

# Conservación *In Situ* de la Agrobiodiversidad Andino-Amazónica

## Articulación Comercial de la Papa Nativa en Cusco



# **VALIDACIÓN DE ARTICULACIÓN COMERCIAL DE VENTA DE PAPA NATIVA DE APROCULTIVOS CON HOTELES Y RESTAURANTES DEL CUSCO**

:

Mgt. POMPEYO COSIO CUENTAS

Ing<sup>o</sup> JOHN MAR PEREZ



Proyecto de Conservación In Situ de los Cultivos Nativos y sus  
Parientes Silvestres  
**PER/98/G33**

**Proyecto Conservación In Situ de Cultivos Nativos  
y sus Parientes Silvestres**

PER/98/G33

Jr. Piura 1071, Miraflores

Teléfonos 4460960 / 4445763

[www.siinsitu.org.pe](http://www.siinsitu.org.pe)

**Edición: Lima, Noviembre de 2006**

Impreso por m&m imagen

Av. Bolivia 739 - Breña

97309695 - 97645095 - 97418783

[raulmalze@hotmail.com](mailto:raulmalze@hotmail.com)

El Proyecto *In Situ* es ejecutado por dos Instituciones Publicas de Investigación y dieciocho Organizaciones No Gubernamentales que interactúan en doce regiones del país teniendo como objetivo inmediato la conservación en chacra de once especies nativas y de sus parientes silvestres. Auspiciado por el Programa de las Naciones Unidas y financiado por el Fondo Mundial del Medio Ambiente y el Gobierno de la Republica Italiana.



## INDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>2</b>
<b>I. ANTECEDENTES .....</b>	<b>2</b>
<b>II. OBJETIVOS.....</b>	<b>3</b>
<b>III. RESULTADOS ESPERADOS .....</b>	<b>3</b>
<b>IV. MARCO CONCEPTUAL EN EL QUE SE DESARROLLA LA VALIDACIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>V. INSTITUCIONES QUE FORTALECEN LA VALIDACIÓN DE LA ARTICULACION COMERCIAL. ....</b>	<b>4</b>
<b>VI. METODOLOGÍA DEL PROCESO DE VALIDACIÓN DE LA ARTICULACIÓN .....</b>	<b>6</b>
<b>VII. RESULTADOS LOGRADOS .....</b>	<b>8</b>
<b>VIII. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA .....</b>	<b>35</b>
<b>IX. DISCUSIÓN .....</b>	<b>39</b>
<b>X. LECCIONES APRENDIDAS .....</b>	<b>43</b>
<b>XI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>43</b>
<b>XII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>44</b>

# VALIDACIÓN DE ARTICULACIÓN COMERCIAL DE VENTA DE PAPAS NATIVAS DE APROCULTIVOS CON HOTELES Y RESTAURANTES DEL CUSCO

## RESUMEN EJECUTIVO:

El proceso de articulación comercial con segmentos especiales como el que se viene logrando con esta validación es claramente importante por cuanto las utilidades son muy superiores a los logrados en el mercado regional de la manera tradicional. Cuando se vende con articulación comercial el precio más bajo que se obtiene es del 22%, lo cual es muy superior a la comercialización de la manera tradicional que en el mejor caso solo llega a 18% y lo que es más importante se obtiene como máximo hasta un 53% de utilidad por comercializar en forma articulada, si se toma en cuenta los volúmenes vendidos y los compromisos por entregar, las utilidades obtenidas son muy importantes. Si tomamos como unidad de análisis la tonelada de papa nativa vendida en promedio al precio de S/.1.23 pagado por las tres contratantes para el presente año, se tiene un utilidad de S/.530.00 por tonelada que corresponde a un 42% de utilidad por comercializar en segmentos de mercado y por la capacidad de organizarse, esto es lo que debe replicarse con otras asociaciones de agricultores y para otras provincias del Departamento del Cusco, por cuanto la demanda no está cubierta, solo se ha cubierto una pequeña parte de la demanda en la ciudad de Cusco.

Respecto a los precios, el reconocimiento y la valoración de la calidad de parte de los empresarios no es la misma y por tanto tienen diferentes propuestas de precio, cuanto más pequeña la empresa como los restaurantes, su propuesta de precio es menor comparado con los hoteles grandes. Son pocos los hoteles y restaurantes que valoran las papas orgánicas y están dispuestos a pagar un precio justo como el Hotel Monasterio cuyos empresarios (Orient Express), han visitado las comunidades y constatado el proceso de producción de ello la mejor propuesta de precio. La mayoría de los hoteles y restaurantes están a la propuesta del chef, quien determina las variedades a usar según los platos, por ello la incidencia en los festivales gastronómicos para los chefs, de esta manera quedan convencidos de la calidad de platos que se puede preparar con las papas nativas.

