por la calidad del recurso humano y el progreso tecnológico. El análisis de ventaja comparativa no considera la sustentabilidad de los recursos naturales para satisfacer necesidades de futuras generaciones. El análisis de ventaja competitiva considera esta noción como parte integral de la competitividad presente y futura.[5]

2.4. LA VENTAJA NACIONAL

Las formas en que las empresas crean y mantienen la ventaja competitiva en los sectores mundiales brindan la base necesaria para comprender el papel que la nación de origen

---

[5] Ibid, p. 3

desempeña en este proceso. Esta nueva búsqueda el origen de la competitividad descansa en algunas premisas detalladas a continuación:

1. La naturaleza de la competencia y las fuentes de ventaja competitiva difieren mucho de unos a otros sectores e incluso entre los segmentos del un mismo sector.

2. Los competidores mundiales frecuentemente llevan a cabo algunas de las actividades de la cadena de valor fuera de su lugar de origen.

3. La innovación, la mejora y el perfeccionamiento son las formas en que las empresas consiguen y mantienen la ventaja competitiva en el ámbito internacional.

4. Las empresas que consiguen ventaja competitiva en un sector suelen ser con mucha frecuencia aquellas que no sólo detectan una nueva necesidad en el mercado o potencial de una nueva tecnología sino que son las primeras y las más agresivas en explotarlo.

Con estos antecedentes, el entorno en el que tienen que competir las empresas locales dentro de una nación se enmarca en cuatro atributos de los cuales depende el entorpecimiento o el fomento de la ventaja competitiva.

"Los determinantes, individualmente o agrupados en un sistema, crean el contexto en el que nacen y compiten las empresas de una nación: la disponibilidad de recursos y técnicas necesarias para la ventaja competitiva en un sector; la información que determina las oportunidades que se detectan y las orientaciones con que se despliegan los recursos y las técnicas; las metas que persiguen los propietarios, directos y empleados que están interesados en la competencia o que la llevan a cabo y, lo que es todavía más importante, las presiones a que se ven sometidas las empresas para invertir e innovar".

1. **Condiciones de los factores:** Cada nación posee en mayor o menor grado factores de producción que son los insumos necesarios para competir en cualquier sector; pero la cantidad disponible de factores en un momento en particular es menos importante que el ritmo a que se crean, perfeccionan y se hacen más especializados para determinados sectores.

   La ventaja competitiva que se deriva de los sectores de producción depende del grado de eficiencia y efectividad con que estos se utilicen. Pocos factores de producción han sido heredados por una nación, la mayoría se han desarrollado y explotado a lo largo del tiempo mediante inversiones sostenidas.

2. **Condiciones de la demanda:** El segundo determinante de la ventaja competitiva son las condiciones de la demanda interior para el producto o servicio del sector, su principal influencia sobre la competitividad de un sector tiene que ver con la combinación y carácter de las necesidades del comprador local; es así, que se relaciona con el modo en que las empresas perciben, interpretan y dan respuesta a las necesidades precursoras de los compradores.

   Hay tres características de las composiciones de la demanda interior particularmente significativas para conseguir la ventaja competitiva nacional: la estructura segmentada de la demanda; la existencia de compradores entendidos y exigentes; y, las necesidades precursoras de los compradores.

   El tamaño del mercado interior puede conducir a que un sector sea competitivo debido a que su amplitud determina la existencia de economías de escala o de aprendizaje; lo que representa una ventaja si fomenta la inversión y la reinversión o el dinamismo del sector.

3. **Sectores afines y de apoyo:** El sector determinante de la ventaja nacional es la existencia de sectores proveedores o relacionados que sean internacionalmente

competitivos establecidos en un país crean ventajas en las industrias que dependen de ellos en varias formas. Así, ellos proporcionan los insumos más efectivos –en cuanto a costo- de forma rápida, eficiente, oportuna y, a veces, preferencial. Sin embargo, mucho más significativa que el mismo acceso a los componentes y la maquinaria es la ventaja en innovación y mejoramiento, ventaja que se basa en estrechas relaciones de trabajo, intenso flujo de información e intercambio técnico.

4. **Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa:** El cuarto determinante genérico de la ventaja competitiva nacional en un sector es el contexto en que se crean, organizan y gestionan las empresas, así como la naturaleza de la rivalidad interior.

   La ventaja nacional depende mucho de las metas, estrategias y formas de organizar las empresas y del acoplamiento de estos elementos.

   Las pautas de la rivalidad interior, es decir, la presencia de fuertes competidores locales, desempeña también un papel importante en el proceso de innovación y en las perspectivas de éxito internacional que se presenten.

   Las naciones tienen más probabilidades de alcanzar el éxito en sectores o segmentos de sectores donde el diamante nacional (término que Porter utiliza para referirse a los determinantes del sistema) sea más favorable. El sistema es mutuamente autorreforzante debido a que el efecto de un determinante depende del estado de los otros.

Hay otras dos variables que pueden influir de forma muy importante en el sistema nacional y que son necesarias para completar la teoría; estas son:

1. **La casualidad:** Los hechos casuales están habitualmente fuera del control y la influencia de las empresas y del Gobierno. Las casualidades "son importantes

porque crean discontinuidades que propician algunos cambios en la composición competitiva". Son ejemplos de casualidades, los nuevos inventos, el perfeccionamiento de tecnologías básicas, las guerras, los acontecimientos políticos externos y los cambios sustanciales en la demanda de los mercados extranjeros.

Puesto que los determinantes de la ventaja nacional actúan en conjunto como un poderoso sistema para sustentar la ventaja, es necesario una discontinuidad para alterar las bases de la ventaja, para permitir que un nuevo diamante nacional especializado sustituya a otro. En este sentido, los acontecimientos causales desempeñan el papel de alterar las condiciones en el "diamante o rombo".

Vale destacar que las casualidades provocan impactos desiguales en los distintos países, en función de sus atributos particulares. De este modo, la nación con el rombo" más favorable será la que mayores posibilidades tendrá de convertir los acontecimientos causales en ventaja competitiva.

2. **El gobierno:** Este papel se ve claramente al examinar la forma en que las políticas influyen en cada uno de los determinantes; su consecuencia es el mejoramiento o deterioro de la ventaja nacional. Se ha debatido mucho acerca del papel del gobierno sobre la competitividad de las naciones, dándose opiniones que lo consideran de vital influencia en la moderna competencia del comercio. Sin embargo, el único papel que desempeña es el de influir en los cuatro determinantes de la ventaja nacional.

   Pese a la importante influencia que las acciones del gobierno tienen sobre la ventaja competitiva nacional, su papel es inevitable parcial. "El Gobierno no puede crear industrias competitivas sólo las empresas pueden hacerlo". En este sentido, la política gubernamental fracasará si se constituye en la única fuente de ventaja competitiva nacional. Las políticas gubernamentales exitosas son las que crean un ambiente en el cual las firmas pueden obtener ventaja competitiva, es

decir, un ambiente donde están presentes y reforzados por la acción gubernamental los determinantes fundamentales de la ventaja nacional. En otras palabras, sólo se obtiene éxito cuando se trabaja bajo condiciones favorables del "rombo".

2.4.1. LA PÉRDIDA DE LA VENTAJA NACIONAL

"La ventaja competitiva en un sector se habrá perdido cuando las condiciones presentes en el "diamante" nacional dejen de soportar y estimular la inversión y la innovación, para equiparse a la estructura evolutiva del sector. El sector nacional puede que no advierta el cambio que es necesario, que deje de invertir agresivamente lo suficiente para avanzar o que se encuentre bloqueado con activos y técnicas que son específicas de formas de competir que quedaron anticuadas y que hacen más rentable para los recién incorporados el dar respuesta a la situación".

Algunas de las razones más importantes del deterioro de la ventaja son las siguientes:

- **Deterioro de las condiciones de los factores:** Las condiciones de los factores pueden deteriorarse principalmente por retrasos del país en el ritmo de creación y perfeccionamiento de los factores, y por crecientes costos de los mismos. La perdida de ventaja en algunos segmentos –e incluso sectores- es inevitable, porque las mejoras y la innovación no siempre pueden contrarrestar los incrementos en los costos. Cuando las compañías de una acción realizan escasos esfuerzos para mejorar su posición competitiva, la pérdida de ventaja será rápida.

- **Disparidad entre las necesidades locales y la demanda mundial:** La ventaja competitiva estará amenazada en la medida que las condiciones de la demanda interna se alejen de las que predominan en otras naciones avanzadas. Así, los consumidores locales conducen a las empresas de una nación hacia direcciones inadecuadas, o dejan de embargarlas en la dirección adecuada.

- **Los compradores locales se duermen en los laureles:** Si los compradores de otros países son más exigentes y receptivos que los compradores domésticos, las empresas de una nación enfrentarán problemas de competitividad.- Esto ocurre por el conformismo por la disminución de la rivalidad en determinado sector, la existencia de barreras comerciales que retardan el ritmo de innovación y normativas gubernamentales que apartan las necesidades de los compradores domésticos de las que tienen compradores de otros mercados internacionales.

- **El cambio tecnológico lleva a apremiantes desventajas en factores especializados o a la necesidad de nuevos sectores de apoyo de los que se carece:** El cambio tecnológico suele ser muchas veces el desencadenante de cambios en la ventaja competitiva nacional porque puede anular antiguas ventajas competitivas y crear la necesidad de otras nuevas". Así mismo, el cambio tecnológico puede originar la exigencia de nuevos sectores de apoyo que no existan en una nación.

- **Las metas limitan el ritmo de inversión:** El ritmo de inversión en investigación y desarrollo, mercadeo, información y activos productivos es influenciado por las metas de la empresa y de la dirección. Estas dependen, a su vez, de los mercados nacionales de capacidades, es la estructura de la propiedad, de la política fiscal, de los incentivos de la dirección y de las normas sociales, entre otras. Si las metas de un sector nacional son incongruentes son unas inversiones sostenidas, la ventaja competitiva se perderá frente a otros sectores nacionales que se encuentren más ansiosos por invertir o estén en mejor capacidad para hacerlo.

- **Las empresas pierden la flexibilidad para adaptarse:** Pese a que las empresas de una nación conozcan cómo deben cambiar para mantener la ventaja competitiva, pueden perderla si existen barreras que obstaculicen o impidan su adaptación. Estas barreras se dan en el ámbito interno y pueden ser direcciones apáticas, prácticas de dirección o formas de organización rígidas, restricciones sindicales que impiden innovaciones, etc. Conservar la ventaja competitiva exige que las firmas vuelvan obsoletos sus propios activos con tecnologías o métodos nuevos, antes de que otros

lo hagan. "La voluntad de hacerlo así normalmente nace de una intensa presión competitiva, de unos clientes locales exigentes y de unas metas que apoyan las inversiones y reflejan un intenso compromiso con el sector".

- **La rivalidad doméstica cae:** Esta es una de las más funestas causas de pérdida de competitividad, debido a que con ella se pierda la presión para mejorar y adaptarse.

Sus efectos son en un inicio invisibles debido a que pueden ir asociados a una mayor rentabilidad interior por el lento ritmo de inversiones y a la autosatisfacción que se respira por todas partes.

2.4.2. LA COMPETITIVIDAD

Se puede definir la competitividad como un proceso integral, de carácter estructural y sistémico, de naturaleza muy dinámica, que se manifiesta en la capacidad que tiene el aparato productivo del país para captar, mantener e incrementar mercados nacionales, subregionales, internacionales y globales, sobre esa base, elevar el nivel de vida y grado de bienestar de nuestra sociedad en su conjunto.

Para Porter, deberá pasar más de una década para que una empresa genere ventajas competitivas, ya que el proceso involucra el lento desarrollo de habilidades del sector laboral, la inversión en productos y procesos, y la penetración en los mercados internacionales. Pero en política, diez años son una eternidad; por lo tanto, los gobiernos prefieren, frecuentemente, el diseño de políticas de ventajas comparativas en costos –a corto plazo- las cuales en definitiva merman la innovación y el dinamismo del sector empresarial.

2.4.2.1. Factores claves de competitividad

La competitividad se encuentra afectada por factores económicos y factores no económicos

Factores económicos Usualmente se utiliza el factor económico reflejado en el precio, incluyendo la gran gama de elementos económicos como estructura de costos, para la medición de la competitividad.

Factores no económicos o no precios Existen algunos autores que incluyen otros factores de gran relevancia para el análisis de competitividad; así la teoría de las cuatro P, señala cuatro factores, de los cuales uno corresponde a los factores económicos y los restantes son:

- Producto: la forma del producto, su calidad e imagen juegan un papel importante, ya que los mercados no solo consumen alimentos diferentes, sino productos basados en diferencias como etiquetas, colores, porciones.
- Promoción: es indispensable la publicidad cuando se introduce un nuevo producto al mercado, así como para cuidar la clientela (la fidelidad del cliente), para localizar y ganar mercados metas.
- Posición o localización geográfica: elementos territoriales, distancia, facilidades de transporte, características ambientales, elementos climáticos, infraestructura, que juegan un papel importante en la competitividad.
- Distancia costos de "interacción espacial" y de "fricción del espacio"

La presencia de diferentes canales de distribución (como mayoristas) cubre las dos funciones esenciales del comercio[6]:

- El reagrupamiento de la recepción y la distribución de mercadería; y
- La reducción de la incertidumbre y del tiempo de búsqueda, en lo que se refiere al contacto entre compradores y vendedores.

Lo anterior pone en evidencia que, dependiendo de las estrategias de cobertura de mercado que empleen las diferentes estructuras (productores, mayoristas, detallistas, etc.), variará la estructura de los costos de los productos. Por lo tanto, la articulación

[6] Pólese, Op. Cit. y Butler, Op. Cit.

entre los diferentes eslabones de una cadena debe contemplar las mejores alianzas, de manera que la cadena, en su conjunto, sea competitiva.

En resumen, los factores que afectan la competitividad son los siguientes:

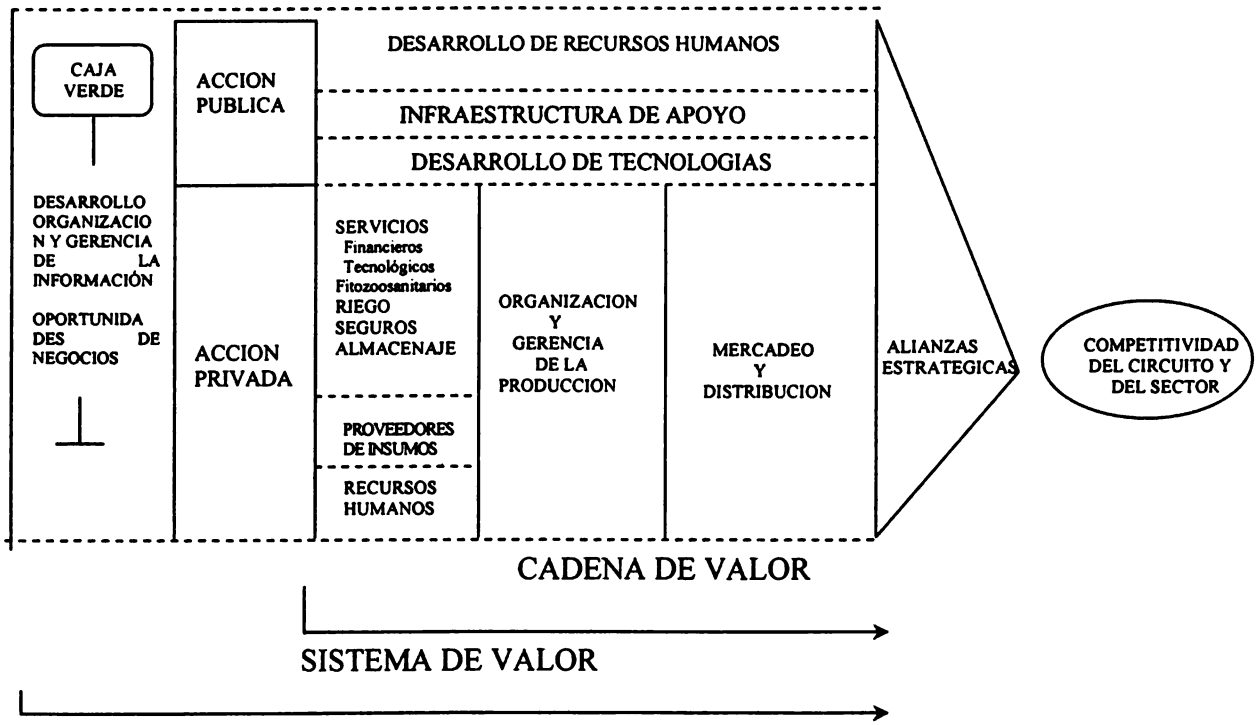
- Dinamismo de la economía
- Eficiencia industrial
- Orientación hacia el mercado
- Dinamismo financiero: La infraestructura financiera se refiere a la existencia de lugares que permitan el acceso al crédito -tipo y número de servicios que se brindan-. La competitividad en esta rama dependerá de la presencia de tales instancias y se encuentra supeditada a las necesidades de las empresas
- Recursos humanos: se refiere a la articulación de una serie de instituciones que confieren un valor agregado, como educación, salud, vivienda, transporte, recreación, etc.
- Interferencia del Estado (Infraestructura física): Se refiere al conjunto de elementos que permiten la articulación espacial de las actividades productivas.
- Dotación de recursos naturales: La base de recursos naturales determina las condiciones agroecológicas de una región, definidas por los suelos, el clima, la geomorfología, la hidrología, la cobertura vegetal, etc. y sus variantes. La conjunción de tales elementos puede brindar valor agregado a una región si la localización y el emplazamiento de éstos permite su aprovechamiento en forma tal que la producción sea eficiente y eficaz.
- Orientación hacia fuera
- Orientación hacia la innovación
- Estabilidad sociopolítica
- Política comercial
    - Terceros países
    - Propia

El grafico No. 03 presenta una visión esquemática de los factores que afectan la Competitividad de un Circuito Agroalimentario.

GRÁFICO NO. 03

FACTORES QUE AFECTAN LA COMPETITIVIDAD EN UN SISTEMA AGROALIMENTARIO

UNIDAD DE SEGUIMIENTO Y ADMINISTRACIÓN DE LOS ACUERDOS INTERNACIONALES



2.5. LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA AGRICULTURA EN EL CONTEXTO DE LA COMPETITIVIDAD

Dado un proceso de globalización marcado por la apertura de los mercados a nivel mundial, se ha hecho necesario, sobre todo a nivel del sector agrícola, crear estrategias que permitan permanecer en el mercado, a través de ampliar los campos de acción, asegurando un cumplimiento de los objetivos de rentabilidad. Una opción importante en el logro de dichas metas es la de considerar la industrialización de la agricultura, este

proceso agrega valor a los productos primarios permitiendo ser más competitivos a nivel internacional generando, al mismo tiempo, mayores réditos a quienes se dedican a esta actividad.

La Industrialización de la Agricultura ha sufrido un proceso evolutivo que va desde la etapa primera en la que el objetivo primordial era producir considerando que los niveles de demanda eran mucho mayores que los de la oferta, pasa por una segunda etapa en la que el enfoque apunta a una colocación de los excedentes a través de una reducción en los costos a partir de una combinación óptima en el uso de los insumos y, finalmente, la tercera etapa que da una especial atención al "marketing"[7] a través del cual, sin olvidar los aspectos vinculados a la eficiencia de la producción agropecuaria, se reconoce la importancia decisiva del consumidor a quien hay que ofrecerle una canasta de productos que satisfaga sus necesidades.

En esencia la Industrialización de la Agricultura se traduce en una conjunción de las estrategias productivas primarias con las de la industria alimentaria, por lo tanto consiste *"en la aplicación gradual de una serie de estrategias, planes y técnicas características de los procesos industriales a las diferentes etapas de la cadena agroalimentaria*[8]*, dando especial importancia a los aspectos de generación de valor y contribuyendo así al proceso de integración de productores con consumidores"*[9]

Bajo el enfoque de la Industrialización de la Agricultura, la competitividad puede ser concebida como la habilidad de una empresa para crear, de una manera rentable, valor al consumidor a través de un proceso de diferenciación de la producción primaria. El valor al consumidor es determinado como la relación entre el conjunto de beneficios que un producto es percibido que provee a un consumidor y el precio que el consumidor debe pagar por ese conjunto de beneficios, como a continuación se expresa:

---

[6] Como tal se entiende al conjunto de actividades empresariales que transcurren desde el punto inicial de la producción primaria hasta que el producto transformado llega a las manos del consumidor.

[7] Las cadenas agroalimentarias son flujos continuos y discontinuos de productos, procesos y agregación de valores, que siguen los productos primarios hasta llegar al consumidor final.

[8] Manuel Otero y Fernando Larios "LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA AGRICULTURA", 1998

Percepción de Valor al Consumidor = Beneficios Percibidos / Precio

Bajo una visión tradicional de producción no diferenciada, la cual supone que cada unidad de producto ofrece la misma cantidad de beneficios al consumidor, el único camino a seguir es vía reducción en los precios. Bajo el enfoque de Industrialización de la Agricultura se plantea la posibilidad de incrementar el valor al consumidor alterando la cantidad de beneficios percibidos por el consumidor. Loa anterior no significa en modo alguno, dejar de reconocer la importancia que tienen los precios y/o los costos en el diseño de cualquier estrategia. Por el contrario, plantea que para ser competitivo, en un contexto en donde los beneficios pueden ser modificados, existe un mayor abanico de alternativas estratégicas que durante años estuvieron restringidas al tema reducción de costos. La diferenciación de la producción y/o la identificación de nichos de mercado, son dos de las opciones posibles.

2.6. CADENAS Y COMPETITIVIDAD

2.6.1. ELEMENTOS PARA UN ENFOQUE

Ya se ha advertido que la imprecisión con que en ocasiones se utiliza la noción de cadena hace también impreciso el alcance de la misma a efectos de su aplicación al análisis de la competitividad. En las consideraciones que siguen se intenta recoger algunos de los elementos del enfoque de cadenas que se consideran pertinentes para la competitividad.

El término genérico de cadena en sentido amplio se asocia con un campo de la estructura económica y definido por un producto o grupo de productos en cuyas interrelaciones verticales y horizontales inciden elementos del sistema de producción e intercambio y factores de orden externo a éste, de modo que en ese sentido amplio, la cadena comprende subconjuntos de elementos que considerados de manera aislada impiden la comprensión de la totalidad de las actividades económicas relacionadas con los productos objeto de estudio. Por ello una perspectiva amplia de la cadena productiva

debe incorporar al menos los siguientes elementos articulados entre sí por el carácter de las relaciones proveedor - cliente: El subconjunto de empresas ligadas entre sí, los canales de distribución: es decir, los flujos de productos desde los productores iniciales hasta los consumidores finales, el circuito comercial incluyendo el flujo de información ascendente (hacia el consumidor) y descendente (desde el consumidor).

Aparte de las articulaciones " sistemáticas " que se acaban de señalar y que conciernen al método de análisis, se requiere también de una dimensión de campo que concierne al objeto a estudiar y que implica al menos una definición precisa de los productos contenidos en la cadena, la delimitación del espacio geográfico considerado y la definición de la etapa del proceso de comercialización[10].

De esta manera, una cadena comprende un conjunto de unidades de producción y de empresas que participan en la elaboración y distribución del bien o bienes, desde cuando los productos y servicios componentes del bien aparecen en el espacio definido hasta que el bien sea consumido o salga del campo definido. Una cadena comprende también un conjunto de relaciones verticales y horizontales, además de alianzas y rivalidades profesionales e interprofesionales, competencia por segmentos definidos de mercado y por ganancias.

Por consiguiente, una cadena es la representación de un conjunto diferenciado y estructurado, centrado sobre un producto o familia de productos y relativamente aislable como objeto de investigación al interior de un sistema económico. Incluye todas las etapas o estadios por las cuales pasa un producto y todas las formas de producción, intercambio y consumo que conciernen al producto analizado[11].

Algunos de los problemas asociados al examen de las cadenas conciernen principalmente a las estructuras de mercado y a la dinámica tecnológica. De hecho, en ocasiones se confunde el concepto de industria y el de cadena o complejo. La industria

---

[10] Ibid, p. 13
[11] Ibid, p. 14

en el sentido que este concepto tiene dentro de la teoría de la organización industrial, se define como el conjunto de productores que surten el mismo mercado (es el sentido que se le asigna la contabilidad nacional), y en otro sentido es el conjunto de productores que producen bienes homogéneos, definidos como aquellos para cuya producción se utilizan los mismos factores de producción. (o métodos de producción semejantes).

En el primer caso, el concepto articulador es la estructura de mercado, en el segundo caso el proceso productivo. En este último caso, se entenderá que el concepto de industria es más afín al de cadena productiva porque la cadena se entiende como la secuencia de etapas sucesivas asumidas por un producto primario en el proceso de transformación. Cabe advertir que entre cada dos mercados (o etapas) puede estar una industria o parte de ella.

Para efectos del estudio de la competitividad de un determinado bien (producto intermedio o producto final), la utilización del esquema de etapas y cadenas requiere de precisar el problema a examinar: en rigor, el estudio de la competitividad de una cadena como un todo no tiene sentido, y el esquema solo debe aplicarse a la competitividad de un producto, la cual se determina en las condiciones de operación de la cadena y en las estructuras de mercado asociadas a cada una de las etapas de la producción en una cadena.

Desde el punto de vista de la competitividad, la cadena ilustra, entre otros aspectos relevantes, la interdependencia en la formación del precio en las distintas etapas en cada una de las cuales predominan estructuras de mercado distintas. Es obvio que este punto es esencial para determinar la competitividad de aquellos bienes del sector primario, (esencialmente competitivo) que sirven de materia prima a sectores monopólicos u oligopólicos.

El hecho es que en las distintas etapas, los productores están dotados de un poder desigual de negociación y por supuesto las industrias con mayor poder de mercado prevalecen sobre las demás (por ejemplo en el caso de las oleaginosas).

Por ello es importante destacar el concepto de centro de gravedad en una cadena, esto es, la industria (que es un segmento de la cadena) a partir de la cual se articulan los diferentes segmentos de las cadenas productivas y se articulan los mecanismos de influencia de un segmento sobre los demás, en términos por ejemplo, de precios o difusión de tecnología. Por lo demás, el centro de gravedad específica la dirección del efecto (hacia adelante o hacia atrás) y su origen.

Por otra parte, se compite entre empresas de una industria, entre industrias de una cadena y entre diferentes cadenas. Cada tipo de competencia implica distintas condiciones de competitividad. Las empresas de una industria compiten entre sí pero con frecuencia tienen intereses comunes frente a las empresas de otras industrias; la segunda forma de competencia deriva del grado de integración de una cadena, y las industrias de una cadena compiten por el valor agregado de la cadena y no por precios. Los precios de una cadena son un ejemplo que no elimina la competencia.

La noción de etapa de producción puede contribuir también al análisis de la competencia. Cada etapa puede convertirse en una calidad de análisis, y por tanto, el producto enfrenta una estructura de mercado distintas encontradas en otras etapas. Por tanto el análisis de etapas desde el punto de vista de la competitividad apunta haber de qué manera las etapas ordenan las estructuras de mercado de los diferentes sectores de una cadena.

Ahora bien, la competencia entre industrias en un mismo mercado se produce principalmente por la vía de los costos de producción o por la vía de la diferenciación del producto. De hecho, las etapas de una cadena conforman cada una un producto más o menos homogéneo. La diferenciación del producto es pequeña y en realidad aparece en el producto final. Como por lo general no existe en la etapa de producción, la competencia por la diferenciación del producto, y las ventajas derivadas del control de las materias primas se reparten igual entre las empresas que concurren en la etapa de

producción y distribución, en la capacitación técnica y la reproducción de costos en la inversión y en la posición en los mercados regionales.

Es por esta razón que, en el sentido convencional de la competencia una industria es estratégicamente competitiva, cuando incluye productos que presentan fuentes de ventajas competitivas similares. Las industrias de la cadena a través de su estrategia competitiva tratan de definir y establecer una manera de competir y de posicionarse en su respectiva etapa. No existe una estrategia competitiva única para todas las etapas de una cadena sino estrategias más apropiadas a la industria particular y a las habilidades y activos de las empresas consideradas. Lo importante es que la industria es el lugar donde se gana o se pierde la ventaja competitiva, y solo cuando la cadena se gestiona un sistema coordinado y concertado, es posible una ventaja competitiva que cobije a todas las industrias de la cadena.[12]

Hay que advertir, finalmente, que si bien las fuentes de competitividad se crean en la industria (etapa), requieren en todo caso de entornos de diferentes niveles, los cuales estimulan las condiciones de competitividad de las empresas (o de los sectores) o la limitan. Tales condiciones, de entorno, o condiciones de la estructura que afectan los resultados competitivos de las empresas, pueden definirse, de una parte en función de la eficiencia en la asignación de recursos de la economía (incluyendo por supuesto la política macroeconómica) y de otra parte, en función de los factores que inciden en la flexibilidad y respuesta de las relaciones insumo - producto, es decir, los enlaces hacia adelante y hacia atrás; también pueden incluirse los encadenamientos laterales relacionados con los servicios que son utilizados para la producción, distribución, mercadeo y venta de los bienes de este sector, lo que finalmente decide sobre la eficacia de la gestión de la cadena como sistema.[13]

2.7. DEFINICIONES SOBRE COMPETITIVIDAD

[12] Porter, op.cit., p 72
[13] Joseph, Ramos, "El desafío de la competitividad", Editorial Hardy, N.Y, p.56

Es la capacidad de empresas, sub - sectores y sectores de responder a cambios en el entono macroeconómico doméstico, entorno internacional; entorno de demanda y mercados; y entorno cultural de los agentes en el proceso de producción, innovaciones y marketing para lograr un posicionamiento " dinámico " y aumentar su participación relativa en el mercado. Esta permanencia creciente en el mercado depende directamente de varios factores y atributos propios de la empresa, que pudieran ser listados así:

- Recurso humano calificado y disponibilidad de tecnología, innovación tecnológica
- Logística interna y externa de operaciones productivas
- Administración gerencial y apalancamiento financiero
- Servicio de proveedores y compradores (integración vertical)
- Amenaza de sustitutos y diversificación del negocio (integración horizontal)
- Relación costos / valor / precio / escala / diferenciación, precio / retorno, irreversibilidad de inversión[14]

La competitividad es la actitud para vender aquello que es productivo.

Significa la capacidad de las empresas de un país dado de diseñar, desarrollar, producir y vender sus productos en competencia con las empresas basadas en otros países.

La competitividad industrial es una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios y más allá de los precios se combinan para formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es entonces el mercado.

La capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recurso en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes es el resto del mundo, durante un cierto período de tiempo.

---

[14] Acosta, Mónica, "Qué es competencia, competitividad y cómo medirla", Documento de trabajo, SICA, p.2

Una economía es competitiva en la producción de un determinado bien cuando puede por lo menos igualar los patrones de eficiencia vigentes en el resto del mundo en cuanto a utilización de recursos y calidad del bien.

