



**UCASAL**  
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

Tesis de Grado: Licenciatura en Comercio  
Internacional

**“Análisis de la producción de Papa Andina de las  
Provincias de Salta y Jujuy con posibilidad de exportación al  
mercado español”**

Alumno: Ronan Muchut

Director: Sergio de Ugarriza

Profesor: Víctor Toledo

Adjunto: Martín Rodríguez

Año: 2017

**Nómina de Autoridades**

**Gran Canciller:** S.E.R. Mons. Mario Antonio Cargnello Arzobispo de Salta

**Rector:** Ing. Rodolfo Gallo Cornejo

**Vicerrectora Académica:** Mg. Constanza Diedrich

**Vicerrector Administrativo:** Dr. Darío Eugenio Arias

**Vicerrector de Formación:** Pbro. Dr. Cristian Arnaldo Gallardo

**Vicerrector de Investigación y Desarrollo:** Dr. Federico Colombo Speroni

## **Abstract**

La investigación desarrollada, se basa en el análisis de la producción de Papa Andina producida en las provincias de Salta y Jujuy. Se propone como lugar de destino de la producción, a España, debido a que en este país se consumen grandes cantidades de esta especie, lo que convierte a éste país, como un mercado muy atractivo para los agricultores del noroeste argentino.

## **Agradecimientos**

*En primer lugar al Profesor y Director de mi Tesis, el Ing. Sergio de Ugarriza y al Jefe de Carrera, el Lic. Martín A. Rodríguez...*

*Quiero agradecer también a todas aquellas personas que tuvieron de una u otra forma una participación directa o indirecta en el desarrollo de mi tesis...*

*A todos los productores de Papa Andina de Salta y Jujuy que me atendieron en su momento con toda la amabilidad...*

*A todos los Organismos Públicos y Privados, Nacionales e Internacionales que me brindaron información en su momento...*

*A todas las personas que de una u otra manera tuvieron que ver en mi formación profesional y personal, a todos ellos les debo mi agradecimiento.*

## **Dedicatorias**

*A mi padre Nelso Muchut, por el apoyo incondicional en todas mis etapas de la vida y de formación académica...*

*A mi madre Sandra Cabrera por darme la vida e incentivar me en mi formación profesional...*

*A mi novia Gisela Aranda por el apoyo inquebrantable durante toda la carrera y apoyarme a seguir siempre adelante...*

*A mis hermanos Gisele Muchut, Iván Muchut, Lilén Muchut y Franco Muchut, por el sostén constante de parte de ellos...*

*A mis abuelos que siempre me apoyaron desde chico a formarme como persona y en esta última etapa en lo profesional...*

*A mis amigos, que siempre estuvieron presentes de una u otra forma, nombrar a cada uno de ellos se me hace extenso y podría olvidarme de alguno de ellos...*

*Finalmente, les dedico esta tesis a todos aquellos profesionales que me dieron una mano para lograr finalizar el trabajo...*

*Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.*

## **Índice General**

<b>Introducción .....</b>	<b>10</b>
<b>Capítulo N°1: Producción de Papa Andina en el Noroeste argentino .....</b>	<b>13</b>
1.1. Características de la Papa Andina .....	14
1.2. Aspectos a tener en cuenta de la Papa Andina de Salta y Jujuy .....	15
1.3. Tecnologías y técnicas empleadas por Salta y Jujuy para la Producción de Papa Andina .....	18
1.4. Medición de Calidad de la Papa Andina .....	22
1.5. Variedades de Papa Andina producidas en Salta y Jujuy .....	24
1.6. Destinos de la Papa Andina .....	28
Conclusiones del Capítulo N°1 .....	32
<b>Capítulo N°2: Documentación y normativa a tener presente.....</b>	<b>33</b>
2.1. Normativa para la producción y Comercialización Nacional de Papas Andinas ...	33
2.2. Normativa para la Comercialización a nivel Internacional de Papas Andinas desde Argentina .....	39
2.3. Normativa para la Importación de Papas Andinas en España .....	40
2.3.1. Seguridad de los alimentos.....	40
2.3.2. Fitosanidad .....	40
2.3. Documentación a presentar para la Exportación de Papas Andinas.....	41
Conclusiones del Capítulo N°2 .....	44
<b>Capítulo N°3: Rasgos positivos y negativos de la producción y comercialización de Papa Andina en las provincias de Salta y Jujuy .....</b>	<b>45</b>
3.1. Contexto Interno de los productores de Papa Andina .....	45
3.2. Contexto Externo de los productores de Papa Andina .....	47
Conclusiones del Capítulo N°3 .....	52
<b>Capítulo N°4: Competidores a nivel mundial en el mercado de la .....</b>	<b>53</b>
<b>Papa - Papa Andina.....</b>	<b>53</b>

4.1. Producción mundial de Papas.....	53
4.2. Consumo mundial de Papas .....	57
4.3. Productores de Papa Andina a nivel mundial.....	61
Conclusiones del Capítulo N°4 .....	69
<b>Capítulo N°5: Descripción del mercado español de la Papa.....</b>	<b>70</b>
5.1. Datos demográficos de España.....	70
5.2. Datos a tener en cuenta para un Negocio Español .....	72
5.3. Importadores de Papa en España.....	73
5.4. Producción de Papas Bonitas en las Islas Canarias .....	74
5.5. Estrategias de Comercialización para vender Papas Andinas en España.....	78
5.6. Canales de Distribución para Comercializar la Papa Andina en España .....	81
Conclusiones del Capítulo N°5 .....	83
<b>Capítulo N°6: Productores y Comercializadores de Papa Andina en las provincias de Salta y Jujuy.....</b>	<b>84</b>
6.1. Productores .....	84
6.1.1. Productores entrevistados.....	84
6.1.2. Dificultades de los productores entrevistados .....	85
6.2. Cooperativas destacadas en Salta y Jujuy .....	86
6.3. Ciclo de Vida de la Papa Andina en Salta y Jujuy .....	91
6.4. Cadena de Comercialización de la Papa Andina.....	94
6.5. Calculo del Precio de Exportación de la Papa Andina .....	96
Conclusiones del Capítulo N°6 .....	100
<b>Conclusiones finales.....</b>	<b>101</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>108</b>

## **Índice de Tablas**

Tabla 1: Rotaciones recomendables para el cultivo de la papa .....	17
Tabla 2: Principales Productores de Papa en el mundo (año: 2012, en tn) .....	53
Tabla 3: Producción de Papas de países desarrollados y en desarrollo (2001-2007, en mill. de tn) .....	56
Tabla 4: Superficies sembradas de Papa en el mundo (2000-2006 en mill. de ha.) .....	56
Tabla 5: Exportaciones de Papas de Argentina (2013-05/2017, en tn.) .....	60
Tabla 6: Provincias argentinas que exportaron Papa (2013-05/2017, en tn.) .....	60
Tabla 7: Cifras del Comercio Internacional de España (2011-2015) .....	71
Tabla 8: Productores entrevistados .....	84
Tabla 9: Disponibilidad de la Papa Andina en Jujuy .....	89

## **Índice de Gráficos**

Gráfico 1: Producción Mundial de Papa por Continente (año:2002-2006).....	55
Gráfico 2: Consumo de Papas por Continente (2007, en tn.).....	57
Gráfico 3: Principales Exportadores de Papa fresca (2002-2006, en tn.).....	58
Gráfico 4: Principales Importadores de Papa fresca (2002-2006, en tn.).....	59
Gráfico 5: Producción de Papa de Perú (2004-2013, en miles de tn.).....	62
Gráfico 6: Rendimiento por hectárea (2003-2013, en tn.).....	63
Gráfico 7: Producción de Papas de Bolivia (2001-2013, en tn.) .....	67
Gráfico 8: Ciclo de Vida de la Papa Andina de Salta y Jujuy .....	92

## **Introducción**

La problemática por la cual se abordó el presente trabajo de investigación, es la producción incipiente de papas andinas en las provincias de Salta y Jujuy. También se suma el uso de tecnología desactualizada y, si bien es un cultivo que se destaca por la utilización de mano de obra artesanal, las formas de cultivo son muy precarias comparado con la competencia.

La información que se logró obtener en la presente investigación, no solo permitirá saber todos los requisitos que se deben tener en cuenta al momento de exportar Papas Andinas a España, sino que también permitirá a los exportadores salteños y jujeños comercializar un producto diferenciado y que logre posicionarse en la mente de los consumidores españoles. Es decir, también se intenta que la investigación sirva de guía para que los productores de papas andinas de Salta y Jujuy y quizás, pequeños productores de provincias aledañas, no cometan errores al momento de salir al mercado español o mercados de similares características.

Uno de los factores que motivó a la elección del tema fue el interés mundial por la demanda de productos andinos, debido a las características alimenticias que ellos poseen. También, relacionado con lo anterior, otro de los motivos por el cual se optó por el desarrollo de la investigación, es que justamente los productores de las zonas andinas de las provincias de Salta y Jujuy, están expandiendo sus tierras cultivadas, no solo con papas andinas sino con cultivos andinos en general.

El principal objetivo de la investigación, es conocer y analizar las características que se requieren para la producción y posterior comercialización, de papas andinas desde las provincias de Salta y Jujuy con destino al mercado español. Para lograr el objetivo general, se proponen una serie de objetivos llamados específicos, los cuales formarán parte de cada uno de los capítulos. A continuación se detallan los diferentes capítulos de la tesis correspondiente a cada objetivo específico:

Capítulo N°1: Producción de Papa Andina en el Noroeste argentino;

Capítulo N°2: Documentación y normativa a tener presente;

Capítulo N°3: Rasgos positivos y negativos de la comercialización de Papa Andina en las provincias de Salta y Jujuy;

Capítulo N°4: Competidores a nivel mundial en el mercado de la Papa-Papa Andina;

Capítulo N°5: Descripción del mercado español de la Papa;

Capítulo N°6: Productores y Comercializadores de Papa Andina en las provincias de Salta y Jujuy.

La hipótesis planteada preliminarmente al desarrollo del trabajo corresponde a: “Los atributos requeridos en la producción de papas andinas, para la posterior comercialización desde las provincias de Salta y Jujuy hacia el mercado español, son condiciones sanitarias, volumen e indicación geográfica.

En lo que respecta a la metodología empleada para el desarrollo del trabajo, es una investigación de tipo mixta, es decir cualicuantitativa, debido a que se realizaron, tanto análisis estadísticos como análisis de documentos, entrevistas y también observación en los campos de producción e instalaciones de productores y Cooperativas.

La investigación se centra en dos teorías. Teoría de la Ventaja Competitiva de David Ricardo (que consiste básicamente en producir y exportar el bien que se fabrica con un costo relativamente más bajo que el resto del mundo).<sup>1</sup>

Teoría de las Proporciones Factoriales de Heckscher – Ohlin (relativa a que un país debe exportar el/los producto/s que utiliza intensivamente sus factores abundantes e importar el/los producto/s que utilizan intensivamente sus factores escasos).<sup>2</sup>

Enfocándonos de lleno en el desarrollo del trabajo de investigación, se puede decir, que el origen de la papa andina corresponde a la zona de la Cordillera de los Andes, ubicada en el lado oeste de Sudamérica.<sup>3</sup>

La presente investigación, consiste en averiguar cómo se lleva a cabo la producción de papas andinas en el noroeste argentino (Salta y Jujuy como principales productores),

---

<sup>1</sup> David Ricardo en “*La Teoría Clásica*”. Oscar Bajo. (1991). 1ra ed. Teorías del Comercio Internacional. Barcelona. Pág. 28.

<sup>2</sup> Heckscher-Ohlin en “*la teoría Heckscher-Ohlin (H-O): las proporciones de factores son la clave*”. Thomas A. Pugel. (2004). Economía Internacional. 12 ed. España. Mc Graw-Hill. Pág. 62

<sup>3</sup> Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. “*Legado Latino*”. Consultado de: <http://www.fao.org/potato-2008/es/lapapa/origenes.html>

volúmenes de producción, abastecimiento de mercados locales y nacionales y demás puntos que se deben tener en cuenta sobre la papa andina.

También se propone en el trabajo que se desarrolló, averiguar las características del mercado español y analizar si se puede abastecer en un futuro esa demanda a partir de las papas andinas producidas en Salta y Jujuy.

En la exploración se desarrollaron diferentes tipos de análisis, como lo son los análisis sobre documentos que fueron desarrollados en los diferentes países, tanto productores de papa en general como también los países productores de papas andinas. También se realizaron análisis cuantitativos, en base a estadísticas nacionales como internacionales sobre producciones y comercializaciones de papa y aún más enfocados en las papas andinas.

Se tuvieron en cuenta diferentes investigaciones de distintos organismos oficiales como lo es la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), también colaboró en parte del desarrollo de la investigación la Organización Agraria de Canarias, quienes brindaron información acerca de la Producción de su zona. Como así también se nombran a lo largo de la investigación algunos documentos de Cooperativa Cauqueva y Cooperativa Alfarcito y entrevistas desarrolladas a los productores de las provincias de Salta y Jujuy. Algunos de los productores, colaboraron con el método de observación sobre los campos de producción y también sobre sus instalaciones y maquinarias.

Algunos de los objetivos básicos que se quieren saber con el siguiente trabajo son: averiguar si Salta y Jujuy, cumplen con las diferentes normas y volúmenes de papa andina para abastecer mercados internacionales y, averiguar si España demanda este producto y cuales requisitos requiere para que Salta y Jujuy la abastezcan del mismo.

Saber también, si las papas andinas producidas en Salta y Jujuy, serían competitivas en el mercado de destino (España), es otro de los puntos desarrollados al final del trabajo.

## Capítulo N°1: Producción de Papa Andina en el Noroeste argentino

En el presente capítulo se describe aspectos generales de la producción de papa andina, tales como el contexto actual de las provincias de Salta y Jujuy referidos a su producción, variedades, zonas de producción, características del producto, entre otras particularidades que se deben tener en cuenta.

El capítulo n°1 permite no solo saber cómo se lleva a cabo la producción de papa andina en las provincias de Salta y Jujuy, sino que también proporciona información para saber si se cumple con los requisitos que exige España para la importación del producto.

Para empezar hay que decir que el nombre científico que le confiere a la papa andina es el de “*Solanum Tuberosum* de la subespecie andígena”, aunque está en discusión si le pertenece la categoría de especie o subespecie.<sup>4</sup>

Son papas de un tamaño pequeño ya que no llegan a desarrollarse, pero su ventaja es que concentran grandes cantidades de minerales y excelentes características nutricionales. Son consideradas un alimento gourmet en las cocinas del mundo. Un aspecto a tener en cuenta en estas variedades de papas es que, existe una gran diversidad de variedades de papas andinas, con un extenso espectro de colores lo que lo hace característico al producto.

La investigación es acerca de tubérculos que se originaron en territorio andino de América del Sur, los cuales han sido domesticados por sus habitantes durante miles de años. Son muchas las variedades que se pueden encontrar con diferentes características cada una de ellas, por ejemplo una de las diferencias es la adaptación a bajas temperaturas.

En Argentina existen tres zonas distribuidas entre las provincias de Salta y Jujuy donde se dedican a la siembra de papa andina. Las zonas son conocidas por los nombres de la Quebrada de Humahuaca, la Puna y los Valles de Altura. Entre todas las zonas anteriormente nombradas existen grandes variaciones en cuanto al clima y suelo. Las alturas en las cuales se desarrolla la siembra de papas andinas en ambas provincias es entre los 1.800 y los 3.000 m.s.n.m. y las precipitaciones que se dan son en algunos casos por debajo de los 200 mm y en otros llega a superar los 1.000mm.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> FAO. Cap. IV. Consultado de: <http://www.fao.org/docrep/010/ai185s/ai185s04.pdf>

<sup>5</sup> El Portar de la Papa en Argentina. Consultado de: <http://argenpapa.com.ar>

A continuación se realiza una descripción del producto que se analizó a lo largo de la investigación.

### 1.1. Características de la Papa Andina

La papa andina, tiene su centro de origen en Bolivia y Perú, y son estos dos países, los que concentran la mayor cantidad de variedades (aproximadamente 3.000). Es por ello, que su nombre deriva del quechua y tiene varias denominaciones, patata y batata entre otras.

A continuación, se detallan definiciones a tener en cuenta, según el Código Alimentario Argentino.

*Alimento:* es toda sustancia o mezcla de sustancias naturales o elaboradas, que ingeridas por el hombre aportan a su organismo los materiales y la energía necesarios para el desarrollo de sus procesos biológicos.<sup>6</sup>

*Hortalizas:* las hortalizas frescas destinadas a la alimentación deberán ser sanas y limpias. Se entiende por sana, la que está libre de enfermedades o de lesiones de origen físico, químico o biológico y; limpia, la que está libre de insectos, ácaros o cualquier sustancia extraña.<sup>7</sup>

*Solanum Tuberosum:* es una planta perteneciente a la familia de las solanáceas, originaria de Perú y cultivada por todo el mundo.

Según el Código Alimentario Argentino, debe estar sano, limpio, sin brotes y mantenido en lugares frescos, secos, aireados y al abrigo de la luz solar directa.<sup>8</sup>

*Solanum Tuberosum ssp. Andigenum:* con el nombre de papa indígena, se entiende el tubérculo del “*Solanum Tuberosum* L. Subsp. Andígena”, son prácticamente limpios, sin brotes y mantenidos en lugares frescos, secos, aireados y al abrigo de la luz solar directa al igual que otras especies.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Ministerio de Salud. “Código Alimentario Argentino”. Cap. 1, art. 6, inc. 2. Consultado de: [http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo\\_XI.pdf](http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo_XI.pdf)

<sup>7</sup> Ministerio de Salud. “Código Alimentario Argentino”. Cap. 11: Alimentos vegetales, art. 822, inc. 3. Consultado de: [http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo\\_XI.pdf](http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo_XI.pdf)

<sup>8</sup> Ministerio de Salud. “Código Alimentario Argentino”. Cap. 11, art. 832 bis. Consultado de: [http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo\\_XI.pdf](http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo_XI.pdf)

<sup>9</sup> Ídem. Cap. 11. Art. 832 tris.

La papa andina, conocida con el nombre científico de “Solanum Tuberosum ssp. Andigenum”, es cultivada en todas las regiones andinas de Latinoamérica, entre las que se destaca Argentina (principalmente las provincias de Salta y Jujuy).

La papa, tiene una alta concentración de almidón y una variedad en importancia de vitaminas y minerales. Está compuesta por: un 80% de agua y el 20% restante de parte seca. Un kilogramo de papa aporta, entre 700 y 800 calorías aproximadamente y 20 gramos de proteína; 190 gramos de glúcidos y entre las vitaminas que aporta se destacan: la provitamina A, vitamina B1, B2, B6, C, PP, hierro calcio, magnesio, fósforo, potasio, sodio y fibras.

### 1.2. Aspectos a tener en cuenta de la Papa Andina de Salta y Jujuy

La región de la Puna en las provincias de Salta y Jujuy es extensa y con escasa población que se dedica mayormente a dos actividades, ellas son la ganadería y la agricultura, dentro de ésta última, una actividad que ocupa una reducida cantidad de tierras, es la producción de papas andinas.

La producción comercial de papa andina en Argentina es incipiente. Si se enfoca más precisamente en las provincias de Salta y Jujuy, su producción se dedica más para autoconsumo y abastecer mercados locales y nacionales, aunque cada vez está cobrando más importancia. El abastecer el mercado externo, se ve más como una posibilidad futura, debido a que la producción actualmente no es cuantiosa, pero vale decir que se está produciendo cada vez más.

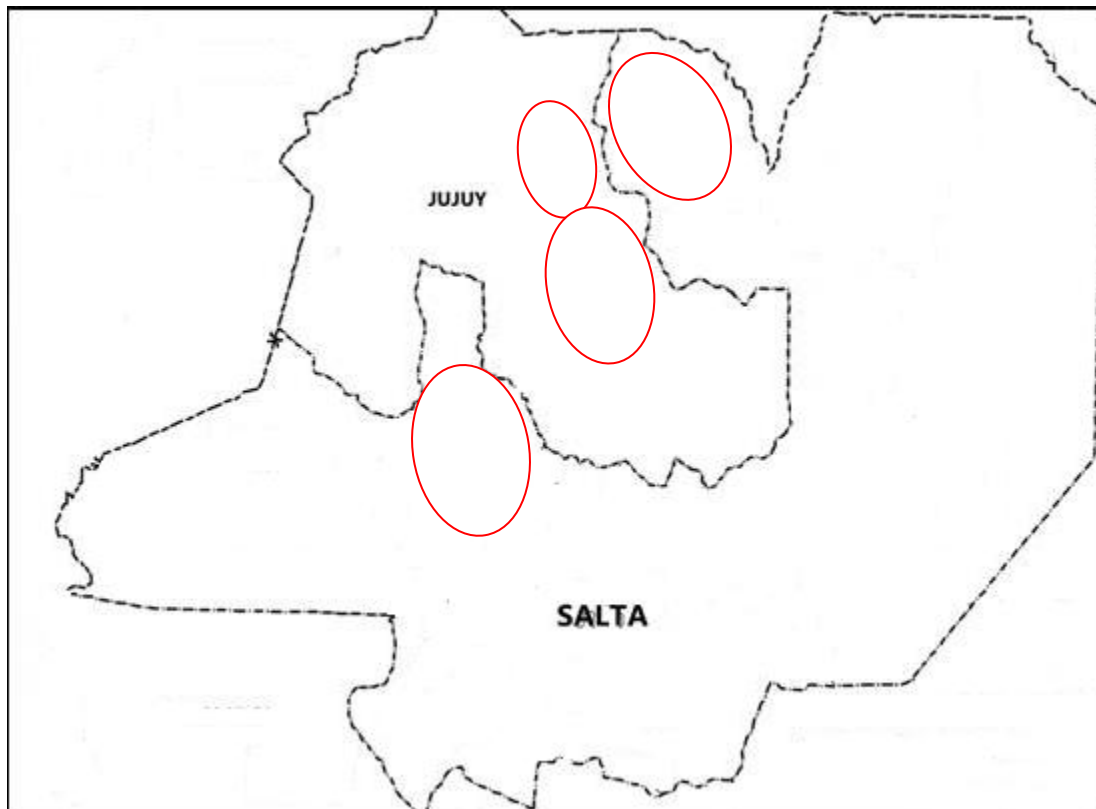
A continuación, se exponen las zonas productoras de papa andina de Argentina.

La papa andina, se está convirtiendo en un producto valioso y favorito a partir de los platos gourmet, por lo que está ganando cada vez más mercado a nivel internacional. Es por ello, que los productores de Salta y Jujuy, lo están viendo una oportunidad para ganar mercado.

En ambas provincias, se logra obtener un producto 100% orgánico (volúmenes mínimos), debido a que la producción se lleva a cabo en tierras ubicadas a más de 3.000 m.s.n.m., lo que provoca que el producto que se obtenga esté libre de plagas sin el uso de

agroquímicos industriales, lo que lo convierte en un producto de excelente calidad. Esto no sucede en todos los casos, debido a que no siempre se produce a grandes alturas.

**Ilustración 1: Zonas Productoras de Papa Andina en la Provincia de Salta y Jujuy**



Fuente: Elaboración propia según datos investigados (argenpapa, El Portal de la Papa en Argentina).<sup>10</sup>

Como se puede observar en la ilustración anterior, las zonas donde se producen el cultivo en la provincia de Salta son: en el departamento de Rosario de Lerma, más precisamente en la Quebrada del Toro y Santa Rosa de Tastil (zonas ubicadas prácticamente al centro de la provincia), Iruya y Santa Victoria (ubicadas al norte, en el límite con Bolivia). Las variedades más conocidas, sembradas en esta provincia son: Tuni, Negra Ojosa, Colorada, Oca, Azul, Moradita y Runa.

También se pueden observar las zonas marcadas de la provincia de Jujuy, donde se lleva a cabo la producción de papa andina. Los departamentos de Yavi (más precisamente la Quiaca, es donde se cultivan papas andinas), Humahuaca y, más abajo Tilcara y Tumbaya. Todas estas áreas, están ubicadas prácticamente en el centro de la provincia de

<sup>10</sup> El portal de la Papa en Argentina. Consultado de: [Http://argenpapa.com.ar](http://argenpapa.com.ar)

Jujuy. Las variedades que se producen en su mayoría son: la papa Oca, Oca Rosada, Collajera Negra, Collajera Roja, Chacarera y papa Amajana. Hay zonas donde se logra obtener entre 10 y 12 toneladas de papa andina por hectárea.

Entre ambas provincias, se producen más de 50 variedades de papas andinas, y las mismas ocupan más de 1.500 hectáreas. Su producción, en su gran mayoría se desarrolla de forma ancestral, en el capítulo siguiente, se describirá bien como se lleva a cabo cada una de sus etapas de producción.

De toda la cosecha se obtienen papas para el consumo, otras que son papas semillas (las mismas servirán para la siguiente siembra) y también papas que serán de descarte.

En muchos casos, la producción se transporta a lomo de burro, debido a que no se cuenta con medios de transporte para el traslado hacia los lugares donde se comercializa.

Un dato a tener en cuenta, es que cuando se llevan a cabo producciones de papa, no pueden realizarse más de dos siembras seguidas, ya que los suelos deben tener un descanso adecuado. En el siguiente cuadro, se muestra lo recomendable en cuanto a siembras para el cultivo de la papa.

**Tabla 1: Rotaciones recomendables para el cultivo de la papa**

Cultivo	Tiempo
Pasto	Varios años
Papa	2 años
Cereales	1 año
Leguminosas	1 año
Pasto	Varios años

Fuente: Policarpo Barboza (productor de Papa Andina de Santa Rosa de Tastil - Salta)

Estas variedades de papas, además de adaptarse a las condiciones agroecológicas de la zona, poseen excelentes características nutricionales para su consumo, por lo que presentan altos porcentajes de materia seca, almidón, minerales y proteínas, y también abundante contenido de pigmentos antioxidantes. La papa andina, tiene diversos usos, no solo alimenticio, sino también tiene usos como ser medicinales y cosméticos.

Los cultivos andinos, como lo son las papas andinas, poseen cuantiosas ventajas como ser: aumentan la productividad de otros cultivos, conservan los suelos y elevan su fertilidad, mejoran el estado nutricional y fortalecen la seguridad alimentaria.<sup>11</sup>

### 1.3. Tecnologías y técnicas empleadas por Salta y Jujuy para la Producción de Papa Andina

#### ***I- Riego***

Según las entrevistas que se desarrollaron en Santa Rosa de Tastil (Salta), existe una problemática muy marcada en lo que respecta al riego. Varios de los productores expresaron su disconformidad, debido a que todos los años tienen la misma dificultad, la falta de agua. La gran mayoría, no tiene un sistema de riego, por lo que la agricultura la desarrollan con un sistema de secano. El tener un sistema de riego, les facilitaría el desarrollo de la producción, por lo que lograrían obtener mayores volúmenes de cosecha.