## **I. ANTECEDENTES**

El proyecto de Conservación In Situ de los Cultivos Nativos y sus Parientes Silvestres en su objetivo cinco se propone fortalecer los incipientes mercados locales, nacionales e internacionales para los cultivos nativos y productos derivados de estos. Por lo que el Proyecto ha visto importante apoyar los procesos de articulación de los agricultores con los nichos de mercado especiales, como son los hoteles y restaurantes turísticos del Cusco. Para este efecto ha proporcionado los medios necesarios para replicar los procesos de articulación entre APROCULTIVOS el Hotel Monasterio y otros.

Los productores de papa nativa del valle sagrado de los Incas, cultivan tradicionalmente cientos de variedades diferentes de papa. Seleccionadas durante siglos por su sabor, textura, forma y color, estas variedades de papa están muy adaptadas a las condiciones duras de los Andes, a alturas que van desde los 3500 a los 4200 metros sobre el nivel del mar. Por lo general los agricultores producen estas variedades nativas sin usar agroquímicos o usándolos en cantidades mínimas.

A pesar de los beneficios nutricionales de estas variedades y de su resistencia a sequías y heladas, así como a plagas y enfermedades tales como el tizón tardío de la papa (*Phytophthora infestans*), su producción ha disminuido en las últimas décadas. Los agricultores optan cada día más por las variedades convencionales de papa amarilla que los consumidores conocen, y que por ello pueden venderse más fácilmente.

Esta situación hace peligrar la producción de variedades nativas de papa cultivadas tradicionalmente como medio de subsistencia en diversos lugares en los Andes. Para revertir esta tendencia CENFOPAR-ARARIWA ha iniciado la búsqueda de nuevos segmentos de mercado especialmente el turístico por medio de hoteles y restaurantes con la finalidad de aumentar el consumo de estas variedades tradicionales y mantenerlas en los campos de los agricultores y preservar la rica biodiversidad y herencia cultural que representan.

## **II. OBJETIVOS.**

### **2.1. OBJETIVO GENERAL:**

Replicar la experiencia ganada entre APROCULTIVOS y el Hotel Monasterio, con otros actores con la finalidad de fortalecer los lazos comerciales, los mecanismos de comercialización y lograr que el campesino asuma retos de comercialización de sus productos bajo condiciones ventajosas.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

1. Fortalecer la institucionalidad de APROCULTIVOS, posicionando en el mercado de Cusco, como una empresa productora y comercializadora.
2. Validar la experiencia de comercialización de papas nativas con otras empresas, como hoteles y restaurantes turísticos en Cusco.
3. Establecer contratos de comercialización de papas nativas.

### **III. RESULTADOS ESPERADOS.**

El proceso de validación se propone:

- \* Fortalecer las relaciones institucionales entre CENFOPAR, APROCULTIVOS y empresas demandantes de papas nativas y otros cultivos nativos.
- \* Actualizar los documentos legales sustentatorios como empresa productora y comercializadora de APROCULTIVOS.
- \* Revisión de los estatutos y la suscripción actualizada en Registros Públicos.
- \* Inscripción y reconocimiento como empresa APROCULTIVOS, ante la SUNAT.
- \* Organización de documentos contables, en lo relacionado a facturas y declaraciones mensuales de facturación ante la SUNAT.
- \* Establecer contactos comerciales con hoteles y restaurantes interesados en compra de papas nativas.
- \* Suscribir contratos con otras empresas además de Hotel Monasterio.
- \* Revisar la ficha de oferta de papas nativas de APROCULTIVOS, así como la ficha de demanda de las empresas compradoras.
- \* Estructurar mecanismos logísticos para la comercialización.
- \* Cronograma de ventas y registro de volúmenes de comercialización.

### **IV. MARCO CONCEPTUAL EN EL QUE SE DESARROLLA LA VALIDACIÓN.**

La idea de sistematizar y validar la experiencia exitosa de articulación comercial, se produjo a través de la reunión entre Instituciones que ejecutan el Proyecto «Conservación In Situ de los Cultivos Nativos y sus Parientes Silvestres» realizado en noviembre del 2005 a iniciativa de la UEP, quien propone un presupuesto para la fase de validación.