Una firma (o una economía nacional) será competitiva si resulta victoriosa (o en buena posición) en la confrontación con sus competidores en el mercado (nacional o mundial)[15]

Es el ambiente en el cual muchas empresas domésticas e internacionales compiten entre sí con el objeto de capturar mayores proporciones de mercado (mayores ventas)[16].

2.8. LA METODOLOGÍA CADIAC

2.8.1. PRESENTACIÓN DEL ENFOQUE CADIAC

Dado que los sistemas agroalimentarios están siendo afectados por las tendencias a la liberalización de la economía, sumado a un debilitamiento de la función directiva del Estado en los asuntos económicos y todo esto complementado con la pérdida de poder de las instituciones ligadas a la agricultura, se ha hecho necesario que los países en desarrollo tiendan a un enfoque participativo que les permita tener una capacidad de negociación y cierto manejo en los cambios que se van dando.

Con éste propósito el enfoque CADIAC ha sido estructurado de la siguiente manera:

- ***La fase de análisis de la cadena.-*** que es un proceso de investigación participativa con base en la metodología de análisis de cadena, dirigido hacia la caracterización de

[15] Programa para Reorientación del Sector Agropecuario, "Definiciones sobre competitividad", Documento de trabajo, 1996, p.15
[16] Acosta, art..cit., p.3

las fortalezas y debilidades los sistemas agroalimentarios. El producto de esta fase es un documento borrados para discusión que alimentará la fase de diálogo para la acción.

- ***La fase de diálogo para la acción.***- que comprende la promoción de diálogo y concertación entre actores sociales alrededor de los cambios que hay que hacer para el logro de una mayor competitividad. El producto de esta fase son las propuestas de transformación de los sistemas agroalimetnarios surgidas de los mismos actores y compromisos para su implementación.

2.8.1.1. La Fase de Análisis de Cadena

Esta fase está constituida por cinco niveles:

Nivel 1: *Las relaciones con la economía internacional.*- Se genera información cuantitativa (flujos de comercio) y cualitativa (marco legal, países y empresas, etc) sobre esos mercados que permita hacer un análisis de cómo ese entorno afecta la situación actual y futura del sistema agroalimentario y valora los riesgos y las oportunidades que presentan los mercados mundiales y los mercados preferenciales.

Nivel 2: *Las relaciones con la economía nacional.*- hay que hacer una valoración del aporte socioeconómico del sistema agroalimentario y de cómo el contexto sociopolítico e institucional lo impacta. Se requiere información sobre la importancia económica y social del sistema agroalimentario; su interacción con las instituciones públicas y privadas; el marco de políticas que inciden en su desenvolvimiento.

Nivel 3: *La estructura del sistema agroalimentario.*- corresponde a la identificación y a la caracterización técnica y económica de los actores, de las actividades básicas (producción agrícola, transformación, comercialización, consumo) y de las actividades de apoyo (provisión de insumos, equipos y servicios), con el fin de hacer comparaciones respecto de la capacidad actual y potencial de las distintas categorías de actores para competir, entre ellos, y con la economía mundial.

Se debe identificar los grupos homogéneos de actores de manera que se pueda entender como el entorno internacional y nacional afecta a los diferentes grupos y se pueda definir acciones específicas para el logro de una mayor competitividad en cada caso. El éxito está en tipificar correctamente el grupo de actores.

Para cada grupo se deber realizar una evaluación técnica y económica, a partir de datos de costos por rubro, de costos totales, los costos por unidad producida, precios de venta, etc. Además hay que destacar los rubros directamente asociados a la sostenibilidad y los efectos de esos rubros sobre los resultados técnicos y económicos.

Nivel 4: *El funcionamiento del sistema agroalimentario.*- comprende la identificación y la caracterización de las relaciones técnicas y económicas entre los distintos tipos de actores. El objetivo es analizar y entender el funcionamiento del sistema agroalimentario en su conjunto, la trama de relaciones técnicas y económicas que se desarrollan entre actividades y actores. Para tal efecto, se necesita: 1) identificar los circuitos principales por los cuales fluyen los productos; y 2) caracterizar el funcionamiento de esos circuitos. El concepto de circuito se entiende como una representación de la ruta que el producto sigue entre dos polos bien definidos; ruta constituida por una serie de actores y de relaciones específicas. En el caso de las cadenas agroalimentarias, los polos son la producción y el consumo.

Nivel 5: *Interpretación de resultados.*- Se articulan lógicamente los elementos anteriores de manera que aparezcan claramente los factores determinantes de las fortalezas, debilidades y potencialidades del sistema, en sus partes y en su conjunto, de tal suerte que se puedan identificar propuestas técnicas, económicas y organizacionales para mejorar la competitividad del sistema agroalimentario de manera sostenible y equitativa. La síntesis debe prepararse sobre la base de los principales circuitos identificados; de otra manera, por la multiplicidad de actores que participan en un sistema agroalimentario, el trabajo podría tornarse inmanejable.

El análisis de circuitos se desarrolla a partir de la siguiente secuencia:

Paso 1: Factores determinantes de los costos de producción

Paso 2: Impacto de la comercialización de insumos y la provisión de servicios.

Paso 3 Relaciones entre los productores y los compradores

Paso 4: Influencia del entorno mundial

Paso 5: Influencia del entorno comercial regional (y/o de otros acuerdos)

Paso 6: Factibilidad de los cambios: papel de las instituciones públicas y de las organizaciones privadas.

Paso 7: Escenarios y simulaciones a nivel de la producción primaria.

Paso 8: Indicadores de apoyo a la toma de decisiones

Luego viene el análisis del sistema agroalimentario en la fase industrial:

Paso 9: Factores determinantes de los costos de transformación industrial

Paso 10: Impacto de la comercialización de insumos y la provisión de servicios.

Paso 11: Relaciones entre los industriales y los comerciantes: 1) el comercio de materia prima agrícola; 2) en el comercio del producto transformado.

Paso 12: Influencia del entorno mundial.

Paso 13: Influencia del entorno comercial regional (y/o) de otros acuerdos.

Paso 14: Factibilidad de los cambios: papel de las instituciones públicas y de las organizaciones privadas.

Paso 15: Escenarios y simulaciones a nivel de la transformación industrial.

Paso 16: Indicadores de apoyo a la toma de decisiones

Finalmente se evalúa el desempeño económico del sistema agroalimentario en su conjunto:

Paso 17: Articulación de las opciones de cambio.

2.8.1.2. La Fase de Diálogo para la Acción

La información y el material técnico que se genera a esta altura de aplicación del enfoque CADIAC, es un insumo necesario pero insuficiente para la toma de decisiones. Para que esto sea posible, es decir, para que efectivamente esa información contribuya a generar cambios, deben existir mecanismo de diálogo y de concertación que establezcan una conexión fuerte y reconocida por los actores entre análisis y acción.

Sin ese puente entre la investigación y la toma de decisiones, constituido por el diálogo y la concertación, diálogo y la concertación, difícilmente los actores podrán apropiarse de los resultados del análisis del sistema agroalimentario y transformarlos en acciones y decisiones de política. A su vez, sólo el diálogo y la concertación pueden llevar a un proceso de transformación productiva que beneficie a todos los actores, concepción que alienta el enfoque de análisis de Cadena y diálogo para la Acción (CADIAC).

1) **Primer Mecanismo:** ***consultas institucionales.***

Tiene como propósito evaluar el interés de las instituciones respecto de la posible utilización del enfoque CADIAC y servir de base para proponer una reunión preliminar para concertar acciones. Los interlocutores en este momento deben ser ejecutivos de las instituciones (Dirección o gerencia general) que puedan llegar a decisiones en cuanto a la organización de la reunión preliminar y profesional de alto nivel (Dirección de unidades de análisis) a quienes se presentan el contenido del enfoque y los beneficios esperados.

2) **Segundo mecanismo:** ***reunión con las instituciones.***

La decisión de aplicar el enfoque se debe tomar en función del nivel de acuerdo y de compromisos logrados en esta reunión, particularmente en lo que se refiere a la factibilidad operacional, técnica y financiera.

3) **Tercer mecanismo:** ***el grupo de apoyo***

Grupo que tiene dentro de sus funciones familiarizarse con la metodología de análisis de cadena y asegurarse de que sea utilizada correctamente por los investigadores; apoyar permanentemente a la investigación (contactos, información, financiamiento, logística) conforme a los compromisos acordados en la concertación preliminar; hacer comentarios, críticas y aportes a los informes de avance y al borrador para discusión, etc.

Debe integrarse con representantes de todas las instituciones y organizaciones involucradas. Es un grupo "ad hoc" que no tiene carácter permanente. Se reúne ocasionalmente a solicitud de su coordinador.

4) **Cuarto mecanismo:** ***el equipo técnico***

Es necesario constituir un equipo técnico para apoyar el responsable de la conducción del trabajo en las distintas actividades de investigación; puede constituirse con técnicos de instituciones públicas, de las organizaciones privadas y de las universidades.

5) **Quinto mecanismo:** ***el taller técnico***

Tiene como objetivo hacer una crítica técnica al documento *"borrador para la discusión"*, asegurar su calidad y aptitud para alimentar un debate nacional. Debe ser convocado por altos representantes de las instituciones involucradas e incorporar al grupo de apoyo y al equipo técnico. Se convoca a profesionales en capacidad de brindar aportes.

Luego del taller, el responsable de la investigación incorpora los aportes al *"borrados para discusión"* y elabora un segundo documento, más pequeño que alimentará el debate nacional y que se denomina *"documento de síntesis"*

6) **Sexto mecanismo:** ***el taller nacional.***

El documento que sirve de insumo fundamental para llevar a cabo el taller nacional es la síntesis de la investigación *"documento síntesis"*. El talles tiene como objetivo discutir las propuestas contenidas en este documento y definir las acciones prioritarias de una agenda nacional para la transformación productiva del sistema agroalimentario. Se invita a todas las organizaciones públicas y privadas relacionadas, particularmente a los directivos con poder de negociación y decisión. Se debe ampliar la invitación a instituciones no necesariamente ligadas a los sistemas agroalimentarios, pero que financias proyectos y por ende pueden tener influencia en su futuro.

A partir del documento síntesis y de los resultados del debate nacional, el responsable de la investigación, elabora un documento, que se constituye en agenda de acciones para la transformación productiva del sistema agroalimentario, y que será un insumo de trabajo muy importante para el grupo de seguimiento; este documento se denomina *"documentos de referencia"*.

7) **Séptimo mecanismo:** ***grupo de seguimiento.***

La responsabilidad de poner en marcha las acciones prioritarias identificadas en el talles nacional corresponde a los gobiernos y a la sociedad civil. Tienen que implementarse las propuestas y acuerdos tomados por los actores sociales. Para tal efecto, se hace necesaria la constitución de un mecanismo de seguimiento. Básicamente, se pueden plantear dos alternativas.

Si el sistema agroalimentario analizado ya tiene un cierto nivel de organización interna, y existe un organismo cúpula representativo del conjunto de actores, entonces es deseable que asuma el seguimiento de las acciones. La otra alternativa que a veces surge de los mismos talleres nacionales, es el establecimiento de un mecanismo de seguimiento específico. Puede tomar la forma de una comisión conformada por representantes del sistema agroalimentario que participaron en el talles y cuya tarea específica es liderar el proceso de aplicación de las decisiones tomadas.

Una vez elaborado este documento, representantes técnicamente competentes de las organizaciones del sistema agroalimentario y del sector público deben evaluar el trabajo realizado, haciendo una revisión constructiva de los datos, del análisis presentado de las propuestas incluidas. El objetivo es asegurar que no muestre sesgos o inconsistencias y represente debidamente la situación del sistema agroalimentario. Para tal propósito, se llevan a cabo reuniones técnicas y se incorporan los cambios acordados.

Seguidamente, se realiza un debate político por medio de un foro nacional abierto a los actores del sistema agroalimentario. El objetivo principal es forjar una visión común del futuro de la actividad, aceptada por los actores en su conjunto; identificar los caminos posibles para llegar a la situación deseada; definir un programa de acción público/privado y los mecanismos que harán posible la concretización del programa. El éxito de este foro depende mucho del poder de convocatoria de quien lo organiza.

Con base en lo acordado, se trata de poner en marcha acciones y orientaciones políticas y empresariales para mejorar la competitividad del sistema agroalimentario. Esta fase incluye la búsqueda de fuentes de financiamiento, la realización de proyectos de inversión y la definición de medidas generales o sectoriales que propicien los cambios necesarios, donde la responsabilidad es de los gobiernos y de la sociedad civil. Implica por lo tanto ampliar el diálogo a varias instituciones no directamente ligadas al sistema agroalimentario, pero cuyo puede tener un efecto muy positivo para su futuro, como donantes e instituciones financieras, la cooperación internacional y otras instituciones públicas y organizaciones del país.

2.9. EVALUACIÓN DEL MARCO TEÓRICO

Los conceptos expuestos dentro del marco teórico, permiten tener una visión del funcionamiento del Circuito Papa Industrializada de la Cadena Agroalimentaria de la

Papa en el Ecuador, en relación a los niveles de competitividad existentes en el mencionado circuito.

El Enfoque Cadenas y Diálogos para la Acción (C.A.D.I.A.C), el cual es planteado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (I.I.C.A), es una herramienta útil para el análisis del sector agropecuario y para el diálogo de sus actores, que tienen como propósito conformar alianzas estratégicas para mejorar los niveles competitivos de los sistemas agroalimentarios.

Al enfoque metodológico se lo ha realizado modificaciones que se han ajustado a la realidad agrícola del Ecuador, especialmente a la limitada información existente sobre el sector industrial perteneciente a la cadena agroalimentaria de la papa, además se incluyen dentro de la investigación propuestas y las posibles soluciones que pueden ser aplicadas dentro del sector antes mencionado, las mismas que nos llevarán a ser más competitivos en los diferentes mercados a los cuales va enfocada la producción de la papa.

La mira que se tiene al poner en práctica el enfoque C.A.D.I.A.C es, lograr cambios en el sector agrícola para lograr un desarrollo económico y social, con lo que se conseguirá mayores beneficios, los mismos que servirán para obtener una distribución equitativa dentro del país.

En síntesis, el marco teórico es el adecuado para el desarrollo de éste trabajo de investigación, ya que la realidad ecuatoriana se ajusta al marco teórico propuesto dentro del trabajo.

CAPITULO III

ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL CIRCUITO PAPA INDUSTRIALIZADA DE LA CADENA AGROALIMENTARIA PAPA

3.1. ESTRUCTURA DE LA CADENA

El objetivo de esta caracterización es conocer el funcionamiento del sistema, con el fin de analizar el desarrollo de la cadena en los últimos años y orientar su impulso hacia un mayor nivel de competitividad dentro de un marco sostenible y equitativo.

El circuito "papa industrializada" perteneciente a la cadena agroalimentaria de la papa comprende principalmente los siguientes actores (Ver Anexo No. 1): producción primaria, comercialización del producto en fresco, transformación industrial, comercio de papa elaborada y consumo en el mercado nacional y externo.

3.1.1. PRODUCCIÓN PRIMARIA

Como se puede apreciar en el gráfico de la cadena agroalimentaria de la papa , la producción primaria se la ha caracterizado de acuerdo a la extensión de terreno que posee el agricultor.

Los grandes y medianos agricultores cuyas producciones son a gran escala (10 o más ha), son escasos. La mayoría de estos productores realizan la venta de su producto a los intermediarios y no a las industrias procesadoras aumentando de esta manera el precio final del producto. Estos productores tienen los mayores niveles de rendimiento en su producción debido al sistema tecnificado con que cuentan. Este sistema tecnificado

contempla la utilización de semilla certificada, fertilizantes, maquinaria y el manejo integrado de plagas y enfermedades.

Para quienes se les considera como pequeños productores su enfoque de mercado es el nacional, puesto que este productor primario no dispone de los suficientes recursos como para realizar un cultivo tecnificado y obtener así un producto de calidad como lo requieren las industrializadoras para la elaboración de su producto.

3.1.2. COMERCIALIZACIÓN

Generalmente las empresas procesadoras utilizan canales mucho más directos de comercialización para proveerse de la papa que les sirve de insumo, ya que lo hacen en su mayor parte de comerciantes mayoristas que les entregan el producto en la planta. Las empresas más grandes inclusive firman contratos con productores para asegurarse el suministro a tiempo, en las cantidades suficientes y de la mejor calidad; con estos contratos se han beneficiado también los productores ya que tienen la oportunidad de asegurar la venta de su producción y los márgenes de ganancia se establecen previamente.

En consecuencia el 41% de la industria compra la papa directamente a los productores, con lo cual disminuyen las fases de comercialización y se benefician tanto productores como procesadores del tubérculo.

3.1.3. TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL

La transformación de la papa fresca a papa francesa congelada se lo lleva a cabo en las procesadoras mediante el proceso IQF, que consiste en congelar instantáneamente cada papa por separado ; no en bloque. Esto permitirá proteger las células y conservar los elementos nutricionales y vitamínicos del tubérculo.

Este sistema no requiere del uso de ingredientes adicionales ni preservantes, por lo que un producto que está bajo este proceso es considerado como natural. Es un proceso orientado a proveer al consumidor de una mayor facilidad de uso del producto, al no tener que descongelar porciones grandes, no hace falta descongelarlo antes de utilizarlo y se puede mantener por largo tiempo en el congelador sin que pierda sus propiedades.

3.1.4. CONSUMO LOCAL E INTERNACIONAL

Los consumidores locales son los supermercados, las tiendas, las cafeterías de los colegios y todos los locales donde se lleva a cabo el expendio de la papa elaborada. El producto congelado o envasado llega al mercado internacional a través de los brokers.

Hasta 1999 las exportaciones de papa congelada han sido incipiente llegando tan solo a aproximadamente 240.000 ton en toda la década; o sea un 4,70 % del total de papa industrializada en ese mismo período de tiempo.

3.2. CARACTERIZACIÓN DE LOS ACTORES

Es un proceso que sigue tres pasos: identificación de actividades y actores, la tipificación de los actores en categorías homogéneas y la cuantificación con base en medidas e indicadores.

3.2.1. IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDADES Y ACTORES

3.2.1.1. Actividades

Dentro de la cadena agroalimentaria de la papa, las actividades básicas (eslabones de la cadena) identificadas son: la producción primaria, comercialización primaria, transformación industrial, distribución y consumo interno y externo.

En este punto cabe destacar el servicio de control para el cumplimiento del las reglamentaciones del comercio que realizan las autoridades gubernamentales. Por otro, el control en la importación de plaguicidas que lo lleva a cabo el SESA. Y el apoyo del INIAP como proveedor de semilla certificada y tecnología para el productor.

3.2.1.2. Pasos Técnicos

Al mismo tiempo que identificamos a los actores y las actividades, es necesario ahondar en cuanto a los pasos técnicos de transformación que se da para obtener el producto final. Asimismo se tendrá un conjunto de pasos que, ejecutados por los diferentes actores, logran poner al alcance del consumidor el producto.

Se inicia las labores de cultivo con la selección y preparación del suelo, a través de un proceso de fertilización mediante abonos orgánicos y químicos. Posterior a este paso se da la compra de semilla certifica de para asegurar la buena calidad de la cosecha, la siembra y el tape se la realiza manualmente. La deshierba, el medio aporque y el aporque también son procesos manuales que lo debe realizar el agricultor durante el ciclo de crecimiento de la papa.

Se debe realizar un control de las plagas que atacan a las plantas. Entre las plagas más frecuentes en el cultivo de la papa se encuentran: el gusano blanco, el gusano de la hoja y otras plagas que comen o chupan las hojas, como los pulgones verdes, la pulguilla negra o mosco y los minadores. Se pueden realizar fumigaciones con productos químicos o con plaguicidas naturales, pero las aplicaciones deberán ser máximo 15 días antes de la cosecha. También es muy importante controlar las enfermedades que aquejan a este cultivo: Tizón tardío, la roya, la lancha, la cenicilla.

Cuando se ha cumplido el ciclo de cultivo se procede ha cosechar manualmente. Se debe cosechar cuando el suelo presente buenas condiciones; o sea, la tierra esté un poco húmeda para evitar daños en la papa. Estas papas cosechadas hay que dejar un corto tiempo a la intemperie para que disminuya su humedad. En el mismo campo se las

clasifica, ensaca y procede al pesaje. Algunos productores no realizan el clasificado y el producto es vendido tal como sale del campo.

Con la obtención del producto en fresco las industrializadoras se encargan de:

a. Selección: las papas se seleccionan para descartar las que tienen daños, o no cumplen con especificaciones de tamaño y forma.

b. Pelado: el pelado se puede realizar ya sea por inmersión en lejía (NaOH) seguida de la eliminación de la epidermis con chorros de agua a presión; o bien por exposición a luz infrarroja, habiendo tenido antes una inmersión corta en lejía y luego una eliminación de epidermis utilizando un rodillo. El pelado con vapor o por métodos abrasivos no es muy usado a nivel industrial por dar muy bajos rendimientos. El método más comúnmente utilizado es con peladoras mecanizadas. Cuando la producción es reducida se puede aplicar el pelado manual.

c. Escaldado: para evitar las magulladuras de la papa una vez pelada, se acostumbra sumergirlas en un baño de agua caliente a 43 o 49°C por 20 o 30 minutos, tratando que su temperatura interna llegue a 15°C. Este paso se puede unir con el método de pelado al utilizar lejía caliente.

d. Desgastado: una vez listas se colocan en una banda transportadora para ser inspeccionadas y eliminar partes mal peladas, papas con grietas, papas quemadas y con otros defectos. Si la papa es muy grande se corta por la mitad.

e. Corte: para cortarlas se pasan por una máquina troceadora con el dado adecuado para obtener la forma deseada (alargadas, cubos, etc.).

f. Congelación: los trozos ya listos se hacen pasar por un congelador de piezas individuales (IQF), el cual consta de una banda continua perforada que pasa por un túnel de congelado.

g. Empaque: las papas ya congeladas se colocan en cajas de 9 oz. o de una libra. Pero en general se empacan según los requerimientos de los clientes. Las máquinas empacadoras permiten un llenado preciso a alta velocidad.

h. Almacenamiento: una vez empacadas en cajas se colocan en cámaras de congelación que permitan mantener temperaturas de -8°C o menos.

Finalmente este producto será enviado por medio de brokers al mercado internacional y por medio de distribuidores al mercado nacional.

3.2.1.3. Actores

Los actores identificados dentro de la cadena agroalimentaria de la papa para el caso de nuestro país son: productores primarios, comerciantes primarios, comercializadores primarios, transformadores industriales, distribuidores y consumidores.

3.3. TIPIFICACIÓN

3.3.1. TIPIFICACIÓN DE PRODUCTORES

Los productores que forman parte del circuito papa industrializada de la cadena agroalimentaria de la papa han sido tipificados de la siguiente manera:

- Grandes productores: Se les considera grandes a aquellos productores que destinan más de veinte hectáreas para el cultivo de la papa

- Medianos productores: Estos producen de diez a veinte hectáreas de este cultivo.

- Pequeños productores: Son aquellos que cultivan hasta diez hectáreas del tubérculo.

Durante 1997, del 100% de la producción total de Ecuador el 20,64% la realizó el pequeño productor, el 21,04% el mediano productor y el 58,33% el productor grande. En el cuadro siguiente se muestra el destino de la producción según el tamaño del productor.

CUADRO # 2

Destino de la producción según tamaño de la explotación

Tamaño de la UPA (ha)	Producción		Autoconsumo en la finca	
	Toneladas	%	Toneladas	%
Menos de 5	91.290	20,64%	31.590	34,60%
5 a 20	93.047	21,04%	27.204	29,24%
Más de 20	257.998	58,33%	16.413	6,36%
Total	*442.335*	*100%*	*75.207*	17,00%

Fuente: PRONAREG
Elaboración: Autora

3.3.2. TIPIFICACIÓN DE INDUSTRIALES

Dentro de la cadena agroalimentaria de la papa, a los industriales se los puede considerar como grandes, medianos o pequeños según el tipo de maquinaria que utilicen para realizar el procesamiento del producto.

Son empresas grandes las que procesan más de 1000 Tm al año. Para nuestro caso las cinco empresas más grandes procesan 22.054 Tm al año, que representa el 86,13% del

volumen total procesado. Las empresas más grandes se encuentran ubicadas en la provincia de Pichincha.

Tienen una capacidad de procesamiento alto por utilizar mano de obra contratada y además por contar con equipo técnico sofisticado, adecuado para procesar papa en grandes cantidades, en serie y utilizando parámetros de calidad muy exigente. La mayoría de estas empresas procesan papa frita en hojuelas, pero también está una empresa que procesa papa precocida, congelada y cortada tipo francesa para los restaurantes.

Son empresas medianas las que procesan entre 300 a 1000 Tm al año de papa fresca. Son 4 las empresas medianas que en conjunto industrializan 2.597 Tm/año que representa un 10,14% del total.

Son empresas pequeñas las que procesan menos de 300 Tm/año. Estas agroindustrias procesan 953 Tm/año, que representa el 3,73% de la producción industrial de la papa.

3.4. IDENTIFICACIÓN DE CIRCUITOS

La cadena agroalimentaria de la papa está compuesta por 4 circuitos, 3 de los cuales pasan por la fase industrial y 1 corresponde al consumo de papa en fresco. (Ver Anexo No. 1)

3.4.1. TAMAÑO DEL CIRCUITO

El tamaño del circuito se lo puede dividir de acuerdo al número de los distintos actores involucrados. Así, para el caso del circuito "PAPA INDUSTRIALIZADA" de la cadena agroalimentaria de la papa tenemos que el circuito involucra la participación de 5 actores AGRICULTORES/ INTERMEDIARIOS/ INDUSTRIALIZADORAS/

DISTRIBUIDORES / CONSUMIDORES LOCALES O CONSUMIDORES INTERNACIONALES

3.5. FUNCIONAMIENTO

Se tratará de analizar y entender en este nivel las relaciones técnica y económicas entre actividades y actores pertenecientes al circuito papa industrializada.

3.5.1. PRODUCCIÓN PRIMARIA

Para un enfoque mas profundo del funcionamiento de la fase de producción primaria se debe analizar la descripción hecha en el estudio titulado **"Estudio de Competitividad de la Cadena Agroalimentaria de la Papa circuito papa en fresco"**; tesis complementaria a este estudio.

3.5.2. COMERCIALIZACIÓN PRIMARIA

Este eslabón es muy importante debido a que en este se da una conexión directa entre los agricultores primarios, los intermediarios y las industrias procesadoras de papas.

Los sistemas de comercialización son los mismos que se han venido manejando tradicionalmente, y durante el período de análisis no ha sufrido ningún cambio.

Los grandes productores venden su producción al Intermediario de Finca, cuando éste a acopiado el producto lo clasifica, lo limpia, lo ensaca y lo pesa para luego llevar el producto que cumpla con los requerimientos de calidad a la industria procesadora. El resto será destinado para el consumo en fresco.

Los medianos y pequeños agricultores venden su producción al intermediario provincial el cual realiza el mismo proceso descrito anteriormente.

Son pocos los productores que se benefician de la venta directa de su producto a la industria ya que por carecer de recursos no cuenta con el volumen ni con la calidad necesaria para abastecer a los compradores industriales.

Los pequeños agricultores no tienen acceso directo a las oportunidades de mercado, siempre existen los intermediarios, los cuales tienen la facilidad de ir acopiando en los centros de producción porque disponen de transportación que le permitirá sacar el producto a los diferentes mercados. El agricultor vende el producto ya sea cosechado en parcela. Cuando se hace de esta manera corre por cuenta del intermediario la cosecha y el transporte del producto.

Los principales problemas de los agricultores es que no disponen de información adecuada y actualizada precios, de datos de mercados, de facilidades de crédito por lo que es aquí donde los intermediarios aprovechan ya que si no les venden a ellos la producción no podrán sacar el producto hacia el mercado por falta de transporte o recursos.

3.5.3. TRANSFORMACIÓN

En esta etapa el producto en fresco recibe su valor agregado.

La transformación puede ser de papa fresca a papa francesa congelada o a hojuela de papa tipo chips. También existen otros tipos de transformación como son harina de papa, papa deshidratada , almidón de papa o incluso alcohol; pero este tipo de industrialización no se da en este país.

Los grandes productores disponen de mayores facilidades para una adecuada transportación del producto, llevan la papa en fresco a las diferentes plantas procesadoras con las cuales tienen un contrato previo de entrega. De igual manera ocurre con el producto que traen los intermediarios y los centros de acopio.

En el momento que los agricultores grandes, y los intermediarios llegan con el producto a las industrializadoras, se saca una muestra del producto, a esa muestra se la califica y dependiendo del color, textura, forma, etc, se procede a la recepción del producto. El producto que no haya cumplido con lo requerido se lo rechaza.

Una vez que ya se dispone del producto en fresco y de excelente calidad, se procede a industrializarlo, el resultado de este proceso es un producto que implica un sistema relativamente simple de empaque y una logística comercial establecida y utilizable para otros productos industrializados.

3.5.4. DISTRIBUCIÓN

Las plantas procesadoras envían la papa industrializada al mercado externo a través de contenedores fríos a una temperatura de 18°C cuyo costo por flete es elevado, es por eso que las exportaciones son aún incipientes.

Para el mercado interno cuentan con sus propios canales de comercialización y abastecen a tiendas y supermercados.

3.5.5. CONSUMO

En esta etapa hay dos mercados objetivos: el nacional que es el de mayor consumo y el internacional.

CAPITULO IV

FACTORES DEL ENTORNO INTERNACIONAL Y NACIONAL QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE COMPETITIVIDAD DEL CIRCUITO PAPA INDUSTRIALIZADA

4.1. MERCADO Y COMERCIO MUNDIAL DE LA PAPA

4.1.1. SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS MUNDIALES

La tasa de crecimiento de la producción de papa en el ámbito mundial, estimadas por el Centro Internacional de la papa (CIP) para el período 1993 - 2020, es de 2,02% anual según el escenario de alta demanda / alta producción fundado en tendencias históricas de producción.

El escenario mundial se caracteriza por un aumento de la producción reflejado en los países en vías de desarrollo, por una preferencia frente a otros tubérculos en la canasta familiar, por un aumento de la demanda de papas destinadas a comidas rápidas y snacks, y un crecimiento del comercio formal en términos de papa fresca y procesada.