En tanto no poseen sistemas de riego y no tienen muchas precipitaciones que les contribuyan a obtener mayores volúmenes, pero logran sanar parte de este problema mediante predicciones, como ser de:

- ✓ Rango de temperaturas y heladas;
- ✓ El cultivo que tendrá mejor éxito en la temporada;
- ✓ Zonas que se deben priorizar según el cultivo;
- ✓ Ocurrencia de lluvias;
- ✓ Plagas y enfermedades dependiendo el cultivo;
- ✓ Saber cuándo es adecuado comenzar con la siembra, debido a los factores agroecológicos.

#### ***II- Diversidad de Papas Andinas***

Son varias poblaciones de diferentes lugares las que están afectadas a la producción de papas andinas, y no existe una nomenclatura común que utilicen todos los productores, por lo que se da en varios casos, que son las mismas clases de papas pero no coinciden en los nombres, lo que lo convierte en un impedimento al momento de la comercialización.

---

<sup>11</sup> <http://intainforma.inta.gov.ar/?p=10854>

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, está presente al hablar de diversidad genética, ya que es el encargado de mantener las variedades y, en muchos casos realiza cambios genéticos a los productos, lo que en este caso se llamarían papas mejoradas.

Cada vez más, se van perdiendo las variedades genéticas de papas andinas a lo largo de la región. Si tenemos en cuenta hace cincuenta años, en Argentina se cultivaban cerca de setenta variedades de papas andinas, mientras que hoy en día, se cultivan alrededor de cuarenta. Esto es, en muchos casos, debido a que se está perdiendo la cultura ancestral.

### ***III- Preparación del suelo***

Tanto en la provincia de Salta, como en la de Jujuy, se desarrollan los mismos tipos de manufacturas, las mismas son: de tipo manual, mecanizada o de tipo reducida (ésta en menor cantidad).

La siembra de tipo manual, se efectúa en tierras de pendientes pronunciadas, el hombre ocupa un papel importante con el uso de herramientas para los trabajos de arado, surcado o rastra.

En segundo lugar, la más utilizada según las expresiones de los productores en las entrevistas, es la labranza mecanizada. El ministerio de producción de cada provincia (Salta o Jujuy), concede a los productores un tractor y, herramientas, como lo son, los arados de discos.

Por último, también se puede utilizar el cultivo reducido. Gravita en disminuir el laboreo del suelo, con el fin de preservar las propiedades físicas, químicas y biológicas del mismo.

### ***IV- Siembra***

Cuando la siembra debe desarrollarse en grandes dimensiones, se requiere la utilización de tecnología, tal como ocurre en la Puna Jujeña. Según lo que pudieron expresar en las entrevistas, ellos llevan a cabo la siembra en noviembre, utilizando una plantadora que se la provee el INTA, mediante la cual se logran ahorrar trabajo y tiempo.

Los productores, además de la semilla que se comercializa, utilizan una selección de tubérculos que realizan en sus propios campos para ser utilizados como semillas, es decir, realizan una selección sobre aquellas papas que se cosecharon, que cumplen con las

diferentes condiciones (variedad, tamaño, tamaño del brote, cantidad de ojos, etc.), y que no son destinadas a consumo ni comercialización, sino que se separan para ser sembradas la temporada siguiente. Muchas veces, estas papas semilla no son almacenadas en lugares aptos, y son afectadas por virus o enfermedades, lo que impide que puedan ser utilizadas.

Las superficies sembradas, año a año van en aumento, no tanto así los rendimientos por hectárea, los cuales se mantienen prácticamente constantes.

### ***V- Fertilización***

La producción de papas andinas, en las provincias de Salta y Jujuy, se desarrolla en suelos que no necesitan tanto suplemento de fertilizantes, debido a que los mismos contienen gran cantidad de minerales. Muchos de los productores, adicionan fertilizantes orgánicos y otros, en su minoría, lo hacen además con fertilizantes químicos.

El sabor, los nutrientes y la calidad alimenticia de las papas andinas, se debe al uso mínimo de fertilizantes.

La utilización o no de fertilizantes orgánicos o químicos, va depender de varios factores, como ser: a mayor altura de los cultivos, menor será la utilización de fertilizantes químicos como orgánicos; suelen realizarse descansos en los suelos, si se respetan los mismos, esto beneficiará para realizar menor cantidad de aplicaciones de fertilizantes. Los productores que siembran para autoconsumo, generalmente solo utilizan fertilización orgánica.

Según los productores de Santa Rosa de Tastil (Salta), se suelen apilar restos y malezas en distintos lugares de las parcelas, para luego quemarlos e incorporar posteriormente la ceniza a los suelos. En principio, dicen que lo hacen, para curar y nutrir los suelos de una forma orgánica, también para deshacerse de los restos de las cosechas anteriores y de las malezas que surgen de los suelos.

### ***VI- Cosecha***

Tal como se expreso anteriormente, la siembra se realiza en el mes de noviembre, y algunos lo hacen a fines de octubre, mientras que la cosecha se realiza en los meses de abril, mayo y en algunos casos hasta principios del mes de junio, antes del desarrollo de las ferias, en las que se presentan los diferentes productores a ofrecer sus productos.

Inmediatamente cosechados los tubérculos, los mismos se exponen al exterior para que se sequen y se logre eliminar parte de la tierra adherida.

En la provincia de Salta, la cosecha se realiza de forma manual. Luego de la cosecha se deben clasificar los tubérculos separando lo que es de primera, segunda, papa-semilla o lo que se debe descartar. Se realiza a bajas temperaturas, lo cual se convierte en un impedimento.

Mientras que en la provincia de Jujuy, la cosecha de papa andina se lleva a cabo de forma mecanizada. Se realiza con una maquina denominada “arrancadora”, la misma disminuye el tiempo de cosecha de forma abismal y además facilita la recolección de la cosecha, ya que deja las papas sobre la superficie de la hilera.

Según las entrevistas que se pudieron desarrollar, dentro de los datos que se pudieron recabar, están los rendimientos por hectárea. En lo que respecta a la Puna, en donde predomina el cultivo a secano, se pueden obtener rendimientos que rondan entre los 3.000 y 5.000 kilogramos por hectárea. Mientras que en las zonas de Jujuy, donde prevalece el cultivo bajo riego, se pueden encontrar rendimientos mucho más altos, entre 5.000 y 10.000 kilogramos por hectárea (datos de MiniAgri, 2010). Hay que agregar que en casos extraordinarios, el rendimiento llega a las 12 toneladas (esto se da en algunas zonas de la provincia de Jujuy).

### ***VII- Tratamientos Post Cosecha***

En lo que concierne a la provincia de Salta, gran parte de la producción se traslada a la fundación alfarcito, donde se llevan a cabo los procesos de acondicionamiento (clasificación, lavado, secado), y envasado de la papa andina. Otro porcentaje lo ocupa el autoconsumo de los productores para con sus familias y otra parte le pertenecen a las ventas locales y trueques.

Según lo que se pudo observar de los productores salteños, el almacenamiento de las papas-semillas que utilizarán la temporada siguiente, lo llevan a cabo en bolsas arpilleras, en el exterior de la vivienda. Les debe dar la luz, para evitar que roedores e insectos puedan atacarlas, además para evitar la brotación y deterioro de las mismas, debido a que en los interiores de las viviendas suele concentrarse humedad.

En la provincia de Jujuy, se llevan a cabo métodos de procesamiento sofisticados, como ser: la deshidratación. Como producto de la deshidratación, se obtiene el puré de papa andina. Otro de los productos que se logran obtener en Jujuy (más precisamente en la cooperativa C.A.U.Que.Va.), son las papas precocidas envasadas al vacío, por lo que logran obtener un producto con valor agregado que los posiciona en el mercado nacional.

### ***VIII- Plagas, enfermedades, manejo fitosanitario***

Según las entrevistas que se desarrollaron a los productores, la plaga de mayor presencia en la producción de papas andinas es el “gusano de la papa” (nombre científico: *Rhigopsidius Piercei*). Para poder combatir esta plaga, los productores de la zona mantienen sus tierras libres de residuos, recogen muestras constantemente, realizan rotación de cultivos, entre otras. Todas estas prácticas, se llevan a cabo con el fin de disminuir el porcentaje de descarte.

Algunas de las prácticas que se llevan a cabo con el fin de disminuir las plagas y enfermedades presentes en las plantas de papas andinas son: remover el suelo constantemente para lograr resguardar el cuello de la planta y no dejar el ingreso de parásitos; se debe realizar una cosecha oportuna, es decir en tiempo y forma y; en lo cual insisten los productores, se deben construir zanjas para impedir que gorgojos ingresen a las tierras recién sembradas.

También está la plaga llamada polilla de la papa, cuyo nombre científico es “*Phthorimaea Operculella*”, aunque con menor presencia que la anterior, para cuyo control lo recomendable es conservar húmedo el suelo.

#### **1.4. Medición de Calidad de la Papa Andina**

Fundación Alfarquito, clasifica las papas andinas en tres categorías: extra, primera y segunda calidad<sup>12</sup>.

A continuación se distinguen las diferentes categorías.

---

<sup>12</sup><http://www.fundacionalfarcito.org.ar/Resources/FCKEditor/file/Proyecto%20Comunitario%20Papas%20.pdf>

### ***Extra***

Posee sarna leve con profundidad no mayor a 0,5mm y menos del 15% de la superficie, sin desprendimiento de escamas.

### ***Primera Calidad***

Daño: lesión superficial no debe ser mayor al 5% del tubérculo (desaparece al remover el tejido h/3mm de profundidad);

Verdeado: no debe superar el 5% de la superficie;

Brotado: no deben ser mayores a 3mm de longitud;

Quemado: no debe superar el 5% de superficie y menos de 3mm de profundidad en pulpa;

Rhizoctonia: son agregados negros adheridos a la piel. Estos no deben superar el 5%;

Pelado: no debe superar el 5% de la piel;

Sarna: media con profundidad no mayor a 1mm y menos del 50% de la superficie;

### ***Segunda Calidad***

Daño: lesión superficial entre el 5 y 15% del tubérculo (desaparece al remover el tejido h/3mm de profundidad);

Verdeado: entre el 5 y 15% de la superficie;

Brotado: cuando supera los 3mm de longitud y se tiene que desbrotar;

Quemado: entre el 5 y 15% de superficie y menos de 3mm de profundidad en pulpa;

Rhizoctonia: son agregados negros adheridos a la piel. Entre el 5 y 25%.

Pelado: entre el 5 y 15% de la piel.

Sarna: media con profundidad no mayor a 1mm y menos del 66% de la superficie.

Se deben clasificar las papas andinas en las diferentes categorías para saber cuáles serán dedicadas para industria y cuales para descarte.

### ***Industria***

Para procesos sin pelar: deberá ser papa andina dentro de la categoría Extra o Primera;

Para procesos con pelado: serán las papas andinas de la segunda categoría o mayor a 15% de daños varios, con pulpa firme. Hasta 4mm de sarna y más de 66% de superficie.

### ***Descarte***

Corazón negro: mancha negra o gris en el centro del tubérculo;

Podredumbre: húmeda o seca;

Daños; con persistencia tras remover 3mm de pulpa y más de 15% de superficie;

Corazón hueco: cuando se genera por crecimiento rápido por cavidad de más de 12x6mm;

Rhizoctonia: con más de 25% de superficie;

Quemado: con más de 15% de superficie y 3mm de profundidad.

Según la Fundación Alfarcito, estos son los grados de tipificación que se les aplica a la producción de papas andinas de la zona de Santa Rosa de Tastil (Salta).

### **1.5. Variedades de Papa Andina producidas en Salta y Jujuy**

En la provincia de Salta como así también en Jujuy, la especie de papa que se puede encontrar, además de la papa comercial, es la papa *Solanum Tuberosum* de la subespecie andígena (andígenum). Existen diferentes variedades de papa andina, las mismas presentan varias diferencias, como ser el color de la piel y las flores, forma, cantidad de ojos, etc.

Son papas muy nutritivas, ya que poseen un alto contenido de almidón, alta resistencia al frío de la cordillera, nivel muy bajo de predisposición a la penetración de bacterias (debido a que se produce a altas alturas).

A continuación, se realiza una mínima descripción de cada una de las papas andinas cultivadas en la zona. Se debe saber, que hay algunas de ellas que según la zona suelen recibir otras denominaciones.

### *Papa Lisa*



Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

Es una de las hortalizas que se cultiva en casi toda Sudamérica. La papa lisa aporta más de 350 calorías cada 100 gramos.

Su cultivo puede darse desde el nivel del mar, hasta los 4.000 m.s.n.m.

Las variedades que se cultivan en la zona son: lisa amarilla, lisa verde, lisa morada y lisa overa.

### *Imilla negra*



Es una papa de forma redondeada y tamaños que pueden ser medianos o grandes y poseen ojos profundos.

Su color exterior es de morado a oscuro, con el centro morado.

Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

### *Churqueña*



Esta papa por fuera es de color marrón con áreas moradas, y por dentro es de color blanca.

Es un tipo de papa que tiene ojos profundos y pesa alrededor de 120 grs.

Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

### *Amajana*

Papa de color marrón con grandes áreas oscuras, y su pulpa es de color violeta.

Su forma es oblongo elíptica y su peso aproximado es de 105 grs.



Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

### *Papa Verde*



El color de la piel es verde, y la pulpa es de color blanco al igual que la gran mayoría de las variedades.

Es de forma oblongo y pesa alrededor de los 30 grs.

Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

### *Collajera Redonda*

Papa de color marrón con jaspeado morado, y su pulpa blanca.

Su forma es redonda con ojos profundos.

Su peso ronda los 60 grs. por unidad.



Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

### *Collajera Roja*



Su color por fuera es marrón con áreas coloradas, mientras que por dentro es blanca.

Es de forma redonda y logra pesar alrededor de 35 grs.

Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

### *Collajera Negra*

Su piel es de color violeta, y la pulpa es blanca.

Tiene una forma elíptica y su peso ronda los 48 grs.



Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

### *Papa Chacarera*



Se caracteriza por ser de color marrón por fuera, y en su interior se distingue un color crema, lo que la distingue de las otras variedades.

Es de forma redonda con ojos profundos y pesa aproximadamente 85 grs.

Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

### *Papa Uquia*



Su piel es de color marrón y en su interior es blanca.

Es de forma elíptica alargada y es una de las más pesadas, junto con la churqueña (aproximadamente 120 grs.).

Fuente: Instituto Nacional de Tecnología Agraria.

Otras variedades de papa que se pueden encontrar en la zona son: Papa Tuní morada y blanca, Imilla Colorada, Manzana, Cuarentilla, Cuarentona, Runa, Miskila o Colorada, entre otras variedades.

### 1.6. Destinos de la Papa Andina

Cabe destacar, que uno de los datos que se pudieron obtener de las entrevistas es que, la mayoría de los productores entrevistados coincidían en que las cosechas tanto en Salta como en Jujuy, se llevan a cabo en parcelas muy pequeñas.

La papa andina producida en Salta y Jujuy, según el tipo y aspecto de la misma, se destina a autoconsumo, mercado, semilla y trueque.

#### *Semilla*

En las semillas suelen estar plagas, enfermedades, insectos entre otros. Debido a esto, es importante que al cosechar, se separe la papa de la mejor calidad para utilizarse en la próxima siembra.

Al seleccionar la papa semilla, se observa como se dijo anteriormente, la calidad, la forma, color, y que tenga una buena cantidad de ojos. También las papas semilla, deben ser de chicas a medianas, por lo que mientras más grandes sean, rinden menos. Otra cualidad a tener en cuenta, es el brote, el mismo no debe ser mayor a medio centímetro.

## *Mercado*

Introducirse en el mercado, implica tener en cuenta varias características que quizás para autoconsumo ni se sabe que existen, o algo que parece normal para los consumidores lugareños, para las personas de ciudad es aterrador.

En la República Argentina, el comercio de la papa andina, está reglamentado por la resolución 180/03 de SENASA, la misma establece los requisitos para la inscripción y habilitación de galpones de empaque de papa andina, guía de sanidad para el tránsito y puesto de control fitosanitario en las provincias productoras. Resolución que fue modificada por la disposición 02/2005 de la Dirección Nacional de Producción Vegetal.

Se puede afirmar que en la actualidad el mercado de las papas andinas está creciendo, en gran parte por lo que se está popularizando su consumo, debido a diferentes razones.

Lo anteriormente mencionado, tiene que ver con el alto valor culinario de la papa andina. Está siendo muy utilizada por los Chef tanto a nivel nacional como internacional. Es por ellos que el producto está siendo muy demandado, al punto que se está comercializando en supermercados, como un producto con alto valor agregado debido a sus diferentes presentaciones, cosa que hace unos años atrás no se hacía ni siquiera con el producto sin valor agregado.

Los supermercados exigen papas limpias, seleccionadas, embolsadas, por lo que los productores o en su defecto las empaquetadoras, deben realizar un proceso de acondicionamiento, lo que provoca que el producto sea comercializado a un mayor valor.

También hay que tener presente, el problema que afronta la comercialización de papa andina en Argentina. Existe también un mercado llamado ilegal, integrado por inmigrantes bolivianos en zonas periféricas de las ciudades de Argentina. Este sector es alimentado por potenciales clientes de la papa andina de Salta y Jujuy, por lo que es una amenaza para los productores de ambas provincias. Ésta actividad ilegítima va siendo reconocida y se va posicionando.

La papa andina boliviana ingresa al país de forma ilegal, con condiciones fitosanitarias desconocidas, lo que provoca no solo perjuicios económicos (ya que compiten por bajo

precio en el mercado), sino que representan un riesgo potencial de ingreso al país, de plagas cuarentenarias, que pueden afectar la producción de papa andina nacional.<sup>13</sup>

Cuando se habla de mercado se debe tener en cuenta las pretensiones de los mismos, siempre abrirse a un mercado conlleva cambios y a veces nuevas problemáticas. No se debe perder la biodiversidad que poseen Salta y Jujuy, debido a que el producto que se obtiene es único en cuanto a sus características organolépticas. El mundo requiere mayores volúmenes, se debe analizar si es que se pueden obtener mejores rendimientos por hectárea (sin aumentar el uso de agroquímicos) o si se pueden sembrar mayores cantidades de tierras al mismo rendimiento que se tiene hoy en día, logrando así mayores cantidades (ambas que sería lo ideal).

Vinculado con el comercio internacional, Argentina está produciendo mayores volúmenes y mejores calidades de papas andinas, seguir con esta tendencia permitiría vender a mercados exigentes sus producciones.

Los productores tienen que ofrecer un producto estandarizado, esto se relaciona con la calidad, sanidad, tamaño, el sabor, aspecto, color, no pueden un día vender un tipo de calidad y después otro, siempre debe ser el mismo. Por lo general en las ciudades de Argentina y del mundo, debido a que está muy implantado el concepto gourmet, se están consumiendo papas chicas, es decir que para el mercado, las papas grandes son prácticamente descartadas.

Para el mercado, otra de las medidas a tener en cuenta para la comercialización es la normativa legal vigente. El comercio nacional de la papa andina está regulado por las normas de SENASA. En el capítulo n° 3, será analizada la normativa legal vigente tanto para el ámbito nacional como internacional.

#### *Consumo y truque*

Las papas de menor calidad, que no pueden ser introducidas en el mercado y que tampoco logran ser dedicadas a semilla para la próxima siembra, son destinadas para el autoconsumo de los lugareños o también se utilizan para realizar trueques con productores de otros bienes.

---

<sup>13</sup> <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/especializacion/2014delpinomariajulia.pdf>

Algunas de las ferias donde suelen llevarse a cabo los trueques de papas andinas (también llamados intercambios), y lograr que el producto se popularice son: Feria de Humahuaca; Fiesta de Alfarcito (la de mayor importancia en la provincia de Salta); Feria de Tumbaya (la de mayor importancia en Jujuy); Feria de la Olla; Feria de la Unión de Pequeños Productores Aborígenes de Jujuy y Salta (UPPAJS).

Según las entrevistas que se desarrollaron, estos encuentros generan un medio favorable para la interacción entre los productores de papas andinas y otros productos andinos que producen en la zona. Se intercambian conocimientos técnicos, conocimientos de maquinarias, manejo de cultivos y se desarrolla la venta de la producción al público en general.

## Conclusiones del Capítulo N°1

Según lo que se logró investigar en el capítulo n°1 sobre la papa andina producida en Salta y Jujuy, se puede decir que algunos de los productores locales, logran obtener un producto puramente orgánico y que se quiere lograr en el largo plazo, que toda la producción de la zona sea orgánica.

La producción de Salta y Jujuy es de un volumen muy bajo en cuanto a cantidades, lo que no permitiría en el corto plazo realizar exportaciones.

Otra de las conclusiones a las cuales se arribó en el capítulo n°1, es que existen cada vez más productores locales dedicados a la siembra de papas andinas y que también se están mejorando las calidades producidas, lo cual permitiría llegar a un volumen significativo en el largo plazo, que permita abastecer mercados internacionales.

Las tecnologías empleadas por los agricultores de la zona en cuestión, son muy precarias, prácticamente no disponen de tecnología al alcance de la mano, ni siquiera de herramientas que le faciliten la producción y posterior cosecha del producto. Sistemas de riego, es algo indispensable hoy en día para los productores, ya que las calidades y cantidades dependen directamente del agua y en las zonas analizadas no llueve lo suficiente para el desarrollo del cultivo.

Se producen una amplia gama de variedades de papas andinas, aunque la de mayor importancia en la zona es la collareja.

Los destinos de la papa andina cosechada en las provincias de Salta y Jujuy son tres: semilla (los productores guardan para la siembra del año siguiente las papas que no tuvieron un gran crecimiento y que tengan gran cantidad de ojos que permitan su desarrollo); truque (muchas veces los particulares y pequeños productores realizan cambios de papas andinas por otros productos); autoconsumo (se producen para consumo propio); y por último se destinan a mercados (pequeños productores le venden su producción a Cooperativas, algunos a mercados locales y otros llegan a vender a provincias como Córdoba, Buenos Aires o Santa Fe).

## **Capítulo N°2: Documentación y normativa a tener presente**

### 2.1. Normativa para la producción y Comercialización Nacional de Papas Andinas

*Ley Nacional N° 18.284/1969: Normas para la producción y circulación de alimentos para consumo humano en todo el país*

Crea el Código Alimentario Argentino, en el cual se hace referencia a las disposiciones higiénico-sanitarias, bromatológicas y de identificación comercial del Reglamento Alimentario aprobado por Decreto N° 141/53 con sus normas modificatorias y complementarias.

Hace referencia a los alimentos que se exporten, los cuales deberán satisfacer las normas del Código Alimentario Argentino.

*Ley Nacional N° 20.247/73: Ley de Semillas*

Ampara la producción de papa semilla. La presente ley se debe tener en cuenta debido a que se suelen utilizar papas semillas para la cosecha, estas papas semillas fueron producidas en la temporada anterior como consecuencia de la cosecha, son papas que por sus diferentes características no son comercializadas, por ejemplo no alcanzaron su tamaño ideal y además contienen brotes, lo que hacen que sean denominadas semillas.

Enfocándonos en la ley de Semillas, se puede afirmar que prácticamente la totalidad de los productores de papa andina de Salta y Jujuy ponen en práctica la presente ley año tras año, debido a que siempre existen papas que no alcanzaron su tamaño ideal y además contienen gran cantidad de ojos que permiten ser utilizadas en la temporada siguiente como semilla.

*Ley Nacional N° 25.966/04: Productos de origen Agrícola y Alimentarios*

Hace referencia a las indicaciones geográficas y denominaciones de origen utilizadas para la comercialización de productos de origen agrícola y alimentarios, en estado natural, acondicionados o procesados.

La indicación geográfica revela que el producto es originario del territorio de un país, región o localidad de ese territorio, cuando determinadas características del producto sean atribuibles principalmente al origen geográfico.

En el caso de las papas andinas de Salta y Jujuy, se tiene en cuenta la indicación geográfica, debido a que es un lugar privilegiado para su producción (cercanía a la Cordillera de los Andes y alturas favorables para la producción de la misma) y además que, salvo la presencia del gusano (que se extingue por el uso de plaguicidas naturales en algunos casos), tiene una muy buena calidad.

*Ley Nacional N° 27.233/2016: Sanidad de los Animales y Vegetales*

La ley declara de interés nacional, la sanidad de los animales y los vegetales, así como la prevención, control y erradicación de las enfermedades y plagas que afecten la producción silvo-agropecuaria nacional, la flora y la fauna, la calidad de las materias primas producto de las actividades silvo-agrícolas, ganaderas y de la pesca, así como también la producción, inocuidad y calidad de los agroalimentos. Los insumos agropecuarios específicos; el control de los residuos químicos, contaminantes químicos y microbiológicos en los alimentos y; el comercio nacional e internacional de dichos productos y subproductos.<sup>14</sup>

Como se dijo anteriormente la plaga de importancia que se puede encontrar en la producción de papas andinas en las provincias en cuestión, es el gusano (*Premnotrypes Vorax*), que es exterminado mediante el uso de plaguicidas químicos y en otros casos naturales.

*Ley Provincial (Salta) N° 7.163/01: Sello de Producto Salteño - Fomento de la Producción Tradicional y Orgánica, Indicaciones de Procedencia y Denominación de Origen (Reglamentada por Decreto N° 2.209/02)*

Por la presente ley se crea el “Sistema Provincial de Certificación de Origen de los Productos Salteños”. El certificado se otorgará como garantía de origen del territorio provincial y calidad de los productos primarios o elaborados, artesanales o industrializados, los mismos además deben cumplir con los demás requisitos que establece la ley.

Se puede decir que la producción de papa andina de Salta y Jujuy no se encuentra en condiciones óptimas de obtener un Certificado de Origen, debido a que las calidades que se

---

<sup>14</sup><http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do%3Bjsessionid=1F562F50E42DFC7BF23E155AA24E301A?id=257451>

obtienen no son las mejores, pero sí se puede afirmar; que se está avanzando para lograr obtener mejores calidades que permitan en un futuro obtener dicha certificación.

*Ley Provincial (Jujuy) N° 5.367/03: Plan Provincial de Fomento, Promoción y Desarrollo de Cultivos Andinos Subexplotados en Valor Nutricional*

Se definen cultivos andinos subexplotados de valor nutricional, a las especies autóctonas de la provincia de Jujuy que se encuentren relegadas a un plano secundario, tanto a nivel productivo como de su consumo, a causa de su desplazamiento por los cultivos comerciales que responden a patrones de consumo urbano y a diversas razones de orden socioeconómico. Para la selección de cultivos andinos subexplotados de valor nutricional, se deben tener en cuenta criterios alimentarios nutricionales, agro-ecológicos y socio-económicos. En cuanto a las facilidades crediticias, la ley dispone que el Poder Ejecutivo provincial podrá asignar anualmente del presupuesto general de gastos y cálculo de recursos una partida específica para subsidiar hasta el 50% la tasa de interés por créditos que otorguen las entidades bancarias y crediticias para el financiamiento de inversiones en los cultivos andinos subexplotados de valor nutricional.<sup>15</sup>

*Código Alimentario Argentino (Capítulos 1,2,3,4,5,11,21)*

Según el Código Alimentario Argentino, se deben tener en cuenta tanto para la producción como comercialización de papas andinas las disposiciones generales de las empaquetadoras y comercios; las disposiciones que se refieren a los productos alimenticios; utensilios, recipientes, envases, aparatos y accesorios que se utilicen para lograr el producto final; normas para la rotulación o etiqueta y publicidad del alimento; requisitos a tener en cuenta para la producción de los alimentos vegetales; y los procedimientos que el Código Alimentario exige que se deben considerar tanto para la producción como la comercialización de cualquier alimento.