El proyecto de Conservación In Situ de los Cultivos Nativos y sus Parientes Silvestres contempla entre sus componentes el tratamiento del mercado compatible con la conservación de la variabilidad de los cultivos andinos. En este contexto, el proyecto ha tenido la oportunidad de acompañar en sus etapas iniciales, la experiencia de articulación comercial entre la organización conservacionista APROCULTIVOS y el Hotel Monasterio como parte de los esfuerzos de diversificación de oportunidades para los productores ecológicos de papa. Esta iniciativa, se inscribe en una propuesta de comercio justo pues busca que a la articulación comercial se añadan elementos de distribución equitativa de beneficios y se tomen en cuenta consideraciones culturales.

### **V. INSTITUCIONES QUE FORTALECEN LA VALIDACIÓN DE LA ARTICULACION COMERCIAL.**

Las instancias que participan directamente en este proceso de validación son:

## **5.1. PROYECTO IN SITU:**

ARARIWA, es una de las instituciones implementadoras del Proyecto Conservación in situ de Cultivos Nativos y sus Parientes Silvestres que fortalece la conservación in situ en seis comunidades de las Provincias de Calca y Urubamba. El Proyecto in situ ha firmado una adenda con ARARIWA, para validar la experiencia de articulación de comercialización de papas nativas en el mercado de Cusco.

## **5.2. CENFOPAR-ARARIWA:**

El Centro de Formación y Promoción Arariwa (CENFOPAR) es el componente especializado en la promoción y la capacitación promoviendo el desarrollo de capacidades de la población de la zona y la promoción del turismo sostenible de la Población del Valle Sagrado.

Los ejes de trabajo del CENFOPAR están centrados fundamentalmente en el programa de desarrollo de capacidades y competencias de pequeños productores agropecuarios, artesanos y de transformación en tecnologías productivas y gestión empresarial y la formación de jóvenes emprendedores y asesoría especializada con un enfoque de mercado turístico.

La formación de jóvenes es realizada a través del Instituto Casa Taller que busca la formación profesional de los jóvenes en «Técnicos en Administración Rural» para el ejercicio de un liderazgo social y una participación con ventajas en el mercado.

El posicionamiento institucional en la región, radica en su experiencia de formación de capacidades y la promoción empresarial de los productores y/o empresarios del Valle Sagrado de los Incas, lo que ha posibilitado mejorar la competitividad y por ende los ingresos de los empresarios y/o productores.

CENFOPAR apoya este proceso de articulación directamente, mediante el programa: *PETPA Programa de Especialización en tecnologías de Producción Agropecuaria*: que tiene como objetivo, ofrecer a los productores agropecuarios del ámbito de intervención, un programa coherente de capacitación para liderazgos productivos y la posibilidad de dar un valor agregado a la actividad agropecuaria con contenidos teóricos y prácticos.

## **5.3. APROCULTIVOS.**

La Asociación de Productores de Cultivos Andinos del Valle Sagrado de los Incas, es una institución que tiene como organismos de base los Comités de Conservacionistas de Cultivos Nativos de seis comunidades donde se ha fortalecido la conservación de los cultivos nativos con la participación del Proyecto in situ y ARARIWA. Estos comités vieron por conveniente formar una asociación para favorecer la comercialización de sus productos, especialmente las papas nativas que es su fortaleza y cultivo con mayor excedente de producción.

APROCULTIVOS, actualmente es una empresa reconocida en los Registros Públicos de Cusco y cuenta con los registros de reconocimiento como empresa ante la SUNAT.

Tiene directivos altamente capacitados, que conocen de todas las responsabilidades de actuar como empresa y la capacidad necesaria para contratar con cualquier empresa que demande papas nativas u otros cultivos.

Tiene la debilidad de no contar con la infraestructura necesaria, como oficinas administrativas con la implementación necesaria para actuar como empresa, y carencia de almacenes. Esta deficiencia es apoyada por CENFOPAR, como centro de contacto para los clientes, con apoyo contable y almacenes apropiados para la comercialización de los productos.

## **VI. METODOLOGÍA DEL PROCESO DE VALIDACIÓN DE LA ARTICULACIÓN.**

**Para el proceso de validación se adoptó los siguientes procesos y estrategias:**

### **6.1. FIRMA DE LA ENMIENDA Nº 2 AL CONVENIO ENTRE EL PROYECTO PER/98/G33 Y LA ASOCIACIÓN ARARIWA PARA LA PROMOCIÓN TÉCNICO CULTURAL ANDINA-Año 2004.**

Esta enmienda tiene como anexo los lineamientos de ejecución de metas del plan de continuidad entre Noviembre del 2005 a Junio del 2006. Este documento establece de manera específica los términos de referencia para la validación de la experiencia exitosa de articulación comercial, en los siguientes términos.