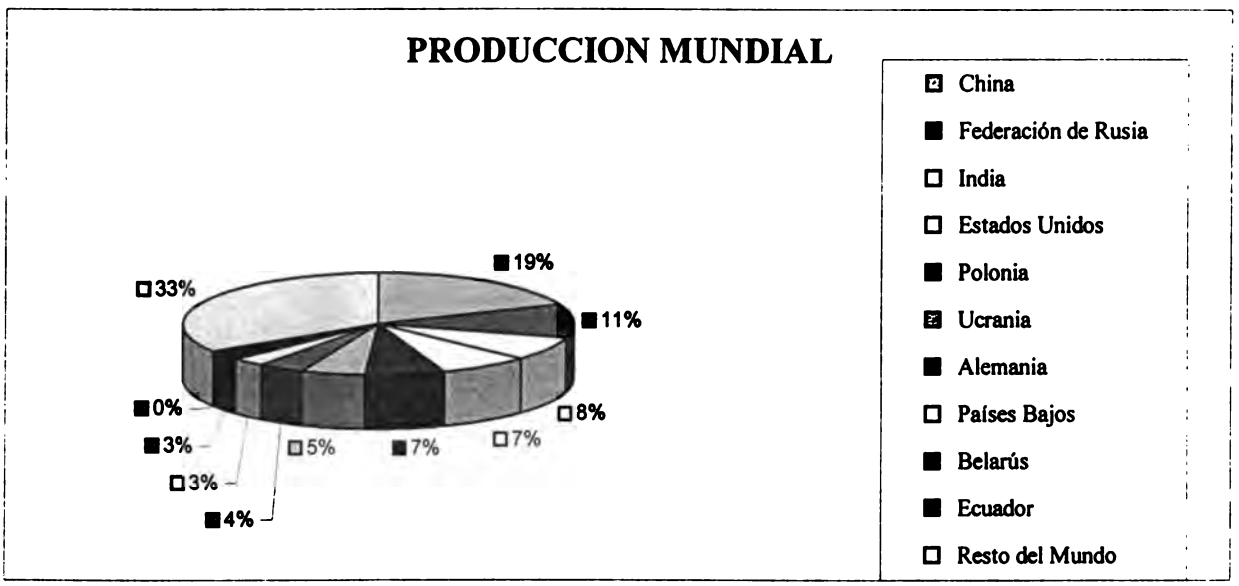
La producción mundial anual suma 294 millones de toneladas y cubre 18 millones de hectáreas. China es el primer productor de papa a nivel mundial, seguido muy de cerca de La Federación Rusa, China y La Federación Rusa, juntos, concentran un 30% del total del área cultivada del mundo, mientras que Polonia, Estados Unidos e India concentran un 23% adicional. Ver Anexo 2.

En la actualidad el sector dedicado al cultivo de la papa a nivel mundial está en transición. La mayor parte de la producción proviene de Europa y la ex Unión Soviética,

pero esta situación está cambiando rápidamente. A principios de la presente década, un 30 por ciento de la producción mundial de papa correspondía a los países en desarrollo. De mantenerse esta tendencia, la mayor parte de la papa producida en el mundo será cosechada en Asia, África y América Latina.

GRAFICO NO. 04

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE PAPA



4.1.2. MERCADOS INTERNACIONALES EMERGENTES

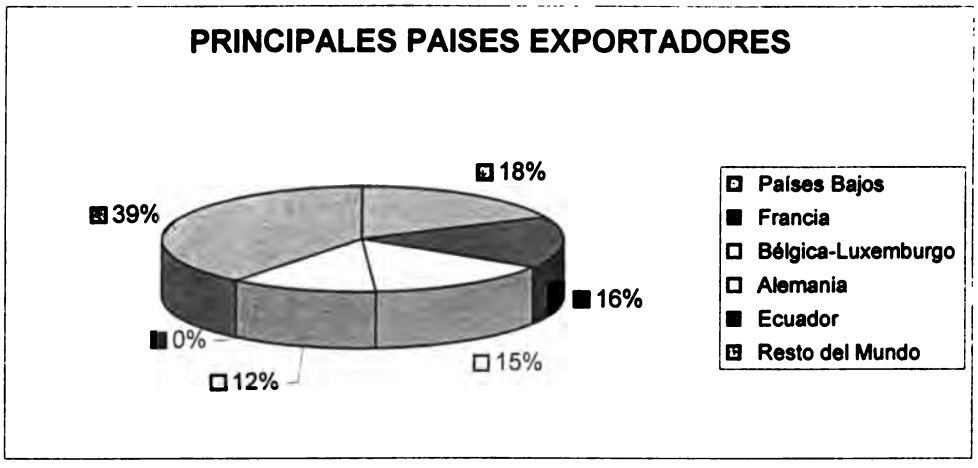
En los últimos 10 años el comercio mundial ha sido testigo de la aparición de nuevos y rentables cultivos, así como del desarrollo de nuevos mercados para los mismos. La papa es uno de estos casos. Las exportaciones de papa para consumo y semilla han aumentado de manera progresiva en la última tres década, alcanzando aproximadamente 8.5 millones de toneladas en 1999, es decir un incremento del 22%. Ver Anexo 3

Si a estas estimaciones le agregáramos las exportaciones de productos procesados, como las papas procesadas congeladas, hojuelas de papa y almidón, el comercio sumaría unos 2 millones de toneladas adicionales, con base en el peso fresco.

De estos 10.5 millones de toneladas exportadas, los Países Bajos son los que mayor cantidad exportan con un 18% seguidos de Francia con un 16% y Bélgica con un 15 %.

GRAFICO NO. 05

EXPORTACIONES MUNDIALES DE PAPA DURANTE 1999



América Latina al igual que otras regiones en desarrollo, ha incrementado sostenidamente la producción de la papa, especialmente en las últimas tres décadas, con un crecimiento promedio anual de alrededor del 2.2%.

4.1.3. COMERCIO DE PAPA EN AMERICA LATINA

El escenario comercial en América Latina ha variado en los últimos tiempos y esta variación ha estado estrechamente ligada a los acuerdos comerciales multilaterales que se han suscrito en los últimos tiempos, como el Tratado de Libre Comercio de América

del Norte (TLCAN), el MERCOSUR, el Acuerdo de Complementación Económica entre Chile y México y los convenios que se negocian entre los miembros del Grupo de los Tres (México, Venezuela y Colombia), entre éstos y los países centroamericanos, y entre México y las naciones de la Comunidad Económica del Caribe (Caricom).[17] Este nuevo escenario comercial ha renovado el interés en intercambiar no sólo productos tradicionales como el café, el cacao, la carne y la caña de azúcar, sino también otros no tradicionales, como los hortícolas.

La aparición de nuevos mercados, tanto nacionales como internacionales, ha elevado la rentabilidad de la producción y el procesamiento de la papa, así como el interés de un número cada vez mayor de países por participar en el mercado. La economía de la papa está en rápida transformación.

4.1.3.1. Cambios en la Oferta y la Demanda de Papa en América Latina

Los cambios en la oferta son fundamentalmente tres. El primero es el importante crecimiento de la producción de papa: 2% en promedio en América Latina en los últimos 30 años. Es notable que dicho incremento se debe exclusivamente al aumento de la productividad; desde 1961 a 1994 los rendimientos promedio por hectárea pasaron de 7 a 13 toneladas (86% mayores), superiores a los de regiones como Asia y África, e incluso a los mundiales y de muchos países en desarrollo.

El segundo aspecto se refiere a un cambio en la producción: se deja de lado la producción para la subsistencia y se la orienta comercialmente. La tendencia a reducir el área sembrada en América Latina ha llevado a que la producción se concentre en las áreas de mayor productividad que, por tanto, disponen de mayores excedentes comercializables; aunque esta no es una práctica llevada a cabo en todos los países de América Latina.

---

[17] Juan José Palacios, "El nuevo regionalismo latinoamericano: el futuro de los acuerdos de libre comercio", Comercio Exterior, vol. 45, núm. 4, México, abril de 1995, pp. 295-302.

El tercer aspecto sobresaliente de la oferta de papa se relaciona con los cambios en el sistema de comercialización interna. Las mejoras en la infraestructura, como la construcción de mercados mayoristas modernos, mejores carreteras y más completos sistemas de información agrícola, han sido clave para el desarrollo de un sector papero cada vez más comercial. [18] En el Ecuador la infraestructura vial, la electrificación, la salud, y la educación tienen una mayor cobertura dentro de las zonas rurales del país; aunque todavía persisten los problemas de analfabetismo; pero sobretodo los problemas de comunicación son los que más aquejan a esos sectores.

Por otro lado, la estructura de la demanda de alimentos en América Latina ha variado al crecer la de productos procesados. Entre los fenómenos socioeconómicos más significativos detrás de este proceso están los cambios en los patrones de consumo y en el ritmo de vida, por el acelerado crecimiento de la población urbana en la mayoría de los países latinoamericanos,[19] la creciente incorporación de la mujer al mercado laboral formal, el incremento de los ingresos reales en algunos países, el aumento del turismo en la región, el auge en las comunicaciones (masivas) y la creciente influencia de la cultura occidental en el estilo de vida y los patrones de consumo de los habitantes de América Latina.[20]

Como se dijo, estos cambios en la demanda han representado, entre otras cosas, un fuerte estímulo para el desarrollo de la agroindustria de la papa en muchos países de la región, si bien las estadísticas disponibles (FAO) no permiten observar con claridad este fenómeno.

Es el caso de Colombia (12% de la producción tiene uso industrial), Panamá (más de 6.3%) y Guatemala (entre 3% y 4%). En la actualidad, la industria de procesamiento en

---

[18] Centro Internacional de la Papa (cip), *La papa en cifras,* Lima, Perú, 1996.

[19] Banco Mundial, World Development Report 1996. From Plan to Market, Washington, 1996, 241 páginas.

[20] Gregory J. Scott, "The Emerging World Market for Potatoes and Potato Products with Particular Reference to Developing Countries", Economie et Gestion Agro-Alimentaire, núm. 30, enero de 1994, pp. 19-27.

Colombia absorbe entre 350 000 y 400 000 toneladas de papa de una cosecha total de 2.8 millones. [21]

El impresionante crecimiento de la industria de comida rápida (*fast-food*) es parte de esta tendencia. Un indicador de ello es el aumento del número de restaurantes de la cadena transnacional McDonald's en los países latinoamericanos, donde en menos de un decenio aumentaron 571%, al pasar de 99 a 665 locales.

Todos estos cambios en la oferta y la demanda de papa en la región han modificado los patrones de importación y exportación, al incorporar nuevos productos y diversificar el intercambio comercial.

4.1.3.2. América Latina en el Comercio Mundial de la Papa

Las hojuelas, el almidón, las harinas y las diversas formas de papa congelada procesada se suman a los tradicionales rubros comerciales de papa para consumo y semilla. El intercambio internacional de papa procesada, a pesar de que no lo registran de manera sistemática organizaciones como la FAO, ha crecido en importancia.

Se calcula que el comercio de papa en escala mundial, incluido el intercambio entre los 12 países de la Unión Europea, podría haber alcanzado los 10 millones de toneladas anuales, es decir, cerca de 4% de la producción anual mundial. Este porcentaje no es nada despreciable, si se toma en cuenta que la exportación de arroz representa 3% de la producción mundial.

Se aprecian cuatro grandes tendencias en el comercio mundial de papa: mayor dinamismo, mayor participación de los países en desarrollo, mayor diversificación de la

---

[21] Pedro Rodríguez y Armando Rodríguez, "Algunos aspectos de la industrialización de papa en Colombia", Revista Papa, núm. 5, 1992, pp. 4-7.

oferta y demanda y mayor rentabilidad del cultivo como rubro comercial. El dinamismo de las exportaciones es mayor en los países en desarrollo.

En el caso de América Latina, sin embargo, a pesar de que el volumen exportado ha crecido más que el importado, la región continúa siendo básicamente compradora. Las notables excepciones son Argentina, Chile y Colombia

CUADRO NO. 3

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE PAPA EN AMERICA LATINA AÑO 1999		
	Importaciones Tm	**Exportaciones Tm**
América Latina	***94.164***	***49.296***
Cono Sur	*27.202*	*29.579*
Brasil	14.066	2.078
Uruguay	6.398	1.615
Argentina	5.525	22.610
Paraguay	1.080	-
Chile	133	3.276
Zona andina	*66.962*	*19.717*
Venezuela	64.915	20
Bolivia	1.834	-
Ecuador	109	1.440
Colombia	103	18.236
Perú	1	21

Fuente: FAO

Elaboración: Autora

El volumen importado por América Latina, que suma casi 20 millones de dólares para 1999 (ver anexo 4) se concentra en pocos países, entre los que destacan Venezuela, en primer lugar, Brasil en segundo lugar y Uruguay en tercer lugar.

Las estadísticas de la FAO, al referirse al comercio de papa procesada, subestiman no sólo el volumen exportado e importado, sino también el número de países que se han incorporado al intercambio comercial en los últimos decenios. Algunos ejemplos de éstos son Corea, Taiwan y Hong Kong en Asia, y Brasil y Chile en América Latina (importadores de papa congelada proveniente de Estados Unidos)[22], países del África del Norte (compradores de papa holandesa), y Brasil, Argentina y Venezuela, receptores de papa procesada de Canadá.[23]

Otra tendencia, ligada a la anterior, es diversificar la demanda mundial, con la incorporación de productos procesados congelados y envasados.

En América Latina la mayoría de los países importa papa procesada, en especial los del Cono Sur. En sólo cuatro años las exportaciones de papas fritas congeladas de Estados Unidos, los Países Bajos y Canadá hacia esta región han crecido de 70.216 a 280.381 toneladas, en particular a países como México, Brasil, Chile, Argentina y Venezuela, como se aprecia en el cuadro siguiente.

---

[22] World Horticultural Trade & U.S. Export Opportunities, Situation and Outlook for Frozen French Fries, 1995.
[23] Ibid.

CUADRO NO. 4

IMPORTACIÓN DE PAPAS FRITAS CONGELADAS

América Latina y el Caribe: importaciones de papas fritas congeladas 1 (ton)								
	1991-1992				1994-1995			
	Estados Unidos	Países Bajos	Canadá	*Total*	Estados Unidos	Países Bajos	Canadá	*Total*
Cono Sur	504	999	1336	2838	18761	10674	21845	51280
Brasil	219	989	577	1 784	12 184	5 998	13 903	32086
Chile	134	10	108	252	3734	3490	2197	9420
Uruguay	–	–	149	149	932	613	1 018	2 563
Argentina	150	–	502	653	1 912	573	4727	7211
Zona andina	27	–	1323	1350	1361	428	916	10319
Ecuador	20	–	–	20	949	–	16	965
Colombia	7	–	16	24	192	42	497	730
Perú	–	–	83	83	221	–	1611	1832
Venezuela	–	–	1224	1224	–	–	6792	6792
Centroamérica y el Caribe	6122	1496	4920	12538	14377	1846	15551	31774
Guatemala	429	–	–	429	3950	–	–	3950
Antillas Neerlandesas	359	–	1 320	1 679	1546	–	2 721	4267
El Salvador	227	–	–	227	1495	–	140	163
Jamaica	481	–	–	481	1402	–	1719	3121
Honduras	316	–	–	316	1213	–	350	1562
Belice	787	–	–	787	996	–	19	1015
Bahamas	2322	–	436	2758	803	–	578	1381
República Dominicana	74	–	116	190	796	55	10	861
Costa Rica	315	–	–	315	610	–	18	629
Otros2	812	1496	3048	5356	1565	1791	9996	13352
México	14649	–	541	15190	33385	–	688	34073
Total	*21302*	*2495*	*8120*	*31916*	*67885*	*12562*	*47000*	*127446*

1. En base a peso de papa fresca utilizando una libra de papa congelada como equivalente a dos libras de papa fresca y convertido a toneladas métricas.
2. En el caso de los Países Bajos, las exportaciones se dirigieron principalmente a Curazao, Aruba, Martinica, Guadalupe, Haití, Anguilla y Bahamas; en el de Canadá, a Trinidad y Tabago, Jamaica, Bermuda, Barbados y Cuba.

Fuente: U.S. National Potato Board, informe preparado por Trade Stats Nortwest/Pacific, Vision, 1996, 84 pág.

Elaboración: Autora

Si se incorpora la importación total de productos procesados provenientes de aquellos tres países a América Latina se obtiene una cifra cercana al medio millón de toneladas en peso equivalente a papa fresca.

Sólo en Estados Unidos, los ingresos de divisas en promedio anual por concepto de exportación de papa procesada fueron de 357 millones de dólares en 1992-1994. [24]

4.1.4. ARANCELES Y ACUERDOS

Desde los años ochenta, cuando se discutió el proteccionismo agrícola en la Ronda de Uruguay del Gatt, es cada vez más claro que la competitividad de los países latinoamericanos dependerá de la adaptación a las nuevas reglas que buscan liberalizar el comercio mundial de productos agropecuarios.

Los acuerdos de dicha Ronda en 1994, tras cerca de ocho años de negociaciones, fueron tomados como un gran paso hacia la liberación multilateral del comercio, en especial en los países latinoamericanos. Como consecuencia se obtendría mayor acceso a mercados internacionales, mediante la reducción sistemática de los subsidios a la exportación y de los aranceles, así como la eliminación de cuotas de importación y de otras barreras no arancelarias[25]. Los aranceles de los países en desarrollo debían reducirse en un promedio de 24%.

En lo que respecta a la papa, se identificaron seis líneas arancelarias (que incluyen, entre otros, la papa fresca, la congelada, la harina y el almidón) que deberían disminuirse hacia fines del año 2004.[26] En ese acuerdo también se convino en que se evitaría que los

---

[24] Bureau of the Census, U.S. Department of Commerce, 1995.
[25] Alan Robinson, "Implications for Trade in Latin America", The International Review of World Trade, 1996, pp. 103-107.
[26] FAO, El papel de la agricultura en el desarrollo, Santiago, Chile, 1995, 39 páginas.

países impusieran de manera arbitraria, medidas sanitarias que pudieran limitar el comercio de los productos agrícolas.

La adopción de estas nuevas reglas comerciales ha tenido problemas operativos en algunos países latinoamericanos debido a que las reducciones arancelarias no se han dado de modo simultáneo. En Centroamérica, por ejemplo, se ha traducido en el incremento de embarques ilegales (de papa para consumo importada, en el caso de Costa Rica). Otro es la falta de difusión e información acerca de la situación arancelaria en los países vecinos, con similares consecuencias.

La Organización Mundial de Comercio (OMC), sucesora del Gatt, tiene el objetivo de regular las áreas de libre comercio en la economía mundial, corrigiendo las distorsiones generadas por medidas unilaterales proteccionistas.

4.1.5. EL COMERCIO EXTERIOR DE LA PAPA EN ECUADOR

El comercio exterior de la papa que mantiene el Ecuador se da en dos formas: la una legal, que analizaremos puesto que se cuenta con datos y registros de cifras oficiales; y la otra que se realiza a través del comercio informal, con los países vecinos, en especial con Colombia.

La papa es un producto que no está incluido dentro del mecanismo de franja de precios; pero por otro lado, dentro del proceso de las negociaciones de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), es un producto incluido en la lista de productos liberalizados del pago de aranceles dentro del comercio regional andino.

En su gran mayoría el tradicional comercio binacional entre Ecuador y Colombia no está registrado, ya sea por tradición o por evitar determinados trámites administrativos engorrosos o algún incremento en los costos de comercialización. Funciona como vasos

comunicantes que mantienen los comerciantes vecinos de acuerdo a la fluctuación de precios, y que ninguna de las autoridades de Ecuador o Colombia, han podido normar.

4.1.5.1. Exportaciones de papa

Las cifras presentadas en el cuadro No. 5 hacen referencia a las exportaciones de papa del período 1992—1999. En ellas se observa que las exportaciones de papa desde el Ecuador al resto del mundo son poco significativas. El promedio exportado es de 1585,28 toneladas anuales, existiendo años con exportaciones superiores. Los años 1997 y 1998 registran los más altos volúmenes de exportaciones con 3.157 ton y 6.147 ton; respectivamente.[27]

CUADRO NO. 5

EXPORTACIONES DE PAPA PERIODO 1992-1999

EXPORTACIONES DE PAPA

en toneladas y miles de dólares

Año	Código	Descripción	Toneladas	Valor FOB
1992	701900000	LAS DEMAS	2,38	13,17
1993	701900000	LAS DEMAS	1.269,56	24,34
	710100000	PAPAS (PATATAS)	0,20	0,02
1994	712100000	PAPAS(PATATAS), INCLUSO CORTADAS EN TROZOS O EN RODAJAS	35,00	3,50
	710100000	PAPAS (PATATAS)	72,00	72,36
1995	710100000	PAPAS (PATATAS)	112,32	109,12
	2005200000	PAPAS (PATATAS)	176,00	24,00
	701900000	LAS DEMAS	1.010,00	89,20
1996	710100000	PAPAS (PATATAS)	54,94	58,59
	2005200000	PAPAS (PATATAS)	14,97	51,49
	701900000	LAS DEMAS	88,69	98,44
1997	701900000	LAS DEMAS	3.157,79	762,37
1998	701900000	LAS DEMAS	6.147,61	869,99
1999	2004100000	PAPAS (PATATAS)	0,63	0,33
	701900000	LAS DEMAS	540,15	425,16

Fuente: BCE

Elaboración: Autora

[27] Se incluyen exportaciones de papa procesada.

Cabe señalar que las cifras registradas por el Banco Central del Ecuador presentan serias inconsistencias en cada una de las respectivas variables (volumen, valor y en especial en el precio por tonelada).

Las exportaciones en su mayoría se canalizan a Colombia; comercio formal que se complementa con las exportaciones no declaradas del tubérculo hacia ese país. De las cifras presentadas y experiencia real, se puede decir que Colombia es el mercado natural del comercio exterior de papa del Ecuador, aspecto motivado, más que por consideraciones de competitividad, por su relación de países vecinos fronterizos; el flujo desde y hacia Colombia depende de la situación de los precios y producción en las zonas vecinas; la provincia del Carchi en el Ecuador y el Departamento de Nariño en Colombia.

A continuación se presentan los códigos y la descripción de las partidas Nandina para la papa; mientras que en el anexo 5, se presenta la información sobre las exportaciones de papa del Ecuador al resto del mundo, en el período 1992-1999 según características del producto bajo la denominación de partidas arancelarias.

CUADRO # 6

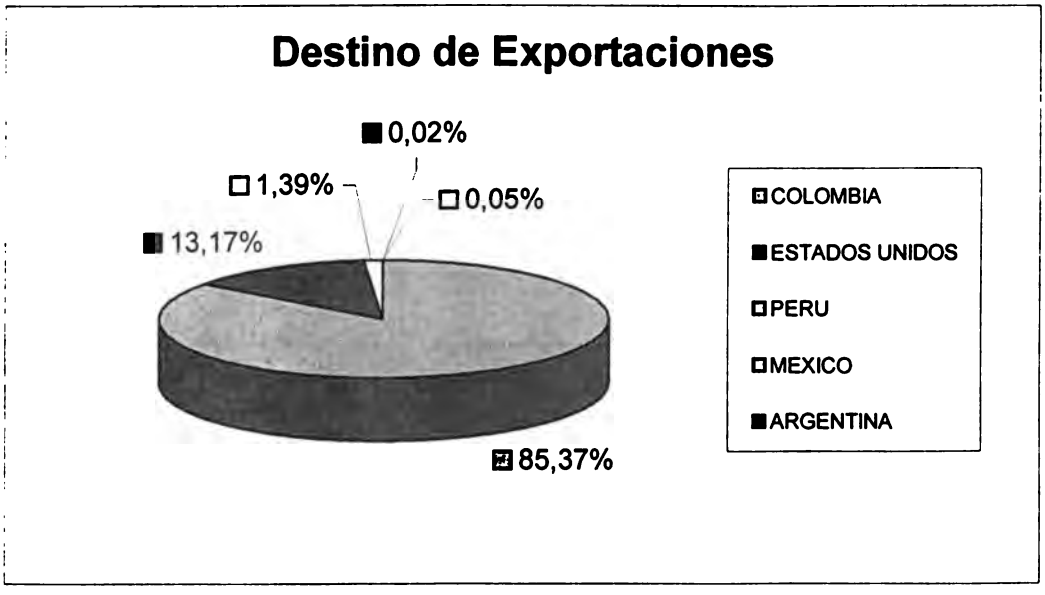
BANCO CENTRAL DEL ECUADOR NOMENCLATURA papa	
Código	**Descripción**
0701000000	Papas (patatas) frescas o refrigeradas.
0701100000	Para siembra
0701900000	Las demás
0710100000	Papas (patatas)
0712100000	Papas (patatas), incluso cortadas en trozos o en rodajas, pero sin otra preparación.
1105000000	Harina, sémola, polvo, copos, gránulos y "Pellets" de papa (patata).
1108130000	Fécula de papa (patata).
2004100000	Papas (patatas). -Las demás hortalizas preparadas o conservadas congeladas
2004100010	Papas simplemente cocidas (excepto en agua o al vapor)
2005200000	Papas (patatas). -Las demás hortalizas preparadas o conservadas sin congelar.

Fuente: www.bce.fin.ec. Banco Central del Ecuador.
Elaboración: Autora

De las cifras se establece que las exportaciones de papas se realizan de dos formas básicamente: en fresco (partida 07.01.9000, las demás), la misma que representa alrededor del 96% del total exportado en el período de análisis, y una parte mínima (2%) se exporta en forma de papa congelada (partida 07.10.1000). Esta información consta en el Anexo 6.

En el gráfico siguiente se presenta la información sobre el destino de las exportaciones de papa durante el período de análisis. Las exportaciones de papa desde el Ecuador durante el período 1992-1999 se han canalizado hacia varios países, de los cuales, destacan nítidamente Colombia con el 85,37% del volumen total y EE.UU. con el 13,17%; el restante 1,45% se reparte entre otros países.

GRAFICO NO. 06



No deja de llamar la atención el hecho de que, la mayor parte de las exportaciones de papa del Ecuador se canalicen hacia Colombia, a pesar de que éste país registra una mayor productividad y actualmente es el mayor exportador de papas en Latinoamérica.

Esta situación de las exportaciones hacia Colombia, se explicaría, en el hecho que los precios al consumidor de los alimentos en general y el de la papa entre ellos, en ese país son más altos, debido a la estructura salarial, nivel de vida, así como el grado de incorporación de valor agregado a los productos de origen agropecuario.

CUADRO NO. 7

VOLUMEN DE LAS EXPORTACIONES DE PAPA DEL ECUADOR POR PAISES

PERIODO 1992-1999

DESTINO DE EXPORTACIONES DE PAPA
1992-1999

en toneladas

Destino	Toneladas
COLOMBIA	10.826,510
ESTADOS UNIDOS	1.670,693
PERU	176,326
MÉXICO	5,830
ARGENTINA	2,376
HOLANDA(PAISES BAJOS)	0,300
FRANCIA	0,200
REINO UNIDO	0,001

Fuente: BCE
Elaboración: Autora

4.1.5.2. Importaciones de Papa

Las importaciones de papa se realizan en diferentes formas ya sea en papa entera fresca, natural o congelada; papa procesada (congelada o sin congelar); y, con diferentes niveles de preparación. De acuerdo a las características antes mencionadas la papa se ubica en las diferentes partidas de la NANDINA, las cuales fueron anteriormente mencionadas.

Dentro del comercio internacional agropecuario, en lo referente a las importaciones del

Ecuador, al igual que otros países de la CAN, se aplica el mecanismo de franja de precios para determinados productos de origen agropecuario (trigo, maíz, cebada, arroz, soya, leche, carne de aves, entre los principales). Cuyo objetivo es evitar las distorsiones de mercado, en especial los precios demasiado bajos, que por motivos extra económicos se puede observar en el mercado mundial.

En el Ecuador dada la poca trascendencia del mercado externo de la papa, este cultivo no esta incluido en el mecanismo de la franja de precios.

El arancel vigente de importaciones de papa se presenta en el cuadro No. 08

CUADRO # 8

ARANCEL DE IMPORTACIONES PARA LA PAPA
(% ad-valorem)

Partida	Descripción	Arancel Externo Común	Incremento de Marzo 27/98 al dic 31/98	Modificación rebaja 50% del incremento del arancel enero a marzo de 1999	Arancel vigente
0701.10.00	Para siembra	5	0	0	5
0701.90.00	Las demás	15	4	2	17
0710.10.00	Papas aunque cocidas en agua o vapor congeladas	15	4	2	17
2004.10.00	Papas preparadas congeladas	20	5	2.5	22.5
2005.10.00	Papas preparadas sin congelar	20	5	2.5	22.5

Fuente: Marco Herrera y otros, Estudio sobre el subsector de la papa en el Ecuador, Pag.101. Registros oficiales. Marzo 1998; enero 1999
Elaboración: Autora

Del análisis del cuadro anterior se establece que los aranceles negociados a nivel de la CAN fueron incrementados el 27 de marzo de 1998 por el Gobierno Interino del Dr. Fabián Alarcón, argumentando la crisis fiscal y la necesidad de contar con recursos para enfrentar los efectos producidos por el fenómeno de El Niño y que estuvieron vigentes hasta el 31 de diciembre del mismo año. Posteriormente en el Gobierno del Dr. Jamil Mahuad se redujeron en un 50%, situación que tendrá vigencia hasta el 31 de marzo de

1999, aunque la situación fiscal del país hace prever que este sobrecargo en el arancel podría mantenerse. La decisión del Ecuador, de incrementar un arancel extra al acordado dentro de la CAN, significó un incumplimiento del país respecto a las decisiones alcanzadas, situación que coloca en mal predicamento la conducta del país al interior del Grupo Andino.

Desde una perspectiva económica, este incremento del arancel para terceros países podía haber tenido alguna ventaja para Colombia; sin embargo las estadísticas oficiales demuestran lo contrario.

En el Anexo No 7 se presenta el comportamiento de las importaciones de papa en sus diversas formas (partidas) durante el período 1990-1999.

De las cifras se observa que durante el período de análisis las importaciones se ubican en un promedio de 693 toneladas con un consumo de divisas promedio anual de 450.000 dólares; siendo los últimos años, más exactamente a partir de 1994 cuando los volúmenes y valores de estas importaciones son mas significativos.