La producción de papa andina que se comercializa por medio de las Cooperativas, cumplen en su totalidad con los requisitos, no así la producción que venden algunos productores de forma directa a consumidores finales en pueblos de la zona.

---

<sup>15</sup> <http://www.ecolex.org/es/details/legislation/ley-no-5367-plan-provincial-de-fomento-promocion-y-desarrollo-de-cultivos-andinos-subexplotados-en-valor-nutricional-lex-faoc122993/>

Resolución 180/03 establece los requisitos para la inscripción y habilitación de galpones de empaque de papa andina (SENASA)

Algunas de las disposiciones más importantes de la resolución, es que se prohíbe la salida de papa andina a granel de sus áreas de producción y fija para las empresas empaquetadoras de papa andina el cumplimiento de las obligaciones que tienen que ver con: requisitos de inscripción, registro de productores para establecer una trazabilidad del producto, realizar una selección, fraccionar la papa seleccionada en envases que no superen los 5 kilogramos, tratar la papa con antibrotante. Y establece, que aquellos que no cumplan con la normativa, serán pasibles de sanciones.

En este sentido, las Cooperativas, que son las que realizan el empaque, cumplen con todos los requisitos, desde la salida del producto de las áreas de producción hasta la selección y fraccionamiento de la misma.

Disposición 2/2005 para la comercialización de Papa Andina. Requisitos para la inscripción y habilitación fitosanitaria de galpones de empaque destino. Envases. Guía de Sanidad para Tránsito de Papa Andina. Puntos de Salida Obligatorios. Modificación de la Resolución N°180/03 de SENASA (Dirección Nacional de Protección Vegetal)

Fija los requisitos para la inscripción y habilitación de galpones de empaque de papa andina. Se debe presentar: ubicación del galpón de selección y empaque, croquis del galpón, descripción de las instalaciones, datos del director técnico, verificación de instalaciones.

Según la disposición, se deben cumplir las condiciones mínimas que deben cumplir las instalaciones, ellas son: locales techados, áreas de recepción, áreas de selección, de embalaje, etc.

Las condiciones de empaque que se deben tener presente son: efectuarse en la zona de producción, envases no superiores a 5 kilogramos, etiquetado, nombre de la especie, etc.

La disposición, tiene en cuenta la guía de sanidad que se debe cumplir para el tránsito de papa andina con destino a consumo.

Y por último, se deben cumplir con los puestos de control fitosanitarios, los cuales son obligatorios.

Las Cooperativas estudiadas, que son las que realizan el empaque y etiquetado de la producción, cumplen con los requisitos que exige la presente Disposición 2/2005, realizan el empaquetamiento, etiquetado, nombre de la especie, etc., todo de acuerdo a lo que indica la Disposición antes mencionada.

Resolución 363/15 revoca la Resolución 180//03 del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca (SENASA): Procesamiento y Empaque de Papa

La Resolución 363/15, establece normas relativas al procesamiento y empaque de papa andina, papa lisa y papa oca, que debe realizarse en el origen. Dicho esto, queda prohibida la salida a granel de los tubérculos mencionados desde las áreas de producción al resto del país.

La nueva resolución crea el Documento de Tránsito de Tubérculos Andinos (DTTA). El presente documento se gestiona en las oficinas de SENASA y debe acompañar a la mercadería en tránsito.

Regula la comercialización de papa andina en todo el país (Argentina), y enumera las obligaciones a cumplir por las empresas empaquetadoras del producto.

Resolución 297/83 – Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria – Reglamenta las normas de tipificación y fiscalización de las hortalizas frescas con destino a los mercados de interés nacional

Para la Papa en general, se debe tener en cuenta que será una Papa madura (salvo la temprana), limpia y bien formada.

No deberá ser flácida, brotada, verdeada, helada ni escaldada. Libre de lesiones producidas por insectos y otras causas, alteraciones internas, sarnas, podredumbres, enfermedades que afecten al tubérculo, olor y sabor extraño.

Se calificará como extra grande, a la papa superior a los 500 gramos; grande, a la papa que esté comprendida entre los 300 y 500 grs.; mediana, a aquella que se encuentre entre los 300 y 120 grs.; y chica, a la que pese entre 120 y 35 grs.

Los grados de selección son tres, y cada uno de ellos tiene un mismo cultivar, tamaño y cumple con las condiciones mínimas establecidas.

El grado n°1, admite hasta un cinco por ciento (5%) en peso de otros cultivares; cinco por ciento (5%) de tubérculos mayores y dos por ciento (2%) menores al peso estipulado para cada uno de los tamaños; hasta un cinco por ciento (5%) de otros defectos, dentro de los cuales solo el medio por ciento (0,5%) podrá ser de tubérculos con podredumbre.

El grado n°2, admite hasta un cinco por ciento (5%) de otros cultivares; diez por ciento (10%) de otros defectos, dentro de los cuales sólo el medio por ciento (0,5%) podrá ser de tubérculos con podredumbres; cinco por ciento (5%) de tubérculos mayores y dos por ciento (2%) de tubérculos menores al peso indicado.

El grado n°3, permite hasta un cinco por ciento (5%) de otros cultivares; cinco por ciento (5%) de tubérculos menores y diez por ciento (10%) mayores al peso estipulado para cada uno de los tamaños; hasta un quince por ciento (15%) de otros defectos, dentro de los cuales solamente se admitirán el medio por ciento (0,5%) de tubérculos con podredumbres.

Todos estos grados de tipificación que establece el SENASA, son llevados a cabo por las Cooperativas Alfarcito y Cauqueva, quienes son los encargados de esta etapa y la posterior comercialización.

*Resolución 749/88 – Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria*

Considera que es conveniente actualizar las normas que reglamentan la comercialización hortícola que se destine a exportación. Se hace necesario delegar en la Dirección Nacional de Fiscalización y Comercialización Agrícola, el dictado de las normas pertinentes referidas a la comercialización de hortalizas que se destinen a la exportación, en cuanto hace al empaque, calidad y envasado.

En tal caso, deberá ser tenido en cuenta al momento de realizarse una exportación de Papas Andinas, ya que no existe una reglamentación particular actualizada para la misma

*Resolución N° 641/04 de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGPyA)*

Establece el “Reglamento Técnico para la Fijación de Identidad y Calidad de Papa”, que esté destinada al consumo en fresco, tanto para la importación, exportación como el mercado interno. El objetivo es unificar o tipificar los criterios de calidad, empaque, acondicionamiento y presentación.

A pesar de la resolución, muchas veces los productores no tienen en cuenta los criterios de tipificación y el organismo tampoco lleva a cabo los controles correspondientes, a diferencia de las Cooperativas, que si los tienen en cuenta.

## 2.2. Normativa para la Comercialización a nivel Internacional de Papas Andinas desde Argentina

Vale decir, que no existe una regulación específica para la exportación de papas andinas, debido que hasta la fecha no se realizaron exportaciones, salvo envío de muestras.

- **Resolución conjunta N° 8531/74 de la Secretaría de Agricultura y Ganadería y Comercio:** la resolución explica que la tipificación debe alcanzar a toda papa de producción nacional que se comercialice en el país o se exporte.  
Deben ser maduras, excepto las de zonas tempranas y semi-tempranas; limpias; bien formadas; no deben presentar lesiones ni presencia de insectos, entre otros.  
Existen tres grados de selección, que se usan para clasificar las papas. En el caso de las papas andinas, las mismas se encontrarán en su gran mayoría dentro del tercer grado, debido a que pesan entre 35 y 60 gramos cada una de ellas.  
Los envases pueden ser nuevos o usados, pero deben estar limpios.  
La mercadería debe decir: papa para consumo; el grado de calidad, zona de producción; nombre del productor; y debe estar inscripta la frase Industria Argentina. Al colocar estos rótulos, deben ser de color verde porque pertenece al grado n°3.
- **Resolución N° 641/04 de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación:** aprueba el Reglamento Técnico para la Fijación de Identidad y Calidad de Papa que se destine al consumo en fresco para la exportación, importación y mercado interno.
- **Reglamento Técnico para la Fijación de Identidad y Calidad de Papa:** el objeto del reglamento, es definir las características de identidad, calidad, acondicionamiento, empaque y presentación de las papas destinadas al consumo, que se exporten, importen o comercialicen en el mercado interno.

### 2.3. Normativa para la Importación de Papas Andinas en España

Las importaciones de la Unión Europea deben cumplir una serie de requisitos específicos para proteger la salud humana y animal. Los mismos se detallan a continuación.

#### *2.3.1. Seguridad de los alimentos*

Los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria se rigen bajo la Resolución (CE) n° 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo. Así mismo, la Resolución crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria. En la presente resolución, se mencionan temas de importancia que se deben cumplir, que son:

- Trazabilidad: los importadores de productos alimenticios deberán identificar y registrar al proveedor en el país de origen;
- Normas generales relativas a la higiene de los productos alimenticios;
- Normas sobre los residuos, plaguicidas y contaminantes de los alimentos;
- Normas especiales sobre determinadas categorías de productos alimenticios y alimentos destinados a poblaciones específicas;
- También se nombran otras normas a tener en cuenta para alimentos de animales.<sup>16</sup>

Teniendo en cuenta el mercado español, que es a donde apuntamos llegar con nuestro producto, algunos de sus requisitos son cumplimentados por las Cooperativas Alfarcito y Cauqueva y otros no. Es de gran importancia implementar un sistema de trazabilidad, debido a que España lo solicita para la seguridad de los alimentos para ingresar al mercado, lo demás estaría en condiciones normales.

#### *2.3.2. Fitosanidad*

Los vegetales y los productos vegetales que se importen en la Unión Europea, deberán ir acompañados de un certificado fitosanitario.

Se debe tener en cuenta, que lo que atañe a requisitos fitosanitarios, también se aplica a la madera empleada para empaquetar y embalar los alimentos.

Las exportaciones de vegetales y productos vegetales a la Unión Europea deben:

---

<sup>16</sup>[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt\\_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es)

- Ir acompañados de un certificado fitosanitario, expedido por las autoridades competentes del país exportador;
- Pasar las inspecciones aduaneras en el punto de entrega, en este caso España;
- Ser importadas en la Unión Europea por un importador inscrito en el registro oficial de un país de la UE;
- Ser notificadas a las aduanas antes de su llegada al punto de entrega<sup>17</sup>.

Son puntos que no se podría saber hoy en día si se cumplen, debido a que actualmente no se realizan exportaciones de Papa Andina desde Argentina a España.

La normativa de la Unión Europea sigue la legislación internacional según la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) de la FAO y el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC.

### 2.3. Documentación a presentar para la Exportación de Papas Andinas

- **Factura Proforma:** no debe cumplir con ningún tipo de formalidad establecida por la AFIP. Ésta incluye el valor de la operación, moneda, Incoterms, lugar y forma de pago, plazo de entrega, etc.
- **Factura Comercial:** emitida por el exportador, de forma electrónica, y contiene los nombres del exportador e importador, con sus respectivas direcciones y datos.

En la factura comercial “E”, figuran los detalles técnicos de la mercadería, fecha y lugar de emisión, la unidad de medida, cantidad de unidades que se están facturando, los precios unitarios y totales de venta, moneda de venta, condición de venta, forma y plazos de pagos, pesos brutos y netos, marcas, número de bultos y medio de transporte, firmada al pie por persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

- **Certificado de Origen:** este documento certifica el origen de la mercadería del país de exportación, para ser presentado por el importador, debido a que existen acuerdos de preferencia arancelaria entre los países. El plazo de validez del mismo es de 180 días desde que es emitido.

---

<sup>17</sup>[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt\\_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es)

- **Documento de Transporte Marítimo (Conocimiento de Embarque):** es el título que representa la propiedad de la mercadería, además de ser la prueba del contrato de transporte y prueba de recibo de la mercadería a bordo.

Los datos que contiene son: datos del cargador; datos del exportador; datos del consignatario; datos del importador; nombre del buque; puerto de carga y de descarga; indica si el flete es pagadero en destino o en origen; importe del flete; marcas y números del contenedor o de los bultos; número del precinto; descripción de mercaderías, peso bruto y neto, volumen y medidas y; fecha de embarque.<sup>18</sup>

- **Certificado Fitosanitario:** contiene información instructiva relativa a los asuntos fitosanitarios.

Deberá contener: el número de identificación del certificado (permite la localización, facilita auditorías y sirva a efectos de registro); Organización de Protección Fitosanitaria (SENASA); se debe colocar el destinatario, es decir país importador (España). Descripción del envío: nombre y dirección del exportador; nombre y dirección del destinatario; número y descripción de los bultos; marcas distintivas; lugar de origen (Argentina); medios de transporte declarados (Marítimo); punto de entrega declarado; nombre del producto y cantidad declarada (papa andina); nombre botánico de las plantas (Solanum Tuberosum Andigenum); declaración de certificación. Declaración adicional (solo la información exigida por España en este caso, que no haya sido anotada anteriormente en el certificado). Tratamiento de desinfección (solamente los aceptados por España y aplicados en Argentina o de tránsito para cumplir con el país importador); sello de SENASA en este caso; nombre del funcionario Autorizado, fecha y firma y; declaración de responsabilidad financiera (opcional).<sup>19</sup>

- **Certificado de Normas de Calidad:** verifica las condiciones de fabricación, calidad, embalaje y embarque. Algunos productos, en este caso la papa andina

---

<sup>18</sup> <http://www.mardelplata.gob.ar/documentos/exportar/6%20requisitos%20y%20documentos%20para%20exportar.pdf>

<sup>19</sup> <http://www.fao.org/docrep/004/Y3241S/y3241s06.htm>

requiere la intervención de un organismo oficial para acreditar la calidad y autorizar la comercialización desde Argentina a España. El organismo autorizado para el caso de las papas andinas, es el Instituto Nacional de Alimentos (INAL).

El Instituto Argentino de Normalización y Certificación, es el único representante argentino ante las diferentes organizaciones de normalización, entre ellas ISO (Organización Internacional de Normalización).

Los productores argentinos de papas andinas buscan cumplimentar con la normativa ISO 9001, ya que le permitirá cautivar nuevos mercados.

- **Documento Único Administrativo (DUA):** el DUA brinda información sobre el producto que se va exportar, sirve de base para la declaración tributaria y debe acompañar a la mercadería para cumplir con las formalidades aduaneras. Su función es la de unificar todos los documentos administrativos necesarios para la exportación.

## Conclusiones del Capítulo N°2

La normativa existente para la producción de papas andinas tanto para la provincia de Salta como la de Jujuy, se basa en: leyes nacionales, leyes provinciales y resoluciones de SENASA que regulan la producción de papas andinas en el territorio argentino. La misma es cumplida por la totalidad de los productores entrevistados.

También se puede afirmar, que la exportación de papas andinas desde Argentina para el mundo no está reglamentada, es decir que no existen normativas que regulen esta actividad. Esto es, debido a que no se realizaron exportaciones hasta la actualidad, salvo envío de muestras, que se rigieron por la normativa que se aplica para las papas en general. Esto es un impedimento, si lo que se quiere lograr es comercializar el producto al exterior, en este caso España.

En cuanto a la normativa para la importación en España, de productos derivados de papas andinas cultivadas en Argentina, muchos de los ítems no se llevan a cabo de manera formal en el lugar de producción como lo exige España. Esto no impediría una posible importación de papas andinas Argentinas, debido a que son requisitos que se pueden cumplir sin ningún tipo de impedimento.

Uno de los requisitos básicos para la importación en España de productos derivados del agro, es la presentación de un certificado fitosanitario expedido por el país de origen de la mercadería, para el cual se hace presente SENASA como entidad expedidora del certificado. Es este otro de los requisitos cumplimentados por Argentina para la venta de papas andinas a España.

Como conclusión final del capítulo 2, se puede afirmar que algunos de los productores según los requisitos mencionados anteriormente, estarían en condiciones de exportar papas andinas a España, decimos algunos, porque gran parte de ellos no cumplen con la totalidad de la normativa que se exige tanto para exportar el producto como para que España lo pueda importar debido a sus requisitos fitosanitarios.

### **Capítulo N°3: Rasgos positivos y negativos de la producción y comercialización de Papa Andina en las provincias de Salta y Jujuy**

A continuación se puede ver un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), sobre los productores de papa andina de las provincias de Salta y Jujuy.

Las fortalezas y debilidades pertenecen al ámbito interno de los productores, mientras que las oportunidades y amenazas le corresponden al ámbito externo.

Los datos se obtuvieron de las entrevistas desarrolladas, método de observación y del análisis de la información obtenida por los diferentes medios (páginas web, productores, instituciones gubernamentales, etc.).

#### **3.1. Contexto Interno de los productores de Papa Andina**

##### **Fortalezas**

- *Producto bien conocido por el agricultor:* debido a que es un cultivo ancestral, se pasan de generación en generación las tradiciones para cada una de las etapas de producción.
- *Mano de obra familiar (agricultura familiar):* generalmente el dueño del terreno y familiares, son quienes llevan a cabo la mano de obra en cada una de las etapas de producción. En muy pocos casos se contratan peones, lo cual no hay grandes erogaciones por estos motivos, es por ello que se convierte en una fortaleza.
- *Muy poco uso de agroquímicos:* debido a que las tierras están a grandes alturas, las temperaturas son bajas, lo que permite que no surjan plagas o enfermedades.
- *Producto de alto contenido alimenticio:* es un producto rico en vitaminas, minerales, proteínas, magnesio, entre otros.
- *Argentina cuenta con zonas aptas para su cultivo:* no en todos los países se pueden cultivar productos de altura. Argentina cuenta con esa ventaja gracias a la presencia de la Cordillera de los Andes, lo cual la convierte en una ventaja competitiva frente a otros países.
- *Tierras libres de plagas en su gran mayoría:* son tierras que mientras se encuentren a mayores alturas, tienen menor cantidad de plagas. Esto es una

gran ventaja para los productores, debido a que no necesitan tantos químicos para eliminar plagas y en algunos casos obtienen un producto orgánico.

## **Debilidades**

- *Falta de maquinaria:* según los productores entrevistados, y la visita a las Cooperativas, todos coincidieron en que hacen falta maquinarias, que un solo tractor que provee el gobierno de cada provincia no alcanza y además hacen falta herramientas que agilicen cada una de las etapas de producción.
- *Falta de información acerca del producto (superficies sembradas, precios fijos de los productores, canales de comercialización etc.):* ningún organismo privado ni público posee información en particular de las papas andinas, lo que dificulta saber exactamente los rendimientos promedios, volúmenes cosechados, crecimiento y toda otra información útil para los productores y cooperativas.
- *Escasos recursos para mejorar los niveles de rendimiento y calidad:* varios de los productores expresaron sus dificultades por obtener altos rendimientos que les permitan obtener mayores ganancias y lograr vender el producto a otros mercados. Los agricultores no tienen suficiente capital y el gobierno no se hace presente para ofrecer líneas de financiamiento para inversiones que permitan aumentar los rendimientos y mejorar la calidad de la producción.
- *Pequeños agricultores:* todos los productores tienen pocas hectáreas, lo que hace necesaria la creación de Cooperativas para que los mismos vendan su producción a precios razonables y muchos de ellos no lo hacen, esto provoca que les paguen por debajo del precio que se pacta cada año.
- *Ineficientes procesos de clasificación, selección y lavado de la papa:* según lo observado y entrevistado, los productores realizan estos procesos de manera manual, lo que provoca que en algunos casos se contrate mano de obra para llevarlos a cabo.
- *Falta de formalidad en la comercialización, no se respetan los niveles de tipificación:* la producción se vende en los pueblos, por lo que la gente es de bajos recursos y en muchos casos no tiene como trasladar su producción a los

centros de comercialización. Muchas veces no se respetan los grados de tipificación y los precios pactados.

- *Envejecimiento de los agricultores y falta de relevo de generaciones:* en muchos casos, los agricultores envejecen y las generaciones siguientes no continúan con la producción de papas andinas y se inclinan por cultivos más tradicionales.
- *Escasa disponibilidad de agua:* quizás sea la debilidad más trascendente, debido a que es el recurso más importante para todo tipo de cultivo y la falta de la misma impide su desarrollo.
- *No existe capacitación:* en lo que respecta a nuevas técnicas de cultivo que logren mayor eficiencia en las etapas de producción.

### 3.2. Contexto Externo de los productores de Papa Andina

#### **Oportunidades**

- *Unión de los productores tanto a nivel de Provincia de Salta como de Jujuy:* algunos de los productores se agrupan en Cooperativas, lo cual es una gran oportunidad para juntar las producciones y capturar mercados atrayentes.
- *Resurgimiento de los cultivos andinos:* los cultivos andinos forman parte de las economías regionales, por lo que el resurgimiento permite la reactivación de las mismas.
- *Cultivo ancestral de gran interés mundial:* el mundo demanda cultivos ancestrales, por lo que reactivar la agricultura ancestral es una gran oportunidad para capturar mercados internacionales. Los productos nativos, están teniendo importancia, en muchos casos por sus contenidos nutricionales.
- *El producto es muy valorado por su calidad:* las papas andinas producidas por Salta y Jujuy tienen muy buenos factores organolépticos, aunque todavía tienen margen para seguir mejorando, lo cual es una gran ventaja y oportunidad.
- *Apertura a mercados exigentes:* si se mejoran una serie de características y aumentan los volúmenes de producción, en un tiempo no tan largo, se estarían logrando capturar mercados internacionales de exigencia como lo es el europeo.

- *Más tierras dedicadas a la producción de Papa Andina:* es una gran oportunidad que agropecuarios se estén inclinando por la producción de papas andinas, ya que es un punto esencial para lograr mayores volúmenes que nos permitan capturar mercados de envergadura.
- *Indicación Geográfica:* para insertarse en mercados internacionales contar con Indicación Geográfica abre caminos para captar más mercados, existe competencia y es una gran oportunidad contar con este tipo de distintivo.
- *Contar con el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA):* es de suma importancia para los productores, debido a los estudios que se realizan allí, acerca de las plagas y enfermedades de todos los cultivos.
- *Lograr cada vez más producción orgánica:* es una de las metas de la totalidad de los productores, en algunos casos es más difícil que en otros. El mundo demanda productos orgánicos, por lo que lograr que cada vez más producción sea orgánica, es una de las metas a largo plazo.
- *Cultivo de economía regional:* es un cultivo propio de Salta y Jujuy y de tipo tradicional. Se lleva a cabo bajo culturas ancestrales que se desarrollaron en la zona desde hace cientos de años.
- *Existencia de planes nacionales y provinciales destinados a la Inclusión Social de productores agropecuarios:* son fondos cuyos aportes no son reembolsables de parte de los productores.

### **Amenazas**

- *Crecimiento de la demanda de productos sustitutos de la papa:* es sin duda una amenaza el crecimiento productivo de productos que tengan los mismos valores alimenticios que la papa andina, como pueden ser otros cultivos andinos como la oca.
- *Incremento de problemas fitosanitarios e insectos:* lo que se quiere lograr en el largo plazo es que la producción sea totalmente orgánica, por lo que si aumentan las enfermedades, plagas y presencia de insectos, no se podrá lograr lo mencionado anteriormente.

- *Complicaciones en zonas productoras de papa andina por factores agroecológicos, como ser sequía:* sin dudas se necesita agua para el cultivo de papa andina, por lo que la falta de ésta, provoca bajos rendimientos, bajas calidades, presencia de enfermedades e insectos con mayor frecuencia, entre otras. Así como también el exceso de agua no es bueno, además se necesita de bajas temperaturas que eviten la presencia de gusanos y permita que se utilicen menor cantidad de químicos.
- *Pérdida de rentabilidad debido a factores climáticos:* los factores climáticos influyen directamente sobre la rentabilidad de la producción. Si estos juegan en contra se obtienen menores volúmenes de papa andina por hectárea.
- *Los planes de Gobierno Nacional y Provincial no se aplican con éxito debido a la falta de Organizaciones de pequeños productores:* es una amenaza porque los productores no poseen capital para afrontar los problemas en cada una de las etapas de producción y muchas veces deben abandonarla, ya que no les es rentable seguir con la cosecha. Reciben una ayuda del gobierno (aportes a la Integración Social), pero las mismas no son lo suficiente para realizar inversiones de envergadura.
- *Los productores no tienen posibilidad de hacer Investigación y Desarrollo:* los productores no pueden hacer estos estudios debido a que no tienen recursos y, el estado, hay veces que se presenta a realizar encuestas para futuras mejoras de la producción, pero los productores expresan su insatisfacción, debido a que nunca se llevan a cabo acciones que les permitan tener una mejor calidad de vida a través de sus mejorías en sus producciones.
- *Productores de papa comercial no aceptan la propuesta de comercialización de papa andina por la presencia de la plaga:* los agricultores de papa comercial, dicen que la plaga afecta su producción, debido a que se contamina con la plaga de la papa andina.
- *Falta de maquinarias para agregarle valor al producto, falta de industrias:* según las entrevistas, los productores están de acuerdo en que se agregue valor al producto ya sea acondicionándolo o procesándolo. Esto permitirá generar empleos.

Se realizó el análisis FODA, para lograr saber cuáles son los puntos fuertes y débiles de la producción de papa andina en Salta y Jujuy, y también, saber con qué amenazas y oportunidades se encuentran los productores de la misma.

Los agricultores pueden controlar los factores internos, corrigiéndolos o potenciándolos, en cambio los factores externos, no pueden ser controlados, pero sí tenidos en cuenta para diseñar una estrategia de actuación.

### 3.3. Algunas Estrategias a partir de la matriz FODA

A continuación, se nombran algunos aspectos que de llevarse a cabo, permitirían brindar mayores fortalezas y oportunidades a los productores de papas andinas de las provincias de Salta y Jujuy:

- *Realizar inversiones en herramientas:* permitirán lograr mayores volúmenes de producción y mejorar las calidades de la papa andina que se obtienen actualmente.
- *Interés de parte del gobierno:* brindar líneas de financiamiento que permitan que los productores adquieran maquinarias, sistemas de riego, entre otras, ya que los agricultores no tienen recursos que le permitan llevar a cabo este tipo de inversiones. También se deben llevar a cabo inversiones en caminos que permitan mayor accesibilidad a los campos de producción y acercar la producción a las ciudades, generaría incentivos para las personas de los pueblos que llevan a cabo la producción.
- *Nuevas plantas de acondicionamiento y procesamiento crearía nuevos puestos de trabajo en la zona:* acondicionar el producto y lograr procesarlo, lleva no solo a crear nuevos puestos de trabajo, sino también a agregar valor a la producción, lo que genera mayores rentabilidades y evitar así, que otro país haga el trabajo que se puede llevar a cabo en Salta y Jujuy.
- *Valor Agregado:* siguiendo con el punto anterior, agregarle valor a la producción convierte a los productores en más competitivos y les brinda mayores rentabilidades.
- *Trazabilidad:* contar con este punto va permitir, seguir el proceso del producto en cada una de las etapas y brindar mayor seguridad a los consumidores.