#### **Antecedentes:**

El proyecto ha tenido la oportunidad de acompañar, en sus etapas iniciales, la experiencia de articulación comercial entre la organización conservacionista APROCULTIVOS y el Hotel Monasterio como parte de los esfuerzos de diversificación de oportunidades para los productores ecológicos de la papa. Esta iniciativa, se inscribe en una propuesta de comercio justo pues busca que a la articulación comercial se añadan elementos de distribución equitativa de beneficios y se tomen en cuenta consideraciones culturales.

#### **Propósito de la meta:**

Replicar la experiencia ganada entre APROCULTIVOS y el Hotel Monasterio en otro contexto, con otros actores y cultivos nativos con la finalidad de profundizar la construcción de una propuesta que permita ir modelando un marco conceptual y metodológico sobre experiencias de articulación entre campesinos conservacionistas y empresas privadas en un marco de comercio justo amigable con la conservación In Situ de la Agrobiodiversidad de los cultivos nativos.

#### **Entregable:**

Informe de la validación de experiencia de alianza comercial de productores asociados con una empresa privada en Cusco

## Atributos:

El informe deberá dar cuenta de los actores involucrados, los procesos seguidos, la metodología, pone en evidencia los diversos impactos, las lecciones aprendidas y recomendaciones que hagan sostenible la experiencia en el marco de una iniciativa de comercio justo ligada a la conservación In Situ de la agrobiodiversidad de los cultivos nativos.

- \* Esta enmienda propone un contenido específico para el informe de validación, el que ha sido tomado da cuenta.
- \* El documento identifica claramente los factores que favorecen o limitan una experiencia de esta naturaleza.
- \* El documento alcanza recomendaciones para favorecer su eventual replicabilidad.

## 6.2. ELABORACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO PARA LA VALIDACIÓN:

ARARIWA ha elaborado un plan de trabajo para lograr el proceso de articulación, cuyas actividades y cronograma se expone a continuación:

**Cuadro 01: Actividades del plan de trabajo de validación:**

ACTIVIDADES	ACTIVIDADES (meses)							
	Nov. 2005	Dic. 2005	Ene. 2006	Feb. 2006	Mar. 2006	Abr. 2006	May. 2006	Jun. 2005
1 Contactos y reuniones entre empresas que demandan productos biodiversos y APROCULTIVOS								
2 Fortalecimiento de APROCULTIVOS en procesos productivos para el proceso de articulación con las empresas								
3 Capacitación en procesos de manejo de registros contables y registro comercial ante SUNAT								
4 Talleres y/o reuniones de coordinación entre APROCULTIVOS y empresas (un taller y cuatro reuniones de coordinación)								
5 Sistematización del proceso de validación								
6 Festivales gastronómicos (un festival y dos demostraciones)								
7 Conducción del proceso de validación: Convenios y contratos de compra venta								
8 Informe Final								

### **6.3. INFORMACIÓN DE LINEA DE BASE:**

Para entrar en el tema de articulación comercial se partió del levantamiento de una línea de base en el tema de comercialización e inserción al mercado encontrándose las siguientes limitantes que fueron fortalecidos mediante la validación de la articulación comercial:

- \* Desventajosa inserción al mercado respecto a precios.
- \* La comercialización se realiza de manera individual y no organizada.
- \* Desarticulación entre actores económicos.
- \* Organización empresarial débil e incipiente de parte de los agricultores.
- \* Desplazamiento de la biodiversidad por introducción de variedades mejoradas.
- \* La producción de papas nativas es de forma estacional encontrándose a partir del mes de mayo al mes de octubre, dificultando la oferta de este producto durante todo el año.
- \* Desconocimiento por parte de los productores de otros mercados para que puedan ofertar sus productos con ciertas ventajas en comparación a precios.

## **VII. RESULTADOS LOGRADOS.**

### **7.1. REUNIÓN CON DIRECTIVOS DE APROCULTIVOS PARA ESTABLECER EL COMPROMISO DE INICIAR ACCIONES DE VALIDACIÓN.**

En Noviembre del 2005, ARARIWA firma la enmienda de continuación de actividades con el Proyecto in situ, uno de los compromisos como actividad de la enmienda es validar la experiencia de articulación comercial con el Hotel Monasterio.

Para dar cumplimiento al proceso de validación, en el mes de Diciembre del 2005, se informó a los directivos de APROCULTIVOS, sobre la necesidad de ampliar relaciones comerciales con otras instituciones de Cusco con apoyo de CENFOPAR, lo que fue de buen agrado de los Comités de Conservacionistas.