Según el tipo de papa que se importa, se observa que la mayoría de volumen importado se lo realiza en forma de papa (aunque este cocida en agua o en vapor, congelada, partida 07.10.10000), durante el período a esta partida le correspondió el 60% del volumen total importado, presentado en el cuadro No. 09

CUADRO NO. 9

IMPORTACIONES DE PAPA SEGÚN PARTIDA NANDINA
Período 1990-1999

en toneladas y miles de dólares

Código	Descripción	Toneladas	Valor FOB	Valor CIF	Porcentaje
701900000	LAS DEMAS	1.167,07	614,14	786,71	16,82
710100000	PAPAS (PATATAS)	4.211,00	2.622,08	3.567,05	60,68
1105200000	COPOS, GRANULOS Y "PELLETS"	846,04	530,12	622,13	12,19
2005200000	PAPAS (PATATAS)	715,49	725,30	896,05	10,31

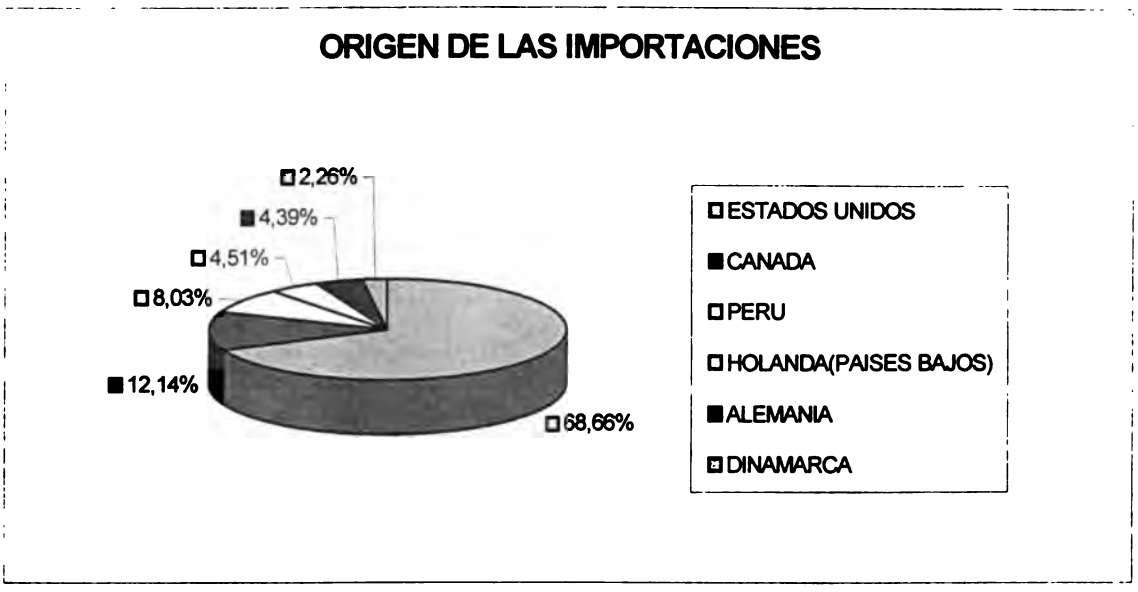
Fuente: BCE

Elaboración: Autora

Adicionalmente y con la finalidad de tener una información más detallada, en los anexos No 8 al 8, 10 presenta la información sobre las importaciones registradas, tanto en volumen como en valores para cada partida y según país.

En el Gráfico No. 07 se presenta la información sobre el origen de las importaciones , durante el período de análisis 1990-1999; y se puede observar que las importaciones de papa provienen básicamente de los EE.UU.

GRÁFICO # 07



Al analizar el cuadro No. 10, llama la atención el hecho que las importaciones registradas desde Colombia sean marginales, aún cuando este país tiene mayores ventajas, no solo por su trayectoria en la producción y en el comercio regional de la papa, sino también, por estar exento del pago de derechos como país miembro de la CAN. Esta situación confirmaría la opinión de que existe un amplio comercio no registrado desde Colombia hacia Ecuador.

CUADRO 10

IMPORTACIONES DE PAPA SEGÚN ORIGEN Y PARTIDA NANDINA
Período 1990-1999
En Porcentaje

Código	Descripción	País	Porcentaje
701100000	PARA SIEMBRA	PERU	99,73%
		ALEMANIA	0,27%
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	0,00%
701900002	LAS DEMAS	ESTADOS UNIDOS	67,33%
		CANADA	28,09%
		BELGICA	2,04%
		OTROS PAISES	2,55%
710100000	PAPAS (PATATAS)	ESTADOS UNIDOS	81,02%
		CANADA	12,23%
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	4,73%
		OTROS PAISES	2,03%
712100000	PAPAS(PATATAS), INCLUSO CORTADAS EN TROZOS O RODAJAS	PERU	93,08%
		ESTADOS UNIDOS	4,72%
		PANAMA	2,17%
		OTROS PAISES	0,04%
1105100000	HARINA, SEMOLA Y POLVO	CHILE	77,21%
		ESTADOS UNIDOS	22,70%
		OTROS PAISES	0,10%
1105200000	COPOS, GRANULOS Y "PELLETS"	CHILE	85,86%
		ESPANA	13,73%
		ESTADOS UNIDOS	0,41%
1108130000	FECULA DE PAPA (PATATA)	ALEMANIA	33,37%
		DINAMARCA	20,14%
		PERU	17,08%
		FRANCIA	12,80%
		BELGICA	8,22%
		ESTADOS UNIDOS	5,62%
		OTROS PAISES	2,77%
2004100000	PAPAS (PATATAS)	ESTADOS UNIDOS	60,54%
		HOLANDA(PAISES BAJOS)	17,28%
		CANADA	10,03%
		BELGICA	8,12%
		ALEMANIA	3,78%
		OTROS PAISES	0,25%
2005200000	PAPAS (PATATAS)	ESTADOS UNIDOS	96,59%
		ESPANA	2,88%
		OTROS PAISES	0,52%

Fuente: BCE
Elaboración: Autora

En la partida 07.01.10.00 que corresponde a papa para siembra, es importante la presencia del Perú, situación que se explica en virtud del Acuerdo Bilateral Ecuador-Perú (mayo 1994), que establece una lista de productos procedentes del Perú para los cuales el Ecuador exoneró el 100% de derechos arancelarios ad-valorem y dentro de la cuál esta incluida dicha partida.

A esta fecha, el volumen de las importaciones sigue siendo poco significativo dentro de la oferta interna de papas: alrededor del 0,2%; sin embargo se nota un crecimiento muy significativo en los últimos años. Durante 1997 y 1998 se utilizó algo más de un millón de dólares en importaciones, valores que convertidos en sucres a la tasa vigente representan un valor casi similar a los montos entregados por el Banco Nacional de Fomento como crédito a la actividad papera del país.

Las razones de estos incrementos en las importaciones de papa hay que buscarlas en los precios nacionales e internacionales. En el desarrollo del presente estudio se pudo detectar que la papa congelada tipo francesa, de origen importado, es más barata a nivel de consumidor de un 10% a un 15%. En lo referente al otro tipo de papa que se importa (las demás, papa en fresco) se pudo detectar que el precio del producto importado es casi igual al nacional. Los precios de venta al publico de la papa frita, tanto chips como francesa, alcanzan niveles bastante altos en los centros de expendio de comida rápida, por lo tanto, cubren holgadamente el costo de la papa importada por estos establecimientos.

Las importaciones de papa en sus diversas formas, las realizan principalmente los grandes centros de expendio de comidas rápidas y de venta de pollos, entren estos centros se destaca Agrofrío, Burger King, Pollo Tejano, Pollo Campero; McDonald's, Pollos Gus, Pollos horneado Stav, Kentuky; de igual manera se importa papa tanto en estado natural como procesado por parte de los grandes centros comerciales tales como: Supermaxi, Mi Comisariato y otros. También algunas empresas industrializadoras de papa frita tipo chips realizan estas importaciones.

De acuerdo al lugar de expendio de la papa importada, se puede deducir que el consumo se concentra en los estratos de ingresos medios y altos de la sociedad ecuatoriana, donde los precios son significativamente más altos. Del estudio se pudo establecer que el precio de un kilogramo de papa importada o nacional preparada congelada era de S/.4.940 (promedio en 1998) mientras que un kilogramo de papa fresca natural no sobrepasaba los S/2.343 a la misma fecha.[28]

Respecto a la situación futura de las importaciones de papas es muy probable que una vez que el arancel vuelva a su nivel anterior, los volúmenes de importaciones lleguen a crecer, sobre todo de papa destinada para la industria y procesamiento. Esto amerita profundizar la investigación para elevar la productividad del cultivo de las variedades demandadas por la industria, fortalecer aquellos procesos de integración entre productores, investigación, tecnología y agroindustria. Por otro lado será necesario reflexionar sobre el significado del proceso de apertura y liberación del comercio, entendiendo que el mismo, no significa dejar sin apoyo a la producción nacional.

4.1.6. COMPETITIVIDAD DEL ECUADOR EN EL MERCADO MUNDIAL DE LA PAPA

Respecto a la competitividad del Ecuador en el mercado internacional de la papa con relación a otros países productores, se puede indicar que las posibilidades del país al momento son mínimas, por cuanto el Ecuador presenta un rendimiento que comparado con los de otros países, es uno de los más bajos, sólo superior a Bolivia. En virtud de que Colombia es un país vecino, con una importante producción de papas que el comercio con el mismo es significativo, creemos que es útil analizar los aspectos de competitividad del Ecuador con respecto a Colombia.

En primer lugar, al comparar el rendimiento de Ecuador respecto a Colombia

[28] Marco Herrera y otros, Estudio sobre el subsector de la papa en el Ecuador, 1998, Pág.121.

(competidor natural de Ecuador) se observa que la productividad en el cultivo es inferior en un 50% (7,4 toneladas en Ecuador frente a 15,5 toneladas en Colombia).

Sin embargo de aquello, Ecuador tiene alguna ventaja con las zonas fronterizas de sus países vecinos, la misma que se sustenta en los costos más bajos por hectárea en el rubro mano de obra (BNF; Rodríguez, 1996).

Respecto al Perú esta ventaja se reduce, debido a la distancia existente entre las principales zonas productoras del país y el mercado peruano; sin embargo, la consecución de la paz con el país vecino, permite vislumbrar mejores posibilidades en el intercambio del producto, a pesar de que en la actualidad hay restricciones sanitarias para vender papa al Perú debido a la presencia de polilla en los cultivos en Ecuador.

Este esfuerzo metodológico en primer lugar es bastante limitado y se lo debe tomar más como una referencia puntual antes que a una tendencia; en efecto las limitaciones de información no han permitido un análisis de una serie de años sino tan solo a un año (1993). Para estos fines se tomaron los datos sobre costos de producción que prepara el Banco Nacional de Fomento los que han sido expresados en dólares en base a la tasa de cambio del mercado libre (promedio de compra y venta)

De los datos del BNF, se observa que el costo directo ponderado de una ha de producción equivale a 3´200.000 sucres valor que al dividirlo para 1916. 91 (tasa de cambio); se obtiene que, el costo directo de 1 ha de papa en dólares es de 1669,35 y que al dividirlo para el rendimiento de una ha se obtiene el costo directo de una tonelada de papa en el Ecuador igual a 222,6 dólares.

Para el cálculo de producción en Colombia se utilizo la información contenida en el estudio "La papa y el desarrollo económico en Colombia" en el cuál se establece en 1.596.000 pesos el costo directo de una ha de cultivo que convertido a dólares representa 1.982,4 (tasa de cambio 802,24 pesos por dólar), valor que al dividirlo para el rendimiento 15.4 toneladas por ha. se obtiene un costo directo de 129, 2 dólares por tonelada de papa en dicho país.

Adicional al factor agronómico (productividad), es importante el efecto que tienen sobre la relación de precios otros factores tales como; situación de la producción en cada país en especial en sus provincias o departamentos vecinos; la tasa de cambio vigente en cada país; la relación entre el sucre y el peso; y la situación macroeconómica existente en los dos países.

Dada la importancia de la productividad como factor determinante en la competitividad de los países, en el cuadro No. 11 se presenta la información sobre los rendimientos de cultivo de papa en los países latinoamericanos.

CUADRO NO. 11

RENDIMIENTO PROMEDIO DE CULTIVO DE PAPA EN LATINOAMERICA (TM/HA)

PAIS	AÑOS									
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
PARAGUAY	6,70	4,98	5,60	5,60	5,94	6,01	6,13	6,18	6,19	6,00
VENEZUELA	13,22	14,22	15,32	17,06	18,16	16,56	17,29	17,99	15,24	18,45
URUGUAY	9,50	10,17	9,23	8,59	9,33	10,06	10,94	15,09	15,75	16,39
BRASIL	14,11	14,03	14,04	14,61	14,48	15,23	14,76	15,27	15,64	16,46
PROMEDIO GRUPO ANDINO	*8.88*	*8.99*	*9.10*	*9.32*	*9.52*	*9.57*	*10.04*	*10.23*	*9.34*	*10.48*
COLOMBIA	15,27	15,67	15,57	15,45	15,94	16,20	16,13	16,29	15,46	16,10
PERU	7,88	7,95	7,43	8,39	9,33	9,78	10,06	9,65	9,63	11,25
ECUADOR	7,17	7,13	7,74	7,47	8,11	7,16	8,49	8,96	8,64	8,04
BOLIVIA	5,18	5,23	5,67	5,98	4,73	5,12	5,50	6,01	3,64	6,54
PROMEDIO CONO SUR	*17.65*	*17.40*	*18.15*	*17.81*	*19.20*	*21.32*	*18.39*	*21.95*	*21.71*	*22.97*
ARGENTINA	20,27	20,57	19,90	21,03	23,02	27,43	22,89	27,46	29,37	29,49
CHILE	15,03	14,22	16,40	14,59	15,38	15,22	13,89	16,44	14,05	16,45
PROMEDIO AMERICA LATINA	***11,43***	***11,42***	***11,69***	***11,88***	***12,44***	***12,88***	***12,61***	***13,94***	***13,36***	***14,52***

Fuente: FAO Anuarios de producción. Varios años

Elaboración: Autora

Al analizar las cifras sobre los rendimientos en el año 1999, se observa que, el más alto lo alcanza Argentina con casi 30 toneladas por ha, así mismo Chile y Brasil registran rendimientos bastantes aceptables con 16 y 16,4 toneladas por ha, respectivamente.

A pesar de estos importantes niveles, todavía están muy distantes de los alcanzados en

los países desarrollados y que son los principales países de los cuales importamos la papa: Holanda con 45 tm/ha; Bélgica-Luxemburgo con 45 tm/ha; ; EEUU con 40 tm/ha y Canadá con 27 tm/ha.

CUADRO NO. 12

RENDIMIENTO PROMEDIO DE CULTIVO DE PAPA EN PAISES DESARROLLADOS (Tm/ha)

PAIS	AÑOS									
	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
HOLANDA	40,21	38,77	40,87	46,38	41,45	41,01	43,68	44,32	41,33	45,67
BELGICA - LUXEMBURGO	38,57	39,82	45,76	49,94	44,63	42,38	45,69	52,23	41,34	45,14
EEUU	32,88	34,06	36,25	36,48	37,94	36,24	39,19	38,82	38,43	40,23
CANADA	25,10	23,83	29,14	26,55	27,66	26,60	27,73	27,42	27,73	27,25

Fuente: FAO Anuarios de producción. Varios años
Elaboración: Autora

A nivel del grupo andino, se observa que los rendimientos más altos lo alcanzan Venezuela y Colombia; sin embargo destaca como productor y exportador Colombia, con un rendimiento que se ubica en 16,10 tm/ha; por otro lado, los rendimientos más bajos se observan en Bolivia y Ecuador con 6,54 tm/ha y 8,04 tm/ha en el año 1999 respectivamente. En el caso de Ecuador tomando a Colombia como nuestro referente natural, nos ubicamos en un 50% por debajo de sus rendimientos, situación que es mucho mas dramática al compararla con otros países desarrollados.

4.2. MERCADO Y COMERCIALIZACION INTERNA DE LA PAPA

4.2.1. CARACTERIZACIÓN DEL CULTIVO DE LA PAPA

El Ecuador está ubicado en la mitad del mundo, con características especiales por su localización geográfica y estructura biofísica, particular que le ha permitido desarrollar

actividades agrícolas correspondientes a diferentes pisos climáticos que se ven modificados por su estructura física.

La papa, se cultiva en altitudes que oscilan entre 2.700 y 3.400 m.s.n.m. En los últimos años, alrededor de 60.000 ha. producción que se localiza principalmente en las provincias de Carchi, Chimborazo, Tungurahua; Pichincha, Cotopaxi y Cañar.

El tubérculo constituye, desde épocas pasadas hasta la actualidad, un producto de amplio consumo nacional, no solo en los estratos bajos y medios, sino también, en los altos de la población ecuatoriana, su consumo es mayor en la región de la sierra y constituye parte del amplio repertorio culinario del país.

En tal virtud, el tubérculo constituye un elemento importante en la esfera del consumo así como en la producción por los ingresos que genera, el número de empleos que brinda y por todo el efecto multiplicador directo e indirecto que representa su comercialización, procesamiento y en menor escala su industrialización.

El cultivo de la papa, siendo parte importante de la actividad agropecuaria, no está ajena a los problemas del subsector agropecuario; los cuales se expresan en una insuficiente innovación tecnológica, caracterizado por un limitado parque de maquinaria agrícola; falta de dinamismo en la inversión de insumos e infraestructura productiva; escasa inversión estatal en la investigación agropecuaria; y, asistencia técnica limitada (transferencia de tecnología y capacitación). Así mismo, existen: deficiencias en el sistema para financiar el proceso productivo; distorsiones en los mecanismos de mercado; bajos niveles de concertación en el sector; y, ausencia de políticas de seguridad alimentaria.

De acuerdo con un estudio hecho por el PRSA, se estima que existen alrededor de 41.542 productores, lo que significa que cerca de 250.000 personas dependen de los ingresos de esta actividad, a los que se suman 100.000 personas involucradas en las actividades productivas y de comercialización como: agentes de comercialización,

transporte, carga y descarga. En referencia al tipo de mano de obra empleada en el cultivo de papa, según categoría de ocupación, es llamativo en hecho que un alto porcentaje (49,8%) es mano de obra familiar, esto demuestra la importancia del trabajo familiar en el desarrollo de la actividad. La mano de obra asalariada llega al 12,3%. No existen datos exactos sobre el número de propietarios, ni personas involucradas en las actividades de su procesamiento, industrialización y expendio.

Respecto a la generación de empleo, la actividad absorbe 9 millones de jornales y es uno de los cultivos de mayor demanda de mano de obra. En el cuadro # 13 se puede apreciar la generación de empleo de la cadena para 1999 y en el Anexo 11 la generación de empleo para 1990 y 1998.

CUADRO # 13

Generación de empleo
1999

Tipo de empleo	Producción Primaria 85%	Agroindustria 10%	Comercio 5%	Total 100%
PEA Papa	71.329			
Propietarios	51.536		3.032	60.630
Empleos Permanentes	3.031		178	3.566
Empleos Temporales	6.063		357	7.133
Total	60.630	7.133	3.566	71.329
Calificación del Trabajo				
No calificado	42.053		3.424	52.324
Calificado	2.425		143	2.853
Total	44.478		3.567	55.177
Mujeres (45%)	27.283	3.210	1.605	32.098
Hombres (55%)	33.346	3.923	1.962	39.231
Total	60.629	7.133	3.567	71.329

Fuente: Encuesta de Hogares INEC 1998
Elaboración: Autora

Para el sector agroindustrial se asume que absorbe el 10% del personal dedicado a esta actividad; es decir 7.133 personas, un crecimiento del 1,95% respecto al año anterior.

Es una actividad que se ubica entre las más importantes en generación de valor agregado; una hectárea de papas reporta un ingreso bruto a junio de 1999 en aproximadamente mil doscientos dólares, cifra superior a otros cultivos. El aporte en el valor de la producción en la subrama "otros productos agrícolas" llega al 0.2%.

El sector papicultor enfrenta ***fortalezas*** como son los primeros contactos sobre acuerdos de competitividad entre los diferentes actores de la cadena; ***debilidades*** con el uso inadecuado de paquetes tecnológicos a las condiciones socioeconómicas de los productores, alta dependencia de los riesgos naturales, presencia de un elevado número de intermediarios; ***amenazas*** de los problemas coyunturales de contrabando y prácticas desleales de comercio, la continuación de la migración campo - ciudad; y ***oportunidades*** de competitividad frente a otros cultivos con los cuales disputa recursos productivos, se puede señalar que este cultivo tiene ventajas competitivas frente a otros, como el maíz suave, leguminosas y hortalizas.

4.2.2. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL CULTIVO

La producción de papa se concentra casi en su totalidad en la sierra con el 99.7%, siendo la provincia del Carchi la de más alta participación, seguida de Chimborazo y Tungurahua. La Costa y el Oriente poseen niveles marginales de producción cercanos al 0%.

4.2.3. ESTACIONALIDAD EN LA PRODUCCIÓN

Las fechas de siembra o cosecha están relacionadas con el clima local. Las principales épocas de siembra de papa son noviembre y mayo. En Carchi, que cuenta con lluvias bien distribuidas, se siembra papa en cualquier época del año. En Chimborazo con

amplios cambios climáticos puede encontrarse una gran variedad de calendarios agrícolas.

4.2.4. SUPERFICIE, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO

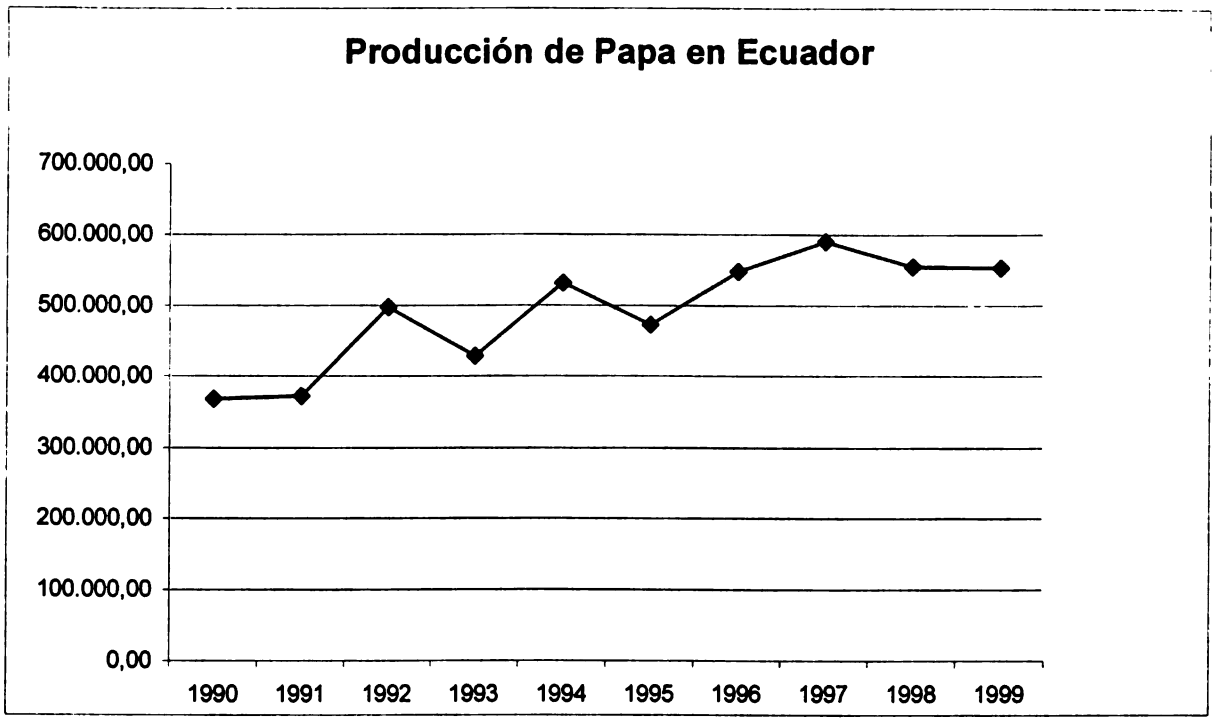
4.2.4.1. Producción en Ecuador

La producción nacional de papa es consumida casi en su totalidad en el mercado interno, sin embargo en los últimos años con la apertura de los mercados y una mayor industrialización, comienza a observarse un incipiente movimiento comercial con Colombia y Estados Unidos.

La producción de la papa entre 1990 y 1999, se incrementó a una tasa promedio de 5.6%, la cual es superior a la tasa de crecimiento de la población (2.18%, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos).

Esta producción pasó de 368.000 toneladas en 1990 a 553.000 toneladas en 1999 como se puede apreciar en el Gráfico # 8.

GRÁFICO NO. 08



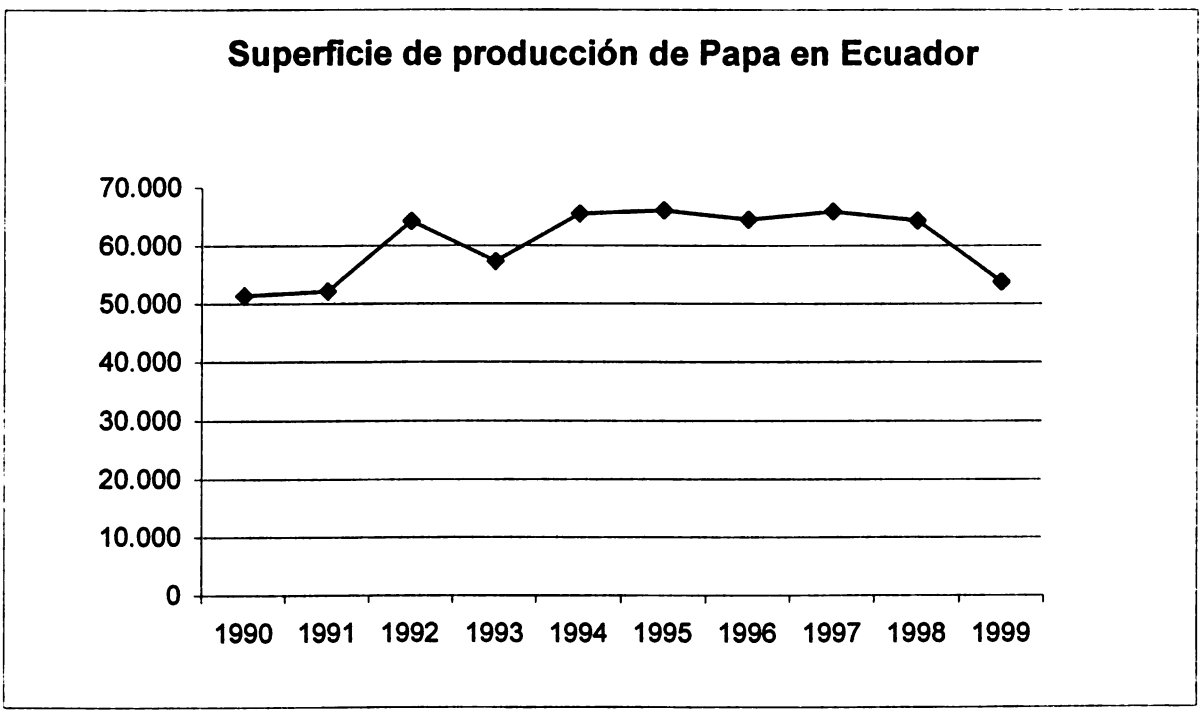
Se estima que la demanda de papa seguirá en aumento por las siguientes consideraciones: La población ecuatoriana es una gran consumidora de este producto, especialmente la que se encuentra en la región de la, debido a sus hábitos de consumo ancestrales y por el aparecimiento de industrias que la procesan.

Aunque los volúmenes de producción se hayan incrementado, existen conflictos en la actividad papera. Por un lado se puede observar que en ciertas zonas las inadecuadas prácticas agronómicas llevan a su agotamiento, y por otro lado, el recurso compite con otros rubros, en especial ganadería y floricultura en Pichincha y Cotopaxi. Esto reduce el área en estas dos provincias. No sucede lo mismo en Chimborazo donde la papa está reemplazando cultivos como el trigo y la cebada.

4.2.4.2. Superficie Cosechada

La superficie cosechada en el país desde el año 1998 ha decrecido considerablemente llegando a las 53.766 hectáreas en 1999 como se muestra en el Gráfico siguiente, fenómeno que se explica por el mal tiempo que afectó el último trimestre del año 98, causando heladas que afectaron al área sembrada del siguiente año.

GRÁFICO NO. 09



En cuanto a la superficie por provincias como se puede apreciar en el cuadro # 14, Chimborazo ocupa el 26% de la superficie total seguida de Carchi con el 22%, Tungurahua con el 16%, mientras que Pichincha ocupa el 11% del total de la superficie cosechada.

CUADRO # 14

SUPERFICIE COSECHADA POR PROVINCIAS
(miles de hectáreas)

PROVINCIAS	AÑO 1999		
	Superficie Ha	Rendimiento Tm/Ha	Participación Porcentual
CARCHI	12.000,00	15,18	22,32%
IMBABURA	120,00	7,50	0,22%
PICHINCHA	6.350,00	11,82	11,81%
COTOPAXI	6.480,00	10,00	12,05%
TUNGUARAHUA	9.000,00	10,00	16,74%
CHIMBORAZO	14.000,00	8,00	26,04%
BOLIVAR	2.000,00	5,50	3,72%
CAÑAR	850,00	4,41	1,58%
AZUAY	2.500,00	5,00	4,65%
LOJA	460,00	2,95	0,86%

Fuente: Proyecto SICA-MAG
Elaboración: Autora

La producción durante el mismo período decreció en 6.3%, llegando en 1999 a las 553.510 TM, las causas se la atribuyen al igual que la situación anterior al mal tiempo. En cuanto al peso porcentual por provincias, Carchi tiene el 32% seguido de Chimborazo con el 20%, Tungurahua con el 16% y Pichincha con el 13%. Ver Cuadro # 15

CUADRO # 15

VOLUMEN DE PRODUCCION POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	AÑO 1999		
	Producción Tm	Rendimiento Tm/Ha	Participación Porcentual
CARCHI	182.160	15,18	32,91%
IMBABURA	900	7,50	0,16%
PICHINCHA	75.045	11,82	13,56%
COTOPAXI	64.800	10,00	11,71%
TUNGUARAHUA	90.000	10,00	16,26%
CHIMBORAZO	112.000	8,00	20,23%
BOLIVAR	11.000	5,50	1,99%
CAÑAR	3.748	4,41	0,68%
AZUAY	12.500	5,00	2,26%
LOJA	1.357	2,95	0,25%

Fuente: Proyecto SICA-MAG
Elaboración: Autora

Al contrario con la superficie y producción, el rendimiento tuvo un comportamiento creciente, el cual en 1999 superó las 10.3 Tm/ha. comparada con las 8.9 Tm/ha en 1997 como se aprecia en el Cuadro # 16.

El motivo para este incremento en la productividad es la incorporación de tecnología y el mejor manejo en la producción. Este rendimiento a nivel provincial se traduce en 15.18 Tm/ha para Carchi, 11,82 Tm/ha posee Pichincha, 10 Tm/ha para Tungurahua y apenas 8 Tm/ha Chimborazo.

CUADRO NO. 16

RENDIMIENTO POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	AÑO 1999
	Rendimiento Tm/Ha
CARCHI	15,18
IMBABURA	7,50
PICHINCHA	11,82
COTOPAXI	10,00
TUNGUARAHUA	10,00
CHIMBORAZO	8,00
BOLIVAR	5,50
CAÑAR	4,41
AZUAY	5,00
LOJA	2,95

Fuente: Proyecto SICA-MAG
Elaboración: Autora

Se puede advertir que la provincia del Carchi ocupa el primer lugar en cuanto a superficie, producción y rendimiento mientras que Chimborazo a pesar de tener una participación importante en superficie y producción el rendimiento es bajo, esto se debe a que en esa provincia el sistema de producción en su gran mayoría es tradicional, es decir, son buenos agricultores pero muy malos productores. En el Anexo No. 12 se encuentra la superficie, producción y rendimientos del Ecuador por provincia y durante los años 1990 a 1999.

4.2.5. CRÉDITO OTORGADO AL SUBSECTOR

El *crédito original* del Banco Nacional de Fomento para la producción del cultivo de papa hasta el mes de septiembre de 1999 fue de 2.302.4 millones de sucres, 71.66% superior al año anterior como se observa en el Cuadro # 17, pero en términos reales tuvo una disminución del 41.2%.