- *Diferenciación:* con la Indicación Geográfica, sumado a la certificación de Industria Argentina y lograr en un futuro que la totalidad de la producción de papa andina sea orgánica, permitirá diferenciarse de la competencia y ofrecer un producto de alta calidad.
- *Unión de parte de todos los productores:* lograr que todos los productores se agrupen en Cooperativas se va convertir en una gran oportunidad para juntar las producciones y cautivar mercados atrayentes a nivel internacional.
- *Fomento de la producción integrada:* permitiría utilizar al máximo los recursos y mecanismos de producción naturales para asegurar una agricultura sostenible.
- *Capacitaciones:* instruir a los productores y peones de la zona en las técnicas de producción, generaría una mayor eficiencia. Capacitaciones para la utilización de nuevas maquinarias en caso que se brinden.
- *Mejorar los canales de comercialización:* mejorar los canales de comercialización ayudaría a los agricultores a que el producto llegue en excelentes condiciones a las manos del consumidor final y esto permitiría aumentar directamente las ventas.

### Conclusiones del Capítulo N°3

Teniendo en cuenta la información recogida en el presente capítulo, en parte por entrevistas, informes, observación sobre las tierras en producción e instalaciones de los diferentes productores, se pueden sacar las siguientes conclusiones.

Uno de los principales problemas por los que atraviesan los productores de papa andina de Salta y Jujuy, se debe a la poca presencia del Estado. Cuentan los productores que a veces van hacerles entrevistas de parte del gobierno, pero nada de lo que piden los productores se hace realidad. Los productores de Santa Rosa de Tastil (Salta) tienen un solo tractor, que hay días que no se hace presente. Se necesitan inversiones en maquinarias, caminos para facilitar el acceso a los campos cultivados y herramientas.

Se concluye también, que uno de los grandes problemas que afectan a los productores de la zona (Salta y Jujuy), es la falta de agua. Se necesitan inversiones que logren terminar con este problema, debido a que los productores realizan inversiones para sus siembras y hay veces que la cosecha no logra recuperar la inversión que se realizó para la siembra.

Se debería llevar un buen control para que se cumpla la normativa de tipificación y, llevar a cabo capacitaciones para mejorar la calidad del producto desde que se siembra hasta el producto final, esto ayudaría a lograr una certificación de origen o la creación de un sello de calidad.

Lograr una producción totalmente orgánica, es una de las pretensiones de los productores de papa andina de Salta y Jujuy, ya que eso aumentaría la demanda del producto y por lo tanto, también aumentaría su rentabilidad.

Otra de las conclusiones a la cual se puede arribar, es que hay muchos agricultores que se están inclinando por la producción de papa andina. Esto es, debido a que es muy requerida en provincias grandes y a nivel internacional, en muchos casos, por lo que se ha convertido en un producto gourmet, que está en la mayoría de los restaurantes que se especializan en comida de altura.

## Capítulo N°4: Competidores a nivel mundial en el mercado de la

### Papa - Papa Andina

#### 4.1. Producción mundial de Papas

La producción de papa, cuya posición arancelaria es 0701.90.00.900Q, se desarrolla en todos los continentes, iniciándose la producción en América latina y extendiéndose a América del Norte, Europa, Asia, Oceanía y África. La producción ha pasado de los 270 millones de toneladas a por encima de los 315 millones de toneladas a partir del año 2006.

La papa representa uno de los cultivos más trascendentes de la región interandina, debido a que constituye una de las fuentes vegetales más alimenticias, ya que, como se describió en el capítulo n°1, su contenido en carbohidratos y proteínas es mucho más alto que el que pueden llegar a tener cereales, raíces y otros tubérculos.

A continuación se presentan los principales productores de papa en el mundo, teniendo en cuenta todas las variedades.

**Tabla 2: Principales Productores de Papa en el mundo (año: 2012, en tn)**

Ranking	País	Producción <sup>TM</sup>
1	China	85 860 000
2	India	45 000 000
3	Estados Unidos	19 165 865
4	Federación de Rusia	29 532 530
5	Alemania	10 665 600
6	Ucrania	23 250 200
7	Bangladesh	8 205 470
8	Países Bajos	6 765 618
9	Polonia	9 091 900
10	Francia	6 340 807
11	Iran	5 400 000
12	Turquía	4 822 000
13	Canadá	4 590 296
14	Argelia	4 219 476
15	Egipto	4 500 000
16	Reino Unido	4 553 000
17	Pakistán	4 104 400
18	<b>Peru</b>	<b>4 473 503</b>
19	Brasil	3 731 798
20	Malawi	3 255 780

Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)

Si se tiene en cuenta toda la producción de papa en general, los principales productores a nivel mundial son: China (arriba de las 85 millones de tn.); India (encima de los 45 millones de tn.); Rusia (29 millones de tn. aproximadamente) y; Estados Unidos (23 millones de toneladas), datos pertenecientes al año 2012. Perú viene presentando cada vez mayores números en la producción de papa, llegando a los 4,7 millones de toneladas en el año 2016.

La distribución de las diferentes especies de papa, en los Andes y en el mundo entero, es muy amplia, lo que lleva a que el producto tenga una importancia además de económica, también social en más de 120 países. La papa, se puede encontrar en altitudes que van desde el nivel del mar, a los más de 4.300 m.s.n.m., encontrando a mayor altura mayores variedades de la especie *solanum tuberosum* spp. *andigenum*.

La diferencia se presenta cuando se habla de papa andina, ya que la misma se produce solamente a lo largo de los Andes. Al observar las cantidades, en Latinoamérica, es donde se presentan las menores producciones en promedio (papa comercial), pero las ventajas se presentan cuando se observa las variedades cultivadas, ya que las mismas no se producen en otra parte del mundo, lo que dota a estos países de una ventaja comparativa que se debe tener en cuenta. Las Islas Canarias producen la papa bonita, que es similar a la papa andina.

Siguiendo con lo anterior, la producción en muchos casos, sigue siendo un cultivo no tradicional y en otros casos tradicional (por lo que son técnicas de producción que se van traspasando de generación en generación). Es por ello que se conservan variedades de papa que en otro continente no se produce sino en América latina. En países como Argentina, Brasil, Colombia y México está aumentando la producción a grandes escalas de la variedad conocida como *Solanum Tuberosum*. En América latina, el país que registra mayores números en cuanto al consumo, es Perú (arriba de los 80 kg. per cápita anuales). En Argentina los números son por encima de los 40 kg. per cápita anuales. Todo cambia cuando nos referimos a toda América latina, donde el consumo por persona es de 20 kg. anuales (2012).

La papa, al continente que más tardó en llegar, es al continente africano. En las últimas décadas la producción ha ido creciendo continuamente hasta superar las 16 millones de toneladas en el año 2007. África es uno de los continentes donde su consumo es bajo en

prácticamente todos los países, siendo éste en promedio de 30 kg. per cápita anuales, salvo Rwanda que consume unos 125 kg. per cápita anuales.

Es China quien representa el 20% de toda la superficie mundial dedicada a la producción de papas, pero no es el único país de Asia que siembra papa, también se encuentran India (la mitad de lo que produce China), Bangladesh, Japón y Turquía aunque en dimensiones muy bajas. En el continente asiático, por lo general no son grandes consumidores de papa, registran un promedio de consumo aproximado de 45 kg. per cápita anuales. Aunque hay países como Kirguistán, que consume 140 kg. per cápita anuales.

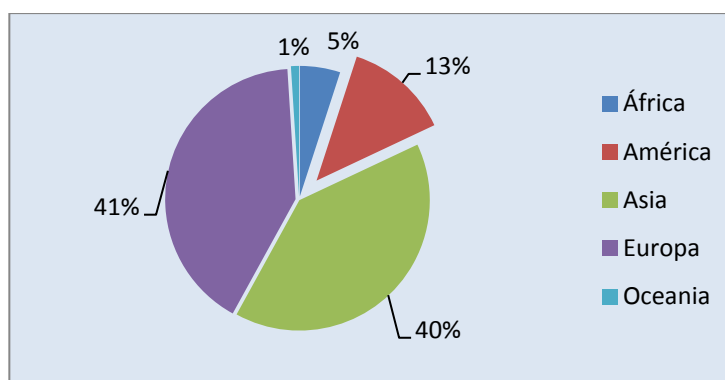
En lo que respecta al continente de Oceanía, Australia y Nueva Zelanda, también son productores de papa, registrando éste último los mejores rendimientos por ha. en el mundo (50 toneladas). Ambos países tienen un consumo per cápita promedio de 60 kg. anuales.

Europa es un continente altamente productor de papa. Si se tiene en cuenta los primeros diez países productores de papa, siete son europeos. Pero así también, son los mayores consumidores, registrando un consumo per cápita de 90 kg. anuales.<sup>20</sup>

No se tienen datos actuales detallados acerca de la producción y consumo mundial de papas. Los datos más actuales y que brinden legitimidad los podemos encontrar en la página web de la FAO, los mismos son hasta el año 2006 y en algunos casos hasta el 2008.

En el gráfico que se presenta a continuación, se puede observar la producción mundial de papas en cada continente.

**Gráfico 1: Producción Mundial de Papa por Continente (año:2002-2006)**



Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO

<sup>20</sup> [http://www.conpapa.org.mx/pdf/ficha\\_tecnica\\_2012.pdf](http://www.conpapa.org.mx/pdf/ficha_tecnica_2012.pdf)

La producción promedio mundial entre los años 2002-2006, fue de 319,2 millones de toneladas. Como se puede observar en el gráfico n°1, entre Asia y Europa abarcan más del 80% de la producción mundial, ubicándose América, por debajo de estos dos continentes. África y Oceanía, son los menores productores de papa en el mundo (todos los datos son entre los años 2002 y 2006). En el año 2008 la producción mundial de papas fue de 314 millones de toneladas.

Al observar en qué tipo de países se lleva a cabo la producción de papa, se puede separar las proporciones en las que se lleva a cabo, tanto en los países desarrollados como países en desarrollo, tal cual se observa en la siguiente tabla.

**Tabla 3: Producción de Papas de países desarrollados y en desarrollo (2001-2007, en mill. de tn)**

	2001	2003	2005	2007
<b>Desarrollados</b>	166,93	160,97	159,97	159,89
<b>En desarrollo</b>	145,92	152,11	160,01	165,41
<b>Total</b>	312,85	313,08	319,98	325,30

Fuente: FAO (Organización para la Agricultura y la Alimentación de la ONU)

Como se puede observar en la tabla n°3, la productividad mundial estuvo en constante crecimiento entre los años 2001-2007. Los países desarrollados están disminuyendo cada vez más la producción de papas, y al contrario los países en desarrollo están aumentando la producción, esto es debido a que los países en desarrollo en muchos casos están aumentando el rendimiento.

También se debe tener en cuenta lo siguiente:

**Tabla 4: Superficies sembradas de Papa en el mundo (2000-2006 en mill. de ha.)**

	2000	2002	2004	2006
<b>Desarrollados</b>	9,99	9,18	8,73	8,10
<b>En desarrollo</b>	10,15	9,95	10,23	10,73
<b>Total</b>	20,13	19,13	18,96	18,83

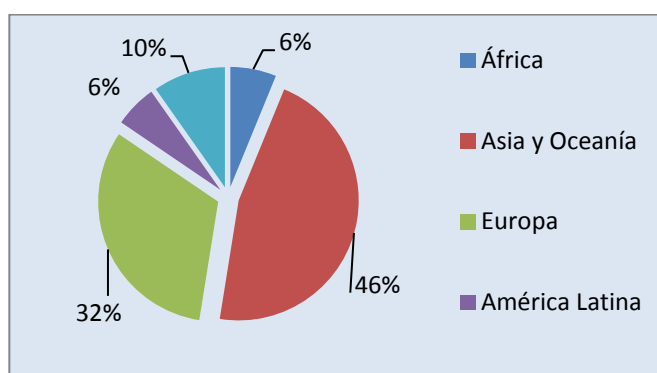
Fuente: FAO (Organización para la Agricultura y la Alimentación de la ONU)

En la tabla n°3, se había observado como la producción de papas disminuyó en los países desarrollados, y en la tabla n°4 se puede confirmar lo que se mostró anteriormente, debido a que las superficies en los países desarrollados, también se vio disminuida en el período 2000-2006. En tanto, en los países en desarrollo, esa superficie creció a lo largo de los años estudiados al igual que la producción.

#### 4.2. Consumo mundial de Papas

El consumo de papas en el mundo se puede simplificar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 2: Consumo de Papas por Continente (2007, en tn.)**



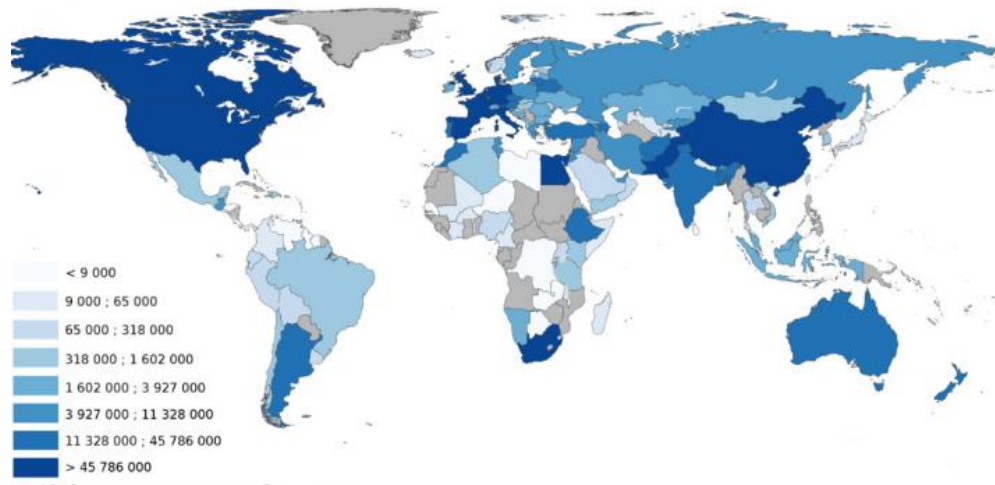
Fuente: Elaboración propia con datos de la FAOSTAT

El consumo de papas en el mundo, tal como se puede observar en el gráfico anterior está concentrado en Asia, Oceanía y Europa. En Asia se consumió en el año 2007 más de 90 millones de toneladas, pero eso no indica que el consumo per cápita haya alcanzado niveles altos, ya que se mantuvo por debajo de los 24 kg/persona. Mientras que Europa fue el segundo mayor consumidor de papas a nivel mundial consumiendo 64,9 millones de toneladas, pero a diferencia de Asia y Oceanía, registró un consumo per cápita de 87,8 kg. En tanto América Latina, registró un nivel de consumo más cercano al promedio mundial, apenas sobrepasando los 20 kg/persona.

##### *4.2.1. Exportaciones e importaciones de papa mundial*

A continuación, se podrá ver en qué cantidades exportan papa cada uno de los países productores en el mundo, teniendo en cuenta las papas comunes, mejoradas y también las llamadas andinas producidas en Latinoamérica, papas frescas y con algún tipo de valor agregado.

Figura N°1: Exportaciones mundiales de papa en USD (2013)



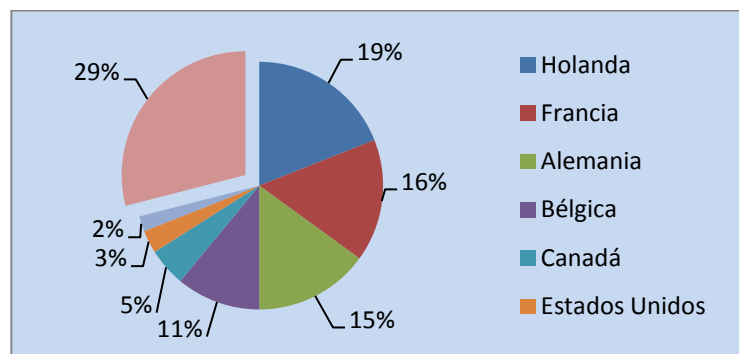
Fuente: FAO (Organización para la Agricultura y la Alimentación de la ONU)

Se puede observar desde los países que registran mayores exportaciones de papa, hasta los de menor importancia en cuanto a monto en USD. Entre los mayores exportadores de papa se encuentran: Estados Unidos, Sudáfrica, España, Francia, Italia, Reino Unido, Kazajistán, entre otros.

Los países de Latinoamérica registran exportaciones prácticamente insignificantes, debido a su baja producción. Argentina se encuentra en el tercer grupo, registrando exportaciones por debajo de los 4 millones de USD, arriba de los otros países de la región.

En el siguiente gráfico, se muestra los principales países exportadores de papa fresca en el mundo en el período 2002-2006 (últimos datos publicados por la FAO acerca de los países exportadores de papa fresca).

**Gráfico 3: Principales Exportadores de Papa fresca (2002-2006, en tn.)**

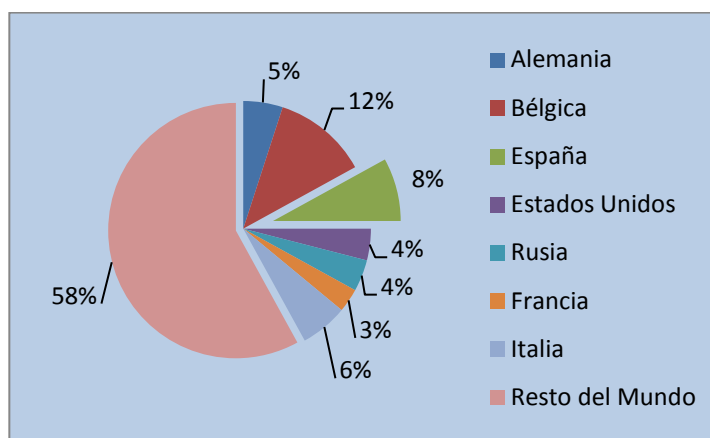


Fuente: FAO (Organización para la Agricultura y la Alimentación de la ONU)

Como se puede ver en el gráfico que se expone anteriormente, los cuatro principales países exportadores de papa fresca son del continente europeo. En este caso, España no aparece, debido a que es un importador neto del producto, salvo en algunas regiones donde se produce para autoconsumo. Argentina en el año 2009, exportó 22.000 toneladas.

En el gráfico siguiente se representan los países importadores de papa fresca, también teniendo en cuenta que los datos más actuales son del período 2002-2006.

**Gráfico 4: Principales Importadores de Papa fresca (2002-2006, en tn.)**



Fuente: FAO (Organización para la Agricultura y la Alimentación de la ONU)

Tal como se observa en el gráfico n°4, el país que más importó papa fresca en el período 2002-2006 fue Bélgica seguido de España.

Uno de los objetivos que se presentaron para la presente investigación, era presentar como mercado de destino a España, teniendo en cuenta que el producto que se analiza es la papa andina fresca, por lo que se considera importante que España haya sido uno de los mayores importadores de la misma.

#### 4.2.2. Exportaciones de Argentina de Papa fresca

Debido a que no se tienen datos acerca de la producción y exportaciones de papas andinas de Argentina, se ilustran a continuación las exportaciones de papas en general, en un histórico del año 2013 a abril de 2017.

**Tabla 5: Exportaciones de Papas de Argentina (2013-05/2017, en tn.)**

País/año	Brasil	Paraguay	Chile	Uruguay	Otros	Total anual
2013	23.409	11.057	9.044	1.286	1.142	45.938
2014	1.377	11.394	695	2.236	44	15.746
2015	1.623	22.053	3.514	3.633	184	31.007
2016	42.340	29.708	168	1.761	22	73.999
2017	2.849	11.084	-	-	-	13.933

Fuente: Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa)

Según lo que se puede observar en la tabla expuesta anteriormente, se puede decir que las exportaciones de papas entre los años 2013 a abril de 2017, se dieron a países de la región, también se puede concluir que los mayores compradores fueron Brasil y Paraguay.

Las exportaciones no fueron constantes a cada uno de estos países, hubo años que se registraron índices altos en algunos y en otros disminuyeron las cantidades vendidas.

El año 2016 fue el mejor de los últimos 4 años, con casi 74.000 toneladas exportadas, mientras que el año 2014, fue el que registró los índices más bajos, arriba de las 15.000.

A continuación, se pueden observar las provincias argentinas que exportaron papa a los países que se nombraron en la tabla anterior.

**Tabla 6: Provincias argentinas que exportaron Papa (2013-05/2017, en tn.)**

Provincia/año	Buenos Aires	Córdoba	Mendoza	Tucumán	Otras
2013	29.808	10.107	5.399	84	537
2014	10.173	822	3.147	1.415	186
2015	12.357	4.644	5.460	7.227	1.315
2016	46.279	2.241	8.401	2.407	14.669
2017	12.925	168	28	253	559

Fuente: Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa)

En la tabla n°6, se puede observar las exportaciones de papa por provincia, entre el año 2013 y abril del 2017. A simple vista, se puede distinguir que Buenos Aires es sin lugar a dudas la provincia que más exportó este producto. Le siguen en lugar de importancia, Córdoba y Mendoza, también sin mucho significado en cuanto a cantidades se hicieron presentes Salta y Jujuy.

Se puede decir que de los últimos cinco años, el 2016 fue el de mayor importancia en cuanto a cantidades para Buenos Aires y Mendoza, 2015 para Tucumán y el año 2013 fue el mejor para Córdoba.

#### 4.3. Productores de Papa Andina a nivel mundial

La producción de papa andina se lleva a cabo mayoritariamente en América Latina, más precisamente en la zona de Los Andes. Aunque también se puede encontrar una papa similar en las Islas Canarias (España), llamada papa bonita.

Un aspecto a tener en cuenta es que, en todos los países donde se lleva a cabo la producción de papas andinas, la gran mayoría de los productores son agricultores familiares, salvo en Perú y Bolivia que tienen un mayor desarrollo de la producción y de la cadena de comercialización de la papa andina, en donde la producción se destina tanto a comercio interno como a exportación.

La producción de papa andina se desarrolla principalmente a lo largo de los Andes, considerando la región andina, desde el norte de Argentina, Chile inclusive hasta Venezuela, teniendo en cuenta entre medio de estos, a Bolivia, Perú, Ecuador, y Colombia.

Hoy en día, las variedades de papa andina están conquistando cada vez más mercados, debido a que es un producto al cual la globalización le tocó de forma muy interesante, por lo que llegó a mercados que no cuentan con su producción ni de papas comunes, por decir de alguna manera, ni de papas andinas. Además, son papas que contienen mayores cantidades de nutrientes y tienen un sabor especial, diferente a las papas comunes.

Se presentan posibilidades muy atractivas para los países productores de papas andinas, ya que la demanda es cada vez mayor, debido a que el producto está ampliando los segmentos de mercados, últimamente expandiéndose a mercados gourmet.

La mayor producción se da en Perú, Bolivia y Ecuador, siendo el primero el que concentra la mayor cantidad de variedades de papas nativas (2.500).

En los últimos años, con motivos tales como, facilitar el acceso a mercados internacionales y aumentar la seguridad alimentaria, entre otras, el Centro Internacional de la Papa, desarrolló una red regional de socios en los países de Bolivia, Perú y Ecuador. El programa favorecía sobre todo a pequeños productores, que sin la ayuda del CIP prácticamente se les imposibilitaba acceder a mercados de envergadura, ya que no cumplían con necesidades básicas que se exigen para su acceso.

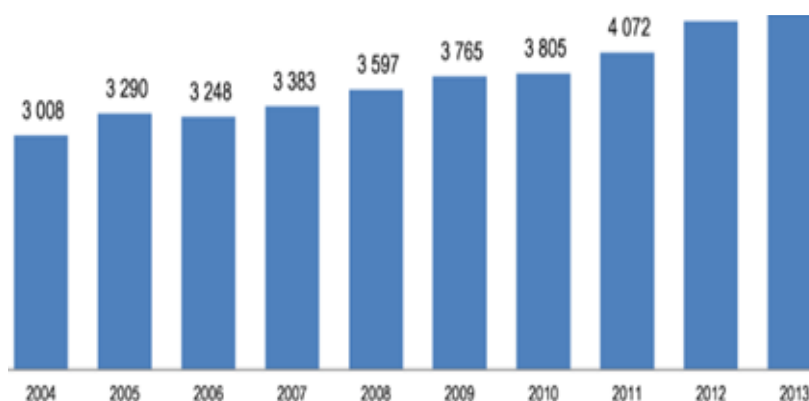
### ***Perú***

Perú está expandiendo su mercado de papas andinas, destacándose por el agregado de valor, tales como productos diferenciados en su presentación o también productos procesados como es el caso del puré, todos elaboraciones en fresco. Perú está orientando la papa andina a un concepto de plato gourmet, lo que la convierte en un producto Premium.

Debido a la gran cantidad de variedades de papa que produce Perú, ellos decidieron agruparlas en cuatro categorías para hacer más fácil la diferenciación entre las distintas clases. Ellas son: Putis (alargadas, piel negra y pulpa amarilla); Camitillos (alargadas, piel clara y pulpa crema); Duraznillos (oblongas o redondas, piel rosada o roja) y; Chaccros (todas aquellas de varias formas y colores indistintos que no sean las anteriores).

A continuación se observa la evolución de la producción de papa en Perú.

**Gráfico 5: Producción de Papa de Perú (2004-2013, en miles de tn.)**



Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego de Perú

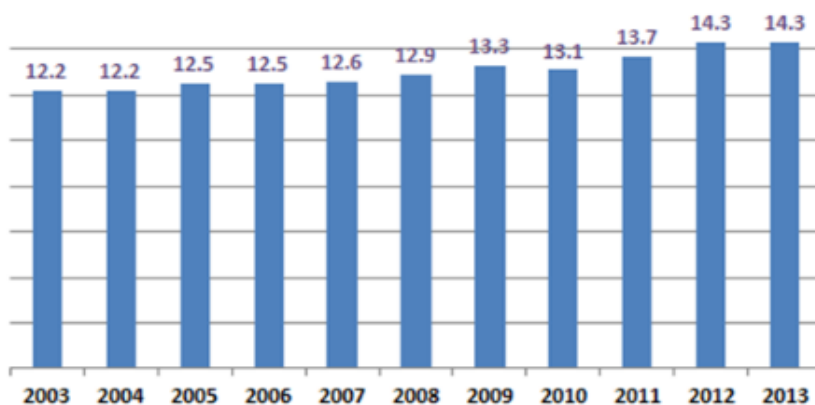
En el gráfico anterior, se observa como creció la producción de papa en los últimos diez años en Perú, esto es teniendo en cuenta todas las variedades producidas en el territorio peruano.