Posteriormente en el mes de Enero con los Directivos de APROCULTIVOS se acordó :

- \* Iniciar actividades de relacionamiento con otras instituciones, los sistematizadores de la experiencia reciben el encargo de aperturar las relaciones.
- \* Solicitan de manera urgente reactualizar su condición de registro como empresa en Registros Públicos de Cusco y su reconocimiento ante la SUNAT.

### **7.2. FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL A APROCULTIVOS.**

De conformidad con los compromisos asumidos como Proyecto in situ y como ARARIWA, se procedió a ejecutar las siguientes actividades:

### **7.2.1. Actualizar los documentos legales sustentatorios como empresa productora y comercializadora de APROCULTIVOS.**

Para realizar los trámites de reconocimiento de empresa ante la SUNAT, es necesario presentar los certificados de Registros Públicos de reactualizados a la fecha, cuyo trámite se realizó oportunamente.

### **7.2.2. Inscripción y reconocimiento como empresa APROCULTIVOS, ante la SUNAT.**

Se realizó el trámite correspondiente a reconocimiento de empresa ante la SUNAT y habiendo recibido la autorización de impresión de facturas, los que fueron subvencionados por el Proyecto in situ.

### **7.2.3. Organización de documentos contables, en lo relacionado a facturas y declaraciones mensuales de facturación ante la SUNAT**

Todos los restaurantes y hoteles del Cusco solicitan factura por la compra de papa, por lo tanto APROCULTIVOS, no puede realizar estas transacciones sin factura, por ello inicialmente fueron apoyados por CENFOPAR, quienes giraban la factura como proveedor luego el pago era devuelto a los agricultores en el 100%. Cabe manifestar que este producto de papa no está afecto al impuesto a la renta, sin embargo tienen que declarar cada mes, los Directivos han sido capacitados por la Institución y realizan la declaración con el apoyo del Contador de CENFOPAR. Actualmente se les está asesorando mediante el Contador de CENFOPAR, posteriormente a medida que sus ventas mejoren en cantidad, asumirán plenamente todo el proceso de comercialización.

**FACTURA QUE SIRVE COMO COMPROBANTE DE PAGO QUE LES PERMITE  
ESTAR EN ESTE MERCADO EXCLUSIVO Y COMPETITIVO**

<b>APROCULTIVOS</b> ASOCIACION DE PRODUCTORES DE CULTIVOS NATIVOS VALLE SAGRADO DE LOS INCAS Tel.: 684-201020 Comunidades: Huama - Huarqui - Patacancha - Willac Taucsa - Urubamba - Cenfojar - Arariwa C.C. HUAMA S/N. LAMAY - CALCA - CUSCO		R.U.C. 20527855367 <b>FACTURA</b> 001- N° 070110	
SEÑOR (SA): _____ DIRECCION: _____ R.U.C.: _____		FECHA DIA: _____ MES: _____ AÑO: _____	
R.C.M. DE REMISION: _____			
<b>CANT.</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>P. UNID.</b>	<b>TOTAL</b>
SON		SUB TOTAL S/ _____ I.G.V. 15 % _____ TOTAL S/ _____	
RUC 10236124111 CANCELADO No: Challas Jubert Juamba - Santa Teresa 395 - Cuzco AUT. 0461211093 F. L. 24-04-2008		FECHA, ____ de ____ del 200__ USUARIO	

**1.1. ACOMPAÑAMIENTO EN LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DE PAPAS NATIVAS.**

A partir del compromiso de validación de la experiencia de articulación comercial suscrita entre ARARIWA y el Proyecto in situ, en el mes de noviembre se procedió a las visitas de parte de los responsables de la validación, a las parcelas de los agricultores para intercambiar experiencias y constatar que las parcelas están siendo manejadas como cultivos orgánicos, fue necesario confirmar con todos los socios de APROCULTIVOS sobre la no utilización de fertilizantes ni agroquímicos de ningún tipo, para garantizar la producción orgánica, que es un requisito de los hoteles para el pago de mayor precio en el mercado.

En las visitas de acompañamiento se cumplieron las siguientes actividades:

El Hotel Monasterio, prevé en el futuro la producción de papas nativas por contrato, Como parte de desarrollo de esta experiencia es necesario que los agricultores cumplan con todos los requisitos de una producción orgánica de papas nativas. Para garantizar este requisito, los responsables de la validación visitaron en dos oportunidades (febrero y marzo) a las parcelas de los productores para confirmar y/o constatar el no uso de agroquímicos en las parcelas cuyos excedentes serán destinadas para la comercialización.