CUADRO # 17

CRÉDITO OTORGADO POR EL BNF PARA LA PRODUCCIÓN DE PAPA

EN HECTAREAS Y MILLONES DE SUCRES

SUPERFICIE CULTIVADA hectáreas		CRÉDITO ORIGINAL 1/ millones de sucres		SUPERFICIE FINANCIADA hectáreas	
1998	**1999**	**1998**	**1999**	**1998**	**1999**
64.327	53.760	1.341,20	2.302,40	341	338

Nota: 1/ Valores a septiembre de cada año

Fuente: Banco Nacional de Fomento; Proyecto SICA/MAG; Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autora

El crédito original del BNF es utilizado en promedio por el agricultor ecuatoriano en apenas 42.827 sucres en 1999 para cubrir sus costos de producción como se aprecia en el Cuadro # 18, es decir, con el crédito que otorga el BNF se cubre el 0.32% del costo total.

CUADRO NO. 18

CRÉDITO ORIGINAL / SUPERFICIE CULTIVADA				
sucres nominales/ha		sucres reales/ha 2/		Variación
1998	**1999**	**1998**	**1999**	**1999 - 1998**
20.850	42.827	7.670,41	10.346,28	34,89%

Nota: 2/ Año base IPC 1994 = 100

Fuente: Banco Nacional de Fomento; Proyecto SICA/MAG; Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autora

La superficie financiada fue para el año 99 de 338 hectáreas y una participación en la superficie total de 0.63% (Cuadro # 19), es decir, de cada cien hectáreas cultivadas apenas el 0.63% son financiadas con créditos del Banco Nacional de Fomento.

Cuadro No. 19

PORCENTAJE DE COBERTURA

SUPERFICIE TOTAL	
1998	**1999**
0,53%	0,63%

Fuente: Banco Nacional de Fomento; Proyecto SICA/MAG; Banco Central del Ecuador
Elaboración: Autora

Uno de los problemas que más afecta a la industria en la actualidad es la obtención de recursos de trabajo para poder ampliar su capacidad productiva y de esta manera, alentar el proceso de recuperación económica. Con la recesión que se presentó al final de la década de los 90 el riesgo crediticio aumentó en gran medida y como consecuencia el sistema financiero cerró las puertas al sector industrial, generando roces entre dichos sectores ya que mientras la industria pide recursos nuevos para el desarrollo de sus actividades el sector financiero disminuye su crédito y se abstiene a prestar sin garantías. Actualmente el sistema bancario trata de cubrir un posible incumplimiento de sus clientes exigiendo garantías reales (prendarias y/o hipotecarias) que cubran el 114% del valor de las operaciones y tratando de cambiar la estructura tradicional de la cartera: 45% de los créditos por vencer es sobre firmas, 24% tiene garantías hipotecarias y el 4% son créditos prendarios.

Antes de la crisis financiera los créditos se concentraban en el comercio hacia donde se dirigían el 32.5% del total de créditos, la manufactura tenía un 14% , la agricultura un 11% y el crédito de consumo un 22.8%; durante la crisis el crédito destinado a los sectores productivos cayó drásticamente mientras que los de consumo se incrementaron hasta llegar a un 48.9%.

4.2.6. POLÍTICAS DE APOYO AL SECTOR

En el Ecuador han existido políticas de apoyo al sector agrícola y agroindustrial, sobre todo políticas proteccionistas que impedían el ingreso de importaciones. Estas políticas se desarrollaron al pasar del proteccionismo hacia un modelo liberal y de desregulación.

4.2.6.1. Políticas Macroeconómicas

Durante el final de la década las principales políticas macroeconómicas se desarrollan en los siguiente ámbitos: Monetaria, Financiera, Desarrollo Rural, Desarrollo Industrial, Ciencia y Tecnología, Precios, Fomento a las Inversiones, y Fomento a las Exportaciones.

En el cuadro siguiente se detallan la evolución e implicaciones de estas políticas; así como: su situación actual, sus cambios previsibles e implicaciones, la influencia de los distintos agentes en las decisiones y los impactos positivos y negativos sobre los distintos agentes.

CUADRO # 20

Políticas Macroeconómicas

Tipo de Política	Evolución e implicaciones	Situación actual	Cambios previsibles e implicaciones	Influencia de los distintos agentes en las decisiones	Impactos positivos y negativos sobre los distintos agentes
Monetaria	A partir de 1992 la política monetaria ha sido orientada al control de la inflación, aún cuando se han obtenido altas tasas de interés	La política monetaria está a cargo del "autónomo" Banco Central del Ecuador el cual controla las variables monetarias con una orientación de control de los desequilibrios económicos	En el actual modelo de desarrollo la política monetaria tiene un carácter de endógeno al restringir al mínimo las emisiones no respaldadas dependiendo del comportamiento del mercado. No se esperan cambios en la política.	Está a cargo del Banco Central del Ecuador, sin embargo su autonomía ha sido reiteradamente violada por grupos de poder político y económico que influyen en la designación de sus representantes y de la toma de decisiones de la misma. Cabe recalcar el poder que tienen los organismos internacionales como el FMI y el BM en la determinación de las políticas.	Al ser la política monetaria endógena al control de la inflación, la tasa de interés se ha mantenido en niveles elevados que han dificultado el acceso a créditos y financiamiento sobre todo el sector agrícola.

Financiera	Tradicionalmente el BNF era el organismo que financiaba a los cultivos tradicionales como la papa	Actualmente el BNF se encuentra debilitados y no cumple su papel de ente financiero, no existe ninguna política de financiamiento para cultivos tradicionales	Con la debilidad institucional y financiera del Gobierno, no existe ninguna perspectiva de cambio en el corto plazo en este tema.	La Banca Privada no dirige sus actividades al sector agrícola tradicional, y ha sido el mercado el que determina las condiciones de acceso al financiamiento.	Existe un problema de desintermediación financiera en el sector papero ecuatoriano, más aun con la debilidad del BNF. El sector financiero informal prolifera en el agro ecuatoriano.
Desarrollo Rural	Con el PRONADER se pretendía aplicar programas de desarrollo rural que nunca rindieron sus frutos	Actualmente el desarrollo rural ha sido tomado por diversas ONG´s y organismos internacionales que tratan de llegar al campesino ecuatoriano con programas de desarrollo integral.	Con un modelo que asigna la responsabilidad de distribución al mercado, la atención al desarrollo rural ha disminuido.	El modelo económico ha sido el principal actor en el abandono del actual modelo de desarrollo rural.	Si bien las ONG´s han tomado la batuta en el desarrollo rural, las zonas paperas y la papa en sí, no han sido tomado en cuenta en estos programas.
Desarrollo Industrial	Hasta finales de la década del 70 el modelo de sustitución de importaciones estaba dirigido a la promoción del desarrollo industrial	Con la liberalización comercial y los paquetes de ajuste, la industria se ha convertido en uno de los sectores más afectados por el actual modelo de desarrollo.	El país ha sufrido una reprimarización de la economía, no existen previsiones de proyectos industriales importantes.	Las cámaras de la industria están preocupadas más por la dirección de la política macroeconómica en general que por políticas de fomento industrial	El gobierno no cumple actualmente ningún papel en el desarrollo industrial de la agroindustria papera, todo está en manos privadas.
Ciencia y Tecnología	El INIAP ha sido la entidad encargada de la investigación agropecuaria, incluida la papa. Se han desarrollado algunas variedades del tubérculo.	El INIAP se encuentra en un proceso de transformación y es ahora un organismo autónomo. La papa consta como un producto básico dentro de su plan estratégico de investigación agrícola. Existe actualmente el proyecto PROMSA que tiene un componente de transferencia de tecnología que hasta la fecha no ha sido aplicado.	Se espera que el proyecto PROMSA entre en la etapa de transferencia de tecnología.	El sector privado juega un papel marginal en la investigación agropecuaria, especialmente en el caso de la papa donde su cultivo se encuentra en manos de pequeños agricultores.	La papa consta como un producto sujeto de investigación por parte del INIAP.
Precios	Hasta el año de 1994, existían controles de precios mínimos y máximos por parte de la ENAC.	El mercado es el que determina el precio de la papa, no existe ningún control gubernamental a ningún nivel.	Se espera que el mercado siga siendo el regidor en la determinación de los precios.	Nadie influye el mercado determina el precio.	Es positivo en el sentido de que existe competencia por precio en la papa, sin embargo pueden existir indicios de controles oligopólicos en la comercialización de la papa.
Fomento a las Inversiones	Las inversiones que reciben apoyo gubernamental son aquellas orientadas a la exportación. La papa no ha recibido ningún tipo de fomento a las inversiones	Los cultivos de exportación más rentables son los que reciben los beneficios de crédito y de fomento.	Si las exportaciones de papa continúan creciendo, el Estado ecuatoriano debe mirar al sector como una posible fuente importante de divisas.	Los grupos de poder político influyen grandemente en la orientación de inversiones que ciertos sectores recibirán por parte del Estado.	No existe una política planificada que promocione las inversiones agroindustriales o alternativas y que estén no solo dirigidas al mercado externo sino también al interno.
Fomento a las Exportaciones	A raíz de la aplicación del modelo de desarrollo actual, las exportaciones ecuatorianas han recibido incentivos sobre todo por el lado del tipo de cambio	Reciben apoyo por parte del manejo de la política cambiaria, promoción de exportaciones (CORPEI) y de créditos en la CFN.	Se espera que las políticas de promoción de exportaciones aumenten debido a la necesidad de obtener divisas en el mercado internacional.	Los grandes exportadores del país tienen una gran influencia en los gobiernos de turno.	La papa debería entrar en el grupo de bienes con gran potencial de exportación y ser participe de los beneficios de la promoción.

Fuente: SICA,BCE

Elaboración: Autora

4.2.6.2. Políticas sectoriales

Las políticas sectoriales se han venido realizando a través de la creación de instituciones que apoyen en áreas específicas al sector papicultor. A continuación se detallan dichas instituciones así como su evolución durante los últimos años, la función que desempeña, los recursos con los que cuenta, la incidencia en el desenvolvimiento de la cadena agroalimentaria de la papa, su papel futuro e implicaciones y los impactos positivos o negativos sobre los distintos actores de la cadena.

CUADRO # 21

Políticas Sectoriales

Nombre de la Institución	Evolución de su papel durante los últimos años	Funciones que desempeña y recursos	Incidencia en el desenvolvimiento del Sistema Agroalimentario de la papa	Papel futuro e implicaciones	Impactos positivos o negativos sobre los distintos actores
MAG	En 1964 el Ministerio de Desarrollo se divide en el MAG y en el Ministerio de Industrias; en 1968 el MAG ejecuta programas de extensión. En 1973 se da una organización del MAG, con cambios radicales en su naturaleza y filosofía. Actualmente es el encargado del manejo de la política agropecuaria.	*Comunica, orienta, norma y capacita al sector Agropecuario y Agroindustrial. *Recursos: Presupuesto Estatal, Financiamiento Internacional.	Organismo rector del subsector * Reducción de recursos destinados al financiamiento de la producción. * Políticas de precios han deteriorado los precios que recibe el productor y no se han hecho mejoras en los procesos de comercialización.	Elevar la competitividad del sector de la papa y su desarrollo productivo, mediante el fortalecimiento institucional del MAG que brinde servicios de apoyo para el desarrollo sostenido del sector Agropecuario y Agroindustrial	Desvinculación de la asistencia técnica, delegando responsabilidades a un sector privado carente de estructura técnica, financiera y administrativa. * Ha considerado al sector de la papa como fuente de empleo, ingresos y alimentación.
INIAP	El INIAP nació en 1959 frente a la necesidad de controlar los problemas fitopatológicos que afectaban a los cultivos agrícolas, con lo cual se oficializó y se dio permanencia a las actividades de investigación agropecuaria. Nace como una entidad autónoma y más tarde es adscrita al MAG. Finalmente en 1992, se convierte en entidad de derecho autónomo, descentralizada, dotada de personería jurídica.	Investigación Transferencia de Tecnología Producción y comercialización de semillas Provisión de servicios técnicos de apoyo Analiza los factores socio-políticos, económicos e institucionales en los que está inmerso	Logros en la generación de semillas y tecnologías, la transferencia de tecnología, su aplicación y difusión a nivel de productores	Investigar, desarrollar y aplicar el conocimiento científico y tecnológico para lograr una racional explotación, utilización y conservación de los recursos naturales del sector agropecuario	El uso de semilla certificada es muy limitados para los pequeños productores por la falta de acceso a las nuevas variedades generadas por el INIAP
		Recursos: Autonomía económica y financiera; con patrimonio propio y presupuesto especial		Contribuir al incremento sostenido de la producción y productividad agropecuaria y al mejoramiento cualitativo de los productos agropecuarios	Falta de seguimiento y transferencia de tecnología

		Cooperación de: FUNDAGRO, AGSO, FENARROS, CIP, ISNAR, IICA, FAO, ETC. Recursos financieros: Presupuesto estatal, producción interna, rentas del Fondo Patrimonial, convenios.			
FORTIPAPA	Debido a los resultados alcanzados desde 1994 el proyecto Fortipapa inició su nueva fase en mayo de 1998, respaldado en los logros tecnológicos y en los conocimientos adquiridos.	Apoyar el trabajo del PNRT-papa del INIAP para fortalecer los conocimiento y tecnologías generadas para el sector.	Producción de semillas, generación de variedades, fertilización y manejo de plagas y enfermedades.	Consolidar sus esfuerzos y brindar una gran contribución en la consecución de los objetivos del INIAP, a favor del desarrollo del sector papicultor.	Contribuyó a la reactivación de la Asociación de Productores de papa, (ASODEPA). Ha apoyado a la situación del sector papa del país y ha generado una experiencia en la gestión descentralizada de sus actividades.
Consejo Consultivo de la Cadena Agroalimentaria de la Papa		Establecido en 1999, con el objeto de actuar como mecanismo de concertación de los intereses públicos y privados de los actores de la cadena	Asesorar al Ministro de Agricultura y Ganadería en la formulación de políticas que tiendan al fortalecimiento de la competitividad de la cadena. Definir planes estratégicos de desarrollo de mediano y largo plazo.	Instrumento de concertación entre el sector público y privado relacionados con la producción, comercialización, industrialización y comercio exterior de la papa	Participación activa de todos loa actores del sector.

Fuente: MAG, INIAP
Elaboración: Autora

4.2.7. BALANCE OFERTA - DEMANDA

La oferta en el año 1998 alcanzó las 409.170 TM, una disminución de 6.70% respecto a 1997, esta variación se debió a que la superficie cosechada se redujo en 1.583 has. La principal causa fue el alza de los insumos agropecuarios que representan aproximadamente el 40% de los costos de producción.

El año de 1999 fue malo para la siembra y la producción debido a las lluvias y heladas que azotaron al callejón interandino casi todo el año; se puede apreciar que en 1999 la superficie cosechada y la producción se redujeron en 16.42% y 0.35% respectivamente con relación a 1998, mientras que el rendimiento creció a 10.29 Tm/ha, un incremento del 19.22%, crecimiento que se explica por la introducción de nuevas tecnologías que mejoraron la productividad.

4.2.8. CUENTAS DE ABASTECIMIENTO Y UTILIZACIÓN

El consumo aparente o potencial es aquel que puede darse en el mercado, mientras que el consumo efectivo es el que realmente se da. En 1997 se obtuvo la mayor producción del período, es así que el consumo aparente alcanzó las 438.565 TM; o sea un 6.28% superior al año 1999.

El abastecimiento significa satisfacer la demanda del mercado, para 1997 fue de 592.351 TM de los cuales aproximadamente el 90% se destina al consumo humano y el resto para la industria. En cuanto a la utilización (consumo aparente + exportaciones) la tendencia es igual para los rubros anteriores.

Si se analiza el cuadro No. 22 que corresponde a las cuentas de abastecimiento y utilización, se encuentra que la producción neta es 25.49% inferior a la bruta, esta diferencia se explica porque los agricultores destinan un porcentaje de su producción para el autoconsumo, para la alimentación de sus animales como balanceado, pérdidas que se producen durante la siembra y cosecha En lo que se refiere a la demanda, el consumo humano alcanza el 90% y la industrialización el 10% con un consumo per cápita de 33.61 kilos para 1998, disminución de 8.52% respecto al año anterior, esta baja en el consumo se debe a que no se puede atender el incremento de la demanda (1.94% tasa poblacional anual) además del estancamiento en la producción del último año a pesar de su crecimiento en la productividad.

CUADRO NO. 22

CUENTAS DE ABASTECIMIENTO Y UTILIZACIÓN DE LA PAPA. ESTIMACIÓN DEL CONSUMO APARENTE PER CÁPITA.

en toneladas

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
PRODUCCION BRUTA	368.604	372.291	497.034	428.442	531.493	473.204	547.856	590.696	555.483	553.510
SEMILLA 13%	47.919	48.398	64.614	55.697	69.094	61.517	71.221	76.790	72.213	71.956
ALIMENT. ANIMAL 0.5%	1.843	1.861	2.485	2.142	2.657	2.366	2.739	2.953	2.777	2.768
CONSUMO FAMILIAR 7%	25.802	26.060	34.792	29.991	37.205	33.124	38.350	41.349	38.884	38.746
PERDIDAS 5%	18.430	18.615	24.852	21.422	26.575	23.660	27.393	29.535	27.774	27.676
PRODUCCION NETA	274.610	277.357	370.290	319.189	395.962	352.537	408.153	440.069	413.835	412.365
(-)EXPORTACIONES	0	0	2	1.270	107	1.298	159	3.158	6.148	541
(+)IMPORTACIONES	2	9	17	79	873	537	782	1.633	1.651	1.009
CONSUMO APARENTE	274.612	277.366	370.305	317.998	396.728	351.776	408.776	438.544	409.338	412.834
ABASTECIMIENTO	274.612	277.366	370.307	319.268	396.835	353.074	408.935	441.702	415.485	413.374
UTILIZACIÓN	274.612	277.366	370.307	319.268	396.835	353.074	408.935	441.702	415.485	413.374
POBLACION ECUATORIANA	10.264.137	10.501.529	10.740.799	10.980.972	11.221.070	11.460.117	11.698.496	11.936.858	12.174.628	12.411.232
CONSUMO PERCAPITA (KILOS)	**26,75**	**26,41**	**34,48**	**28,96**	**35,36**	**30,70**	**34,94**	**36,74**	**33,62**	**33,26**

Fuente: BCE, FAO, Proyecto SICA-MAG

Elaboración: Autora

4.2.9. COMERCIALIZACION INTERNA DE LA PAPA

La comercialización de productos agropecuarios constituye el "cuello de botella en la actividad económica del sector, puesto que en ella, generalmente el productor pierde gran parte de su esfuerzo desplegado en el proceso productivo".

La comercialización agropecuaria en general y de la papa en particular, enfrenta una serie de problemas de orden coyuntural así como estructural, los mismos que distorsionan el adecuado funcionamiento de los mercados y precios, perjudicando tanto al productor como al consumidor.

Entre los problemas más conocidos se pueden citar:

- No existe una definición clara institucional respecto al control de calidad y precios tanto de la papa como de los insumos. La existencia del libre mercado no significa que no deba existir un organismo normativo.

- La ausencia de una adecuada infraestructura tanto a nivel predial como en los centros de acopio y de comercialización, afecta a los precios; el productor no cuenta con facilidades de almacenamiento que le permita regular la oferta del tubérculo. A nivel de almacenamiento y conservación en la fase de comercialización, son elevadas las pérdidas, debido a que no se cuenta con la adecuada infraestructura ni conocimientos técnicos para efectuar estas tareas.

- La investigación y estudios sobre los problemas de comercialización, almacenamiento, tratamiento poscosecha son escasos y casi no han merecido la atención e importancia que ellos tienen.

- Una grave limitación en el proceso de comercialización constituye la escasa y en otros casos total ausencia de información sobre precios y mercados con que cuenta el agricultor. El agricultor es tradicionalmente un sujeto pasivo en el proceso de determinación del precio, el nivel que éstos alcanzan generalmente vienen determinados desde los grandes mercados mayoristas establecidos por los comerciantes.

A todo este conjunto de problemas de orden jurídico, institucional y de infraestructura básica se deben añadir otros, propios de las características agroeconómicas del cultivo.

- La papa es un cultivo con una producción estacional y que registra fluctuaciones clásicas lo que impide una regulación más adecuada de la oferta. La producción se concentra en determinados meses y épocas, aunque el desarrollo de nuevas variedades ha permitido desconcentrar la oferta en el tiempo.

- El cultivo enfrenta un alto nivel de riesgo ante los fenómenos climatológicos; en efecto el agricultor papero cuando siembra su cultivo enfrenta un doble riesgo; el del

mercado por los precios y de la naturaleza.

- La papa registra un significativo número de intermediarios y comerciantes que encarecen el precio del producto. Respecto de los agentes que desempeñan un rol en el proceso de comercialización, muchos de ellos, presentan deficiencias en la manipulación, clasificación, almacenamiento y empaque del producto, que significan costos adicionales que repercuten sobre el precio que paga el consumidor.

- En determinadas zonas se ha podido observar prácticas de comercialización que perjudican al productor, al exigir de éste, cantidades superiores del producto. Al no tener dichos volúmenes, en el proceso de clasificación y ensacado se introducen ya sean basuras o diferentes variedades de papa para cubrir esta demanda.

- No existen reglas claras y precisas respecto a la homogeneidad de las prácticas de comercialización: como adquirir el producto y volúmenes. En cada zona se practican diferentes formas de adquisición del producto; esta situación se da básicamente en el circuito productor, acopiador y mayorista.

- Un factor fuertemente limitante, no solo a nivel de la producción sino, sobre todo, a nivel de comercialización constituye la débil o ausente organización de los agricultores, especialmente los pequeños, lo cual se refleja en un débil poder de negociación frente a los comerciantes.

Respecto a las forma como se inicia el proceso de comercialización de la papa, se puede señalar que, a nivel de productor, se producen dos situaciones: La venta en finca del producto ya sea cosechado o en sementera por cosechar, y a nivel de mercado.

La forma como negocia el productor depende de una serie de factores tales como: tamaño de la explotación, costumbre existente en la zona, disponibilidad o no de transporte a nivel del productor, situación de los precios y el mercado; volúmenes de producción a obtenerse, urgencia de contar con recursos por parte del agricultor, etc.

El productor, cuando lleva directamente el producto al mercado incurre en una serie de actividades y costos como son: cosecha, clasificación, ensacado, carga y descarga, y transporte. Generalmente se dirige hacia los mayoristas de los principales mercados, pero cuando los precios están bajos trata de vender directamente a los consumidores a fin de obtener un mejor precio.

Esta practica, si bien le permite al agricultor obtener mejores precios, también tiene su riesgo, puesto que, hay ocasiones en que el incremento en el precio obtenido no cubre los gastos y tiempo que tuvo que invertir el agricultor.

Otro sistema, muy común de comercialización practicado sobre todo en la zona norte, es el de vender el producto en sementera; generalmente, esta práctica la hacen los grandes propietarios con el objetivo de minimizar costos, en especial el de la mano de obra para la cosecha.

También lo hacen por la dificultad que implica el que ellos mismos cosechen A veces hay problemas de falta de mano de obra, de dinero para cubrir jornales y control de la cosecha, etc. En esta forma de venta la producción del lote a comercializar se calcula de mutuo acuerdo entre productor y comprador; se cosecha una pequeña área (muestra) y se estima la producción total.

Cuando la producción de papas es comprada por el comerciante en las fincas, este comprador asume el primer nivel del proceso de comercialización. Este comerciante es quien paga a los jornaleros para extraer el producto, así como también alquila mulares y otros servicios para poder llevar la papa hasta los carreteros, donde se pueda alquilar vehículos, para transportar la producción hasta las bodegas o mercados para ser comercializado. Cuando el comerciante es propietario de un medio de transporte, obtiene una mayor ganancia o utilidad.

Una vez que el producto ya está en los mercados, es vendido a otros mayoristas, y

minoristas, intermediarios o al consumidor final.

Se nos indicó que las ventajas comparativas, respecto a la producción de la papa, depende fundamentalmente de la ubicación de las fincas. Las que se encuentran ubicadas geográficamente cerca de las ciudades o lugares de explotación obtienen una mayor rentabilidad, mientras que las fincas que están lejos de los lugares de explotación, obtienen una mínima rentabilidad debido a los costos de transporte desde largas distancias.

En la realización del presente estudio, se realizó visitas a los mercados mayoristas, centros donde acuden: productores directos, intermediarios, comerciantes, y otros, que son parte del comercio de la papa. En estos mercados al producto también es adquirido por los restaurantes, ejército, policía, y para la industrialización (papa frita tipo chips y francesa, puré, precocida y congelada, papa enlatada y en mínima proporción almidón).

4.2.9.1. Funciones de los agentes de comercialización

Productores.- El grado de vinculación depende del tamaño de la explotación, aunque también influyen otros factores tales como la localización del predio y la articulación con los grandes centros de consumo.

Los agricultores generalmente se encuentran atomizados y son contadas las organizaciones de productores de papa que existen en el país; por lo tanto, son los elementos mas susceptibles a los cambios en los precios, casi no tienen capacidad de respuesta a las situaciones del mercado y poco o nada conocen sobre la situación de precios, oferta y mercados.

Su vinculación con el mercado y grado de participación depende del tamaño de la propiedad (superficie de cultivo), ubicación geográfica y estructura comercial que rige en cada una de las zonas productoras.

Acopiadores.- Estos agentes operan en las ferias parroquiales y receptan, básicamente, los pequeños volúmenes de los numerosos productores de la parroquia o recinto; estos acopiadores, a su vez, se vinculan con los comerciantes mayoristas que operan en las ferias cantonales.

Mayoristas.- Son, sin lugar a duda, los agentes más influyentes en el proceso de comercialización. Ellos constituyen, de alguna manera, los termómetros de la situación del mercado. Operan, tanto a nivel urbano (mercados), como rural, a través de la compra directa a los productores, la misma que se puede dar a nivel del producto ya cosechado o en sementera, práctica muy común con los grandes productores, en especial en la zona norte del país.

Entre los mayoristas se distinguen algunos tipos los que se diferencian por los montos de capital que manejan, volúmenes del producto que negocian, infraestructura física que disponen: (vehículo, bodegas y otra infraestructura censo balanzas, sacos, cuadrillas de trabajo, etc.).

Los mayoristas actúan directamente en las ferias o mediante la compra de sementeras y en los mercados intermedios que funcionan en las capitales de provincia o cabeceras cantonales importantes; y en segundo caso, en los mercados terminales entre los que se destaca el de Quito, por su doble función: consumo y distribución.

Las principales vinculaciones de los mayoristas, para la compra, son los productores y acopiadores; y, para la venta, tienen como clientes a mayoristas de menor escala, transportistas interprovinciales, detallistas urbanos, algunos centros de alto consumo como: hoteles, cuarteles y algunas empresas industriales.

Minoristas.- Estos agentes actúan en mayor proporción en los mercados de cabecera cantonal, intermediarios y finales. Los volúmenes que comercializan varían significativamente entre ellos y juegan un papel importante en el proceso de distribución

del producto, en especial en las grandes ciudades.

Algunos de ellos disponen de unidades de transporte pequeños; otros, que son la mayoría, alquilan el servicio de transporte y son los que frecuentan los barrios ofreciendo el producto a los hogares, a las tiendas, pequeños supermercados; por ultimo, un significativo grupo de minoristas poseen puestos fijos en los mercados.

Consumidores.- Entre estos se pueden señalar: los hogares que son mayoría; algunas instituciones públicas y privadas significativas como: cuarteles, hospitales, etc. Un segmento significativo de consumidores del producto en fresco son las industrias que se dedican al procesamiento de la papa, así como aquellos centros que procesan el producto para su utilización final como son los negocios de salchipapas, restaurantes y centro de expendio de comida rápida.

4.2.9.2. Canales de comercialización

En general, los diferentes agentes que intervienen en la comercialización de papa en el Ecuador, utilizan diferentes canales, según se observa en el anexo No. 13, observándose que en el cultivo, la vinculación directa entre el productor—consumidor es mínima.

Por otro lado, los canales de comercialización son diversos, de acuerdo a las zonas de producción, tipo de productores, y situación del mercado; dentro de los agentes de comercialización sin duda los más importantes son los acopiadores y mayoristas.

4.2.9.2.1. Flujos de Comercialización de la papa en el Ecuador

En el país se distinguen dos grandes centros de consumo de papa, que son las ciudades de Quito y Guayaquil, con la particularidad de que el mercado mayorista de Quito, cumple las funciones de mercado intermedio y de acopio, de donde se abastece el tubérculo a otras provincias de la Costa: Esmeraldas, Manabí y Santo Domingo de los

Colorados.

Los mercados de Quito son abastecidos básicamente por la producción de la provincia de Carchi y Pichincha, y en menor escala por las provincias de Cotopaxi y Chimborazo. El mayor o menor volumen de papa que ingresa de la zona central depende de la situación en que se encuentra la producción de la provincia de Carchi.

El mercado de Guayaquil es abastecido por la producción de la zona norte del país en especial, la provincia del Carchi; este mercado está vinculado, en un alto porcentaje, con el mercado de Quito, el cuál se convierte en un mercado intermedio, en especial el mayorista para el abastecimiento a la ciudad de Guayaquil. Una parte del abastecimiento a Guayaquil se realiza directamente desde Carchi, sin ingresar a la ciudad de Quito. La zona central (Chimborazo y Tungurahua) también abastece al puerto principal y en menor volumen las provincias de Cañar y Azuay.

Finalmente la producción de la zona sur, a más del abastecimiento local, se canaliza hacia la ciudad de Guayaquil y en menor proporción a la ciudad de Loja.

En lo que respecta a la región oriental, básicamente es abastecida por los mercados de las ciudades de Quito y Ambato.

En los anexos No. 14 al 16 se presenta el flujo del mercado de la papa en el Ecuador, sus vinculaciones entre mercados y zonas productivas; aunque no se cuenta con datos sobre los volúmenes que se desplazan entre regiones, mercados y otros centros de consumo.

4.2.9.3. Mercados y sus Características

El cultivo de la papa, cuya comercialización no ha estado regida dentro de la política de precios oficiales fijados por el Estado, se la realiza bajo los principios de 'libre competencia' y bajo el supuesto de que son la oferta y la demanda las que determinan el

precio.

El cultivo, desde la perspectiva de la producción presenta una amplia oferta, que se estima en mas de 40.000 productores. La mayoría de ellos: pequeños y medianos; poco organizados y que en la práctica no tienen ninguna incidencia en la determinación del precio, ni siquiera en el proceso de negociación del nivel del mismo; son sujetos pasivos.

Adicionalmente se puede afirmar que, a nivel de acopiadores y mayoristas, hay concentración de actividades en las fases de adquisición y distribución del producto; situación que perjudica, tanto a productores como consumidores y frente a los cuales no se ha podido hacer mucho en los últimos tiempos.