El 48% de la producción, es destinada a la comercialización y el resto, es cosechado para autoconsumo.

En cuanto a las exportaciones de papa de Perú, en los últimos años se mantuvo en crecimiento. En el año 2013 se exportaron 1.651 millones de USD, diferente al año 2012 cuando apenas pasaron los 900 millones de USD. Teniendo en cuenta el producto sin preparar o con algún tipo de modificación o valor agregado, la papa peruana se exporta a 40 países. Los que abarcan las mayores cantidades son: Bolivia, Estados Unidos, Francia y Chile.

En el siguiente gráfico se hace referencia a la cantidad de toneladas que se obtiene por hectárea, es decir al rendimiento.

**Gráfico 6: Rendimiento por hectárea (2003-2013, en tn.)**



Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego

El gráfico anterior hace referencia al rendimiento por hectárea, sin hacer distinción del tipo de papa, ya sea común, mejorada o nativa.

Cuando se hace referencia a datos relacionados con las extensiones de tierra dedicadas a la siembra de papas nativas en Perú, cantidad producida de cada variedad, rendimiento

por hectárea sembrada o inclusive donde se lleva a cabo la producción de las mismas, no hay que sorprenderse si se nos dice que no hay información.<sup>21</sup>

Si se tiene en cuenta que Perú está evolucionando en la elaboración de productos en fresco, en lo que respecta a la papa andina, ha logrado un cierto posicionamiento debido a que ésta es conocida como papa nativa, seleccionada, clasificada, fresca, entre otras características positivas y con una marca, logrando con ésta ser un producto reconocido.

Perú ha sacado al mercado una gran diversidad de productos elaborados a base de papas andinas, no solo con destino comestible sino también cosmético, lo que ha logrado mayor aceptación del público sobre el producto, convirtiéndose en un producto sustituto o alternativo de otros.

A continuación, se presentan algunos de los productos elaborados a base de papas nativas que se comercializan en Perú.

#### Producto en Fresco



#### Producto elaborado (tipo bombones)



#### Productos elaborados (tipo papas fritas)



<sup>21</sup> Contexto Internacional. Consultado de:  
[http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/rlc/utf017arg/valles\\_calchaquies/08.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/rlc/utf017arg/valles_calchaquies/08.pdf)

## ***Ecuador***

En Ecuador se cultivan poco más de 400 variedades, de las que solo 20 variedades tienen presencia comercial. La gran mayoría de las variedades, se producen a más de 3.000 m.s.n.m., lo que permite producir fácilmente un producto orgánico, ya que por lo general no se utilizan fertilizantes industriales y no se aplican pesticidas, debido a que los suelos son prácticamente orgánicos. Las variedades cultivadas son muy apreciadas, considerando que contienen excelentes caracteres organolépticos.

El área de producción de las papas andinas se ve reducida, debido a que se están produciendo cada vez más del tipo de papas mejoradas. Muchos de los productores, toman por elección producir papas de tipo mejorada, debido a que tienen una mayor productividad que las variedades nativas. Las papas andinas que se cosechan son dedicadas al autoconsumo.

En Ecuador se utilizan 66.000 hectáreas para la producción de papa, las cuales producen alrededor de 480.000 toneladas anuales.<sup>22</sup>

Del total de papas comercializado en Ecuador, solo el 5% corresponden a variedades andinas, y el 95% pertenece a variedades mejoradas. Con el tiempo se va haciendo cada vez menor el porcentaje de producción de papas nativas.

Debido a la baja producción de las papas nativas, éstas registran precios más altos que las variedades mejoradas. También se tienen en cuenta al momento de la valoración del precio, el tamaño y la calidad del tubérculo.

Ecuador está realizando un proyecto para revalorizar la producción de papas andinas, para que sea más productivo y rentable, así más agricultores se inclinan por su cultivo.

Algunos de los problemas que se observan en el cultivo de papas andinas en Ecuador, se debe a que el producto no es de alta calidad, se presentan altas variaciones en los precios tanto para los productores como comercializadores y no se logra una buena planificación en cada una de sus etapas, desde la producción hasta en la comercialización. También se

---

<sup>22</sup>[http://www.mountainpartnership.org/fileadmin/user\\_upload/mountain\\_partnership/docs/1\\_produccion\\_organica\\_de\\_cultivos\\_andinos.pdf](http://www.mountainpartnership.org/fileadmin/user_upload/mountain_partnership/docs/1_produccion_organica_de_cultivos_andinos.pdf)

presentan problemas al no tener un buen control sobre la papa que se importa de Colombia y Perú, lo que afecta la variación en los precios.

Además de los problemas que se le presentan al productor, también se presentan dificultades en la cadena de distribución. Los proveedores no asumen responsabilidades en cuanto a la presentación del producto, la calidad y sanidad. Para evitar estas complicaciones, el productor debería encargarse de distribuir el producto y generar un sistema de trazabilidad, que le permita asegurarse que el producto llega en óptimas condiciones al consumidor.

Por último, los exportadores también presentan problemas. Como se dijo anteriormente. Existe un ingreso a mansalva e ilegal de papas procedentes de Perú y Colombia. Para solucionar este inconveniente se debe generar un control estricto para evitar el contrabando.<sup>23</sup>

### ***Bolivia***

Bolivia es uno de los primeros países andinos junto a Perú, pioneros en la producción de papas, más precisamente papas nativas. En el año 2011, según el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) y el Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE), se cultivaron 179.000 hectáreas. Las mismas se distribuyeron en ocho departamentos: La Paz (30.000 has.), Potosí (28.000 has.), Tarija (9.655 has.), Cochabamba (26.000 has.), son los de mayores extensiones territoriales destinadas al cultivo. Sucre, Santa Cruz, Oruro y Chuquisaca, son los departamentos con menores producciones de papa andina de Bolivia.<sup>24</sup>

Se podría decir que los cultivos de papas andinas en Bolivia, se fueron extendiendo a lo largo del paso de los años, empezando por zonas no tradicionales como valles mesotérmicos, luego las zonas de transición andino amazónico y más adelante los llanos orientales del trópico amazónico de Bolivia.<sup>25</sup>

Está comprobado que mientras los cultivos se desarrollen más cerca de las zonas de transición andino amazónicas, las tierras tienen menor necesidad de riego, debido a que los

---

<sup>23</sup> <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Las%20papa%20nativas%20en%20el%20Ecuador..pdf>

<sup>24</sup> <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/especializacion/2015savareseandrapatricia.pdf>

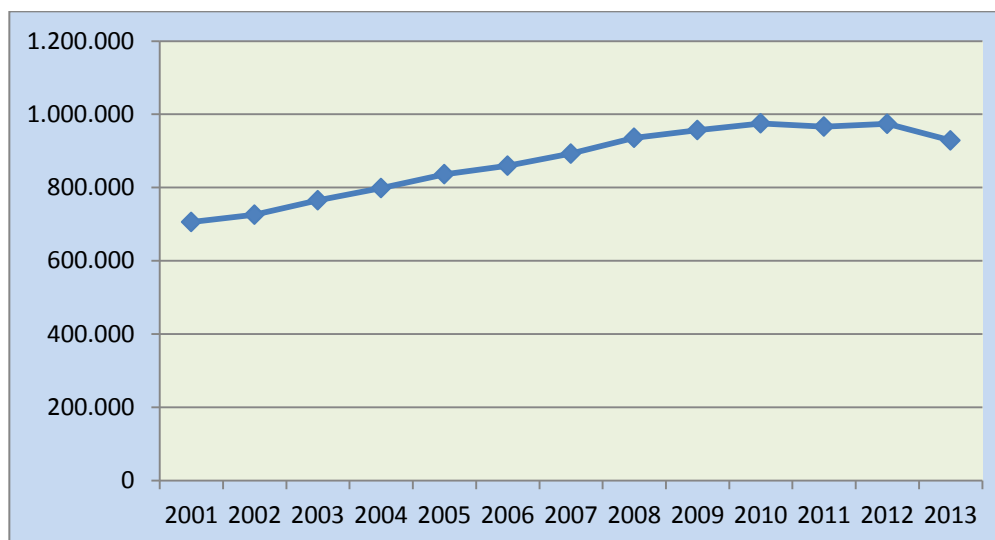
<sup>25</sup> Ídem.

suelos son más húmedos, y también, se utilizan menor cantidad de agroquímicos por lo que los suelos son más orgánicos.

En Bolivia, todavía se encuentran zonas donde la producción se realiza de forma tradicional, es decir prácticamente sin empleo de tecnología. En estas zonas, el rendimiento que se registra en la actualidad es de 8 toneladas por hectárea, aunque en algunas regiones este promedio es superado. En otras zonas donde se emplea uso de tecnología moderna, como ser agroquímicos y semillas de calidad entre otros, los rendimientos son ampliamente superados.

En el siguiente gráfico, se puede observar como creció la producción de papa en los últimos años.

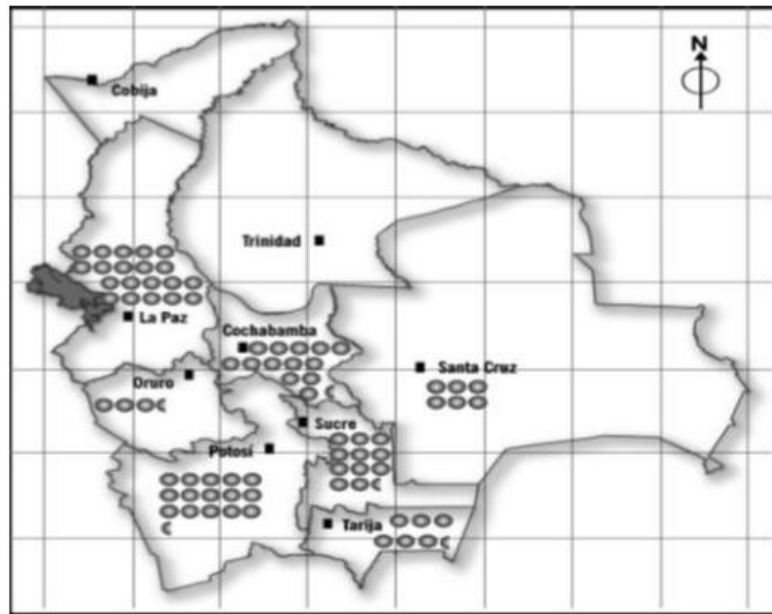
**Gráfico 7: Producción de Papas de Bolivia (2001-2013, en tn.)**



Fuente: Elaboración propia con datos del Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE)

Como se puede observar en el gráfico anterior, la producción de papas de Bolivia en los últimos 12 años (contando hasta 2013 inclusive), siempre la tendencia fue al aumento de la cantidad producida, estando apenas por encima de las 700.000 toneladas en el año 2001, y llegando a las más de 900.000 toneladas en el año 2013, superando la producción año a año.

## Ilustración 2: Departamentos Productores de Papa Andina de Bolivia



Fuente: Zeballos, et. al.

En la ilustración se puede observar cuales son los departamentos que obtienen mayores productividades por la producción de papas andinas. Como se dijo anteriormente, La Paz es el departamento que ocupa mayores extensiones de tierra para el cultivo, así también es el departamento que logra mayor productividad, lo que no significa que tenga los mejores rendimientos.

Se está reemplazando cada vez más, las técnicas de producción ancestrales, es por ello, que año a año se van obteniendo mayores rendimientos.

Muchas de las papas nativas fueron desplazadas, tal es así, que la producción que se encuentra, es solamente para el autoconsumo de las familias que las producen.

### ***Islas Canarias (España)***

Las Islas Canarias, es otro de los lugares en el mundo donde se producen papas nativas (ya no andinas, por lo que no pertenecen a la zona de los Andes), similares a las papas andinas en todos sus aspectos, llamadas papas bonitas. Este mercado será descrito en el siguiente capítulo.

#### Conclusiones del Capítulo N°4

El mayor productor mundial de papas, sin distinción de especies, es China, seguido de India, Rusia y Estados Unidos.

Asia y Oceanía, son los mayores consumidores de papa en el mundo, seguido de Europa, que tuvo registros de consumos de 64 kg. por persona anuales, en tanto que en América Latina se consiguió el registro más bajo con un consumo de solo 20 kg por persona anual.

En cuanto a producciones de papas andinas, América Latina es el mayor productor de las mismas, encabezado por Perú, que es donde precisamente surge la papa.

Siguiendo con lo anterior, cabe decir que en América Latina la producción de papas andinas se desarrolla a lo largo de la Cordillera de los Andes. En países como son Perú, Bolivia, Ecuador, Colombia, parte de Venezuela, y hacia el sur Argentina y norte de Chile.

Perú es el mercado de mayor desarrollo en lo que respecta a las papas andinas-papas nativas. Es el mercado más antiguo y el que posee la mayor cantidad de especies de las mismas. Posee un amplio portfolio de productos desarrollados con papa andina como materia prima. Prácticamente no tiene competencia en cuanto a sus productos, es por ello que es el principal competidor de Argentina al sacar las papas andinas al mercado internacional.

Otra de las conclusiones a las que se llegó, es que Perú es el país que consigue los mayores rendimientos por hectárea de papas andinas, esto es debido a las técnicas que emplea y además, es el país que más tierras dedica a la producción de papas en general. También cabe decir que es el que mayores cantidades cosecha por año.

Sacando Latinoamérica del plano de las producciones de papas andinas, los únicos productores de papas, similares a las características de las papas andinas (llamadas papas bonitas), son las de Islas Canarias. Cabe decir, que las papas producidas en las Islas Canarias, son competencia de las papas andinas, por sus cualidades similares a las papas andinas.

## Capítulo N°5: Descripción del mercado español de la Papa

### 5.1. Datos demográficos de España

#### *5.1.1. Datos principales de España*

España pertenece al Continente Europeo y está ubicada al Suroeste del continente, bordeando el Mar Mediterráneo, el Océano Atlántico Norte, Golfo de Vizcaya y los Pirineos y al Suroeste de Francia.<sup>26</sup>

Las Islas Canarias, es una de las 17 Comunidades Autónomas que pertenecen a España.

La población de España estimada al 2016, según datos de la página web de Santander Río, fue de 46.418.269 habitantes. Su idioma oficial es el español. La edad media de los habitantes, es de 42,3 años según la Cía (Agencia Central de Inteligencia).

#### *5.1.2. Gobierno*

La forma de gobierno de España es Reino, Monarquía Constitucional basada en una democracia parlamentaria.<sup>27</sup>

El gobierno está compuesto por el Poder Ejecutivo (Jefe de Estado: Rey Felipe XI, Presidente Mariano Rajoy y Vicepresidente Soraya Saenz de Santamaria); Poder Legislativo (compuesto por diputados y senadores); y Poder Judicial (compuesto por la Corte Suprema, Tribunal Constitucional y Tribunales Subordinados)<sup>28</sup>.

#### *5.1.3. Datos Económicos*

España tiene una economía que está basada principalmente en el turismo y servicios financieros. También hay que destacar que es el principal productor de aceite de oliva en el mundo.

La composición de la economía de España es de un 2,5% por parte de la agricultura, 22,4% corresponde a la industria y el 75,1% lo componen los servicios. Estos datos sin estimativos correspondientes al año 2016.

---

<sup>26</sup> <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/sp.html>

<sup>27</sup> [https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/presentacion-general?&actualiser\\_id\\_banque=oui&id\\_banque=3&memoriser\\_choix=memoriser](https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/presentacion-general?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=3&memoriser_choix=memoriser)

<sup>28</sup> <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/sp.html>

El ingreso per cápita anual según la Cía, fue de USD 36.500 en el año 2016.

La tasa de desempleo que le corresponde a España, es una de las más altas de Europa, que según la Cía fue del 19,7% en el año 2016.

#### 5.1.4. Comercio Exterior

A continuación, se puede observar un cuadro estadístico acerca de las exportaciones e importaciones de bienes y servicios y su balanza comercial que se dio en España en el período 2011-2015, según la Organización Mundial del Comercio (OMC).

**Tabla 7: Cifras del Comercio Internacional de España (2011-2015)**

<b>Indicadores de C.I. (millones de USD)</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Importación de bienes</b>	376.606	337.338	340.598	358.924	309.292
<b>Exportación de bienes</b>	306.551	295.250	317.833	324.536	281.836
<b>Balanza Comercial de bienes</b>	<b>-70.055</b>	<b>-42.088</b>	<b>-22.765</b>	<b>-34.388</b>	<b>-27.456</b>
<b>Importación de Servicios</b>	n/a	63.905	62.716	68.013	64.579
<b>Exportación de Servicios</b>	n/a	121.870	125.639	132.044	117.442
<b>Balanza Comercial de Servicios</b>	<b>n/a</b>	<b>57.965</b>	<b>62.923</b>	<b>64.031</b>	<b>52.863</b>
<b>Total Balanza Comercial</b>	<b>n/a</b>	<b>15.877</b>	<b>40.158</b>	<b>29.643</b>	<b>25.407</b>

Fuente: Elaboración propia con datos de la CIA

Como se puede observar en la tabla n°7, España se destaca más en la exportación de servicios que en la exportación de bienes. La balanza comercial de bienes es negativa, es decir, que son más los bienes que se importan que los bienes que se exportan desde España (se debe tener en cuenta que desde 2011 hasta 2015 estuvo prácticamente disminuyendo

año a año, salvo en el 2014, que existe una pequeña variación en aumento). Mientras que la balanza comercial de servicios es positiva, es decir que es mayor la cantidad de servicios exportados que los importados (en el período 2011-2015 está prácticamente estable).

El cuadro muestra que la balanza comercial, contabilizando tanto los bienes como los servicios exportados e importados, da una balanza comercial positiva variable en el período 2012-2015.

## 5.2. Datos a tener en cuenta para un Negocio Español

### *5.2.1. Estrategias de Negociación*

Uno de los datos a tener en cuenta para lograr el éxito en los negocios españoles, es establecer relaciones personales, llevar abundante información sobre la empresa a la primera reunión y establecer buenos contactos.

Para los negocios se recomienda no hacer preguntas acerca de competidores, puesto en que trabajan, entre otros, debido a que se destacan por ser reservados y desconfiados.

Las interrupciones y correcciones realizadas por los españoles, significan interés en la negociación, por lo que deben ser interpretadas de la mejor manera.

En España, se define que el que habla más, es quien defiende mejor sus argumentos, es por ello también, que es preferible interrumpir las conversaciones y hacer preguntas o acotaciones.

Se caracterizan por tender a realizar tratos en ambientes distendidos y formales dentro de la misma negociación.

Un dato muy importante a tener en cuenta, es que no se ve bien destinar tiempo y atención a personas que no son importantes debido al rango en su empresa.

Hay que ser comprensible al expresarse y no se debe perder el control.

Al momento de tomar el fallo final en la negociación, los españoles esperan y quieren que la otra parte sea quien tome la decisión.

### *5.2.2. Pautas de Cortesía*

A continuación se expresan una serie de normas a tener en cuenta para una negociación con españoles:

- Mostrarse como un individuo flexible, hacer el esfuerzo de entender;
- No se debe discutir de negocios al iniciar la conversación sino, iniciar una relación más personal;
- Ser servicial y tratar de responder todas las preguntas;
- Los sentimientos son importantes y son tenidos en cuenta por los españoles;
- Proveer recursos para alcanzar los objetivos;
- Mostrarse disponible y no ser invasivo, en cuanto a los temas que se hablan.<sup>29</sup>

### 5.3. Importadores de Papa en España

A continuación, se realiza un listado de los importadores de papa más importantes de España:

- Asociación de Fruticultores de Extremadura (AFRUEX), Mérida, España;
- Asociación Española de Cosecheros (ACEC), Valencia, España;
- ACOFARMA, Terrassa-Barcelona, España;
- Asociación Española de Frutas y Hortalizas lavadas, listas para su empleo (AFHORLA), Madrid, España;
- Agroindustria Aragonesa, Zaragoza, España;
- Agroserc, Benjama, España;
- AMC Grupo Alimentación Fresco y Zumos S.A., Espinardo-Murcia, España;
- Asociación Profesional de Empresarios de Productos Hortofrutícolas de la Provincia de Zaragoza, Calatayud-Zaragoza, España;
- Boix Doménech, Manresa, España;
- Asociación de Mayoristas de Frutas y Verduras de La Rioja, Logroño-La Rioja, España;
- Asociación de Empresas Productoras de Frutas y Hortalizas y Exportadoras de Andalucía y Extremadura, Sevilla, España.

---

<sup>29</sup> <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/espana-etiqueta-cultural-y-de-negocios>

#### 5.4. Producción de Papas Bonitas en las Islas Canarias

Si se tiene en cuenta el Continente Europeo, las Islas Canarias, son el único lugar donde se siembran papas similares a las andinas (0701.90.00.900Q), desde ahora llamadas papas bonitas. Además, es importante decir que cuenta con denominación de origen, lo cual le brinda un mayor posicionamiento.

Mientras que en Sudamérica las papas se consumen hace más de 7.000 años, en las Islas Canarias se consumen hace menos de 500 años aproximadamente.

Entre otros de los datos que se saben, es que en las islas se encuentran unas 46 variedades aproximadamente, de las cuales entre las mismas se hallan algunas que solo se localizan en los Andes, además de estar en las Islas. En lo que refiere a la investigación, se cultivan papas de lo que ya hemos denominado subespecie andigenum de diferentes formas y colores.

También se pueden encontrar papas denominadas azucenas, en las zonas de alta montaña, las cuales contienen mayores propiedades debido a que su parte seca no es del 20% como lo son la gran mayoría de las que se encuentran en los Andes, sino que llegan hasta el 35%, lo que les brinda mayor reputación.

En las Islas Canarias se siembran más de 5.000 hectáreas de papas (2015), de las cuales se estima que son 1.100 hectáreas aproximadamente dedicadas a la plantación de papas bonitas. El 60,7% del cultivo de las 5.000 hectáreas se realiza en forma de regadío y lo demás a secano. Siempre la siembra alcanzó para autoconsumo de los habitantes de las Islas. Hoy en día, hay determinadas asociaciones o cooperativas que están realizando gestiones para ir dedicando cada vez más producción a la comercialización.

Al hablar de producción de papas bonitas en las Islas Canarias, tenemos que se cosechan alrededor de 30.000 toneladas, las cuales son consumidas en las mismas islas, es decir que se produce para autoconsumo, y también se debe tener en cuenta que la producción no alcanza para el autoabastecimiento sino, que se debe importar de otros países del continente Europeo más del 40% del total consumido por año. Se estima que el rendimiento promedio por metro cuadrado es de 4 kilos, en algunos casos es de 1,5 kg. y en otros casos llega a los 6 kg. por metro cuadrado.

El valor del kilo de papas bonitas, producidas en Tenerife (Isla perteneciente a Canarias), se ubica entre los 3,5€ y 4€<sup>30</sup>.

Los países que tienen gran participación en la importación de papas en lo que respecta a Gran Canarias son: Reino Unido, Dinamarca, Marruecos y Egipto.

El consumo per cápita por año de papas en Canarias es de 30 kilogramos. Es uno de los productos más consumidos por los españoles, tal es así que representa casi el 1,5% del presupuesto hogareño.

Al enfocarse en el consumo se debe saber que la papa fresca es la más consumida seguida de la procesada, obteniendo una reducción en su consumo la papa congelada.

Si tenemos en cuenta los tipos de producciones que se desarrollan con la papa, se puede ver que se desarrolla la agricultura de tipo convencional (donde se utilizan gran cantidad de insumos de tipo industrial como ser abonos y pesticidas); de tipo integrada (uso mínimo de productos agroquímicos y recursos naturales, es decir un mezcla); y de tipo ecológica (agricultura orgánica, tal como lo proponen Salta y Jujuy).

Se presentan problemas al momento de conocer la rentabilidad de los pequeños productores, ya que presentan altos costos en lo que refiere a los costos de producción, no es así con los grandes productores, ya que tienen una cierta amortización al inicio de la producción.

Siguiendo como referencia con lo expuesto en el párrafo anterior, al contrario de la política llevada a cabo por Perú, de los incentivos para el sector hortícola más precisamente la papa, tenemos que pequeños y medianos productores españoles presentan problemas en sus cosechas, ya que cada vez son menos viables las mismas debido a que no se toman medidas de protección, favoreciendo a importadores, ya que los demás países tienen bajos costos en sus producciones lo que les permite vender a España a menores precios que los del mercado local.

Si se hace referencia a Europa, las Islas Canarias (pertenecientes a España), son el único lugar donde se pueden encontrar papas similares a las andinas. En todas las islas, se han cultivado papas bonitas, pero con el paso del tiempo se han ido perdiendo las diferentes

---

<sup>30</sup> <http://www.mercatenerife.com/precios.php?l=1>

variedades. Hoy en día, el 90% de la producción de las Islas se da en Tenerife, y si se tiene en cuenta la totalidad de papas que se producen en las islas, se observa que el 56,7% se produce en Santa Cruz de Tenerife y el 43,3% restante en Las Palmas.

Las variedades que se pueden encontrar son las conocidas como papas bonitas, negras o negras yema de huevo, azucenas, torrenta, borralla, pelucas y palmeras.<sup>31</sup>

Se producen problemas al hablar de comercio exterior en las islas con referencia a las papas, ya que se producen controles para grades importaciones de papa de consumo en las mismas y se quieren crear nuevas subvenciones para aquellos pequeños y medianos productores de papas. La importación de estas papas, hace que el precio de la papa producida en Canarias descienda a prácticamente la mitad debido a la mayor competencia y a que el producto en otras partes del mundo es producido a menores costos. Esto provoca que sea cada vez menos rentable el comercio de papa procedente de Canarias, debido a sus altos costos de producción.

A continuación se realiza una mínima descripción de cada una de las variedades de papas bonitas cultivadas en las Islas Canarias.

#### *Variedades de Papas cultivadas en Tenerife (Isla de Canarias-España)*

##### Papa Bonita Blanca

La forma predominante de la papa bonita blanca, es la redonda. Tiene un color de piel marrón, morado con rojizo en los ojos, y el color del interior es amarillo claro. Tiene gran cantidad de ojos y muy profundos. Engloba, como todas las variedades que serán descriptas, la subespecie andígena.



##### Papa Bonita Llagada



Es una papa muy apreciada por los agricultores, por su gran adaptación y buenas producciones.

---

<sup>31</sup> [http://www.eldiario.es/canariasahora/premium\\_en\\_abierto/papas\\_0\\_464403948.html](http://www.eldiario.es/canariasahora/premium_en_abierto/papas_0_464403948.html)

Al igual que la anterior predomina la forma redonda.

El color de su piel es marrón, morado y rojizo en ojos y disperso, y el color por dentro es amarillo claro.

También hay que decir que al igual que la papa bonita blanca, tiene una gran cantidad de ojos y muy profundos.<sup>32</sup>

#### Papa Bonita Ojo de Perdiz

Papa muy parecida a la Bonita Llagada, por lo que es muy difícil la distinción entre ambas.

Características similares, de color morado con cejas por fuera, mientras que en su interior es amarillo claro.