En las visitas se recomendó el uso de Biol. Para favorecer un mejor desarrollo del cultivo y frente al daño de plagas y enfermedades se recomendó el uso de plantas biocida, que fueron validados en los talleres MIP de ARARIWA.

Se acordaron actividades para mejorar la cosecha de papa, procesos de clasificación y almacenamiento.

## 7.4. ESTRATEGIAS DE ARTICULACION:

Las estrategias que se adoptaron en la presente validación fueron:

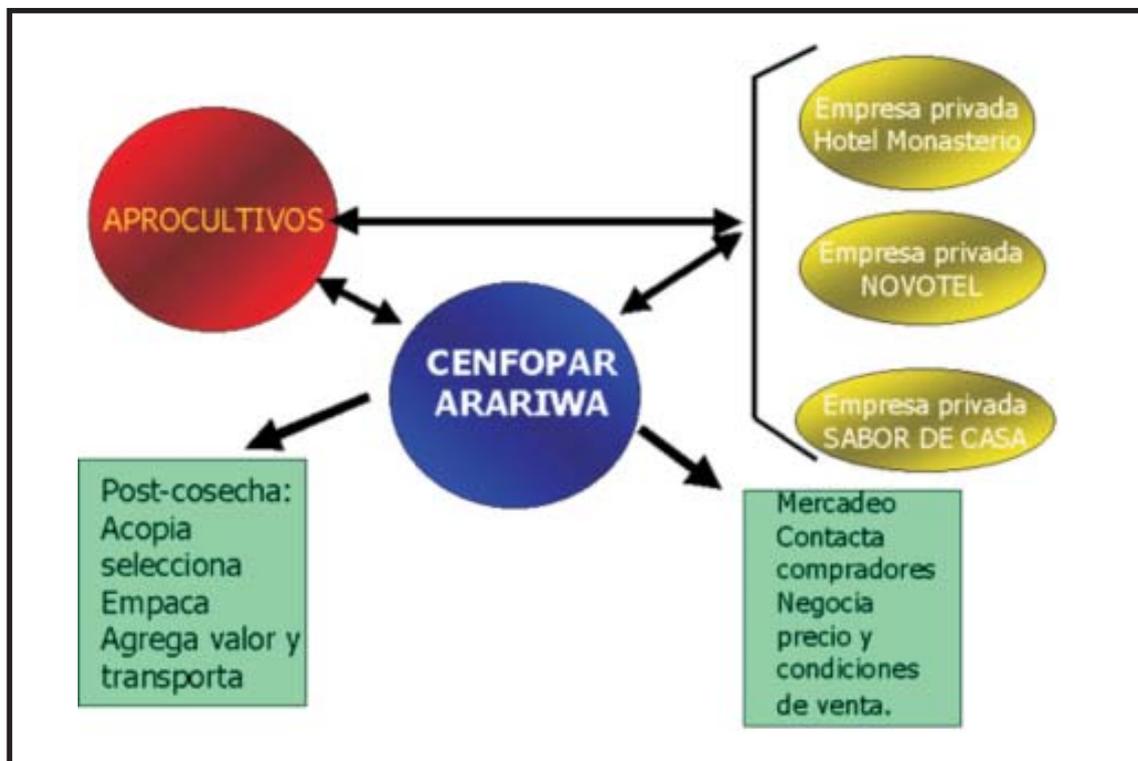
### 7.4.1. Visita a cada empresa para exponer motivos de articulación comercial:

Los responsables de la validación realizaron visitas a cada uno de los empresarios y realizar una exposición de motivos del proceso de articulación, y la necesidad de apoyar procesos de conservación de la variabilidad. En este proceso las empresas grandes, comprendieron esta necesidad, pero los restaurantes pequeños siempre piensan en lo más inmediato y lo que quieren es el máximo beneficio y al corto plazo, por lo que ofrecen precios por debajo del mercado regional, por ello no ha sido posible establecer acuerdos con estas empresas.

### 7.4.2. Enfoque de cadena de valor:

La estrategia de intervención se realizó en base al enfoque de cadena de valor que es la relación entre los actores (Empresa Privada-ONG- Asociación de productores), donde hay una colaboración estratégica con el fin de lograr objetivos específicos de articulación al mercado en el corto y largo plazo y para el beneficio mutuo de los participantes. Como podemos apreciar en el siguiente gráfico:

**Gráfico 01: Estrategia de Intervención en Base a Cadenas de Valor.**



En el presente gráfico se puede apreciar esta colaboración estratégica en la cual CENFOPAR-ARARIWA cumple funciones de capacitación, asistencia técnica en las labores de post-cosecha, selección, clasificación, empaque y transporte y acompaña a los productores en los contactos comerciales, asesora en la negociación de precios y condiciones de venta.