En este análisis no se está cuestionando la presencia de los mayoristas y acopiadores, lo que se señala es que sus prácticas comerciales no son adecuadas y no compaginan con lo que debe ser el funcionamiento de un mercado libre y transparente.

Respecto a las características de los mercados desde la perspectiva de su rol en el proceso de comercialización y sus respectivos flujos, se pueden señalar que básicamente son los mercados de Quito (San Roque y Mayorista), Guayaquil y Cuenca los que se constituyen en mercados terminales de consumo final; igual que los mercados fronterizos de Tulcán, Huaquillas e Ipiales.

Son justamente estos dos grupos de mercados los que juegan un rol determinante en la fijación del precio al productor y consumidor, adicional a la situación de la producción que también los condiciona.

Se distingue también la existencia de ciertos mercados llamados de acopio; los cuales, a mas de abastecer a la ciudad respectiva y la provincia, se constituyen en centro de acopio para reunir volúmenes de producción que serán canalizados hacia los mercados terminales.

Finalmente, se puede señalar la existencia de mercados intermedios, que se constituyen en centros de transferencia de la producción hacia otros lugares

Resumiendo, se presentan los tipos de mercados existentes en el proceso de circulación de la papa:

Mercados Terminales:	Quito, Guayaquil, Cuenca.
Mercados de Acopio:	Ambato, Riobamba, Sto. Domingo.
Mercados Intermedios:	Ibarra, Machala, Esmeraldas.
Mercados Fronterizo:	Tulcán, Huaquillas, Ipiales.

En cuanto a los consumidores, estos, al igual que los productores, son numerosos y nada organizados. No existen muchos estudios respecto a la elasticidad precio de la demanda. Criollo estima en menos 0,13 este coeficiente, a nivel total; sus embargo, siendo la papa un producto de consumo popular y con un alto nivel de utilización en los estratos bajos, su sensibilidad es mínima (MAG-PRSA,1999).

4.2.9.4. Precios y Márgenes de Comercialización

La participación y papel de cada uno de los agentes de comercialización genera diferentes niveles de precios; los cuales están influenciados; tanto por los costos de comercialización en los que se incurre en cada nivel de comercialización, así como por la utilidad que el agente de comercialización retiene para si.

A continuación en el Cuadro No. 23 se presentan los márgenes brutos de comercialización registrada en el cultivo a lo largo de la década de los años 90.

CUADRO NO. 23

MÁRGENES BRUTOS DE COMERCIALIZACIÓN		
Años	**Margen Bruto de Comercialización**	**Porcentajes del Precio Final que Recibe el Productor**
1990	48,90	51,10
1991	52,30	47,70
1992	52,40	47,60
1993	52,10	47,90
1994	58,80	41,20
1995	64,00	36,00
1996	32,20	67,80
1997	30,00	70,00
1998	32,70	67,30
Promedio	47,04	52,96

Fuente: MAG, Dirección de Información y Estadística. Estudio Subsector Papa
Elaboración: Autora

De las cifras se concluye que el margen bruto de comercialización representa casi el mismo porcentaje de lo que recibe el productor; este alto porcentaje refleja ineficiencias del proceso comercial que se pueden resumir de la siguiente manera: Alto porcentaje de pérdidas, excesivos agentes en la comercialización; altos costos de comercialización, exagerados niveles de utilidades de los agentes.

Estos cuatro aspectos parecen ser propios de la comercialización de la papa, de allí la necesidad de mejorar sustancialmente el proceso. Al analizar las cifras se observa que hasta el año 1995, los márgenes de comercialización se mantuvieron en niveles bastantes elevados; mientras que en los últimos años, estos han bajado a niveles del 30%; hecho que podría atribuirse a una caída de demanda; es decir, el consumidor se resiste a pagar precios cada vez más altos, situación que obliga a los comerciantes a moderar sus ganancias.

Con base a los datos sobre estudios generales y específicos, para varias ciudades y zonas en particular, se pudo establecer una visión estimativa de la estructura del precio, sus

niveles, y los márgenes brutos y netos de comercialización de la papa en el Ecuador, datos que constan en el cuadro No. 24

CUADRO NO. 24

Precios y Márgenes de Comercialización en porcentajes	
Precio al Productor	53,00
1. Margen bruto de comercialización	14,00
a. Costos de Comercialización	5,40
b. Margen bruto de Comercialización	8,60
Precio a nivel de Acopiador	67,00
2. Margen bruto de comercialización	15,70
a. Costos de comercialización	8,50
b. Margen Neto de comercialización	7,20
Precio a nivel de Mayorista	82,70
3. Margen bruto de comercialización	9,30
a. Costos de Comercialización	2,80
b. Margen Neto de Comercialización	6,50
Precio a nivel de Minorista	92,00
4. Margen bruto de Comercialización	8,00
a. Costos de Comercialización	2,00
b. Margen Neto de Comercialización	6,00
Precio a Nivel de Consumidor	100,00

Fuente: MAG Dirección de información y estadística. Estudio Subsector papa
Elaboración: Autora

Del análisis de este cuadro se desprende, que los márgenes brutos de comercialización representan el 47%; de los cuales el 18,7% corresponden a los costos de comercialización y el restante 28,3% representa la utilidad de los diferentes agentes de comercialización. De estos, los mayores niveles los alcanzan los acopiadores y mayoristas. La información en referencia constituye una aproximación con datos parciales, los niveles y estructura de los márgenes de comercialización varían, obviamente, de acuerdo a las zonas y a la coyuntura del mercado.

4.2.10. LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA PAPA

La industrialización del tubérculo en el país es un proceso relativamente nuevo, comenzó a desarrollarse en está última década; actualmente es procesada en forma de tipo de chip por varias empresas como: Fritolay, Ecomsa, Ecudal, Suprodeal, entre las más conocidas. Existen otras presentaciones o preparaciones semi industriales de tipo francés procesada por la empresa AGROFRIO; los demandantes de este tipo de producto son las empresas que preparan comidas rápidas. Actúan también en el mercado, las empresas denominadas unifamiliares, que procesan la papa de manera doméstica, así como también las cadenas de restaurantes y sitios especiales de preparación de platos típicos.

4.2.10.1. Volumen de producción

Para el caso del Ecuador, en los años 1989 el MAG, a través, del PRSA estimó un consumo industrial de 2.000 Tm/año. Si la superficie cultivada de papa se calculó en 51.060 ha/año y la producción en 362.229 Tm/año; entonces el porcentaje de utilización, por parte de la industria, habría sido del 0,55%[29].

Según la misma publicación, para 1992, el consumo industrial se estimó en 2.361 tm/año, que constituye apenas el 0,5% del total de consumo.

Durante 1998 el volumen utilizado por la industria se incrementó significativamente, pues la industria consumió un porcentaje mayor al 10% de la producción nacional del

[29] MAG-PRSA. Situación, perspectivas y alternativas de la papa en Ecuador, 1991-1993. Quito-Ecuador,1993. p. 19

tubérculo. Se consumió un total de 25.604 Tm/año a nivel nacional, con un promedio de procesamiento de 1.422,44 Tm/año.[30]

4.2.10.2. Localización de las Industrias

La industria del procesamiento de papa en su gran mayoría se ubica en la ciudad de Quito, pues 13 de las 18 empresas procesadoras pertenecen a la ciudad capital (ver Anexo # 17). Según se puede apreciar en el Cuadro # 25 éstas procesan 25.075 Tm/año que representa el 97,68% del volumen total. Mientras que, en la ciudad de Cuenca se ubican solamente cinco empresas que han procesado, en el similar periodo, 549 Tm/año que representa el 2,14% del total procesado .

CUADRO 25

Volúmenes de consumo de papa por la Industria Año 1998 Quito y Cuenca		
Ciudad	Volumen	Porcentaje
Quito	25.055,00	97,86%
Cuenca	549,00	2,14%
Total	25.604,00	100,00%

Fuente: Montesdeoca F., "Análisis del Mercado de la papa para la Agroindustria en el Ecuador",1998
Elaboración: Autora

4.2.10.3. La demanda de la Agroindustria

Cada vez es mayor la cantidad de papa que requiere la industria debido a la diversificación cultural, la dinámica y estructura de la población, información, educación cambio de hábitos de consumo, etc.

[30] Montesdeoca F., Análisis del Mercado de la papa para la Agroindustria en el Ecuador, Quito-Ecuador,1998. p.3

4.2.10.3.1. Estacionalidad de la Producción

El volumen de procesamiento no es uniforme durante todos los meses del año. Existen fechas en que se presenta una mayor demanda tanto de los productos procesados como de los semiprocesados

Así, la industria reporta una mayor demanda en el mes diciembre por las festividades de Navidad y año nuevo, seguida por la demanda que se da en el mes de mayo por el día de la madre; en tercer lugar, el volumen de demanda, se ubica en los periodos escolares de la sierra y de la costa.

En Navidad y año nuevo el 32,93% de las industrias reportan un aumento en sus ventas en un 29,25%; en el mes de mayo 26,83% de las industrias reportan aumentos en sus ventas en un porcentaje del 22,50%; en la temporada de clases, tanto de la sierra como de la costa 20,12% de las industrias reportan aumentos en sus ventas en un 18,13% como se aprecia en el cuadro siguiente:

CUADRO 26

Épocas de mayor demanda para la industria		
Época del año	**Porcentaje de Industrias**	**Porcentaje de Incremento en Ventas**
Navidad y año nuevo	32,93	29,25
Día de la madre	26,83	22,5
Temporada de clases	20,12	18,33
Noviembre	20,12	36
Promedio		26,52

Fuente: Montesdeoca F., "Análisis del Mercado de la papa para la Agroindustria en el Ecuador",1998
Elaboración: Autora

4.2.10.3.2. Exigencias de la Industria

La industria exige calidad en la materia prima que recibe; cuando la calidad no cumple con los parámetros establecidos por cada empresa y el precio acordado, el producto es rechazado llegando, en casos extremos, a penalizar todo el embarque o parte de él.

Las características de papa adecuada para la industria dependen de su calidad interna y de su calidad externa. La calidad interna, básicamente su composición química, depende en mayor grado de la herencia, pero también depende de ciertas condiciones de cultivo y de almacenamiento del tubérculo. Las características externas son ciertos rasgos de la apariencia del tubérculo y que también son importantes para el procesamiento. La forma, el tamaño, la profundidad de los ojos, la uniformidad son características externas que hacen que una variedad sea aceptada por la industria.

Scott[31] asegura que se acepta la papa de variedades especificas, con bajo o contenido nulo de azucares, alto contenido de materia seca, sin señales de ataque de plagas en el tubérculo y con apariencia de no haber sido almacenada por periodos largos (superiores a los tres meses).

Las características adecuadas de la papa utilizada en la industria son[32]:

- tamaño y forma del tubérculo,
- daños y deformaciones,
- contenido de materia seca,
- contenido de azúcares reductores,
- ennegrecimiento no enzimático.

[31] Scott G., et,al. Desarrollo de Productos de Raíces y Tubérculos, Volumen II, Lima-Perú, 1991, p. 169
[32] Andrade H. "Requerimientos cualitativos para la industrialización de la papa". Revista INIAP (Ecuador 9) p. 22 y 23

1. *Tamaño y forma del tubérculo:* el tamaño del tubérculo depende de las características genéticas de la variedad, de la densidad de población y de otras prácticas culturales.[33]

En el caso de la elaboración de hojuelas o chips, el tamaño requerido de la papa es de cinco a seis centímetros de largo. Para papas fritas tipo francesa se requiere de 6 centímetros o más.

En general tanto la industria como los restaurantes prefieren un tamaño grande (igual o mayor a 6 centímetros de diámetro) porque se facilita la labor de pelado del tubérculo.
En el segmento industrial el 69,86% de los procesadores prefiere papa de tamaño grande, el 25,07% la prefiere mediana y solamente el 5,07% necesita de papas pequeñas.

CUADRO 27

Tamaño del tubérculo preferido por la Industria	
Tamaño	**Porcentaje**
Grande	69,86
Mediano	25,07
Pequeño	5,07
Total	100

Fuente: Montesdeoca F., "Análisis del Mercado de la papa para la Agroindustria en el Ecuador",1998
Elaboración: Autora

La preferencia por el tamaño pequeño, en el segmento de la industria se explica debido a que una empresa está exportando al mercado de los Estados Unidos un producto semiprocesado conocido como minibuds, consistente en una papa pequeñísima de la variedad Chaucha o Yema de Huevo, precocida, congelada y enlatada para su exportación.

[33] Alvarado L. Factores que afectan la calidad de papa para procesamiento. p. 14

La forma del tubérculo está determinado por las características gen éticas de cada variedad y se la puede clasificar en redondas, alargadas, aplanadas, cilíndricas, etc. Sin embargo, las formas redonda y ovalada son las más aptas para los procesos mecánicos de lavado, pelado, clasificado y cortado[34].

La profundidad de los ojos es otra característica a ser tomada en cuenta porque influye en el rendimiento del tubérculo por la pérdida de pulpa en el pelado. Además, las papas con ojos profundos acumulan tierra siendo difícil lavarlas y son también difíciles de pelar, especialmente con peladoras mecánicas. Según esta característica la papa puede ser de ojos superficiales o profundos.

La uniformidad del tamaño de los tubérculos es otra característica muy importante especialmente cuando se trata de papa para procesamiento de papa tipo francesa y chips. Tanto la industria como los restaurantes y afines prefieren la forma redonda, esto debido a que con esta forma se facilita la labor de lavado y pelado. Así, la industria tiene un 57,14% de preferencia para la forma redonda, un 9,52% las prefiere ovaladas y un 9,52% las prefiere alargadas

CUADRO 28

Forma del Tubérculo preferida por la Industria	
Forma	**Porcentaje**
Redonda	57,14
Regular	23,82
Ovalada	9,52
Alargada	9,52
Total	100,00

Fuente: Montesdeoca F., "Análisis del Mercado de la papa para la Agroindustria en el Ecuador",1998
Elaboración: Autora

[34] Ibid. P. 14

2. *Daños y deformaciones*: Tubérculos con defectos físicos o enfermedades son descartados para el proceso industrial. Se descartan también los tubérculos con daños físicos ocasionados por el manipuleo, en donde se rompen las células produciendo manchones de color marrón en el tubérculo.

Otro defecto es "el corazón hueco", que se encuentra generalmente en los tubérculos grandes. Esto se debe aun defecto fisiológico que se asocia con un rápido crecimiento del tubérculo precedido por un fenómeno de falta de agua o de sustancias nutritivas.

3. *Contenido de materia seca*: El contenido de materia seca tiene una correlación elevada con la gravedad específica del tubérculo. El contenido de materia seca depende de las características gen éticas, de las prácticas de cultivo, clima, tipo de suelo e incidencia de plagas y enfermedades.

Una papa con alto contenido de materia seca mantiene una apariencia harinosa después de cocinada. El rendimiento de la papa que se procesan para obtener fécula o harina, puré en polvo, chips u hojuelas o papas fritas francesas, es más elevado cuanto mayor sea el contenido de materia seca. Por cada incremento de 0,005 en la gravedad específica del tubérculo se produce un aumento del 1% en el rendimiento de hojuelas o chips" (información personal de la Ing. Flor María Cárdenas, INIAP-PNRT-Papa).

Además, los procesadores aseguran que hay una relación inversamente proporcional entre el contenido de materia seca y el consumo de aceite, al elaborar la fritura por lo que prefieren variedades de alto contenido de materia seca ya que disminuyen los costos de producción.

4. *Contenido de azúcares reductores*: Un contenido adecuado de azúcares da una coloración adecuada a la fritura, pues cuando hay un contenido elevado de azúcares se produce una coloración obscura que trae consigo una distorsión del sabor (amargo). Para elaborar papa frita tipo chip se necesitan variedades que presenten un máximo de 0,02% de azúcares reductores.

5. *Ennegrecimiento no enzimático*: Al pelar y cortar el tubérculo, cambia a un color oscuro que parece necrosado. Este cambio en el color de la pulpa es un problema porque se necesita adicionar ciertas substancias químicas como bisulfitos o sulphidril para mantener el color original.

En el Ecuador las industrias no tienen ningún tipo de exigencias respecto del ennegrecimiento enzimático, pero en países con un mercado industrial más exigente, como Colombia, esta característica es determinante en la calificación del tubérculo.

Haciendo una síntesis podemos anotar que las principales características deseadas por los procesadores industriales de papa son:

- Contenido de materia seca {sólidos totales) superior al 21%.
- Bajo contenido de azúcares reductores (hasta el 0,5%)
- Ojos superficiales
- Tamaño grande (diámetro igual o superior a 6 cm.).
- Forma cilíndrica o alargada para papa a la francesa y redonda para otros usos
- Resistente al deterioro por transporte.
- Resistente a periodos de almacenamiento prolongados

A continuación se presenta un cuadro en el que se observan los volúmenes utilizados por la industria, de acuerdo a las variedades

CUADRO 29

Preferencia de Variedades de la Industria

Variedades	Volumen (tm/año)	Porcentaje
INIAP- María	8.387,87	32,76
Capiro	7.878,35	30,77
Superchola	3.092,96	12,08
Chola	2.593,69	10,13
Yema de Huevo	1.108,65	4,33
INIAP- Fripapa	670,82	2,62
INIAP- Santa Catalina	289,33	1,13
Otras	273,96	1,07
No se saben	1.308,37	5,11
Total	**25.603,10**	**100**

Fuente: Marco Herrera y otros, Estudio sobre el subsector de la Papa en el Ecuador.
Elaboración: Autora

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, INIAP, ha creado variedades mejoradas, con características semejantes a las de ciertas variedades nativas; pero presentan ventajas frente a éstas. Estas investigaciones han sido apoyadas por el Estado, pero en la actualidad se han firmado convenios con empresas procesadores, como por ejemplo FRITOLAY, para el desarrollo de variedades específicas que cumplan con sus requerimientos.

Se nota que la presencia de las variedades provenientes del INIAP, en el mercado industrial, es importante, a través de las variedades INIAP- María, INIAP-Fripapa e INIAP-Santa Catalina, según se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 30

Variedades del INIAP Preferidas por la Industria		
Variedades	**Volumen (tm/año)**	**Porcentaje**
INIAP- María	8.387,87	32,76
INIAP- Fripapa	670,82	2,62
INIAP- Santa Catalina	289,33	1,13
Total	**25.603,10**	**36,51**

Fuente: Marco Herrera y otros, Estudio sobre el subsector de la Papa en el Ecuador.
Elaboración: Autora

Hay que anotar que si bien la variedad Capiro es de origen colombiano, se ubica en un segundo lugar de preferencia industrial al ser utilizada por las tres industrias más grandes del Ecuador, debido a dos características fundamentales que se le atribuyen; por una parte alto contenido de sólidos (superior al 21%) y, por otra, se la puede guardar por largos periodos sin que pierdan las características de sabor y crocancia al ser procesada.

Otras características de esta variedad son tubérculos gruesos y uniformes, numerosos, pulpa de color blanco, ojos superficiales y escasos, de buenos rendimientos; materia seca superior al 22%, bajo contenido de azúcares reductores, muy buena calidad de procesamiento y culinaria, En papas fritas da un color dorado-blanco[35]

4.2.10.3.3. Modalidad de pago al Proveedor

La modalidad de pago es mediante cheque, quince días después de recibido el producto, que muchas veces intranquiliza y disgusta al productor por lo que prefiere vender su producto al intermediario quien le paga al contado, aunque a precio menor, evitando así, el tedioso, pero necesario, control de calidad. El agricultor es bastante reacio al "riesgo" que implica enviar un embarque de papa a cualquiera de los procesadores de papa.

[35] Ibid p. 25

CUADRO 31

Forma de Pago de la Industria	
Forma de Pago	**Porcentaje**
15 Días después de la Entrega	50,00
Al Contado	33,33
Otras formas	16,67
Total	100,00

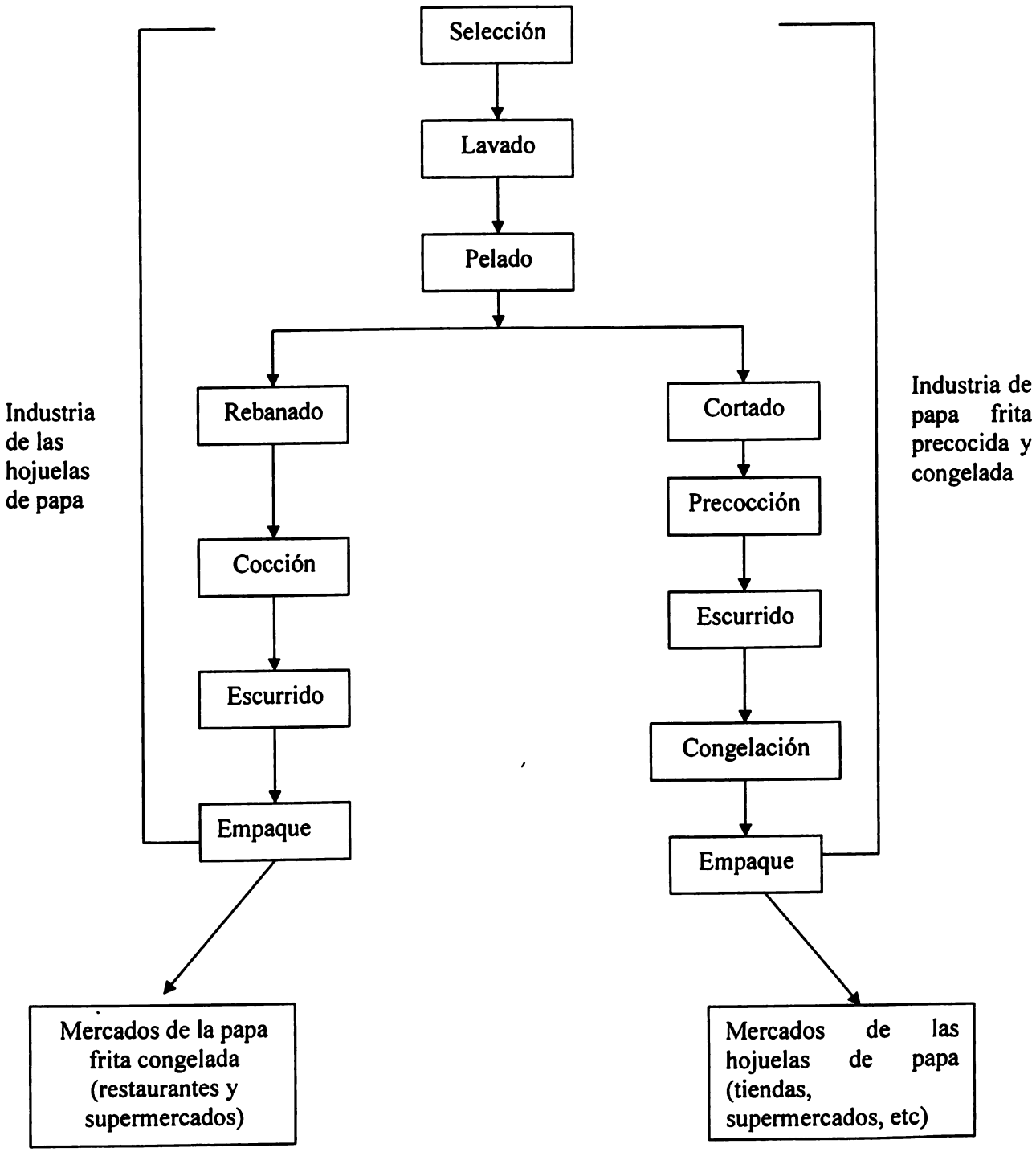
Fuente: Montesdeoca F., "Análisis del Mercado de la papa para la Agroindustria en el Ecuador",1998
Elaboración: Autora

4.2.10.4. Proceso de Industrialización

El proceso de industrialización como lo define el IICA en su libro "Enfoque Participativo para el Desarrollo de la Competitividad de los Sistemas Agroalimentarios" es el siguiente:

GRÁFICO # 10

PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN



4.2.10.5. La oferta para la Agroindustria

Como consecuencia del crecimiento de la Agroindustria, la oferta de papa con las características específicas para procesarse, ha crecido de manera importante; sin embargo, las permanentes variaciones del precio de la papa no permiten un equilibrio entre oferta y demanda; los picos de precio no se producen necesariamente en los mismos meses en los que la industria presenta mayor demanda, sino de acuerdo a épocas de siembra y condiciones climatológicas; pocas veces coincide un pico de demanda con uno de escasez, provocando un alza importante en el precio de esta materia prima.

De igual manera, puede coincidir una sima en donde el precio es tan bajo que el agricultor ni siquiera cubre los costos de producción. Todo esto dificulta un arreglo de precios conveniente a productores y procesadores.

La regularidad del abastecimiento que puede fallar debido a las características propias del cultivo de papa: se presentan épocas marcadas de abundancia y escasez.

4.2.10.5.1. La formación de precios y sus características

Para evitar la disparidad entre oferta y demanda, algunas empresas han desarrollado estrategias de negociación como un sistema de fijación de precios de acuerdo a costos de producción más una rentabilidad fija, o en su defecto, costos de producción mas una rentabilidad variable con una tabla de demanda de precios, señalándose un precio máximo y un mínimo. De esta manera tanto el proveedor como la industria logran estabilizar el precio de la papa.

4.2.10.5.2. Zonas productoras

De acuerdo al tipo de industria con quien se comercializará la papa, existen zonas de producción, así: para la papa tipo francesa cuyo mayor rendimiento es el tamaño, al igual que la criolla, se las puede cultivar en cualquier zona productora sobre 2800 msnm, suelos ricos en materia orgánica y pluviosidades de 700 mm. En cambio, las zonas para

cultivo de papa para hojuelas "chips", tienen diferentes características: su altitud excede los 3000 msnm, con suficiente materia orgánica y con un nivel de pluviosidad no mayor a los 700 mm. Todas estas características, aumentan las posibilidades de que la papa sea recibida sin mayores problemas. Ver Anexo # 18

4.2.10.6. Los Consumidores

La economía, hoy en día, está dirigida por empresas que buscan complacer al cliente con calidad total, esto es con rapidez, satisfaciendo la seguridad alimentaría y bajo costo; es el cliente quien paga la cuenta y cada vez es más difícil de agradar. Esta premisa obliga a las industrias a sacar a la venta un producto de calidad triple A para poder ser el líder en el mercado y que sus ventas generen los respectivos beneficios económicos.

Es necesario reconocer que en las actuales condiciones económicas en Ecuador, la demanda de productos con una verdadera calidad todavía es pequeña; se puede decir, que es un mercado de precio, el cliente busca los productos más baratos, por ende, de menor calidad. El cliente busca aumentar el valor de su dinero... más y mejor producto a cambio de menos dinero.

4.2.10.6.1. Consumo de papa industrializada

En el Ecuador los hábitos de consumo de papa se han ampliado, es así que las industrias ofrecen diversos productos procesados o semiprocesados que amplían las formas de consumir papas.

Del volumen total utilizado por la industria 88,90% lo usa en papa frita tipo chip lisa o corrugada. También se ofrece en los supermercados papa pelada, cortada, precocida y congelada (Ver cuadro 32).

CUADRO # 32

Tipo de papa que procesa la Industria	
Tipo de Preparado	**Porcentaje**
Papa frita tipo chip lisa y ondulada	64,18
Papa frita tipo francesa	7,92
Puré	4,00
Precocida y congelada	4,00
Prefrita y congelada	4,00
Minibuds	4,00
Otro	11,90
Total	100,00

Fuente: Montesdeoca F., "Análisis del Mercado de la papa para la Agroindustria en el Ecuador",1998
Elaboración: Autora

En los supermercados también se puede encontrar harina lista para preparar puré de papa. Este tipo de papa proviene de Chile desde donde se importa al país para comercializarlo a través de los supermercados; sin embargo su volumen no es significativo razón por la que ninguna empresa procesadora se ha interesado en la producción a nivel local. En la medida en que el volumen de consumo se incremente, habrá alguna empresa que se interese en este tipo de procesamiento.

Una empresa está exportando papa en una nueva forma de presentación conocida como minibuds (papas enlatadas), las mismas que son unas papas muy pequeñas, precocidas y congeladas que están siendo enviadas hacia el mercado de los Estados Unidos.

CAPITULO V

FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE COMPETITIVIDAD EN EL CIRCUITO PAPA INDUSTRIALIZADA DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA

5.1. FACTORES QUE FORTALECEN Y DEBILITAN EL PROCESO DE COMPETITIVIDAD DEL CIRCUITO PAPA INDUSTRIALIZADA

Existen una serie de factores que pueden afectar al proceso de competitividad de una cadena agroalimentaria. Estos factores pueden ir desde una pobre estructura de información hasta un mal manejo en los canales de distribución de los productos elaborados de la cadena. Para el caso específico del circuito papa industrializada podemos mencionar factores que debilitan o fortalecen este proceso de competitividad en cada uno de los eslabones de esta cadena: productores, comercializadores, industriales y consumidores.

A continuación se enlistan los principales factores enunciados por los actores de la cadena agroalimentaria que asistieron a al taller realizado el día 17 de abril del 2000, en el Hotel Alameda Real de la ciudad de Quito. Este taller contó con la participación de 42 personas representantes y / o vinculadas a los diferentes circuitos que conforman la cadena. En el Anexo 19 consta el listado de los participantes en este taller.

5.1.1. FACTORES QUE FORTALECEN Y DEBILITAN LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES DE PAPA

5.1.1.1. Factores que fortalecen la competitividad de los productores de papa

- Ventaja de ubicación geográfica
- El contar con tecnología adecuada a través del apoyo eficiente de diversas instituciones de servicios
- La existencia de mano de obra familiar disponible
- La ventaja que representa el contar con suelos de buena calidad
- La experiencia acumulada para el buen manejo del cultivo.
- Se ha desarrollado la conciencia sobre la importancia de agruparse
- Zonas geográficas bien definidas
- Capacidad de producción continua a lo largo de todo el año

5.1.1.2. Factores que debilitan la competitividad de los productores de papa

- Falta de fortalecimiento del mercado interno y externo
- Dificultad de acceso a la tecnología a un costo acorde a los productores,
- Falta de disponibilidad de semillas de calidad
- Desconocimiento de normas de control de calidad
- Falta de organización para lograr influir a lo largo de la cadena.
- Uso excesivo de químicos por inadecuado conocimientos de tecnología
- Inadecuado manejo poscosecha
- Escaso acceso al crédito
- Bajos rendimientos
- Falta de infraestructura productiva (carreteras, canales de riego, centros de acopio)

5.1.2. FACTORES QUE FORTALECEN Y DEBILITAN LA COMPETITIVIDAD DE LOS COMERCIANTES DE PAPA

5.1.2.1. Factores que fortalecen la competitividad de los comerciantes de papa

- Poseen una alta capacidad de negociación
- Cuentan con disponibilidad de papa permanentemente.
- Conocimiento sobre el negocio

5.1.2.2. Factores que debilitan la competitividad de los comerciantes de papa

- Ausencia de un producto de calidad uniforme
- Falta de volumen seguro de producción
- Carencia de manejo de información sobre zonas, volúmenes y precios
- La existencia de un gran número de intermediarios.
- Mal funcionamiento de los sistemas de almacenamiento existentes
- Falta de capacitación a los comerciantes en almacenamiento de productos perecibles
- Falta de control de calidad
- Asesoría en poscosecha.