Todas poseen características similares, como ser los ojos (algunos más profundos que otras, más o menos cantidad de ojos), textura intermedia la gran mayoría, entre otras cualidades. A continuación se muestran las diferentes variedades de papas andinas (papas bonitas), producidas en la Isla de Tenerife.

#### Papa Bonita Colorada



#### Papa Bonita Negra



#### Papa Bonita Tormenta o Terrenta



#### Papa Bonita Azucena Negra



<sup>32</sup> <http://www.neiker.net/wp-content/uploads/2015/10/variedades-de-patata.pdf>

Papa Bonita Azucena Blanca



Papa Colorada de Baga



Papa Negra Yema de Huevo



Papa Mora



Son las variedades más importantes que se cultivan en la Isla de Tenerife.

Otras variedades que se cultivan en menor importancia son: Peluca Negra, Peluca Rosada, Peluca Blanca, Palmera Blanca, Palmera Negra, Palmera Colorada y Borralla o Melonera.

### 5.5. Estrategias de Comercialización para vender Papas Andinas en España

A continuación se presentan en base a que se fijaron las estrategias de comercialización, en principio serían las ya conocidas como 4P. También se fijaron algunas otras, nombradas a continuación:

- Clientes: a la hora de diseñar estrategias para la comercialización, es clave tener en cuenta las personas que consumirán papas andinas. Hay que saber quiénes consumirán el producto, tratar de realizar una segmentación y realizar una recolección de datos acerca de los mismos, ofrecer un servicio al cliente que satisfaga las necesidades de los mismos y también un buen servicio postventa. Se debe saber que todos los clientes no son iguales y dirigirse a ellos de manera que haga suponer que uno está personalizando al cliente. Otra de las estrategias que se

aplica en la investigación es la fidelización de los clientes, la cual se logra a través de: descuentos, regalos, creatividad en la presentación de los productos, etc.

- Promociones: tal como se dijo anteriormente, los descuentos y regalos junto con ofertas, forman parte de las promociones que se realizan a los clientes. Las promociones son una especie de incentivos para que las personas compren el producto, debido a que estimulan el poder de compra. Esta estrategia se usa para captar nuevos clientes o para que las personas compren con más frecuencia las papas andinas (el fin es aumentar la demanda).
- Plaza: si se observa a nivel nacional, los puntos de ventas no son muchos, salvo en el norte debido a que allí se desarrolla su producción.

Al mirar el campo internacional, son aún menos los puntos de venta. Lo que se quiere lograr, son mayores producciones, que consigan captar mercados internacionales, que permitan ampliar la plaza del mercado de la papa andina argentina.

Lograr captar la atención internacional, además de la producción de mayores volúmenes, se logra a partir de la creación de páginas web en donde se expongan los productos, representantes en el exterior que ofrezcan la papa andina, presencia en ferias internacionales y mayor publicidad internacional.

- Precio: si se quiere conseguir insertarse en el mercado internacional (como ser España), la estrategia en cuanto al precio no se puede fijar solamente teniendo en cuenta los costos y el margen de ganancia (tal como sucede en las zonas de producción de Salta y Jujuy), sino que también se debe comunicar una estrategia comercial. Se sabe que si se quiere penetrar un mercado, no puede ser con precios altos sino, con precios atractivos o también lo podríamos hacer con precios óptimos. Una vez penetrado el mercado, se analizará si seguir con la misma estrategia de precios es conveniente o se diseña otra estrategia.

Es aquí donde las promociones pueden sumar para aumentar las ventas.

- Producto: es donde se tiene en cuenta el producto en sí. Para el caso de las papas andinas, se deberá tener en cuenta el acondicionamiento que se les da, lo que incluye la limpieza y clasificación.

Tener en cuenta las exigencias del cliente a la hora de diseñar las estrategias de comercialización del producto, por ejemplo el tamaño de las papas andinas, la variedad de papas andinas, porque no tener en cuenta esto puede hacer fracasar la venta del producto.

- Packaging (o presentación): quizás se debería tenerlo en cuenta en lo que respecta al producto, pero se prefirió describir su estrategia por aparte. Para el diseño del packaging, se tienen en cuenta características tales como diseño del envase, que sea realmente el vendedor silencioso, que capte la atención del cliente; la etiqueta, que informe las características de las papas andinas, información nutricional, ingredientes, instrucciones de preparación, entre otras; diseño del embalaje, que conserve las características tanto de los envases, que no se vean perjudicados por el traslado y manipuleo.

Una de las estrategias que se debe tener en cuenta hoy en día dentro de lo que es el packaging, es el neuromarketing. Saber cómo reaccionan los consumidores a los estímulos como lo son el olor, color y forma de las papas andinas. Sabiendo cómo reaccionan los consumidores a estos factores, se podrá diseñar un packaging aún más atractivo.

El fin del packaging, es captar la atención del cliente y diferenciarse de la competencia.

- Publicidad: habiendo establecido las estrategias sobre el producto, analizado al cliente, segmento al cual se dirige la papa andina y el packaging, se establece la estrategia publicitaria.

Hay que decir que prácticamente las únicas publicidades que tiene la papa andina, son las ferias que se desarrollan en el noroeste argentino, como lo es la feria conocida como “Alfarcito”.

La presencia en ferias internacionales, envío de muestras a en este caso España, uso de redes sociales.

Ir logrando captar cada vez más mercados, brindará la posibilidad de desarrollar campañas publicitarias, las cuales exigen mayores costos pero que brindarán

mayores rentabilidades, por ejemplo lo es una campaña publicitaria televisiva o también puede ser aplicar el telemarketing, que hoy en día se lleva a cabo con frecuencia y tiene muy buena recepción en las personas.

- **Posicionamiento:** habiendo desarrollado un producto de calidad, con un costo óptimo, que capte la atención del público al cual está dirigido, teniendo en cuenta todos estos aspectos, recién se puede pensar en un posicionamiento.

Si se tiene en cuenta la papa andina que se produce en el noroeste argentino, la misma no cuenta con un posicionamiento en el mercado español. Para lograr esto, se deben llevar a cabo acciones como la diferenciación (ofrecer un producto diferente al que puede ofrecer Perú o inclusive al que se produce en España), la papa andina argentina no es imitable (ya que debido a las características agroecológicas de la zona, no va ser la misma papa andina la de Perú, Bolivia o España que la de Argentina).

La estrategia de comercialización en base al posicionamiento, que se cree que es la más apta para la comercialización de papas andinas, es en base a la calidad y el precio, debido a que la papa andina producida en Salta y Jujuy está mejorando cada vez más su calidad, y su precio internacional es cada vez más óptimo, es decir que éste último se ajusta a su calidad.

Habiendo fijado las estrategias de comercialización para lograr vender las papas andinas argentinas en España, podemos decir que cumpliendo con ellas, en el corto plazo no solo que se lograría insertarse en el mercado español, sino que se alcanzarían mayores logros año a año.

### 5.6. Canales de Distribución para Comercializar la Papa Andina en España

Según lo que se pudo averiguar sobre el comercio español, se pudo concluir que existen dos canales que son los más adecuados para comercializar el producto en este país.

*Esquema N°1: Primera Cadena de Comercialización*



Fuente: Elaboración propia según análisis de la información hallada.

En España, una vez importadas las hortalizas, se venden en supermercados minoristas, en donde asisten los consumidores finales a comprar sus mercancías para consumo propio.

*Esquema N°2: Segunda Cadena de Comercialización*



Fuente: Elaboración propia según análisis de la información hallada.

Otra de las posibilidades de comercialización de las papas andinas incluye a los Restaurantes, los cuales les compran el producto a los importadores para la venta de platos gourmet a los clientes, quienes son los consumidores finales.

## Conclusiones del Capítulo N°5

Una de las características que se deben tener presentes, son las estrategias de negociación y pautas de cortesía para concretar una venta con un empresario español, de modo que no saber éste ítem podría conducir al fracaso del negocio.

Las Islas Canarias son el único lugar en el mundo, fuera de Latinoamérica, que se siembran papas similares a las andinas. La cosecha alcanza apenas para abastecer las Islas y realizar una que otra exportación cuando existen excedentes.

La gran mayoría de las papas cultivadas en las Islas son papas comunes y mejoradas, solo el 10% pertenecen a la especie de papas andígenas. A diferencia de los Andes Sudamericanos, no son muchas las variedades de papas bonitas que se encuentran en las Islas.

Es clave saber las estrategias de comercialización que se llevarán a cabo en cuanto a lo que respecta al packaging, promociones, publicidad y posicionamiento, debido a que de éstas depende que el producto tenga éxito en el mercado de destino (España).

Saber cual canal de distribución se empleará, nos ayudará a saber más detalladamente los costos, la ganancia, y lo más importante, en qué condiciones llegará el producto al consumidor final.

## Capítulo N°6: Productores y Comercializadores de Papa Andina en las provincias de Salta y Jujuy

En las provincias de Salta y Jujuy, se pueden encontrar varias Organizaciones de productores dedicadas a la producción de productos andinos, entre los que se encuentra la papa andina. Las que más se destacan son: Fundación Alfarcito, ubicada en Santa Rosa de Tastil-Salta y Cooperativa Cauqueva que se encuentra en la Quebrada de Humahuaca-Jujuy.

### 6.1. Productores

#### 6.1.1. Productores entrevistados

En la siguiente tabla se distingue cada uno de los productores que fueron entrevistados en el interior de la provincia de Salta y de Jujuy.

**Tabla 8: Productores entrevistados**

Productor	Localidad	Vende	Exporta	Campo Observado
Alberto Olmos	Sta. Rosa de T. (Salta)	-	-	-
Abelina Jerón	Sta. Rosa de T. (Salta)	✓	-	-
Policarpo Barboza	Sta. Rosa de T. (Salta)	✓	-	-
Leopoldo Barboza	Sta. Rosa de T. (Salta)	✓	-	-
Enrique R. Yurquino	Huaza Durazno (Jujuy)	✓	-	✓
Cari-Marcelo	Huaza Durazno (Jujuy)	✓	-	✓
María	Huacalera (Jujuy)	✓	-	✓
Cunchila Catalín	Huacalera (Jujuy)	✓	-	✓

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas

Como se puede observar en la tabla n°8, los productores entrevistados entre ambas provincias fueron ocho en total, y de los cuales todos comercializan la misma, salvo un

productor que produce para consumo propio. Ninguno de los productores entrevistados exporta papa andina o derivados de papa andina.

Tal como indica el cuadro anterior, los únicos campos observados fueron los de los productores de las localidades de Jujuy.

#### *6.1.2. Dificultades de los productores entrevistados*

El principal problema al cual le temen la mayoría de los productores entrevistados en el Departamento de Rosario de Lerma, más precisamente en Santa Rosa de Tastil (Salta), es la falta de agua. Como ya se dijo anteriormente, la producción de papa andina en Salta se desarrolla a secano, es decir es un cultivo que depende pura y exclusivamente de las aguas de lluvia. Los productores no poseen sistemas de riego, por lo que al haber escases de lluvias, se convierte en el principal problema para ellos.

Otra de las dificultades de los productores que se presentan en la zona, tanto de la provincia de Salta como de Jujuy, es la falta de interés de parte del Estado Nacional en el cultivo de productos ancestrales, tales como es el caso de la papa andina. Los agricultores no tienen abundantes recursos para lograr tener las herramientas básicas y menos aún maquinaria de tecnología, como lo son los sistemas de riego. Inversiones lograrían cuantiosos beneficios para la zona, como lo son mayores remuneraciones, mayor ocupación de mano de obra, menores migraciones de familias a la ciudad, entre otras.

Muchos de los productores expresaron que se hicieron presentes en varias oportunidades personas capacitadas de organismos públicos, como ser SENASA o INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), les realizaron entrevistas para analizar los problemas de la zona, prometiendo volver en un futuro cercano con el fin de solucionar gran parte de sus inconvenientes pero nunca aparecieron.

Los productores expresan que se necesitan capacitaciones en nuevas técnicas de cultivo, ya que son desconocidas. Las prácticas que se desarrollan son ancestrales, no significa que sean malas, sino que si se combinan éstas, con las nuevas técnicas, permitirán obtener un producto de calidad con mayor productividad, tal como se está implementando en otros países de la región. Los productores se manifiestan a favor de lograr mayores rendimientos gracias al complemento de nuevas técnicas de cultivo y nuevas tecnologías.

Una dificultad muy marcada por todos los productores de papas andinas de Salta, es el precio que logran obtener por cada kilogramo de papa comercializada. Se realiza un proceso de acondicionamiento de la papa andina en la Fundación Alfarcito, en donde se lava, seca y selecciona la de mejor nivel. El precio que les paga la Fundación es muy bajo. Se pronunciaron a favor de la creación de productos a base de papa andina con valor agregado en la Fundación Alfarcito, tal como lo hacen en la provincia de Jujuy (Cooperativa C.A.U.Que.Va.). También expresaron que les gustaría que se lleven a cabo promociones en provincias medianas y grandes, para lograr vender la producción a mayores precios y de una sola vez.

## 6.2. Cooperativas destacadas en Salta y Jujuy

### *Cooperativa Cauqueva*

En la provincia de Jujuy, exactamente en Maimará, se encuentra la Cooperativa de Cauqueva dedicada no solo a productos elaborados a raíz de la papa andina sino también del maíz. La Cooperativa realiza tanto procesos de acondicionamiento como también de procesamiento, ambos agregando valor al producto.

Cauqueva fue fundada en el año 1.996 y actualmente está integrada por 150 pequeños productores de la Quebrada de Humahuaca, los cuales tienen sus tierras entre los 1.500 y los 3.000 m.s.n.m., lo que brinda a los productos obtenidos un sabor, color y aroma incomparable.

Hubo tiempos en donde la Cooperativa desarrolló un sistema de envíos de papa andina a Buenos Aires, en donde la venta se desarrollaba con un estilo particular, venta con entrega al domicilio, lo que tuvo un impacto significativo en las ventas.

En lo que respecta a los productores de Cauqueva, los productos que logran dentro de la categoría de papa andina son: la Oca (producida arriba de los 3.000 m.s.n.m., se pueden detectar 6 variedades de la misma) y la Papa Lisa (producida en zonas frías y a gran altura, se encuentran 4 variedades). Además en la zona de la Quebrada se da la producción de maíz, poroto, quínoa y kiwicha.

Cauqueva recibe financiamiento de organismos reconocidos a nivel mundial, como ser el Banco Interamericano de Desarrollo para el proceso de sus productos anteriormente mencionados.

➤ *Instalaciones de Cauqueva*

La Cooperativa ha logrado montar una infraestructura administrativa, productiva, comercial y sociocultural, lo que le permitió desarrollar actividades para sus asociados y numerosas instituciones y organizaciones de las provincias de Salta y Jujuy.

La misma cuenta con un invernadero y laboratorio para la multiplicación de variedades de papa, lo que permite que más poblaciones se dediquen a la plantación de plantas de papa.

La Cooperativa también cuenta con una planta de empaque, equipada para el lavado, cepillado, selección de la papa andina y una secadora y clasificadora por tamaño. También cuenta con una báscula para el pesaje de las bolsas de papas y un sector de almacenamiento, en donde también se puede encontrar una Cámara Frigorífica (cobra importancia cuando se acumulan abundantes bolsas de papas), en la que se acopian las papas andinas previo al desarrollo de los productos elaborados.

Cauqueva cuenta también, con una planta de desarrollo y elaboración de productos. En la misma se puede observar la deshidratación de los productos y la elaboración de varios productos desarrollados de forma artesanal.

➤ *Productos*

Las papas andinas que se encuentran en la zona de la Quebrada de Humahuaca son: Copetín (no superan los 30mm y son las más costosas), Papín (entre los 30mm y 45mm), Medianas (entre los 45mm y 60mm) y Familiares (superiores a los 60mm).

A continuación, se pueden distinguir los diferentes productos elaborados que elabora la Cooperativa Cauqueva a partir de las papas andinas cosechadas por cada uno de los productores.



**Puré de Papa Andina Deshidratado**

**Papas Andinas empaquetadas en bolsas  
de 5 kg**



**Papas Andinas Pre-cocidas Congeladas  
envasadas al vacío**

Cooperativa Cauqueva, además de los productos ilustrados anteriormente, lleva a cabo la elaboración de otros productos como ser: ocas glaseadas, fabrican alfajores a partir de maíz andino y también comercializan la quínoa agregándole valor como lo hacen con la papa andina y el maíz.

La Cooperativa desarrolla productos elaborados con la finalidad de abastecer mercados internacionales.

*Disponibilidad de la producción*

La cosecha de las papas andinas se concentra entre los meses de febrero y mayo. Las papas andinas se conservan de forma natural hasta el mes de septiembre y desde octubre se conserva en cámara. La fuerte demanda del producto, ha provocado que se produzca escases del mismo a partir del mes de noviembre. A continuación se presenta como se da la existencia de las mismas a lo largo del año, en lo que respecta a la provincia de Jujuy:

**Tabla 9: Disponibilidad de la Papa Andina en Jujuy**

Producto	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Papas Andinas												
Ocas												
Papas Lisas												

Fuente: Cooperativa Cauqueva

Referencias:  Sin disponibilidad  Disponibilidad limitada  Plena disponibilidad

*Cooperativa Alfarcito*

La fundación Alfarcito, está ubicada en el departamento de Rosario de Lerma. La fundación fue creada por el Padre Chifri y está compuesta por residentes de Rosario de Lerma, Campo Quijano, la Quebrada del Toro, San Lorenzo, Salta Capital y posee algunos representantes en el exterior.

Mediante la Fundación se alienta el desarrollo socioeconómico de la región, para que los beneficiarios puedan descubrir en su tierra una opción sostenible para el arraigo definitivo.

Uno de los objetivos que tiene el establecimiento, es impulsar la actividad económica regional. Dentro de la misma se encuentra la producción de papa andina, que es uno de los

grandes incentivos para aumentar la actividad económica. Se trata de facilitar la producción y la posterior comercialización.

La mayoría de la producción de papa andina de la zona, es empaquetada en la planta. En la planta, la papa es lavada, clasificada y se embolsa en diferentes tamaños, según el mercado de destino. Algunos de los tamaños son: copetín, papín, mediana o de tipo familiar.

La Cooperativa Alfarcito recién está comenzando con el proceso de empaquetamiento, no lleva tantos años como lo lleva Cauqueva en Jujuy. En el año 2012, la producción empaquetada fue de 5.000 kilos, la misma fue comercializada a restaurantes de Puerto Madero (Buenos Aires) y cadenas de hoteles de primer nivel de esta misma provincia. A medida que va pasando el tiempo, Alfarcito va ganando reconocimiento a nivel nacional, tratando de ir haciéndolo también a nivel mundial.

#### ➤ *Mercado*

Ya ha realizado ventas a nivel nacional y ha mandado muestras a otras regiones como lo es Arabia Saudita, Singapur, Estados Unidos y Canadá, es decir, que la posibilidad de ser una fundación que exporte en el futuro siempre está presente.

La fundación otorga una certificación que hace que el producto logre ser comercializado en el ámbito nacional como internacional sin ningún tipo de problemas.

El mercado demanda más cantidad, ya que la producción que se logra tanto en la provincia de Salta como la de Jujuy es incipiente. Se analizó y realizaron proyecciones para que en la Quebrada del Toro se produzcan mayores volúmenes, ya que se calcula que la producción se puede hasta triplicar, el único factor que lo impide es la parte técnica.

En lo que atañe al factor técnico, todos los entrevistados en Santa Rosa de Tastil (productores pertenecientes a la Quebrada del Toro), coinciden en que hacen falta herramientas, maquinarias, un tractor, entre otros. La escasa producción, en muchos casos tiene que ver con esta causa. Existe un tractor que es prestado por la comunidad de Quijano, por lo que para determinadas épocas se debe coordinar con los productores de Quijano para su uso, es decir, esta maquinaria no es suficiente.

### ➤ *Producción*

En la Quebrada del Toro, según lo que se pudo observar y según las entrevistas que se lograron desarrollar, las variedades que se pueden encontrar son: colorada, cuarentona, blanca yistera, blanca lisa, runa, overa y tonca, oca amarilla y oca rosada.

La producción de papa andina de los productores pertenecientes a la fundación, se desarrolla a grandes alturas, a medida que uno se va más arriba se logran producciones cada vez más orgánicas.

En cuanto a los productores que se logró entrevistar, ellos poseen plagas en sus campos, las cuales son extinguidas gracias al uso de agroquímicos. La mayor plaga es un gusano que crece en la zona de Santa Rosa de Tastil.

En la planta de “El Alfarcito”, la producción se embolsa según el tamaño que tiene la papa, ellas son: bolsas de tamaño copetín (hasta 1cm), papín (2 a 4 cm), mediana (4 a 7 cm) y familiar.

### ➤ *Fiesta de la Papa Andina en “El Alfarcito”*

Todos los años desde el año 2010, por el mes de julio, en la Fundación Alfarcito se desarrolla la fiesta de la papa andina, en donde todos los productores de pueblos cercanos van a Santa Rosa de Tastil con parte de sus producciones para ofrecerlas a turistas o intermediarios que compran para consumo propio o para revender en sus diferentes provincias o comunas. También son productos artesanales, comidas típicas y elaboraciones propias las que se ofrecen.

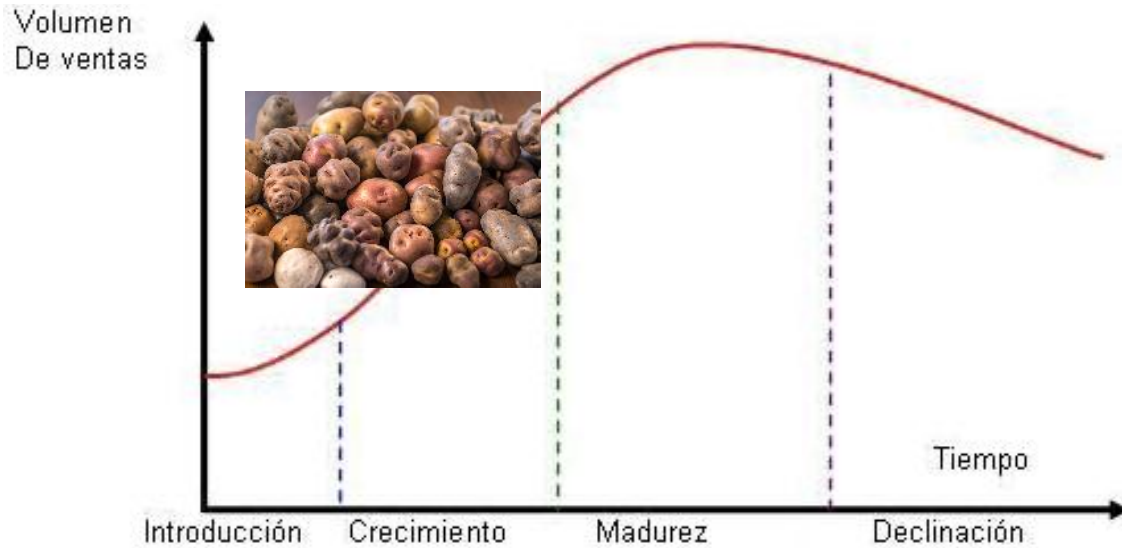
Junto con la Fundación Alfarcito, colaboran la Cooperativa Teki Masi y productores de los cerros de zonas aledañas para el desarrollo de la fiesta.

### 6.3. Ciclo de Vida de la Papa Andina en Salta y Jujuy

A continuación, se analiza donde se encuentra el producto (papa andina) en lo que tiene que ver a la etapa del producto, teniendo en cuenta que ellas son: introducción, crecimiento, madurez y declinación, ésta última finaliza con la discontinuidad del producto en cuestión o el rediseño del producto.

En el siguiente gráfico, se observan las etapas de vida de un producto en particular, en este caso la papa andina.

### Gráfico 8: Ciclo de Vida de la Papa Andina de Salta y Jujuy



Fuente: Política de Negocios en Mercados Competitivos (Alberto L. Wilensky)

Si tendríamos que definir la etapa en la cual se encuentra la producción de papas andinas de Salta y Jujuy, deberíamos decir que está entre la etapa de introducción y la de crecimiento, más cerca del crecimiento que la introducción.

Tranquilamente podríamos situarla en la etapa de crecimiento, pero los volúmenes producidos, el desconocimiento de las personas, los métodos precarios de producción, no nos lo permiten.

La producción de papas andinas no salió de la etapa de introducción debido a que:

- No se ha realizado una gran inversión, comercial y de promoción;
- La producción aún es escasa;
- Existen dificultades para introducir los productos nuevos a base de papa andina, debido a que no existe gran conocimiento del producto;
- La rentabilidad para los productores es baja, en muchos casos se inclinan a la producción de otros cultivos debido a que se dedica mucho tiempo a la papa andina;

Es por esto que la producción de papas andinas no logra dejar totalmente atrás la etapa de introducción del producto.

Teniendo en cuenta que la producción de papas andinas está más cerca de la etapa de crecimiento, se puede afirmar:

- Hay un esfuerzo de parte de los productores de que la distribución se lleve a cabo de forma intensa (a provincias grandes, inclusive con ganas de exportar en un futuro) y no selectiva (se sigue dando a mercados de la zona con pequeños productores);
- Es una etapa en la cual está creciendo el interés del cliente por la papa andina, por lo que se desarrollan actividades de promoción como ferias locales, nacionales e inclusive hasta internacionales;
- Productores de la zona se inclinan por la producción de papas andinas;
- Las ventas están en aumento, se necesitan cada vez más extensiones de tierras;
- Se están lanzando nuevos productos al mercado (puré deshidratado de papas andinas, papas andinas congeladas precocidas, entre otros.);
- En algunos casos se está perfeccionando el proceso de fabricación;
- El precio está creciendo para intermediarios. Se debería llevar a cabo acciones que permitan aumentar las rentabilidades de los productores, debido a que depende de ellos que se produzcan mayores volúmenes.

Decimos que no se encuentra en una etapa puramente de crecimiento debido a que las ventas no crecen lo que deberían crecer, es decir, las ventas no crecen con rapidez pero si crecen lentamente, es decir no están estancadas. También porque no existen muchos competidores, debido a que no hay muchas zonas aptas para su cultivo, y no existe una gran promoción en el mercado, es por ello que está iniciándose la producción de papas andinas en la etapa de crecimiento.

Es aquí donde se deberían plantear muchos argumentos. Los productores deberían preguntarse:

- ¿Se empieza un estudio de posibles modificaciones? Tal como lo lleva a cabo la Cooperativa Cauqueva con el desarrollo de nuevos productos a base de papa andina quizás permita ampliar la cartera de clientes.
- ¿Han surgido problemas con la calidad de las papas andinas y la fabricación de productos elaborados? Responder a este interrogante los llevará a saber si

producen un producto de características destacadas o si deben mejorar para lograr captar mayor cantidad de clientes y en un futuro que mercados internacionales se interesen por el producto.