5.1.3. FACTORES QUE FORTALECEN Y DEBILITAN A LOS INDUSTRIALES DE PAPA

5.1.3.1. Factores que fortalecen a los industriales de papa

- Cuentan con un mercado seguro y en crecimiento y
- Ofrecen una calidad excelente al servicio de los consumidores.
- Existencia de variedades para la industria
- Suficiente capacidad instalada

5.1.3.2. Factores que debilitan a los industriales de papa

- No cuentan con abastecimiento anual, constante y garantizado
- No poseen producto de calidad para la industria con respecto al tamaño y forma
- Los precios de la materia prima son muy volátiles

5.1.4. FACTORES QUE FORTALECEN Y DEBILITAN A LOS CONSUMIDORES DE PAPA

5.1.4.1. Factores que fortalecen a los consumidores de papa

- Cuentan con capacidad de compra
- Cuentan con capacidad de elección
- Existe el incentivo de la tribuna del consumidor a la utilización de un producto de buena calidad

5.1.4.2. Factores que debilitan a los consumidores de papa

- Falta de información de los productores finales
- Falta de información respecto a la calidad y sanidad del producto.

CAPITULO VI

ESTRATEGIAS PROPUESTAS PARA ELEVAR LOS NIVELES DE COMPETITIVIDAD DEL CIRCUITO PAPA INDUSTRIALIZADA

6.1. PROPUESTA DE DIALOGO PARA LA ACCION

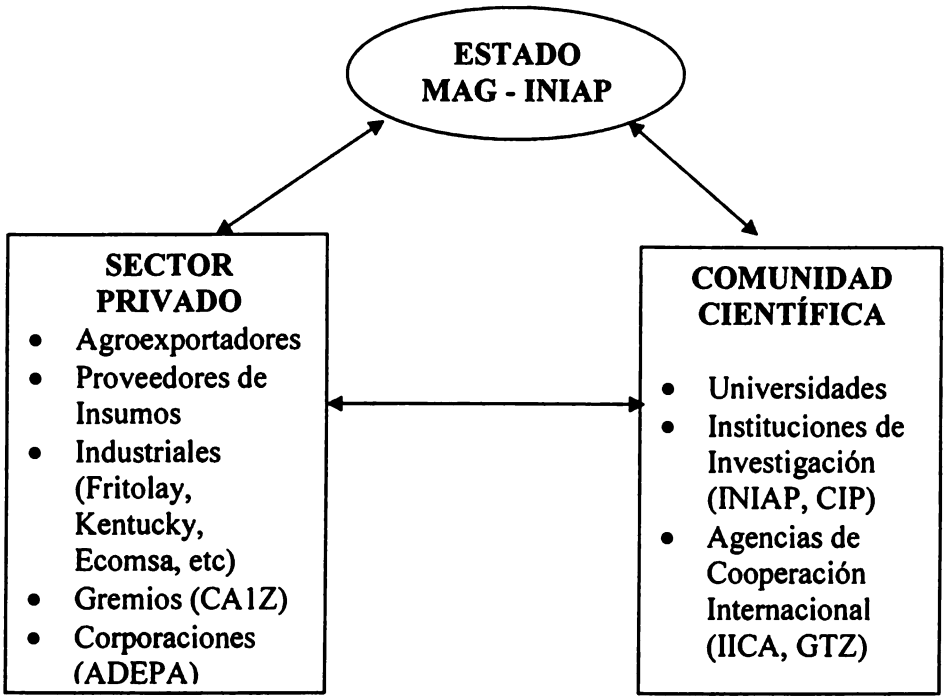
La cadena agroalimentaria de la papa ha venido realizando reuniones durante el año de 1999 con el objeto de iniciar un proceso de mejoramiento de la competitividad de la cadena, a través de la identificación de los actores, la creación de una instancia de articulación y el establecimiento de compromisos entre los diferentes actores.

6.1.1. PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA

Para realizar una propuesta de organización de la cadena agroalimentaria de la papa, es necesario conocer a los distintos actores que conformarían este sistema. Los mismos se describen en el gráfico a continuación:

GRÁFICO NO. 11

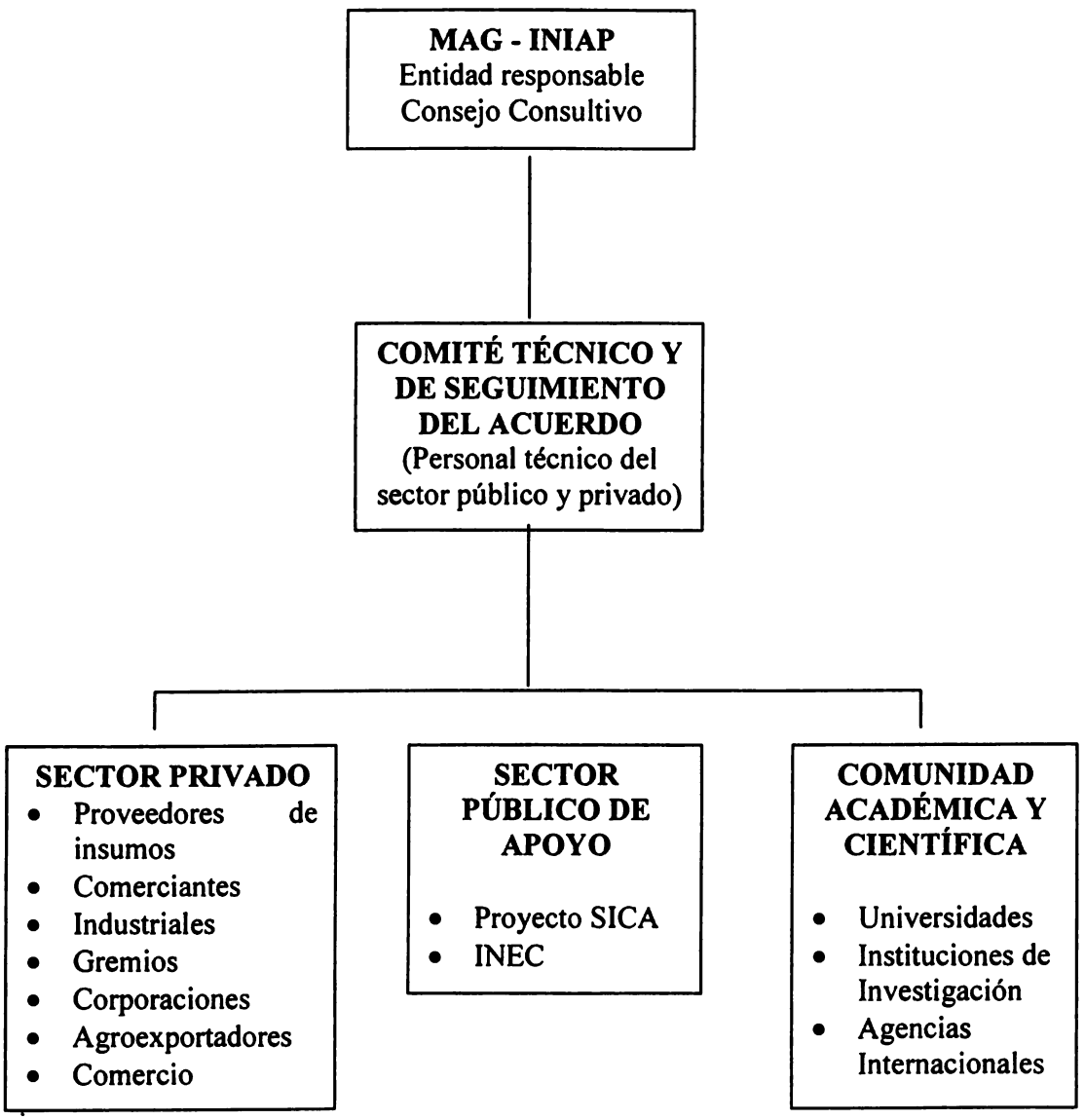
AGENTES INVOLUCRADOS EN LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA EN EL ECUADOR



Una vez definidos los actores a ser partícipes del acuerdo de competitividad a continuación (gráfico No. 12), se presenta el esquema de esta organización

GRÁFICO NO. 12

ESQUEMA DE ORGANIZACIÓN DE UN ACUERDO DE COMPETITIVIDAD



A continuación se señalan las posibles etapas inmersas en este acuerdo de competitividad:

6.1.1.1. Etapas de los acuerdos

Las etapas dentro de los acuerdos son:

1. Iniciativa
2. Convocatoria
3. Formulación, concertación y firma
4. Seguimiento de compromisos

Iniciativa

Busca la motivación e información de los diferentes agentes de los sectores privado y público que intervendrán en el acuerdo de competitividad, como son las reuniones de los gremios, productores, etc. Esta etapa a su vez comprende:

- Identificación de actores del acuerdo
- Difusión de los propósitos del futuro acuerdo de competitividad de la cadena de la papa
- Motivación para la iniciación del proceso

Convocatoria

La convocatoria que debe llevarse a cabo desde la entidad gubernamental de mayor nivel que tenga bajo su responsabilidad la actividad económica de la cadena. En el proceso de la convocatoria también se incluye una parte fundamental para el seguimiento de la misma que es la financiación. Se debe llevar a cabo las siguientes acciones:

- Invitación a empresarios y entidades del gobierno para iniciar el desarrollo del acuerdo

- Proceso de concertación para la identificación de los principales temas de discusión incluidos en el acuerdo
- Definición de un acuerdo de voluntades
- Firma de dicho acuerdo

Formulación, concertación y firma del acuerdo

Es la etapa fundamental del desarrollo del acuerdo, las cuales deber tomar las siguientes acciones:

- Elección entre el sector privado y público de coordinadores del acuerdo, que deben ser profesionales de reconocida autoridad en la situación de la cadena de la papa
- Integración de los diferentes agentes privados y públicos en un comité de concertación del acuerdo
- Definición concertada de la visión estratégica de mediano y largo plazo de la cadena
- Definición de indicadores para el monitoreo del avance en materia de productividad y competitividad de la cadena
- Definición de estudios y acciones complementarias necesarias para el avance de la cadena productiva como es el caso de los censos agrícolas y estudios ambientales.
- Firma y publicación del acuerdo

Seguimiento de los compromisos del acuerdo

La firma del acuerdo señala el comienzo de su implementación efectiva. Las acciones más importantes de esta etapa son:

- Nombramiento de una junta o comité, y de un coordinador del seguimiento del acuerdo. (cumplir con el mandato del texto del acuerdo)
- Reuniones periódicas

- Monitoreo a cada una de los compromisos y formulación de propuestas tendientes a cambios cuando las circunstancias lo exijan (Los acuerdos a lo largo del tiempo pueden ser modificados).
- Promoción periódica de los informes de medición de resultados, de cumplimiento de compromisos y de necesidades de ajuste del acuerdo.

6.1.2. POSIBLES COMPROMISOS, ACCIONES Y PROYECTOS QUE PUEDEN SER INCORPORADOS EN EL ACUERDO DE COMPETITIVIDAD

- El Gobierno debe establecer estímulos al proceso de concentración de precios entre los diferentes componentes
- Diseño de Instrumentos de políticas económicas sectoriales
- Apoyo del Estado al desarrollo tecnológico y a la modernización industrial del sector papicultor.
- Los industriales deben comprometerse con metas de mejoramiento de los niveles de competitividad
- Los compromisos e instrumentos que se desarrollen pueden extenderse a algunas producciones de otras cadenas o sectores para ganar externalidades, economías de escala y complementariedad

6.1.3. QUIÉNES FORMARÍAN PARTE DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA

Una vez finalizadas las 3 primeras Etapas del Acuerdo de Competitividad, es necesario complementar con la última Etapa (Seguimiento de Compromisos). Comenzaremos por identificar a los miembros que formarían parte del Esquema sugerido por el Director.

Asamblea

Todas aquellas personas identificadas con el sector papicultor y que aporten económicamente para el financiamiento y puesta en marcha de la cadena.

Consejo

Un representante por cada actor que integre la cadena . Por ejemplo, 1 representante por los industriales, 1 por los gremios, 1 por las corporaciones, etc.
Estas personas serán las encargadas de ejecutar y coordinar las políticas de acción que surjan de los distintos órganos establecidos en el esquema organizacional. Los miembros del Consejo no percibirán remuneración alguna y su función será meramente política.

Comisión Técnica

Las personas que integrarán esta Comisión serán nombradas por el Consejo y percibirán remuneración. Trabajarán a tiempo completo y serán los encargados de realizar estudios y análisis técnicos que el proyecto exija, además emitirán su informe al Consejo para su respectiva aprobación.

Comisiones Especiales

El número de integrantes puede ser indeterminado siempre y cuando su aporte sea eficaz. Este órgano servirá de nexo en lo que se refiere a cruce de información para la Comisión Técnica. Los miembros de las Comisiones Especiales deben pertenecer a los Institutos de Apoyo y generalmente tendrán reuniones de trabajo con la Comisión Técnica.

Pueden crearse dos Comisiones Especiales: 1) Económica y 2) Comercial.

La primera estará encaminada a generar información estadística y económica del cultivo y la segunda contactará a proveedores de insumos, productores, comercializadores e industriales para establecer negociaciones directas, evitando así los intermediarios, es decir, las distorsiones en los precios.

6.2. DIAGNOSTICO Y COMPROMISOS DE LA CADENA

Sobre la base de la identificación de los flujos o circuitos, se planteó que cada uno de los grupos de reflexión participantes en la reunión de la cadena agroalimentaria identificara a los diferentes actores que constituyen cada uno de ellos, en función de realizar un análisis de sus fortalezas, necesidades, acciones de coordinación y compromisos; con los siguientes resultados:

Los eslabones de este flujo están constituidos por: productores, comerciantes, procesadores y consumidores.

Los productores tienen entre sus principales fortalezas, el contar con tecnología adecuada a través del apoyo eficiente de diversas instituciones de servicios; también se planteó la existencia de mano de obra disponible; la ventaja que representa el contar con suelos climas de buena calidad y la experiencia acumulada para el buen manejo del cultivo. Si bien, no existe un importante nivel de organización de los productores, se ha desarrollado la conciencia sobre la importancia de agruparse. En cuanto a las necesidades, se requiere fortalecer el mercado interno y externo, el acceso a la tecnología con un costo al alcance de los productores, la disponibilidad de semillas de calidad y la selección y manejo de nuevos y " mejores (más resistentes) materiales genéticos, equipos agrícolas (tractores e implementos de fumigación de alto bajo volumen), el conocimiento de normas de control de calidad, y, organizarse para lograr influir a lo largo de la cadena.

Con relación a las fortalezas de los comerciantes, ellos poseen una alta capacidad de , negociación y la disponibilidad de papa permanentemente. Entre las necesidades se planteó el contar con un producto de calidad uniforme y un volumen seguro de producción, el manejo de información sobre zonas, volúmenes y precios, y, eliminar el exceso de intermediarios.

Los procesadores entre sus fortalezas, cuentan al momento con un mercado seguro y en crecimiento y con una calidad excelente al servicio de los consumidores. Ellos a su vez necesitan un abastecimiento anual constante y garantizado, acceder a un producto de calidad con respecto al tamaño, forma, etc, así como, cubrir sus requerimientos a un precio justo.

Las fortalezas de los consumidores tienen que ver con su capacidad de compra y de elección de los productos de papa procesada. En cuanto a las necesidades se destaca la falta de información de los productores finales, calidad y sanidad del producto.

Este grupo también realizó un análisis diferenciado sobre las fortalezas de las instituciones de apoyo, entre las que se puntualizó el talento humano capacitado en diversas disciplinas, la capacidad para formular y ejecutar proyectos, los servicios de capacitación a organizaciones en MIPE y agricultura orgánica, una infraestructura adecuada para el desarrollo de la investigación, y la coordinación interinstitucional que se realiza a través del Proyecto Bolívar, entre el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias y el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (INIAP-FEPP), quienes realizan un trabajo directo con organizaciones campesinas y ofrecen crédito agrícola dirigido alas organizaciones y asociaciones.

6.2.1. ACCIONES SUGERIDAS

A partir del trabajo de grupos se sugirieron una serie de acciones sistematizadas en tres ámbitos: necesidades prácticas de los diferentes actores de la cadena, relacionadas con los requerimientos productivos; necesidades estratégicas, que tienen que ver con la organización y fortalecimiento de la cadena; y propuestas de compromisos para las instituciones de apoyo, tendientes todas ellas, al desarrollo de la competitividad y calidad de la cadena agroalimentaria de la papa.

6.2.1.1. Acciones prácticas:

- Cursos de capacitación para el fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas productoras de papa, así como de los diferentes componentes de comercialización.
- Acceso a créditos y recursos financieros de los diferentes actores de la cadena. especialmente dirigidos a los productores.
- Contar con un sistema de información. mediante una base de datos sobre producción y comercialización. que facilite la disponibilidad e intercambio de experiencias y conocimiento.
- Promover un precio justo y equitativo que favorezca el interés de cada uno de los actores y la sustentabilidad del conjunto de la cadena.
- Utilizar tecnología recomendada para reducir costos y buscar eficiencia.
- Disminuir la intermediación en la comercialización.
- Producir semillas de acuerdo a las recomendaciones generadas y mantener un flujo permanente de semillas de categorías iniciales.
- Impulsar la aprobación de una nueva Ley de Semillas.
- Programar la realización de una Feria Nacional de la Papa.
- Complementar el flujo de producción de papa para consumo en fresco, fomentando el eslabón de los procesadores.

6.2.1.2. Acciones estratégicas:

- Fomentar el trabajo en cadena a través del conocimiento de las ventajas de organizarse en cadenas productivas. que permitan desarrollar la disposición de los diferentes actores para integrarse y realizar acciones conjuntas.
- Establecer alianzas estratégicas que involucren a todos los actores de la cadena agroalimentaria de la papa ya las instituciones de apoyo. mediante el impulso de contactos. concertaciones. coordinación y organización.
- Promover la organización de la cadena agroalimentaria de la papa y establecer compromisos y acuerdos para la planificación de sus actividades a mediano y largo plazo.

- Evaluar periódicamente el proceso de fortalecimiento de la cadena.
- Apoyar la construcción y consolidación de las organizaciones de cada uno de los actores que constituyen la cadena agroalimentaria de la papa especialmente de los productores.

6.2.1.3. Instituciones de apoyo:

- Suministrar materia prima de nuevas variedades a través de la Centro Internacional de la Papa (CIP).
- Apoyo del PNRT -CIP en desarrollo de gestión empresarial.
- Generar nuevas tecnologías dirigidas aun mejoramiento de la productividad y calidad.
- Comprometer al Programa Nacional de Raíces y Tubérculos (PNRT- Papa) del INIAP para realizar un segundo taller con los diferentes actores de la cadena.

6.2.2. COMPROMISOS

Los compromisos establecidos entre los diferentes actores que participaron en el taller, partieron de la comprensión de que todos ellos constituyen eslabones indispensables de la cadena agroalimentaria de la papa, por lo que la falta de uno de ellos o su incipiente desarrollo afecta al conjunto de la cadena, por ello la necesidad imprescindible de definir y construir alianzas estratégicas sustentadas en el compromiso ético de cada uno de los actores para fortalecer su competitividad.

Esto determina los desafíos y las perspectivas del trabajo futuro, en el sentido de fortalecer cada uno de los eslabones y por lo tanto mejorar el funcionamiento y la calidad de la cadena agroalimentaria.
En función del fortalecimiento de la cadena agroalimentaria de la papa, se establecieron dos compromisos básicos:

1. Promover un amplio acceso a la información y consolidar el conocimiento de esta cadena, para lo cual se planteó: a) realizar un estudio prospectivo de la cadena agroalimentaria en conjunto con el Programa del Sector Agropecuario del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA); b) trasmitir información sobre la cadena agroalimentaria a través de la página Web del SICA.

2. Desarrollar un proceso de Planificación Estratégica y de construcción de una estructura organizativa, para lo cual es necesario realizar un segundo taller, con la sugerencia de ampliar la convocatoria para garantizar la incorporación de la totalidad de los eslabones de la cadena. Como responsable inicial de este proceso, se resolvió conformar un Grupo de Enlace, encargado de promover y realizar el seguimiento para el diseño del Plan Estratégico de la cadena agroalimentaria de la papa. El Grupo de Enlace quedó constituido por representantes de las siguientes instituciones: Programa Papa del INIAP, Cámara de Agricultura de la I Zona , Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, Consejo Consultivo de la Papa, Sector de la Agroindustria y Corporación de Papicultores de la Sierra Norte.

CAPITULO VII

RESULTADOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. RESULTADOS

Una vez concluido el estudio de Competitividad de la Cadena Agroalimentaria de la Papa, circuito PAPA INDUSTRIALIZADA, se ha podido obtener los siguientes resultados, dando una aceptación parcial de las hipótesis planteadas:

La Hipótesis plateada a la pregunta # 2 se ha cumplido parcialmente debido a que al enfocar el entorno nacional, no se cumple lo propuesto referente que las políticas de estado y sectoriales alientan a la competitividad del sector.

En el entorno nacional el manejo de políticas de estado no han ayudado a impulsar la competitividad de la cadena agroalimentaria en ninguna de sus fases: producción de la papa, ni la industrialización de esta.

La política monetaria ha mantenido en niveles elevados la inflación y las tasas de interés haciendo difícil el acceso a créditos y financiamiento sobre todo para el sector agrícola. La política financiera ha ocasionado la desintermediación financiera en el sector papero por lo que el sector financiero informal prolifera en el agro ecuatoriano. No existen programas de desarrollo rural para las zonas paperas. Tampoco existen políticas de desarrollo industrial, ni de fomento a las inversiones.

Por otro lado las políticas sectoriales han tenido un impacto positivo en el sector papicultor. La creación de instituciones destinadas al mejoramiento de la cadena agroalimentaria de la papa como por ejemplo el INIAP o el proyecto FORTIPAPA han resultado en un incremento de la competitividad de este sector. La producción de

semillas de buena calidad, la generación de variedades más resistentes y de mayores rendimientos, el manejo de plagas y enfermedades y la transferencia de tecnología han hecho que poco a poco este sector tenga una mayor competitividad.

Un aspecto muy importante y que a mediano plazo incrementará el nivel de competitividad de la cadena ha sido la creación del Consejo Consultivo de la Cadena Agroalimentaria de la Papa; cuyos objetivos son el de asesorar al Ministro de Agricultura y Ganadería en la formulación de políticas que tiendan al fortalecimiento de la competitividad de la cadena y definir planes estratégicos de desarrollo de mediano y largo plazo.

La hipótesis planteada a la pregunta número tres se ha cumplido parcialmente, puesto que se han comprobado todos los aspectos tratados, excepto lo relacionado con la capacidad instalada de la industria, ya que no existen estadísticas respecto a este punto en el país.

Entre los factores que fortalecen la competitividad de los productores pueden ser mencionados la disponibilidad de mano de obra familiar ya que el 49,8 % del personal ocupado en esta actividad entra en esta categoría.

También es importante el hecho de que la papa se produce en zonas geográficas bien definidas, que tienen la capacidad de producción continua a lo largo de todo el año como son las principales provincias productoras: Carchi, Chimborazo y Tungurahua.

Dentro de sus debilidades se encuentran el escaso y caro abastecimiento de insumos, y una bajo acceso al crédito. La superficie financiada fue para el año 99 de tan solo del 0,63% del total de la superficie cultivada.

Esto sumado al rendimientos del 8% resultado de la baja capacitación y de un mal manejo postcosecha hace que se pierda competitividad en el eslabón de la producción.

Para el caso de los comerciantes que forman parte de la cadena agroalimentaria de la papa los factores principales que fortalecen su competitividad se relacionan a su amplio conocimiento sobre el negocio y a su capacidad de negociación. Son los que tienen los recursos y el transporte para llevar el producto desde la finca hacia la industria, y son los que cuentan con información sobre el mercado.

Mientras que entre sus debilidades se encuentran: mucha manipulación del producto en carga y descarga, lo cual daña la calidad de la papa ha ser vendida a la industria; y falta de mecanismos adecuados de control de calidad del producto, ya que al comprarlo solo se selecciona una pequeña muestra para comprobación de calidad.

Para el segmento de los industriales sus fortalezas son que cuentan con mercado seguro y en crecimiento. En 1998 año el volumen de procesamiento se a incrementado en un 10% respecto al año anterior.
Ofrecen un producto de buena calidad, ya que siguen procesos rigurosos de elaboración y control de calidad.

Mientras que los problemas que debilitan su competitividad son que no cuentan con abastecimiento anual constante y garantizado, ya que la papa es un cultivo que depende mucho de los factores climáticos y del control de plagas y enfermedades que se realice.

No poseen producto de calidad para la industria con respecto al tamaño y forma, pero esto se debe al desconocimiento de los productores respecto a las necesidades de la industria mas no por la carencia de variedades destinadas a la industrialización.

Adicionalmente los precios de la materia prima son muy volátiles como consecuencia de la estacionalidad de la producción y a los picos de consumo que existen en determinadas épocas del año.

Para el último de los eslabones de la cadena, los consumidores, los factores que fortalecen su competitividad son que la papa es producto barato que forma parte de su

cultura de consumo y también que actualmente existe un incentivo de la tribuna del consumidor a la utilización de un producto de buena calidad.

Entre sus debilidades podemos anotar la falta de información del producto que se oferta, especialmente sobre la diversidad de variedades y usos; también que los precios son muy volátiles, y la existencia de una gran cantidad de intermediarios, lo cual encarece el producto final.

7.2. CONCLUSIONES

La papa es un cultivo no tradicional, el cual se produce en altitudes que oscilan entre 2.700 y 3.400 m.s.n.m.

Es un producto de amplio consumo nacional, no solo en los estratos bajos y medio, sino también en los estratos altos.

El Ecuador cuenta con una diversidad de clima , el mismo que hace que se pueda producir papa en noviembre y mayo. En Carchi, que cuenta con lluvias bien distribuidas, se siembra papa en cualquier época del año. En Chimborazo con amplios cambios climáticos puede encontrarse una gran variedad de calendarios agrícolas.

En los últimos años, alrededor de 60.000 ha. producción que se localiza principalmente en las provincias de Carchi, Chimborazo, Tungurahua; Pichincha, Cotopaxi y Cañar.

Existen tres centros principales de producción en el país: Carchi, Chimborazo y Cañar. La producción de la provincia del Carchi abastece a los mercados de la propia provincia y de las provincias de Imbabura, Pichincha y el norte de la región costanera. La producción de la provincia del Chimborazo mayoritariamente abastece el consumo de las provincias centrales de la sierra y costa (incluida Guayaquil). La producción de la

provincia del Cañar abastece la demanda de las provincias del sur incluyendo la ciudad de Cuenca.

La variedad más utilizada por la industria es la INIAP- María, cuyas características industriales son: alto contenido de materia seca: 21,40%; gravedad específica: 1,081%; rendimiento de 35 Tm/ha y es resistente a la lancha y roya y susceptible al nematodo del quiste de la papa.

El sector dispone de investigaciones por parte del INIAP y de universidades en pos de la mejora de las variedades existentes en el país. Además ahora existen convenios para desarrollo de nuevas variedades específicas para la industria.

Durante el período de estudio 1990 – 1999, se ha evidenciado la falta de líneas de crédito a largo plazo, para actividades relacionadas con la cadena productiva. Esta falta de líneas de crédito se ve agravada con las altas tasas de interés a las que están sujetos tanto los productores como los industriales.

Los costos de producción son elevados tanto en la producción primaria como en la industrial. Es uno de los cultivos más caros, pero también uno de los más rentables en épocas de escasez.

Existe una agrupación gremial formada por los industrializadores. Los agricultores también están tomando conciencia de la importancia de la agrupación, tanto es así que se ha formado la Asociación de Papicultores ASODEPA, para encontrar soluciones a los problemas del sector papicultor.

No se da un diálogo entre los diferentes actores de la cadena, debido al egoísmo existente por acaparar el mayor beneficio.

Existe un alto consumo del tubérculo industrializado en el mercado interno, mas no en el externo. Se espera que en un futuro esta participación en el mercado internacional crezca y de esta manera mejore la situación de la cadena agroalimentaria de la papa.

7.3. RECOMENDACIONES

A continuación se sugieren una serie de acciones que ayudaran a mejorar los niveles de competitividad de la Cadena Agroalimentaria de la Papa y su circuito papa industrializada.

PRODUCTIVIDAD: Es necesario incrementar la productividad del cultivo, esto es mediante la especialización del cultivo en zonas aptas. También es necesario seguir realizando investigación en el campo de variedades según los usos específicos que se requieran.

INFRAESTRUCTURA: Para superar la limitación y la calidad de almacenaje que existe para la papa en fresco es necesario difundir de manera generalizada los estudios de manejo de poscosecha realizado por la FAO, ya que son pocos los productores que conocen una técnica apropiada de almacenaje que mantenga las propiedades físicas y químicas de la papa.

TECNOLOGÍA: Se debe mejorar el sistema de transferencia de tecnología. Se puede lograr mediante un fortalecimiento de los gremios de productores y que sean ellos los que cumplan el rol de recopilar y proveer la información que se traduzcan en mejores decisiones de parte de los productores. Complementariamente se deben realizar capacitación sobre las técnicas de producción y sobre el manejo integrado de plagas a los pequeños productores, que basan sus decisiones en conocimientos ancestrales sobre la producción.

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES: Es básico que se empiece a ver a la papa procesada como un producto exportable que puede acarrear ventajas para el país. Se debe contar con el apoyo de la CORPEI para realizar estudios de mercado y para participación en ferias de este producto. Es responsabilidad del Consejo Consultivo lograr un acercamiento entre el sector papicultor y el organismo de apoyo a las exportaciones.

OFERTA DE PAPA FRESCA PARA LA INDUSTRIA: Para no saturar el mercado ni permitir que hayan épocas deficitarias del tubérculo tanto los procesadores como los productores organizados deben en conjunto planificar la producción. Se deben organizar las siembras y cosechas de acuerdo a las épocas de mayor demanda, pues hay fechas claramente establecidas en las que la demanda se incrementa significativamente.

CRÉDITO: La solución será formar pequeñas cajas de ahorro y crédito formadas con un pequeño aporte mensual de los productores del sector primario, estos fondos servirían para acceder a créditos a módicas tasas de interés. Estas cajas deberán ser manejadas por la asociación de productores para asegurar de esta forma un manejo en beneficio de la misma comunidad.

INFORMACIÓN: Los Consejos Consultivos deben tener a su cargo la formación de una base de datos completa, la misma que pueda ser fuente de consulta para los diferentes actores de la cadena. También se deberán realizar estudios de la situación de la industria en el país, ya que no se cuentan con ningún tipo de estadística respecto a este punto. También es importante que se realice un inventario de los estudios que se han hecho en beneficio de la cadena.

FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL: Para que el sector tenga representatividad ante las disposiciones que adopte el gobierno sobre el sector agrícola, deben estar presentes las organizaciones de los grupos de agricultores y de los empresarios para formar un frente de lucha en pro del mejoramiento del sector.

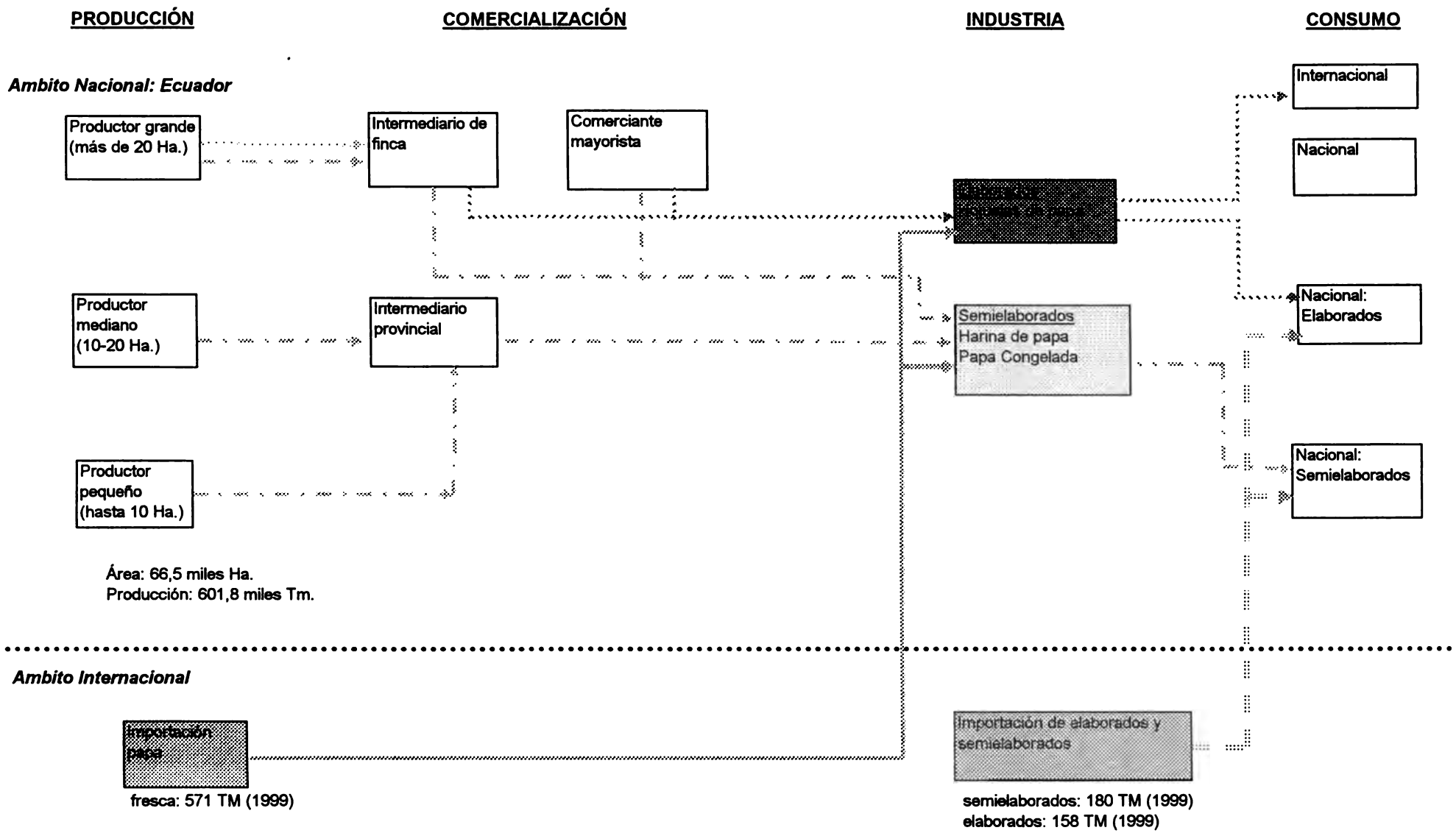
CONSUMO: Para incrementar el consumo la solución sería promocionar a través de los medios de comunicación a la colectividad de los beneficios que trae consigo el consumir papa, su aporte nutricional, y la diversidad de platos que se pueden prepara con ella.

DIÁLOGO: Se debe reforzar el diálogo entre los diferentes actores de la cadena. A través de este diálogo se pueden tomar acciones conjuntas para solucionar problemas que han venido disminuyendo el nivel competitivo de cada uno de los eslabones. Para esto se debe consolidar la formación del Consejo Consultivo y del Comité Técnico y de Seguimiento del Acuerdo de Competitividad.

ANEXOS

ANEXO 1

CADENA AGROALIMENTARIA DE LA PAPA - CIRCUITO PAPA INDUSTRIALIZADA



ANEXO 2

Producción Mundial y Principales Países Productores.
en toneladas y %

Producción Mundial y Principales Países Productores.
en toneladas y %

Producción (Tm)	Año 1990		Año 1991		Año 1992		Año 1993		Año 1994		Año 1995		Año 1996		Año 1997		Año 1998		Año 1999	
	Tm	%	Tm	%	Tm	%	Tm	%	Tm	%	Tm	%	Tm	%	Tm	%	Tm	%	Tm	%
Mundo	262 879 182	100%	256 106 627	100%	270 507 726	100%	300 332 740	100%	268 646 018	100%	284 848 173	100%	310 641 930	100%	307 555 860	100%	293 177 361	100%	294 331 004	100%
China	32 031 189	12.0%	30 441 105	11.9%	37 826 206	13.7%	45 941 585	15.3%	43 436 390	16.2%	45 993 331	16.1%	53 078 698	17.1%	57 317 486	19.0%	60 759 163	20.7%	55 154 163	18.8%
Federación de Rusia	n.d	-	n.d	-	38 329 660	13.9%	37 650 368	12.5%	33 827 620	12.5%	39 989 128	14.0%	38 651 940	12.4%	37 039 712	12.3%	35 439 230	10.7%	31 200 000	10.6%
India	14 776 000	5.6%	15 205 600	5.9%	16 387 900	5.9%	15 236 400	5.1%	17 392 400	6.5%	17 401 300	6.1%	18 843 300	6.1%	24 215 900	8.0%	17 648 100	6.0%	22 500 000	7.6%
Estados Unidos	18 239 000	6.9%	18 943 000	7.4%	19 294 000	7.0%	19 485 000	6.5%	21 185 000	7.9%	20 122 000	7.1%	22 618 000	7.3%	21 116 000	7.0%	21 300 600	7.4%	21 700 000	7.4%
Polonia	36 212 784	13.7%	29 038 128	11.3%	23 187 744	8.5%	36 270 544	12.1%	23 037 549	8.6%	24 891 330	8.7%	27 217 090	8.8%	20 775 644	6.9%	25 948 670	8.8%	19 926 716	6.8%
Ucrania	n.d.	-	n.d.	-	20 276 816	7.5%	21 000 000	7.0%	16 102 000	6.0%	14 729 400	5.2%	18 410 000	5.9%	16 700 800	5.5%	15 405 000	5.3%	15 405 100	5.2%
Alemania	14 471 000	5.4%	10 584 000	4.1%	11 253 739	4.1%	12 645 520	4.2%	10 635 400	3.9%	10 888 160	3.8%	13 558 052	4.4%	12 067 359	4.0%	11 711 720	4.0%	11 419 908	3.9%
Países Bajos	7 036 000	2.6%	6 949 201	2.7%	7 595 145	2.7%	7 698 600	2.6%	7 088 000	2.6%	7 340 000	2.6%	8 081 000	2.6%	7 973 000	2.6%	5 269 600	1.8%	8 200 000	2.8%
Belarús	n.d.	-	n.d.	-	8 984 000	3.2%	11 644 000	3.9%	8 241 000	3.1%	9 504 000	3.3%	10 400 500	3.5%	6 942 100	2.3%	7 574 000	2.6%	8 000 000	2.7%
Ecuador	368 605	0.1%	372 291	0.1%	497 034	0.2%	428 442	0.1%	531 496	0.2%	471 294	0.2%	453 900	0.1%	693 838	0.2%	534 105	0.2%	362 657	0.2%
Resto del Mundo	142 649 796	53.7%	144 573 249	56.5%	92 670 493	33.5%	92 589 283	30.8%	87 749 192	32.5%	93 606 742	32.9%	98 849 430	31.8%	96 896 121	32.1%	95 567 373	32.6%	100 062 550	34.0%

Fuente: FAO anuarios de producción
Elaboración: Autora

4 823 572

4 823 572

Principales Paises Exportadores
en toneladas y %

Año 1995		Año 1996		Año 1997		Año 1998		Año 1999	
Tm	**%**	**Tm**	**%**	**Tm**	**%**	**Tm**	**%**	**Tm**	**%**
7.302.552	*100%*	*7.265.574*	*100%*	*6.947.828*	*100%*	*7.874.275*	*100%*	*8.533.972*	*100%*
1.701.945	23,3%	1.352.103	18,6%	1.443.720	20,8%	1.420.892	18,0%	1.539.933	18,0%
610.827	8,4%	695.821	9,6%	874.057	12,6%	1.248.937	15,9%	1.353.571	15,9%
791.904	10,8%	780.494	10,7%	871.613	12,5%	1.179.823	15,0%	1.278.667	15,0%
705.845	9,7%	976.616	13,4%	940.845	13,5%	931.475	11,8%	1.009.513	11,8%
1.010	0,01%	89	0,00%	3	0,00%	6	0,00%	450	0,01%
3.491.021	47,8%	3.460.451	47,6%	2.817.590	40,6%	3.093.142	39,3%	3.351.838	39,3%

ANEXO 4

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE AÑO 1999				
	Importaciones		Exportaciones	
	Cantidad Tm	Valor miles de USD	Cantidad Tm	Valor miles de USD
América Latina y Caribe	***294.190***	***88.533***	***92.370***	***15.427***
Cono Sur	*27.202*	*7.476*	*29.579*	*3.342*
Brasil	14.066	4.413	2.078	170
Uruguay	6.398	2.084	1.615	348
Argentina	5.525	838	22.610	1.987
Paraguay	1.080	92	-	-
Chile	133	49	3.276	837
Zona andina	*66.962*	*12.484*	*19.717*	*5.782*
Venezuela	64.915	11.470	20	11
Bolivia	1.834	816	-	-
Ecuador	109	145	1.440	425
Colombia	103	53	18.236	5.340
Perú	1	-	21	6
México	*51.587*	*16.924*	*2.485*	*967*
México	51.587	16.924	2.485	967
Centroamérica y el Caribe	*148.438*	*51.648*	*40.590*	*5.337*
Cuba	35.166	9.140	54	18
Nicaragua	17.640	5.274	11	4
El Salvador	14.291	2.990	83	8
Costa Rica	6.037	1.654	646	446
Jamaica	5.200	980	-	-
Panamá	3.515	1.512	-	-
Honduras	2.318	976	1.286	260
Guatemala	554	311	37.601	4.426
Otros	63.717	28.811	909	175

Fuente: FAO
Elaboración: Autora

ANEXO 5

DESTINO DE EXPORTACIONES DE PAPA

en toneladas y miles de dólares

Año	Código	Descripción	Destino	Toneladas	Valor FOB
1992					
	701900000	LAS DEMAS	ARGENTINA	2,376	13,167
1993					
	701900000	LAS DEMAS	COLOMBIA	1.107,500	13,290
			ESTADOS UNIDOS	0,703	0,579
			PERU	161,361	10,471
	710100000	PAPAS (PATATAS)	FRANCIA	0,200	0,020
1994					
	712100000	PAPAS(PATATAS), INCLUSO CORTADAS EN TROZOS O EN	COLOMBIA	35,000	3,500
	710100000	PAPAS (PATATAS)	ESTADOS UNIDOS	72,000	72,360
1995					
	710100000	PAPAS (PATATAS)	ESTADOS UNIDOS	112,023	108,990
			HOLANDA(PAISES BAJOS)	0,300	0,129
	2005200000	PAPAS (PATATAS)	COLOMBIA	176,000	24,000
	701900000	LAS DEMAS	COLOMBIA	1.010,000	89,200
1996					
	710100000	PAPAS (PATATAS)	ESTADOS UNIDOS	54,936	58,591
	2005200000	PAPAS (PATATAS)	PERU	14,965	51,493
	701900000	LAS DEMAS	ESTADOS UNIDOS	88,691	98,442
1997					
	701900000	LAS DEMAS	COLOMBIA	2.500,000	25,000
			ESTADOS UNIDOS	651,957	730,666
			MEXICO	5,830	6,704
1998					
	701900000	LAS DEMAS	COLOMBIA	5.898,010	693,424
			ESTADOS UNIDOS	249,600	176,560
			REINO UNIDO	0,001	0,001
1999					
	2004100000	PAPAS (PATATAS)	ESTADOS UNIDOS	0,633	0,330
	701900000	LAS DEMAS	COLOMBIA	100,000	5,000
			ESTADOS UNIDOS	440,150	420,158

Fuente: BCE

Elaboración: Autora

ANEXO 10

ORIGEN DE IMPORTACIONES DE PAPA
1990-1999

en toneladas y miles de dólares

País	Toneladas	Valor FOB	Valor CIF
ESTADOS UNIDOS	4.470,98	3.188,52	4.206,95
CANADA	790,82	440,97	640,67
PERU	523,05	89,87	103,80
HOLANDA(PAISES BAJOS)	293,93	169,90	214,22
ALEMANIA	286,16	146,41	180,54
DINAMARCA	147,02	55,46	67,26
BELGICA	141,70	80,72	101,07
CHILE	99,26	201,25	211,74
FRANCIA	93,40	30,90	38,21
ESPANA	32,71	36,35	45,20
COLOMBIA	29,49	21,93	24,97
OTROS PAISES	28,78	27,48	34,22
PANAMA	1,64	1,34	1,96
ESLOVAQUIA	0,47	0,08	0,17
NICARAGUA	0,11	0,24	0,63
ARGENTINA	0,05	0,08	0,19
EGIPTO	0,03	0,11	0,11
ITALIA	0,01	0,02	0,03

Fuente: BCE
Elaboración: Autora

ANEXO 11

Generación de empleo 1990				
Tipo de empleo	Producción Primaria 85%	Agroindustria 10%	Comercio 5%	Total 100%
PEA Papa	73.030,00			
Propietarios	54.426,00	6.403,00	3.202,00	64.030,00
Empleos Permanentes	3.250,00	382,00	191,00	3.823,00
Empleos Temporales	4.400,00	518,00	259,00	5.177,00
Total	62.076,00	7.303,00	3.104,00	73.030,00
Calificación del Trabajo				
No calificado	44.411,00	7.011,00	3.505,00	54.928,00
Calificado	2.483,00	292,00	146,06	2.921,00
Total	46.894,00	7.303,00	3.652,00	57.849,00

Fuente: Encuesta de Hogares INEC 1990
Elaboración: Autora

Generación de empleo 1998				
Tipo de empleo	Producción Primaria 85%	Agroindustria 10%	Comercio 5%	Total 100%
PEA Papa	69.969,00			
Propietarios	50.553,00	5.947,00	2.974,00	59.474,00
Empleos Permanentes	2.973,00	350,00	175,00	3.498,00
Empleos Temporales	5.947,00	700,00	350,00	6.997,00
Total	59.474,00	6.997,00	2.974,00	69.969,00
Calificación del Trabajo				
No calificado	285,00	6.717,00	3.359,00	10.361,00
Calificado	2.379,00	280,00	140,00	2.799,00
Total	2.664,00	6.997,00	3.498,00	13.160,00
Mujeres (45%)	26.763,00	3.149,00	1.574,00	31.486,00
Hombres (55%)	32.711,00	3.848,00	1.924,00	38.483,00
Total	59.474,00	6.997,00	3.498,00	69.969,00

Fuente: Encuesta de Hogares INEC 1998
Elaboración: Autora

ANEXO 12

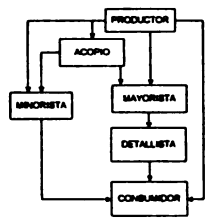
SUPERFICIE, PRODUCCION Y RENDIMIENTO POR PROVINCIAS

PROVINCIAS	1995			1996			1997			1998			1999		
	Superficie Ha	Produccion Tm	Rendimiento Tm/Ha	Superficie Ha	Produccion Tm	Rendimiento Tm/Ha	Superficie Ha	Produccion Tm	Rendimiento Tm/Ha	Superficie Ha	Produccion Tm	Rendimiento Tm/Ha	Superficie Ha	Produccion Tm	Rendimiento Tm/Ha
CARCHI	12.220,00	135.861,11	11,12	13.220,00	177.052,00	13,39	16.700,00	234.758,00	14,06	16.300,00	216.105,99	13,26	12.000,00	182.160,00	15,18
IMBABURA	1.970,00	8.151,12	4,14	2.400,00	7.648,00	3,19	1.900,00	10.141,00	5,34	1.850,00	9.335,28	5,05	120,00	900,00	7,50
PICHINCHA	4.560,00	31.720,18	6,96	5.200,00	52.125,00	10,02	5.100,00	69.113,00	13,55	4.980,00	63.621,83	12,78	6.350,00	75.045,00	11,82
COTOPAXI	10.820,00	57.610,64	5,32	8.400,00	53.829,00	6,41	9.900,00	71.374,00	7,21	9.660,00	65.703,19	6,80	6.480,00	64.800,00	10,00
TUNGUARAHUA	10.230,00	91.998,69	8,99	8.600,00	73.312,00	8,52	9.100,00	97.206,00	10,68	8.880,00	89.482,78	10,08	9.000,00	90.000,00	10,00
CHIMBORAZO	14.520,00	95.802,53	6,60	13.900,00	63.050,00	4,54	11.900,00	83.600,00	7,03	11.620,00	76.957,81	6,62	14.000,00	112.000,00	8,00
BOLIVAR	4.770,00	24.976,36	5,24	3.650,00	17.386,00	4,76	3.400,00	23.053,00	6,78	3.320,00	21.221,39	6,39	2.000,00	11.000,00	5,50
CAÑAR	3.380,00	13.294,05	3,93	3.600,00	12.784,00	3,55	1.300,00	3.359,00	2,58	1.270,00	3.092,12	2,43	850,00	3.748,00	4,41
AZUAY	2.810,00	10.870,98	3,87	2.040,00	6.878,00	3,37	2.100,00	9.120,00	4,34	2.050,00	8.395,40	4,10	2.500,00	12.500,00	5,00
LOJA	470,00	1.376,03	2,93	3.500,00	1.284,00	0,37	4.500,00	1.702,00	0,38	4.390,00	1.566,77	0,36	460,00	1.357,00	2,95

Fuente: Proyecto SICA-MAG
Elaboración: Autora

ANEXO 13

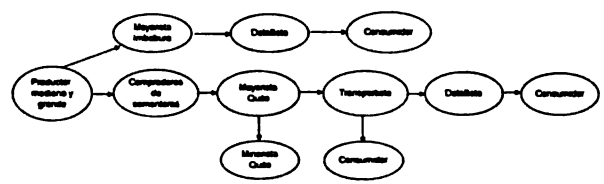
DIAGRAMA GENERAL DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACION DE LA PAPA EN ECUADOR



ANEXO 14

COMERCIALIZACION DE PAPA POR ZONAS

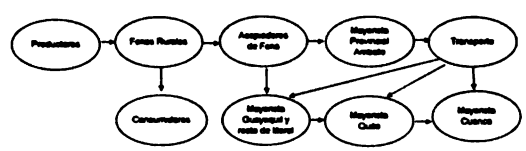
ZONA NORTE



ANEXO 15

COMERCIALIZACION DE PAPA POR ZONAS

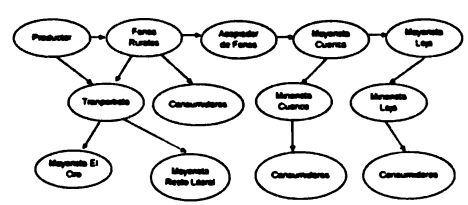
ZONA CENTRO



ANEXO 16

COMERCIALIZACION DE PAPA POR ZONAS

ZONA SUR



ANEXO 17

EMPRESAS PROCESADORAS DE PAPA

Empresa	Producto que ofrece	Cuidad
Frito-Lay	Papa frita tipo chip	Quito
Ecudal	Papa frita tipo chip	Quito
ECOMSA	Papa frita tipo chip	Quito
Ecuamaíz- Rychs Food	Papa frita tipo chip	Quito
La Quiteña	Papa frita tipo chip	Quito
Alexander	Papa frita tipo chip	Quito
SOPRODEAL	Papa frita tipo chip	Quito
Bonanza	Papa frita tipo chip y yucas fritas	Quito
KFC	Papa cortada tipo francesa y papa precocida	Quito
Agrofío	Papa cortada tipo francesa	Quito
Nestlé	Puré de papa	Quito
PROALME	Chifles de Plátano	Quito
P.A.N	Papa frita tipo chip	Quito
Pasabocas Ricas Cruck´s	Papa frita tipo chip	Cuenca
Productos Flamingo	Papa frita tipo chip	Cuenca
Oh que papa	Papa frita tipo chip	Cuenca
Albricias Azuay	Papa frita tipo chip	Cuenca
Doña Lolita	Papa frita tipo chip	Cuenca

ANEXO 18

CARACTERISTICAS AGRONOMICAS DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES UTILIZADAS

VARIEDADES	SUB-ESPECIE	MADURACION	RENDIMIENTO T/HA	CONTENIDO MATERIA SECA (%)	GRAVEDAD ESPECIFICA	USOS	ALTITUD DE CULTIVO
MARGARITA	TUBEROSUM	TEMPRANA	47	22.3	1090	CONSUMO EN FRESCO	2800-3500
MARIA	TUBEROSUM X ANDIGENA	SEMITEMPRANA	35	21.4	1081	PARA PROCESAMIENTO	2600-3000
UVILLA	ANDIGENA	TARDIA	30	22	1083	EN FRESCO	2800-3200
CHOLA	ANDIGENA	TARDIA	25	24	1098	EN FRESCO	2800-3600
BOLONO	ANDIGENA	TARDIA	25	20.93	1090	EN FRESCO	2800-3200
FRIPAPA	TUBEROSUM X ANDIGENA	SEMITARDIA	47	23.9	1103	CONSUMO EN FRESCO	2800-3500
SOLEDAD CAÑARI	TUBEROSUM X ANDIGENA	SEMITARDIA	25	25.5	1107	EN FRESCO	3100
ESPERANZA	TUBEROSUM X ANDIGENA	SEMITEMPRANA	38	20.3	1080	EN FRESCO	2800-3600
CECILIA	TUBEROSUM X ANDIGENA	SEMITEMPRANA	25	20.34	1078	PROCESAMIENTO EN FRESCO	2600-3200
GABRIELA	TUBEROSUM X ANDIGENA	SEMITARDIA	36	21.2	1080	EN FRESCO	2900-3200
SUPER CHOLA	ANDIGENA	SEMITARDIA	30	24	1098	PROCESAMIENTO EN FRESCO	2800-3600
CATALINA	TUBEROSUM X ANDIGENA	SEMITARDIA	28	22	1085	EN FRESCO	2800-3600
SANTA ISABELA	ANDIGENA	SEMITARDIA	40	20.1	1079	EN FRESCO	2800-3800
ROSITA	TUBEROSUM X ANDIGENA	SEMITARDIA	50	20.9	1086	EN FRESCO	2800-3500
YEMA DE HUEVO	SOLANUM PHUREJA	MUY TEMPRANA	10	22.33	1090	EN FRESCO	2500-2800

Fuente: Marco Herrera y otros, Estudio sobre el subsector de la papa en el Ecuador pag. 56. Instituto Nacional Autónomo de Investigación agropecuaria (INIAP)
Elaboración: Autora

ANEXO 19

LISTA DE ASISTENTES AL TALLER

INVITADO	EMPRESA
Andrade Héctor	INIAP PNTR-PAPA
Andrade Lautaro	CESA
Arias Juan Carlos	Agrícola Cuchitingue
Cárdenas Flor	PNRT-PAPA
Cárdenas Julio	AGRIPAC
Cargua Raúl	Corporación de Papicultores Centro Sierra
Chacón Particio	IERCOM
Chang Julio	Programa Sectorial Agropecuario
Crissman Charlie	CIP
Cuesta Xavier	PNTR-PAPA
Cumalata Giovanni	Fundación Pastaza
Enciso Francisco	IICA
García Carlos	AGRIPAC
Gavilanes Hugo	FEPP
Hernández Jorge	SUPERMAXI
Iturralde Pablo	Facilitador Taller
Malca César	APROSECH
Mármol Luis	Camara de Agricultura
Merino Fausto	UVT-Chimborazo
Miranda José	Hacienda El Jordán
Montesdeoca Fabián	PNRT-PAPA
Morales Raúl	Camara de Agricultura
Naranjo Hernán	IASA
Oyarzún Pedro	PNRT-PAPA
Ponce David	KFC
Puetate Margarita	AGRO 2000
Pumisacho Manuel	PNRT-PAPA
Quiñonez María del Carmen	UNIDECO
Reinoso Iván	INIAP
Sánchez Galo	COSUDE
Soria Jorge	IICA
Uribe Carlos	FROTP-LAY
Vaca Nelson	Papicultores Sierra Norte
Vásquez Wilson	INIAP
Vera Gustavo	INIAP

BIBLIOGRAFÍA

ALVARADO L., **FACTORES QUE AFECTAN LA CALIDAD DE PAPA PARA PROCESAMIENTO**, Centro de Investigación Obonuco-ICA, Pasto-Colombia, 244p.

ANDRADE, Héctor. **"REQUERIMIENTOS CUALITATIVOS PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA PAPA"**. Revista INIAP (Ecuador 9) p. 22 y 23

ATAVIA, Roberto **"¿CÓMO ANALIZAR UNA OPERACIÓN AGROINDUSTRIAL: UN ENFOQUE DE ESTRATEGIA COMPETITVA"**, INCAE, Revista INCAE Vol. IX, No. 1, 1996

BANCO MUNDIAL, **WORLD DEVELOPMENT REPORT 1996. FROM PLAN TO MARKET**, Washington, 1996.

CENTRO INTERNACIONAL DE LA PAPA , **LA PAPA EN CIFRAS**, Lima, Perú, 1996.

FAO, **"EL PAPEL DE LA AGRICULTURA EN EL DESARROLLO"**, Santiago, Chile, 1995, 39 p.

FUNDAGRO, **"COMO CULTIVAR MEJOR LA PAPA"**, Serie Divulgativa, Divulgatorio No. 3, Septiembre 1991, Quito-Ecuador, 30p.

FUNDAGRO, **"EL SISTEMA TECNOLÓGICO DE LA PAPA EN EL ECUADOR"** , Serie Técnica, Documento técnico No. 3, Mayo de 1990, Quito-Ecuador, 109p.

FUNDAGRO, **"LA PAPA EN LOS SISTEMAS DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA DE LA SIERRA ECUATORIANA"**, Serie

Técnica, Documento técnico No. 2, Marzo de 1990, Quito-Ecuador, 38p.

HERRERA, Danilo — "ENFOQUE PARTICIPATIVO PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS" CADIAC, *Serie de Cadenas y Diálogos para la Acción,* IICA, San José de Costa Rica, 1999.

HERRERA, Marco y otros, — "ESTUDIO SOBRE EL SUBSECTOR DE LA PAPA EN EL ECUADOR", 1998, Quito-Ecuador, 121p.

IDEA, — "DETERMINACIÓN DE LA VENTAJA COMPARATIVA DE LA PRODUCCIÓN DE PAPA EN EL ECUADOR: IMPLICACIONES PARA LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS DE INVESTIGACIÓN A TRAVES DE REGIONES" , Documento Técnico No. 53, Junio de 1993, Quito-Ecuador, 175p.

MAG-PRSA. — "SITUACIÓN, PERSPECTIVAS Y ALTERNATIVAS DE LA PAPA EN ECUADOR", 1991-1993. Quito-Ecuador,1993.

MONTESDEOCA, Fabián, — "ANÁLISIS DEL MERCADO DE LA PAPA PARA LA AGROINDUSTRIA EN EL ECUADOR", Quito-Ecuador,1998.

OTERO, Manuel — "LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA AGRICULTURA", julio, 1998

PALACIOS, Juan José — "EL NUEVO REGIONALISMO LATINOAMERICANO: EL FUTURO DE LOS ACUERDOS DE LIBRE COMERCIO", Comercio Exterior, vol. 45, núm. 4, México, abril de 1995.

PORTER, Michael E. "LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES", VERGARA, Buenos Aires, 1991.

PORTER, Michael E. "¿DÓNDE RADICA LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS NACIONES?" tomado de Harvard-Deusto Business Review, cuarto trimestre, 1990, p. 3-26

ROBINSON, Alan "IMPLICATIONS FOR TRADE IN LATIN AMERICA", THE INTERNATIONAL REVIEW OF WORLD TRADE, 1996, pp. 103-107.

RODRÍGUEZ Pedro Y RODRÍGUEZ Armando, "ALGUNOS ASPECTOS DE LA INDUSTRIALIZACIÓN DE PAPA EN COLOMBIA", Revista Papa, núm. 5, 1992, pp. 4-7.

SCOTT, Gregory J. "DESARROLLO DE PRODUCTOS DE RAÍCES Y TUBÉRCULOS. VOLUMEN II – AMÉRICA LATINA. MEMORIAS DEL TALLER SOBRE PROCESAMIENTO, COMERCIALIZACIÓN Y UTILIZACIÓN DE RAÍCES Y TUBÉRCULOS EN AMÉRICA LATINA", Abril de 1991, Villa Nueva - Guatemala, CIP, Lima-Perú, 173p.

SEPÚLVEDA, Sergio "EL RETO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA AGRICULTURA" IICA, Folleto Técnico No. 01

WORLD HORTICULTURAL TRADE & U.S. EXPORT OPPORTUNITIES, "SITUATION AND OUTLOOK FOR FROZEN FRENCH FRIES", 1995.

OTRAS FUENTES

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR http://.bce.fin.ec Base de datos

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO http://www.iadb.org/sds/ ***"Estrategia para el desarrollo agroalimentario en América Latina y en el Caribe".***

FAO http://apps.fao.org ***"The impact of trade liberalization on production of agricultural commodities an related fertilizar use to 2000"***

FAO http://www,fao.org ***"Rentabilidad en la agricultura: ¿Con más subsidios o con más profesionalismo?"***, LACKI, Polan. Oficina de la FAO para América Latina y el Caribe, Santiago de Chile, 1996

FAO Base de Datos

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA http://www.mag.gov.ec Base de datos

PRO-COMPETENCIA http://www.procompetencia.gov.ve ***"Formulación de políticas de eficiencia y equidad en el sector agropecuario".***

PROYECTO SICA http://www.sica.gov.ec Base de datos

FEDEXPOR Base de Datos

PROEXANT	Base de Datos
CIP	Base de Datos