- ¿Se modifica las condiciones a los canales intermediarios? Quizás permita tener mejor llegada a los clientes y mejorar los precios.
- ¿Qué grado de aceptación tiene el producto por su calidad y condiciones económicas? Permitirá conocer si el precio condice con la calidad del producto, y saber si deben mejorar la calidad para que tenga mejor grado de aceptación.
- ¿Se tiene que buscar nuevos incentivos para el equipo comercial? Lograr incentivos gubernamentales o privados puede ser una buena iniciativa para ampliar nuestra red comercial, capacitaciones de los productores, nuevas maquinarias, mayor cantidad de tierras, entre otros.
- ¿Se está consiguiendo posicionamiento en el mercado? Conseguir responder a este interrogante puede brindar mayor confianza a los productores. Saber que se está logrando posicionamiento, es un gran paso para seguir avanzando con las estrategias de comercialización que se desarrollaron, de lo contrario se deberían modificar las estrategias de comercialización.

Saber lo anteriormente detallado ayudará a todos los productores a saber en qué lugar están parados.

#### 6.4. Cadena de Comercialización de la Papa Andina

La cadena comercial de la papa andina la inician los productores con la cosecha de la misma de los campos de producción.

*Esquema N°3: Primera Cadena de Comercialización*



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados.

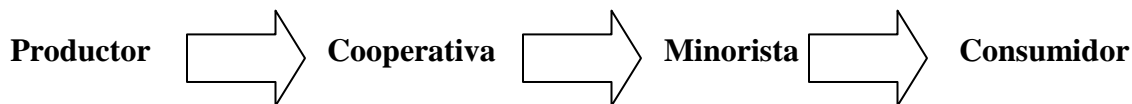
Como se puede observar, la cadena comercial de la papa andina es muy corta.

En el caso de los productores de papa andina de las provincias de Salta y Jujuy, tal como lo expresaron gran parte de los productores entrevistados, ellos venden la producción

directamente a supermercados minoristas, restaurantes y en algunos casos directamente al consumidor saltando la distribución minorista.

También se presenta una cadena de producción alternativa a la que se dijo anteriormente.

*Esquema N°4: Segunda Cadena de Comercialización*



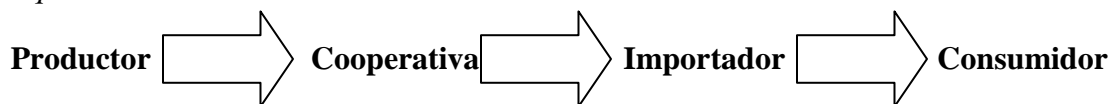
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados.

Otro eslabón que se presenta para algunos de los productores entrevistados, es el de vender la producción de papa andina a las Cooperativas, las cuales se encargan de agregar valor a la producción ya sea, proporcionando algún grado de acondicionamiento como el lavado y la selección, o algún tipo de procesamiento como lo es el puré deshidratado o las papas pre-cocidas congeladas.

Las Cooperativas luego de acondicionar o procesar el producto, lo venden a supermercados minoristas o restaurantes tanto de la provincia de Salta como de Jujuy y el resto del país, los cuales se encargan de que el producto final llegue al consumidor.

Se quiere lograr a partir del mejoramiento de la calidad y aumento de los volúmenes de producción, que la papa andina se exporte, por lo que a continuación, se presenta la cadena comercial teniendo en cuenta que se comercializará al exterior.

*Esquema N°5: Cadena Comercial Futura*



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados.

El productor a través de la Cooperativa, exportará la producción acondicionada y procesada, a supermercados minoristas o restaurantes para llegar al consumidor final.

## 6.5. Calculo del Precio de Exportación de la Papa Andina

### 6.5.1. *Calculo de FCA-Free Carrier (libre transportista, lugar convenido)*

Teniendo en cuenta que la mercadería será entregada por el vendedor al comprador, en el lugar convenido en el contrato de compraventa (puerto de Buenos Aires).

<b>COSTOS</b>	<b>Cálculo por 27.000 kg. (en \$)</b>
<b>1- Gastos de Producción</b>	
Materia Prima	\$135.000
Mano de obra	\$216.000
Gastos de fabricación (selección, lavado, etc.)	\$54.000
Envases (bolsas de 5 kg.)	\$8.100
Embalajes (cajas, etiquetado, pallets, etc)	\$34.560
Otros gastos	\$15.000
<b>2- Gastos de Administración</b>	
Gastos administrativos	\$25.000
<b>Subtotal 1</b>	<b>\$487.660</b>
<b>3- Gastos directos de exportación</b>	
Documentación	\$14.000
Flete Salta-Buenos Aires	\$38.000
Seguro	\$4.500
Carga	\$3.200
Gastos bancarios	\$3.500
<b>Subtotal 2</b>	<b>\$63.200</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$550.860</b>
<b>4- Gastos indirectos de exportación</b>	
Honorarios despachante de aduanas (1,5%)	
Derechos de exportación (5%)	
<b>5- Reintegro (4,05%)</b>	
<b>6- Utilidad (30%)</b>	
<b>7- Impuesto a las ganancias (35%)</b>	
<b>8- Utilidad Neta</b>	

$$\text{FCA} = \frac{\text{MP} + \text{MO} + \text{ENV} + \text{EMB} + \text{FI} + \text{SI} + \text{GFB} + \text{OG}}{1 - (\text{GIdE} + (\text{U}/(1 - \text{IG}) + \text{R}))}$$

**MP:** Materia Prima;

**MO:** Mano de Obra;

**ENV:** Envases;

**EMB:** Embalajes;

**FI:** Flete Interno;

**SI:** Seguro Interno;

**GFB:** Gastos Fijos Bancarios;

**OG:** Otros gastos;

**GIdE:** Gastos Indirectos de Exportación;

**U:** Utilidad

**IG:** Impuesto a las Ganancias.

$$\text{FCA} = \frac{550.860}{1 - (0,015 + 0,05 + (0,30 / (1 - 0,35)) + 0,0405)}$$

$$\text{FCA} = \frac{550.860}{1 - (0,015 + 0,05 + 0,4615 + 0,0405)} = \$1.272.193,99$$

El valor FCA de la mercadería en Euros, es de € 59.171,81 según el Banco de la Nación Argentina.<sup>33</sup>

Se debe tener en cuenta que el contenedor que se utilizará para el envío de la mercadería será de tipo Reefer High Cube, de 40 pies. En el mismo irán, según los cálculos realizados, 36 pallets con 150 cajas cada uno. Cada caja contiene una bolsa de 5 kilogramos de papas andinas. El total de la mercadería enviada será de 27.000 kilogramos.

<sup>33</sup> Tipo de cambio al día de la operación: 1€ = \$21,50, BNA.

A continuación se realiza el cálculo aproximado de la mercadería según la Incoterm CIF (incluye costo, seguro y flete internacional) y gastos para nacionalizar la mercadería en Euros (€):

Valor FCA	€59.171,81
Flete Internacional	€ 1.500
Seguro Internacional (1,5%)	€ 887,57
<b>Valor CIF</b>	<b>€ 61.559,38</b>
Honorarios Des. de Aduana 1,5%	€ 923,39
Manipulación	€ 400
Descarga	€ 300
Otros gastos portuarios	€ 450
<b>Total DAT</b>	<b>€ 63.632,77</b>
I.V.A. (4%)	€ 2.545,31
C.O.N.F.I.S (7,6%)	€ 4.836,09
P.I.S. (4%)	€ 2.545,31
<b>Nacionalizada</b>	<b>€ 73.559,48</b>
Flete interno	€ 300
Utilidad importador (20%)	€ 14.711,89
<b>VALOR FINAL</b>	<b>€ 88.571,37</b>

**IVA:** Impuesto al Valor Agregado;

**IPI:** Impuesto sobre Productos Industrializados;

**ICMS:** Impuesto sobre Circulación de Mercancías y Servicios;

**CONFIS:** Contribución Social para el financiamiento de la Seguridad Social;

**PIS:** Contribuciones al Programa de Integración Social.

Según todo lo anteriormente detallado, se arriba que el valor total de la mercadería colocada en góndola en el país de destino equivale a € 88.571,37. Cabe aclarar que es un valor aproximado.

Si se tiene que son 27.000 los kilogramos importados, el valor de cada uno de ellos es igual a € 3,28, este es el precio que impondría el importador, es decir, que si se vende en un local minorista el precio del kilogramo aumentaría aproximadamente a los € 3,65.

Anteriormente se dijo que la papa bonita (papa similar a la papa andina) cosechada en las Islas Canarias (Tenerife) se vende alrededor de los €4, es decir que si la producida en Argentina se vende a €3,65 en comercios minoristas, estaría dentro de parámetros competitivos.

A modo de aclaración, el valor al cual se comercializaría en España, la papa andina producida en Salta y Jujuy, no es un valor exacto, sino que es un valor estimado.

## Conclusiones del Capítulo N°6

La principal conclusión a la cual se arribó mediante las entrevistas desarrolladas, es la falta de agua. No se llevan a cabo inversiones de parte del gobierno en sistemas de riego que permitan que el producto se desarrolle de mejor manera y es por ello en muchos casos que no se obtienen buenos rendimientos.

También, se ultima que existe una marcada diferencia entre la Cooperativa Cauqueva ubicada en el departamento de Maimará y la Cooperativa Alfarcito del Valle de Lerma. Cauqueva lleva a cabo un gran procesamiento sobre la materia prima, adquiriendo productos de valor agregado, como lo es el puré deshidratado o las papas andinas precocidas congeladas mientras que Alfarcito, solo acondiciona el producto, es decir que le agrega valor al producto pero no lleva a cautivar mercados importantes como lo hace Cauqueva.

El ciclo de vida de la papa andina de Salta y Jujuy se encuentra en crecimiento, debido a que existen gran cantidad de productores que se están inclinando a la producción, por lo que el volumen va tomando un papel más importante. Los supermercados minoristas y restaurantes cada vez van demandando más el producto, debido a que muchas de las personas se están inclinando a consumir comidas gourmet y la papa andina forma parte de ellas.

Debido a que el producto se encuentra en una etapa de crecimiento, como se dijo anteriormente, se deben cultivar más cantidad de tierras y llevar a cabo acciones que permitan obtener mayores rendimientos y luego llevar a cabo trabajos de promoción para conseguir cautivar más mercados.

Según los cálculos desarrollados, se puede decir, que el producto en cuanto a costos sería competitivo en el mercado de destino, ya que se ubicaría por debajo del precio promedio de la papa andina producida en España.

## Conclusiones finales

Se puede decir, que se ha cumplido el objetivo planteado en el diseño de tesis para el primer capítulo, el mismo estaba asentado sobre la base de describir cómo se desarrolla la producción de papa andina en el noroeste argentino. Se pudo saber cómo se lleva a cabo cada una de las etapas de producción y como comercializan el producto. A grandes rasgos, se puede decir que tanto su producción como su venta, se realizan de forma artesanal.

Un punto a tener en cuenta, es que la producción de papas andinas en Salta y Jujuy en los últimos años se ha expandido. El mercado está creciendo y los productores de la zona lo ven como una gran oportunidad para mejorar sus volúmenes y calidades del producto para obtener mayores rentabilidades.

Se identificó algunos productores de papas andinas de ambas provincias, se pudo hacerles una serie de entrevistas y ver algunos campos de producción. Se observó que la gran mayoría coinciden en los mismos problemas, faltas de agua y necesidad de inversiones en maquinarias y tecnologías que faciliten el desarrollo de la producción.

Se confirma la problemática presentada en el diseño de la investigación, la producción de papa andina en Salta y Jujuy es muy incipiente, se necesita un mayor desarrollo de cada una de las etapas del producto, es decir, desde una obtención de mejores volúmenes de producción, como también mayor utilización de tecnología para obtener un producto de más calidad y de forma más rápida.

Continuando con la problemática, se concluye que es sumamente importante que se realicen inversiones en sistemas de riego, para contribuir a adquirir mejores rindes por hectárea y además expandir las tierras cultivadas.

Según el análisis sobre los documentos que se encontraron de la papa andina producida en Salta y Jujuy, e información que se pudo recabar de diferentes organismos y profesionales en el tema, se pudo llegar a la conclusión de que hacen falta reglamentaciones que regulen la exportación de papas andinas, ya que la misma no tiene una regulación especial, debido en parte, a que hasta la actualidad no se hicieron exportaciones de la misma salvo envío de muestras.

Mediante el desarrollo de las entrevistas se identificó los aspectos positivos y negativos que tiene la producción de papas andinas de las provincias analizadas. Cabe destacar que es una producción totalmente artesanal y que si se lograrían una serie de requisitos, se podría llegar a obtener un producto totalmente orgánico con el tiempo, pero también cabe decir que hacen falta incentivos de parte del gobierno para que se expandan las economías regionales, lo cual afectaría directamente de forma positiva en la producción de papas andinas.

Un tema importante, es la Indicación Geográfica, nombrada en varias oportunidades a lo largo de la investigación. Que las provincias de Salta y Jujuy logren contar con la Indicación Geográfica para la producción de papa andina, brinda al producto un mayor posicionamiento.

Según los datos recabados sobre la competencia mundial de papas andinas, se pudo concluir que el país que más desarrollada tiene su producción es Perú. Es el único país que exporta productos a base de papa andina con valor agregado, como lo son el puré o las papas fritas.

También son productores de papas andinas Bolivia, Venezuela, Colombia, Ecuador y Chile. A diferencia de Perú, no tienen tan desarrollada su producción y comercialización.

Fuera del continente americano, el único productor de papas similares a las andinas (llamadas papas bonitas), es España, más precisamente las Islas Canarias.

Se pudo cumplir con el objetivo especial del trabajo consistente en analizar el mercado español teniendo en cuenta que es un potencial cliente de Salta y Jujuy para lo que respecta a la papa andina. Se identificaron una serie de requisitos que se deben tener en cuenta para negociaciones con españoles, como lo son las estrategias de comercialización y distribución, entre otras. También se logró averiguar a qué precio se comercializa la papa andina española en los comercios minoristas, para saber si sería competitivo vender papa andina producida en Salta y Jujuy en comercios de España, lo cual dio como resultado que sí lo es en cuanto a costos.

Otra de las conclusiones a las que se puede abordar, es que el trabajo cumple con las condiciones de las teorías que se plantearon en el diseño de la tesis, tanto para la teoría Competitiva de David Ricardo, ya que Argentina es un país en donde producir alimentos es

eficiente en todas sus ramas, como para la teoría de Heckscher- Ohlin, que postula que en este caso Argentina, exportará el bien (papa andina), que utiliza intensivamente su factor relativamente abundante, lo cual se refiere a las tierras cultivables de papa andina.

Como conclusión final y general del trabajo de investigación se aborda que, la papa andina producida en Salta y Jujuy, aplicando manejo integrado de plagas para controlar el estado sanitario, invirtiendo en tecnología de riego, y teniendo una normativa específica para la exportación de papas andinas, cubriría mercados de gran exigencia, tal como lo es España, ya que un requisito importante, que es la Indicación Geográfica, ayudaría en gran parte si se cumplieran los requisitos mencionados con anterioridad. Es decir, que debido a la calidad, cantidad y continuidad de la producción actual, hoy en día no se puede exportar pero, sí existe un potencial para en un futuro llevar a cabo ventas al exterior.

Y por último, se logró cumplimentar con el objetivo general, que radicaba en conocer y analizar las características que se requieren para la producción de papa andina en las provincias de Salta y Jujuy, para la posterior comercialización de éstas al mercado español.

## Bibliografía

### I. Libros:

- David Ricardo en “*La Teoría Clásica*”. Oscar Bajo. 1ra ed. Teorías del Comercio Internacional. Barcelona, 1991.
- David Ricardo en *La ventaja comparativa: antecedentes*”. Sergio A. Berumen. Introducción a la Economía Internacional. Madrid. Esic Editorial 2006.
- David Ricardo en “*Teoría de la ventaja comparativa de Ricardo*”. Thomas A. Pugel. Economía Internacional. 12 ed. España. Mc Graw-Hill, 2004.
- Heckscher-Ohlin en “*la teoria Heckscher-Ohlin (H-O): las proporciones de factores son la clave*”. Thomas A. Pugel. Economía Internacional. 12 ed. España. Mc Graw-Hill, 2004.
- Philip Kotler. Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales. 1°ed. México. Bruce Kaplan.
- N. Gregory Mankiw. Principios de Economía. 4°ed. Madrid. Clara M. de la Fuente, 2009.
- Zavalía. Código Aduanero. Argentina. Zavalía, 2011.
- Paul R. Krugman. Introducción a La Economía: Macroeconomía. Barcelona. Reverte, 2007.
- Roberto Hernandez de Sampieri. Metodología de la Investigación. 1° ed. Mc Graw-Hill, 1991.
- Arese, Héctor Félix. Introducción al Comercio Exterior. 1° ed. Buenos Aires. Norma, 2006.
- Ley 25.966, artículo 2°.
- Alberto L. Wilensky. Política de Negocios en Mercados Competitivos. 2° ed. Buenos Aires, Argentina. Norma, 1993.
- H. Daniel Dei. La Tesis. 1° ed. Buenos Aires. Prometeo Libros, 2006.

## II. Páginas Web:

- Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología (ANMAT). “Capítulo XI, en alimentos vegetales”. Disponible en: [http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo\\_XI.pdf](http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo_XI.pdf) (16/09/2016).
- Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. “Papas Andinas: Saneadas rinden 13 veces más”. 2012. Disponible en: <http://intainforma.inta.gov.ar/?p=10854> (20/09/2016).
- María Julia Delpino. “Saberes Tecnológicos de Papa Andina en el Noroeste argentino”: en Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/especializacion/2014delpinomariajulia.pdf> (12/10/2016).
- “Ley N° 5367”; en El Portal del Derecho Ambiental. Disponible en: <http://www.ecolex.org/es/details/legislation/ley-no-5367-plan-provincial-de-fomento-promocion-y-desarrollo-de-cultivos-andinos-subexplotados-en-valor-nutricional-lex-faoc122993/> (21/10/2016).
- [http://www.conpapa.org.mx/pdf/ficha\\_tecnica\\_2012.pdf](http://www.conpapa.org.mx/pdf/ficha_tecnica_2012.pdf) (05/11/2016).
- Cecilia Monteros, Xavier Cuesta, Javier Jiménez, Gastón López. “Las Papas Nativas en el Ecuador”; en Estudios Cualitativos sobre oferta y demanda. Disponible en: <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/Las%20papa%20nativas%20en%20el%20Ecuador..pdf> (14/11/2016).
- Sandra Patricia Savarese. “Aspectos culturales que determinan los límites territoriales de la producción tradicional de papa andina y su importancia para la problemática fitosanitaria. Zona de Integración Fronteriza Argentina-Bolivia”; en Universidad de Buenos Aires: Disponible en: <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/especializacion/2015savaresesandrapatria.pdf> (16/11/2016).
- “España: presentación general”; en Santander Río. Disponible en: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/presentacion->

[general?&actualiser\\_id\\_banque=oui&id\\_banque=3&memoriser\\_choix=memoriser](#) (08/01/2017).

- Cristóbal D. Peñate. “Canarias: la comunidad que más Papas consume en España”; en Eldiario.es. Disponible en: [http://www.eldiario.es/canariasahora/premium\\_en\\_abierto/papas\\_0\\_464403948.html](http://www.eldiario.es/canariasahora/premium_en_abierto/papas_0_464403948.html) (21/01/2017).
- José Ignacio Ruiz de Galarreta Gómez, Domingo José Ríos Mesa. “Variedades de Patata y Papas Españolas”; en Centro de Conservación de la Biodiversidad Agrícola de Tenerife. Disponible en: <http://www.neiker.net/wp-content/uploads/2015/10/variedades-de-patata.pdf> (26/01/2017).
- “Requisitos Legales para Exportar”; en Municipalidad del Partido de Pueyrredon, Mar del Plata. Disponible en: <http://www.mardelplata.gob.ar/documentos/exportar/6%20requisitos%20y%20documentos%20para%20exportar.pdf> (23/05/2017).
- “Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios”; en Comisión Europea, Mesa de Ayuda de Exportador. Disponible en: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt\\_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es) (02/06/2017).
- “Proyecto Comunitario”; en Fundación Alfarcito. Disponible en: <http://www.fundacionalfarcito.org.ar/Resources/FCKEditor/file/Proyecto%20Comunitario%20Papas%202.pdf> (11/06/2017).
- “España, etiqueta cultural de Negocios”, en Plataforma de Investigación, Negocios y Consumo. Disponible en: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/espana-etiqueta-cultural-y-de-negocios> (26/06/2017)
- Agencia Central de Inteligencia: <https://www.cia.gov>
- Organización de las Naciones unidas para la agricultura y la Alimentación: <http://www.fao.org>

- Información Legislativa y Documental: [www.infoleg.gob.ar](http://www.infoleg.gob.ar)
- Fundación Alfarcito: [www.fundacionalfarcito.org.ar](http://www.fundacionalfarcito.org.ar)
- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria: [www.senasa.gob.ar](http://www.senasa.gob.ar)
- Mercado Tenerife: <http://www.mercatenerife.com/precios.php?l=1>
- Banco de la Nación Argentina: [www.bna.com.ar](http://www.bna.com.ar)
- El Portal de la Papa [www.argenpapa.com.ar](http://www.argenpapa.com.ar)



4. Relacionado con la pregunta anterior ¿Cómo se fija el precio de la tonelada o en su defecto del kilogramo de Papa Andina en el mercado interno?

*Va depender si se presentan muchos compradores o no, pero más o menos está ubicado en \$25.*

5. ¿Cómo le parece que funciona el mercado de la Papa Andina?

*Es un mercado estable en la ciudad. No se presentan tantas variaciones en el precio. Se mantiene el precio durante todo el año.*

6. Debido a que la Papa Andina puede comercializarse de forma fresca o con algún tipo de valor agregado ya sea acondicionamiento o procesamiento, ¿Cuál es el destino de su producción? (le vende a empaquetadoras, procesadoras o intermediarios que la venden sin realizar ningún tipo de valor agregado).

*El destino de mi producción es consumo en fresco. Y cuando tengo la oportunidad de vender, la limpio y la selecciono.*

7. ¿Cuál es el destino dentro del país de la producción de Papa Andina?

*Dentro del país se vende en su gran mayoría en fresco a particulares.*

8. ¿Actualmente usted como productor abastece algún mercado internacional? En caso que no lo hiciera ¿Por qué no lo hace?

*No abastezco ningún mercado internacional porque mi producción es insuficiente. Solo produzco para autoconsumo.*

9. ¿Cuáles son las dificultades que enfrentan las empresas para realizar una exportación de Papa Andina?

*No exporto por lo tanto no tengo conocimiento.*

10. ¿Hay incentivos de parte del gobierno tanto provincial como nacional para la el desarrollo de la producción de la Papa Andina? ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar la situación de pequeñas y medianas empresas?

*No hay intereses de parte del gobierno en la producción de papas andinas.*

11. ¿Cuáles son las principales barreras que tiene el productor?

*Las barreras son principalmente la falta de agua. Y también se podría decir que la calidad.*

12. En los últimos diez años, ¿Cómo le parece que se fue dando la producción de Papa Andina en Argentina?

*Si se está expandiendo la producción. Hay gente que se está inclinando a la producción de papa andina.*

Entrevista N°2

Fecha: 10/11/2016

Hora: 11:55

Empresa: *Particular*

Lugar: *Santa Rosa de Tastil*

Encuestador: Ronan Muchut

Encuestado: *Abelina Jerón*

Introducción:

La presente entrevista tiene como fin recabar datos para mi tesis de la Licenciatura en Comercio Internacional. El tema en cuestión es el análisis de la producción de Papa Andina en Salta y Jujuy, con el objetivo de saber cómo se desarrolla la producción y posterior comercialización del producto en las provincias anteriormente nombradas.

1. Para empezar ¿usted se considera un pequeño, mediano o un gran productor de Papa Andina?

Pequeño

Mediano

Grande

*Siembro 5 variedades de papa andina y ellas son aproximadamente 200 kg. de papa semilla.*

2. ¿El producto que logra obtener es de buena calidad? ¿libre de plagas? ¿lleva a cabo la utilización de algún tipo de fertilizante o químico?

*Es un producto de calidad media. Si tiene plagas, alguna de ellas es el gusano de la zona. Si hay agua hay menos plagas. No utilizo ningún tipo de químico.*

3. ¿Cuál es la ganancia que logra obtener? ¿La mano de obra es familiar o es un costo a tener en cuenta?

*Por cada kilogramo de papa semilla se obtienen 5 kg de producto para ser consumido y algo para ser reutilizado como papa semilla. La ganancia es más o menos, si todo sale bien, la tercera parte y a veces un poco más. Acá generalmente la mano de obra es familiar, en mi caso trabajo yo y mis hijos y sobrinos.*

4. Relacionado con la pregunta anterior ¿Cómo se fija el precio de la tonelada o en su defecto del kilogramo de Papa Andina en el mercado interno?

*En la zona el precio se acuerda en julio en el festival de la papa andina que se realiza en el Alfarcito.*

5. ¿Cómo le parece que funciona el mercado de la Papa Andina?

*Se tiene en cuenta los gastos, costos y se le suma un porcentaje de ganancia.*

6. Debido a que la Papa Andina puede comercializarse de forma fresca o con algún tipo de valor agregado ya sea acondicionamiento o procesamiento, ¿Cuál es el destino de su producción? (le vende a empaquetadoras, procesadoras o intermediarios que la venden sin realizar ningún tipo de valor agregado).

*Yo la acondiciono: la limpio, la lavo y selecciono y hasta la etiqueto. SENASA cada 3 años viene al Alfarcito y observa cómo se lleva a cabo la producción en la zona.*

7. ¿Cuál es el destino dentro del país de la producción de Papa Andina?

*Se vende a turistas que visitan la zona en mi caso y los que producen más cantidad venden a hoteles, restaurantes y a veces la llevan a Buenos Aires.*

8. ¿Actualmente usted como productor abastece algún mercado internacional? En caso que no lo hiciera ¿Por qué no lo hace?

*No porque no tengo abundante producción.*

9. ¿Cuáles son las dificultades que enfrentan las empresas para realizar una exportación de Papa Andina?

*No hay financiamiento para los costos de transporte para el traslado de la producción, la calidad de la papa andina no es alta y la cantidad es insuficiente.*

10. ¿Hay incentivos de parte del gobierno tanto provincial como nacional para la el desarrollo de la producción de la Papa Andina? ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar la situación de pequeñas y medianas empresas?

*Hay predisposición del gobierno pero no se llevan a cabo las propuestas. Actualmente no hay incentivos, si hacen falta.*

11. ¿Cuáles son las principales barreras que tiene el productor?

*La principal barrera y yo diría que la única para la producción es la falta de agua.*

12. En los últimos diez años, ¿Cómo le parece que se fue dando la producción de Papa Andina en Argentina?

*La producción está creciendo. Hay productores que se están inclinando para la producción de papa andina y también hay productores de papa andina que están sembrando cada vez más hectáreas. En muchos casos está creciendo porque tiene más duración, no se echa a perder tan rápido como otro tipo de hortalizas.*

Entrevista N°3

Fecha: 10/11/2016

Hora: 11:10

Empresa: Particular

Lugar: Santa Rosa de Tastil

Encuestador: Ronan Muchut



6. Debido a que la Papa Andina puede comercializarse de forma fresca o con algún tipo de valor agregado ya sea acondicionamiento o procesamiento, ¿Cuál es el destino de su producción? (le vende a empaquetadoras, procesadoras o intermediarios que la venden sin realizar ningún tipo de valor agregado).

*La limpio, lavo y selecciono y la vendo de forma particular y artesanal, cargándola en el cuerpo y recorriendo la zona.*

7. ¿Cuál es el destino dentro del país de la producción de Papa Andina?

*Al ser poco el volumen, no me queda otra que venderla a consumidores finales casi toda la producción, generalmente a la gente que se presenta pidiéndome que le venda papa andina.*

8. ¿Actualmente usted como productor abastece algún mercado internacional? En caso que no lo hiciera ¿Por qué no lo hace?

*Yo directamente no le vendo a mercados internacionales. Lo que me queda de la venta particular se lo vendo a intermediarios, los que se ocupan de venderla a nivel nacional y a veces internacional.*

9. ¿Cuáles son las dificultades que enfrentan las empresas para realizar una exportación de Papa Andina?

*Lo principal es el medio de transporte, no se posee transporte que lleve la producción al lugar de destino. Otra dificultad es la falta de maquinaria, hay un solo tractor para todos los productores. Y también queda claro que la cantidad no es mucha y la calidad no es alta como para un mercado internacional*

10. ¿Hay incentivos de parte del gobierno tanto provincial como nacional para la el desarrollo de la producción de la Papa Andina? ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar la situación de pequeñas y medianas empresas?

*Vienen muchos a entrevistarnos de todos lados inclusive del gobierno provincial y nacional pero todo queda ahí. Hablan y no hacen nada. Nosotros pedimos que nos presten dinero para maquinas, herramientas, tanques de agua, para invertir. No queremos que nos regalen nada, necesitamos dinero para inversiones.*

11. ¿Cuáles son las principales barreras que tiene el productor?

*Las principales barreras que tengo son el medio de transporte como te dije anteriormente, herramientas y fundamentalmente agua, riego.*

12. En los últimos diez años, ¿Cómo le parece que se fue dando la producción de Papa Andina en Argentina?

*Está en expansión empezó produciéndose para autoconsumo y hace 3 años que se está produciendo cada vez más para comercializar, pero depende mucho del agua, se produciría más todavía si hubiera más agua.*

Entrevista N°4

Fecha: 10/11/2016

Hora: 10:25

Empresa: *Particular*

Lugar: *Santa Rosa de Tastil*

Encuestador: Ronan Muchut

Encuestado: *Leopoldo Barboza*

Introducción:

La presente entrevista tiene como fin recabar datos para mi tesis de la Licenciatura en Comercio Internacional. El tema en cuestión es el análisis de la producción de Papa Andina en Salta y Jujuy, con el objetivo de saber cómo se desarrolla la producción y posterior comercialización del producto en las provincias anteriormente nombradas.

1. Para empezar ¿usted se considera un pequeño, mediano o un gran productor de Papa Andina?

Pequeño

Mediano

Grande

*Yo produzco de 12 a 14 hectáreas. Este año voy a sembrar 1.500 kg de papa semilla. El año pasado sembré 4.000 kg de papa semilla pero se perdió todo por la falta de agua. Se logró recuperar los 1.500 kg. de papa semilla que se sobrarán ahora en el 2016.*

2. ¿El producto que logra obtener es de buena calidad? ¿libre de plagas? ¿lleva a cabo la utilización de algún tipo de fertilizante o químico?

*Si el año es bueno en cuanto a los factores agroecológicos la calidad es buena. Se utilizan agroquímicos para matar las plagas. A mayor altura hay menor cantidad de plagas y en algunos casos se obtiene una papa orgánica.*

3. ¿Cuál es la ganancia que logra obtener? ¿La mano de obra es familiar o es un costo a tener en cuenta?

*Trabajo yo y por ahí mis hijos, asique no tengo que pagar mano de obra.*

*Este año se piensa llevar un buen control. El año pasado invertí \$32.000 y no se saco nada de ganancia. Este año voy a utilizar los 1.500 kg. de papa semilla que recuperé el año pasado osea que no voy a poner de mi bolsillo y si todo sale bien pienso recuperar lo que perdí el año pasado y además sacar una ganancia del 20% sobre lo invertido el año pasado.*

*Por cada bolsa de 30 kg. que se siembra, se obtienen 18 bolsas de 30kg. y de cada bolsa de 30 kg., 26 kg son para consumo y semilla y los 4 kg restantes son para descarte.*

4. Relacionado con la pregunta anterior ¿Cómo se fija el precio de la tonelada o en su defecto del kilogramo de Papa Andina en el mercado interno?

*Todavía no se lleva un buen control con la Cooperativa Alfarcito. No se muy bien como se fija el precio pero en Buenos Aires se está pagando \$35 el kg. y en la ciudad de Salta menos de \$20. Estoy buscando que venga alguien y me ofrezca más por la producción de lo que nos pagan en Salta o lo que nos paga la Cooperativa Alfarcito y lleve la producción a Buenos Aires.*

5. ¿Cómo le parece que funciona el mercado de la Papa Andina?

*En Salta no se mueve mucho. En las provincias grandes se vende más. Buenos Aires y Córdoba son las provincias que manejan mejores precios y las mayores demandas.*

6. Debido a que la Papa Andina puede comercializarse de forma fresca o con algún tipo de valor agregado ya sea acondicionamiento o procesamiento, ¿Cuál es el destino de su producción? (le vende a empaquetadoras, procesadoras o intermediarios que la venden sin realizar ningún tipo de valor agregado).

*La lavo en piletones propios y la selecciono, le doy un poco de acondicionamiento. La fundación Alfarcito también realiza este acondicionamiento. La cosecha hay veces que se la doy a Alfarcito y otras veces la vendo particularmente.*

7. ¿Cuál es el destino dentro del país de la producción de Papa Andina?

*El destino de mi producción y pienso que de muchos productores es hoteles y restaurantes de primer nivel.*

8. ¿Actualmente usted como productor abastece algún mercado internacional? En caso que no lo hiciera ¿Por qué no lo hace?

*No vendo a mercados internacionales porque soy consciente de que mi producción es insuficiente y la calidad no es la ideal. Se necesitan varios equipos (cada equipo es de 20.000 kg.).*

9. ¿Cuáles son las dificultades que enfrentan las empresas para realizar una exportación de Papa Andina?

*En mi caso la cantidad es una dificultad ya que es ínfima para lo que pide el mundo. Otra dificultad es la calidad, no es de las calidades más altas. También para el caso de los exportadores, no hay incentivos para ellos.*

10. ¿Hay incentivos de parte del gobierno tanto provincial como nacional para la el desarrollo de la producción de la Papa Andina? ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar la situación de pequeñas y medianas empresas?

*Así como no hay incentivos para los exportadores de papa andina, tampoco los hay para los productores de la misma. Faltan créditos y que se lleven controles sobre*

*los mismos, controlar que se dediquen esos fondos a la producción. Se deberían dar créditos de intereses bajos. Incentivos para que adquiramos maquinaria. Queremos dinero con bajos intereses para invertir, no queremos que nos regalen nada.*

11. ¿Cuáles son las principales barreras que tiene el productor?

*Mis principales barreras para la producción son la falta de un tractor pequeño, la falta de agua y sistemas de riego y financiamiento.*

12. En los últimos diez años, ¿Cómo le parece que se fue dando la producción de Papa Andina en Argentina?

*Hace 3 años que se está haciendo para la comercialización y año a año está creciendo la producción de papa andina de la zona. Hay cada vez más productores de papa andina y además esos productores dedican más hectáreas a la papa andina año a año. Esto es debido a que hay cada vez más demanda.*

Entrevista N°5

Fecha: 12/05/17

Hora: 10:20

Empresa:

Lugar: *Paraje Huaza Durazno (Jujuy)*

Encuestador: Ronan Muchut

Encuestado: *Enrique Rubén Yurquino*

Introducción:

La presente entrevista tiene como fin recabar datos para mi tesis de la Licenciatura en Comercio Internacional. El tema en cuestión es el análisis de la producción de Papa Andina en Salta y Jujuy, con el objetivo de saber cómo se desarrolla la producción y posterior comercialización del producto en las provincias anteriormente nombradas.



7. ¿Cuál es el destino de la producción de Papa Andina dentro del país?

*Verduleros de Jujuy y de otras provincias. También mercados grandes como Buenos Aires y Santa Fe.*

8. ¿Actualmente usted como productor abastece algún mercado internacional? En caso que no lo hiciera ¿Por qué no lo hace?

*No. Porque no producto tanta cantidad y pienso que debe ser excelente la calidad para vender a otro país.*

9. ¿Cuáles son las dificultades que enfrentan las empresas para realizar una exportación de Papa Andina?

*Como no exporto, no se cuales son las dificultades para exportar.*

10. ¿Hay incentivos de parte del gobierno tanto provincial como nacional para la el desarrollo de la producción de la Papa Andina? ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar la situación de pequeñas y medianas empresas?

*No hay ningún incentivo del gobierno ni de parte privada. Acá se necesita ayuda, capacitación para la utilización de las maquinarias, los agroquímicos, tratamiento del suelo, ingenieros que den una mano.*

11. ¿Cuáles son las principales barreras que tiene el productor?

*Pienso que dos son los principales problemas que atravesamos los productores de la zona: los suelos son arenosos y la falta de lluvias a veces.*

12. En los últimos diez años, ¿Cómo le parece que se fue dando la producción de Papa Andina en Argentina?

*Se mantiene tanto la producción como la demanda.*

*Mínima descripción de la empresa o productor, es un pequeño productor que necesita la ayuda del gobierno para lograr mayores rendimientos, no tiene movilidad ni las herramientas suficientes para cada etapa de la producción.*

Entrevista N°6

Fecha: 12/05/17

Hora: 10:55

Empresa:

Lugar: *Paraje Huaza Durazno (Jujuy)*

Encuestador: Ronan Muchut

Encuestado: *Cari-Marcelo*

Introducción:

La presente entrevista tiene como fin recabar datos para mi tesis de la Licenciatura en Comercio Internacional. El tema en cuestión es el análisis de la producción de Papa Andina en Salta y Jujuy, con el objetivo de saber cómo se desarrolla la producción y posterior comercialización del producto en las provincias anteriormente nombradas.

1. Para empezar ¿usted se considera un pequeño, mediano o un gran productor de Papa Andina?

Pequeño  Mediano  Grande

*Tengo una hectárea y media que sembramos papa andina.*

2. ¿El producto que logra obtener es de buena calidad? ¿libre de plagas? ¿lleva a cabo la utilización de algún tipo de fertilizante o químico?

*El producto que logramos obtener es de buena calidad. Hay una plaga que la afecta que es el gusano. Para tratar de que no lo agarre se suele sembrar un poco más tarde, es decir a fines de diciembre, pero hay veces que igual la agarra y también se utilizan químicos.*

3. ¿Cuál es la ganancia que logra obtener? ¿La mano de obra es familiar o es un costo a tener en cuenta?

*Este año sembramos 600 kilogramos y cosechamos 1800 kilogramos. Toda la mano de obra es familiar. Es decir que la ganancia es más o menos las 2/3 partes.*

4. Relacionado con la pregunta anterior ¿Cómo se fija el precio de la tonelada o en su defecto del kilogramo de Papa Andina en el mercado interno?

*En mi caso al precio lo fijo en relación a las bolsas que siembro y las que logro cosechar y también tengo en cuenta los insumos. Mientras más cosecho quizás más bajo sea el precio al que vendo.*

5. ¿Cómo le parece que funciona el mercado de la Papa Andina?

*Funciona por oferta y demanda. Mientras más se logre cosechar más bajo será el precio siempre y cuando la demanda sea la misma y mientras menos se logre cosechar el precio será más alto siempre y cuando la demanda se mantenga.*

6. Debido a que la Papa Andina puede comercializarse de forma fresca o con algún tipo de valor agregado ya sea acondicionamiento o procesamiento, ¿Cuál es el destino de su producción? (le vende a empaquetadoras, procesadoras o intermediarios que la venden sin realizar ningún tipo de valor agregado).

*El destino de mi producción es consumo familiar y venta de forma fresca, limpia y seleccionada.*

7. ¿Cuál es el destino de la producción de Papa Andina dentro del país?

*Yo vendo a Humahuaca todo lo que logro vender.*

8. ¿Actualmente usted como productor abastece algún mercado internacional? En caso que no lo hiciera ¿Por qué no lo hace?

*No tuve posibilidad de vender a otro país porque nunca me ofrecieron y también porque la cantidad que cosecho es muy poca pero me gustaría poder hacerlo.*

9. ¿Cuáles son las dificultades que enfrentan las empresas para realizar una exportación de Papa Andina?

*En mi caso la cantidad y nunca llegan ofertas a la zona.*

10. ¿Hay incentivos de parte del gobierno tanto provincial como nacional para la el desarrollo de la producción de la Papa Andina? ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar la situación de pequeñas y medianas empresas?

*No hay ningún incentivo, nunca recibí nada del gobierno ni de nadie. El gobierno podría hacer gestiones por cedernos más terrenos y maquinaria.*

11. ¿Cuáles son las principales barreras que tiene el productor?

*La principal barrera es el agua, sin el agua no se puede hacer nada.*

12. En los últimos diez años, ¿Cómo le parece que se fue dando la producción de Papa Andina en Argentina?

*De a poco está aumentando la producción de papa andina y también la demanda.*

Mínima descripción de la empresa o productor: *mentalidad de progreso, varios cultivos en la finca, mano de obra familiar, poca maquinaria, almacenamiento de la papa andina en pileta tapada con paja.*

Entrevista N°7

Fecha: 12/05/17

Hora: 11:30

Empresa:

Lugar: *Paraje La Pera, dentro de Huacalera (Jujuy)*

Encuestador: Ronan Muchut

Encuestado: *María*

Introducción:

La presente entrevista tiene como fin recabar datos para mi tesis de la Licenciatura en Comercio Internacional. El tema en cuestión es el análisis de la producción de Papa Andina en Salta y Jujuy, con el objetivo de saber cómo se desarrolla la producción y posterior comercialización del producto en las provincias anteriormente nombradas.

1. Para empezar ¿usted se considera un pequeño, mediano o un gran productor de Papa Andina?

Pequeño

Mediano

Grande

*El patrón a veces dedica más tierras y otras veces menos. Este año dedicó 1/2 hectárea a la papa andina.*

2. ¿El producto que logra obtener es de buena calidad? ¿libre de plagas? ¿lleva a cabo la utilización de algún tipo de fertilizante o químico?

*La calidad va depender del cuidado, las curaciones que se les haga al suelo, el riego. Lamentablemente no es libre de plagas, en esta zona la afecta el gusano. Utilizamos abono de oveja y urea para el tratamiento del suelo.*

3. ¿Cuál es la ganancia que logra obtener? ¿La mano de obra es familiar o es un costo a tener en cuenta?

*Sembramos 2 bolsas de 30 kilogramos y obtuvimos 15 bolsas de 30 kilogramos. La mano de obra es de peones y el dueño la finca pone el terreno y los insumos. Después de la cosecha el 50% es para el patrón y el otro 50% es para los que trabajamos la tierra.*

4. Relacionado con la pregunta anterior ¿Cómo se fija el precio de la tonelada o en su defecto del kilogramo de Papa Andina en el mercado interno?

*El precio lo se fija más o menos teniendo en cuenta los costos y la demanda. Ahora está entre \$25 y \$30 el kilo. Se debería formar una Cooperativa, como la que está en Maimará, para que el precio sea más equitativo. Yo lo que tengo para vender, lo voy a vender en Agosto cuando se paga más por la papa andina.*

5. ¿Cómo le parece que funciona el mercado de la Papa Andina?

*El mercado es muy desigual. Generalmente el que marca el precio de la papa andina es el productor que más produce.*

6. Debido a que la Papa Andina puede comercializarse de forma fresca o con algún tipo de valor agregado ya sea acondicionamiento o procesamiento, ¿Cuál es el destino de su producción? (le vende a empaquetadoras, procesadoras o intermediarios que la venden sin realizar ningún tipo de valor agregado).

*En esta finca seleccionamos y limpiamos la papa antes de venderla. La vendemos de forma fresca.*

7. ¿Cuál es el destino de la producción de Papa Andina dentro del país?

*Fiestas, ferias, Jujuy, mercado de Humahuaca. En una época vendía a Buenos Aires pero ahora es más para consumo propio que ventas lo que produzco.*

8. ¿Actualmente usted como productor abastece algún mercado internacional? En caso que no lo hiciera ¿Por qué no lo hace?

*De la zona nunca se vendió afuera del país, casi todos porque no producen abundante cantidad.*

9. ¿Cuáles son las dificultades que enfrentan las empresas para realizar una exportación de Papa Andina?

*No se puede exportar porque nunca se produce la misma cantidad, a veces es muy poca, la calidad no es tan buena por lo que el gusano la ataca, por ahí capas que haya que realizar algún proceso a la papa para venderla a mejor precio.*

10. ¿Hay incentivos de parte del gobierno tanto provincial como nacional para la el desarrollo de la producción de la Papa Andina? ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar la situación de pequeñas y medianas empresas?

*Nunca recibí nada en ningún momento. Mucho no sé porque no es mía la tierra, pero creo que podría interesarse más por la gente aborigen y brindarles préstamos, asistencia para capacitación, falta interés de parte del gobierno por los cultivos andinos.*

11. ¿Cuáles son las principales barreras que tiene el productor?

*Lo principal que hace falta es un tractor, muros de piedra porque el río come los terrenos, sistemas de riego, maquinarias (palas, picos, herramientas).*

12. En los últimos diez años, ¿Cómo le parece que se fue dando la producción de Papa Andina en Argentina?

*Al no sembrar todos los años mucho no sabemos. Pero por lo poco que sé, creo que está aumentando de a muy poco.*

Mínima descripción de la empresa o productor: *el patrón tiene peones a cargo de la tierra hace más de 25 años.*

Aclaraciones del productor: *no produce todos los años papa andina porque otros productos salen más rápido, en menos de 40 días y la papa andina demora por lo menos 4 meses para ser cosechada.*

Entrevista N°8

Fecha: 12/05/17

Hora: 12:00

Empresa:

Lugar: *Paraje La Pera (Huacalera-Jujuy)*

Encuestador: Ronan Muchut

Encuestado: *Cunchila Catalín*

Introducción:

La presente entrevista tiene como fin recabar datos para mi tesis de la Licenciatura en Comercio Internacional. El tema en cuestión es el análisis de la producción de Papa Andina en Salta y Jujuy, con el objetivo de saber cómo se desarrolla la producción y posterior comercialización del producto en las provincias anteriormente nombradas.

1. Para empezar ¿usted se considera un pequeño, mediano o un gran productor de Papa Andina?

Pequeño  Mediano  Grande

*De 30 a 40 surcos de 60 a 70 metros.*

2. ¿El producto que logra obtener es de buena calidad? ¿libre de plagas? ¿lleva a cabo la utilización de algún tipo de fertilizante o químico?

*Generalmente el producto es de mediana a buena calidad salvo el gusano que la suele agarrar. Utilizo la ceniza antes de la siembra para curar el suelo y fertilizantes.*

3. ¿Cuál es la ganancia que logra obtener? ¿La mano de obra es familiar o es un costo a tener en cuenta?

*De 4 bolsas de 30 kilogramos logré obtener 100 bolsas de 30 kilogramos. El dueño pone la tierra y nosotros (los peones) la mano de obra. Yo (encargado de la tierra) hago todo y por ahí me ayuda la familia. Al realizar la cosecha, un porcentaje es para el dueño de la tierra y el otro porcentaje es para mí.*

4. Relacionado con la pregunta anterior ¿Cómo se fija el precio de la tonelada o en su defecto del kilogramo de Papa Andina en el mercado interno?

*El precio lo suelo fijar en base a los costos, ganancia, y cantidad. Este año la vendí entre \$25 y \$30 el kilogramo.*

5. ¿Cómo le parece que funciona el mercado de la Papa Andina?

*El mercado de la papa andina tiene muy poca variación, no es un mercado amplio como lo es por ejemplo el mercado de la soja. Se produce muy poca y la demanda no es mucha pero es un producto codiciado por restaurantes de lujo de provincias grandes y lugares turísticos como lo es Humahuaca.*

6. Debido a que la Papa Andina puede comercializarse de forma fresca o con algún tipo de valor agregado ya sea acondicionamiento o procesamiento, ¿Cuál es el destino de su producción? (le vende a empaquetadoras, procesadoras o intermediarios que la venden sin realizar ningún tipo de valor agregado).

*Vendo la papa de forma fresca. La limpio, selecciono y clasifico. Las papas más chicas y con mucha cantidad de ojos las dedico a papa semilla para la próxima siembra.*

7. ¿Cuál es el destino de la producción de Papa Andina dentro del país?

*Mi producción la destino a: muy poco a autoconsumo, algo a truque, vendo a gente que viene a comprarme a la finca. Años atrás le vendía a la Cooperativa Cauqueva.*

8. ¿Actualmente usted como productor abastece algún mercado internacional? En caso que no lo hiciera ¿Por qué no lo hace?

*No, solo le vendo a Jujuy, gente de Humahuaca, ya que la producción no es abundante. Habría que unirse con otros productores para que la cantidad logre abastecer algún mercado del exterior.*

9. ¿Cuáles son las dificultades que enfrentan las empresas para realizar una exportación de Papa Andina?

*Creo que es una dificultad que no existan comisionistas, ya que tenerlos facilitaría las posibilidades de exportar. Me encantaría exportar.*

10. ¿Hay incentivos de parte del gobierno tanto provincial como nacional para la el desarrollo de la producción de la Papa Andina? ¿Qué podría hacer el gobierno para mejorar la situación de pequeñas y medianas empresas?

*No existe ni existió ningún incentivo de parte del gobierno. Lo único que facilita el gobierno de vez en cuando es una retroexcavadora. Me gustaría que se preocupen por los aborígenes y la gente que se dedica a la siembra de productos andinos.*

11. ¿Cuáles son las principales barreras que tiene el productor?

*La principal barrera es el agua. Falta de maquinaria. Las defensas son muy precarias.*

12. En los últimos diez años, ¿Cómo le parece que se fue dando la producción de Papa Andina en Argentina?

*La producción se mantiene más o menos estable, aumenta muy poco la producción y la demanda, van aumentando ambas en porcentajes prácticamente iguales.*

Mínima descripción de la empresa o productor: *no trabaja la tierra el dueño sino que tiene un peón que está a cargo de la tierra y el mismo la hace trabajar.*

Aclaraciones del productor: *a diferencia de otros productores siembro a mediados de diciembre y cosecho a fin de marzo, principios de abril. La papa necesita su atención ya que al sufrir de sequía la agarra el gusano.*

**Observaciones a los campos de producción de Salta**

Categoría	Subcategoría	Productores			
		1	2	3	4
<b>Tecnología</b>	Cuenta con tecnología adecuada.	-	-	*	-
	Utiliza algún tipo de fertilizante o agroquímico.	*	*	*	-
<b>Inocuidad</b>	Cuenta con sanidad en el campo de producción.	*_	*_	*	-
	Realiza controles de calidad.	-	-	*	*
	Presencia de malezas en los terrenos.	-	-	*	*
	Cumple las certificaciones sanitarias exigidas.	*	*	-	-
	Se realizan buenas prácticas agrícolas	*	*	-	-
	Realiza la cosecha de forma artesanal.	*	*	*	*
<b>Acondicionamiento</b>	Procesos de acondicionamiento con agregado de valor.	*	*	*	*
	Realiza el empaquetamiento en el campo de producción.	-	-	-	-
	Realiza una selección para la comercialización.	*	*	*	-
<b>Características comerciales</b>	El producto cumple con los caracteres organolépticos.	*	*	-	-
	Cumple los estándares de calidad internacional.	-	-	-	-

Referencias: **SI:** \*      **NO:** -      **MEDIA:** \*\_

### Observaciones a los campos de producción de Jujuy

Categoría	Subcategoría	Productores			
		1	2	3	4
<b>Tecnología</b>	Cuenta con tecnología adecuada.	-	-	-	-
	Utiliza algún tipo de fertilizante o agroquímico.	*	*	*	*
<b>Inocuidad</b>	Cuenta con sanidad en el campo de producción.	*_	*_	*	*
	Realiza controles de calidad.	-	*	-	-
	Presencia de malezas en los terrenos.	*	*	*	*
	Cumple las certificaciones sanitarias exigidas.	-	*	-	-
	Se realizan buenas prácticas agrícolas	-	*	-	-
	Realiza la cosecha de forma artesanal.	*	*	*	*
<b>Acondicionamiento</b>	Procesos de acondicionamiento con agregado de valor.	*	*	*	-
	Realiza el empaquetamiento en el campo de producción.	-	-	-	-
	Realiza una selección para la comercialización.	*	*	*	*
<b>Características comerciales</b>	El producto cumple con los caracteres organolépticos.	-	*	*	-
	Cumple los estándares de calidad internacional.	-	-	-	-

Referencias: **SI:** \*      **NO:** -      **MEDIA:** \*\_

## IMÁGENES TOMADAS EN JUJUY



Foto tomada en Paraje La Pera, Jujuy.

Foto tomada en el terreno de Cari Marcelo en Huasa Durazno (Jujuy).

Almacenamiento de Papa Andina.



Restos de la cosecha de Papa Andina (Huasa Durazno-Jujuy)

Almacenamiento de Papa Andina en  
Finca

“La Pera” (Variedad: Collajera)



Fotografía tomada en Finca “La Pera” con presencia del Gusano Premnotrypes vorax

Productor de Productos Andinos (Enrique Rubén Yurquino)



Foto tomada en Paraje Huasa Durazno (Jujuy)

Papa Andina Collareja de Enrique Rubén Yurquino



Fotografía tomada en Paraje Huasa Durazno (Finca de Enrique Rubén Yurquino)

## Instalaciones de Cooperativa CAUQueVa (Maimará-Jujuy)



Cooperativa CAUQueVa (Maimará-Jujuy)



Fotografía tomada en Cooperativa CAUQueVa (Maquinaria utilizada para la selección y lavado de la papa andina).



Lugar donde se deshidrata el puré de Papa Andina  
(Maimará-Jujuy)

## **Hoja de Corrección**

**Título:** “Análisis de la producción de Papa Andina de las Provincias de Salta y Jujuy con posibilidad de exportación al mercado español”

**Alumno:** Ronan Muchut, **DNI:** 36315797

**Director de la Tesis:** Sergio De Ugarriza

**Fecha de Defensa Oral:**

**Miembros del Jurado:**

- Víctor Toledo
- Gloria Párraga
- Ricardo Suarez

**Nota presentación escrita:**

**Nota defensa oral:**

**Nota final promedio:**

**Observaciones:**