### 7.4.3. Festivales de Degustación:

Esta actividad se realizó en dos oportunidades, con presencia en la primera etapa del Chef del Hotel Monasterio y en la segunda etapa con varios hoteles y restaurantes de la Ciudad del Cusco. La idea de esta actividad como estrategia fue primeramente la identificación de las variedades de papa nativa, complementando con los principales factores que influyen en la decisión de compra. Elementos como color, forma, facilidad de uso, elementos nutricionales, presentación del producto. Además de estas características presentadas el **PROBAR** el producto y dar su opinión sobre las ventajas y desventajas porque ellos son los expertos.

Los platos presentados en estos dos festivales lo podemos mencionar:

- a.- Papas para hornear: acompañadas con diferentes salsas (sachatomate, Mostar).
- b.- Pastel de papa en salsa de queso.
- c.- Ensalada de papas.
- d.- Puré de papa amarilla (papa variedad peruanita).

Las variedades degustadas tenemos: La Mactillo, Compis, Peruanita, Huayro, Yanahuaccoto y la mezcla de varias papas nativas.

De la primera degustación se tuvo requerimientos de papa por parte del monasterio y con el segundo festival se sumaron otros hoteles y restaurantes turísticos. En base a estos pedidos se construyó la ficha de demanda de estos productos, que en conclusión es; ¿cómo quieren que se les venda?, también sirvió para estandarizar el producto y entregar a las empresas que se pusieron en contacto en las mejores condiciones tanto en calidad como en cantidad:

**FOTOS DEL SEGUNDO FESTIVAL DE DEGUSTACIÓN EN BASE A PAPA NATIVA.**



Degustación de papa nativa en un Restaurante del Cusco, con la Presencia del Chef del Hotel Monasterio



Mesa expuesta con los diferentes platos en base a papa



Muestra de papas nativas en día del festival gastronómico

De estos festivales como manifestamos anteriormente salió varios pedidos que los chef de los restaurantes usan en sus distintos platos, especialmente para el acompañamiento con diversas carnes en su forma de sancochado o al horno. Estas papas por su calidad harinosa que tienen lo usan para sus purés y pasteles.



Presencia de los agricultores, chef y dueños de hoteles y restaurantes Turísticos en festival de degustación



Presentación del Evento a Cargo del Ing. Pompeyo Cosio en representación del Proyecto Insitu



Diversas salsas acompañando a los platos de papa

#### 7.4.4. Reconocimiento de muestrarios de variedades de papa en cada hotel:

Se les llevo muestras de papa a los diferentes hoteles y restaurantes para que pudieran apreciar el tamaño, la forma, color de la pulpa y pudieran degustar ellos mismos. Esta estrategia también trajo resultados positivos donde los chef solicitaron de inmediato estas variedades para que se les llevara según cronograma establecido. Las variedades que ofertamos tenemos: Compis, Mactillo, Yanahuacoto, Peruanita, Huayro y Mescla de varias variedades. Estas variedades los agricultores disponen de mayor cantidad y los consumidores conocen este tipo de variedades, que les es más fácil para poder vender.



Los agricultores muestran su variedad de papa – Producción de papa wayru



Variedad de papa mactillo cosechadas en campos de agricultores y vendidas en los mejores hoteles del Cusco, por su calidad y sabor.



Variedad Comercial Canchan muy solicitado en los Hoteles y Restaurantes por su calidad especialmente en frituras

#### 7.5. IDENTIFICACIÓN DE CULTIVARES DE PAPAS NATIVAS CON MAYOR DEMANDA EN LOS HOTELES Y RESTAURANTES TURÍSTICOS.

Luego de las pruebas de demostración con los hoteles y restaurantes la mayoría de ellos concordaron con la demanda de las siguientes variedades:

## Cuadro 02: Características favorables y formas de uso de las papas nativas:

<b>VARIETADES NATIVAS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS FAVORABLES PARA EL MERCADO</b>	<b>FORMAS DE MAYOR USO</b>
Peruanita	Sabor muy agradable. Alta calidad culinaria determinado por color de carne amarilla. Alto contenido de materia seca (harinosa), es de fácil cocción.	Frituras con color amarillo muy agradable para acompañar carne frita y pollo a la brasa. Sancochado para acompañar platos especiales como asados y lechones. Muy agradable en todo tipo de guisos.
Qompis	Sabor muy agradable Alta calidad culinaria. Color de carne blanco. Alto contenido de materia seca (harinosa), fácil cocción	Frituras con color amarillo blanco y crocantes muy agradable para acompañar frituras de carne y pollo a la brasa. Sancochado para acompañar platos especiales como asados y lechones. Muy agradable en todo tipo de guisos.
Mactillo	Sabor muy agradable Color de carne fondo blanco con pigmentación violeta. Alto contenido de materia seca (harinosa), fácil cocción	Sancochado para acompañar platos especiales como asados y lechones. Especial para papa al horno. Muy agradable en todo tipo de guisos.
Papa amarilla (runtus)	Sabor muy agradable. Alta calidad culinaria determinado por color de carne amarilla. Alto contenido de materia seca (harinosa), es de fácil cocción.	Frituras con color amarillo muy agradable para acompañar carne frita y pollo a la brasa. Sancochado para acompañar platos especiales como asados y lechones. Muy agradable en todo tipo de guisos.
Wayro	Sabor muy agradable Color de carne fondo blanco con pigmentación roja Alto contenido de materia seca (harinosa), fácil cocción.	Sancochado para acompañar platos especiales como asados y lechones. Especial para papa al horno. Muy agradable en todo tipo de guisos.
Qhachun-waqachi	Forma atractiva del Tubérculo. Alto contenido de materia seca (harinosa), fácil cocción.	Para platos especiales como atractivo. Papa a la huancaína. Al horno para acompañar platos especiales
Mactillo	Sabor agradable muy particular Forma alargada, ojos muy superficiales. Alto contenido de materia. Fácil cocción.	Para platos especiales en entradas acompañando en saladas. Al horno para acompañar platos especiales
<b>VARIETADES MEJORADAS:</b>		
CANCHAN INIA	Tamaño de tubérculo y ojos superficiales, fácil pelado	Frituras de forma alargada muy grande y atractiva.

### 7.6. Mecanismos logísticos para la comercialización:

Fue necesario superar los siguientes aspectos:

#### 7.6..1. Apoyo de CEBFOPAR en aspectos contables y almacenes:

Tal como se muestra el gráfico uno, los productores de APROCULTIVOS no tienen las instalaciones necesarias, ni oficinas para interactuar con las empresas. Esta deficiencia se viene superando con la participación de CENFOPAR-ARARIWA, institución que apoya, con servicio de teléfono para contactos, con las empresas demandantes, apoyo de un contador para facturación y cobro de las entregas de los pedidos de papa, y también contribuye con el traslado de la papa hacia los hoteles y restaurantes demandantes y finalmente ha facilitado el uso de un almacén de papa para acopiar o concentrar la papa de APROCULTIVOS, para su posterior comercialización en la ciudad de Cusco.

## 7.6..2. La ficha de demanda de las empresas compradoras.

El proceso de comercialización se establece bajo especificaciones técnicas bien estudiadas y bajo la aceptación del vendedor y del comprador, de modo que las fichas técnicas contienen la información técnica correspondiente.

### Cuadro 03: Revisar la ficha de oferta de papas nativas de APROCULTIVOS.

<b>Nombre de Empresa:</b>	Asociación de conservadores In situ de Cultivos Andinos
<b>Nombre Producto:</b>	Papas Nativas y Modernas comerciales (Híbridas)
<b>Variedad o Especie:</b>	<b>Nativas:</b> Ccompis, Huayro, Peruanita y Mezcla de variedades nativas autóctonas. <b>Modernas (Híbridas):</b> Canchan, Mariva, Yungay
<b>Requisitos</b>	<b>Comentarios</b>
<b>- Calidad (clasificación, certificación, )</b>	<b>Primera Clase:</b> <b>Segunda Clase:</b> Comentarios: De todas estas variedades de papa, podemos clasificar para llevar al mercado en primera cuyo peso promedio es entre 40 – 50 grs en papas nativas y de 60 – 80 grs en las modernas, con estos pesos se uniformiza el tamaño, mejorando la presentación comercial, que estas no estén sucias, picadas, con gusanos, partidas y verdes. En cuanto a la verificación de la producción de la papa nativa, estará a cargo de un Ingeniero Agrónomo especialista, quien asesorará y certificara la calidad de la papa desde la producción hasta la comercialización.
<b>- Forma de Entrega al cliente:</b>	<b>Al establecimiento:</b> <b>En almacén del productor:</b> Comentarios: La forma de entrega al cliente realizará en el establecimiento mismo, ósea en los almacenes de la empresa solicitante, en este caso Orient Express, incrementando al precio los márgenes de comercialización.
<b>- Presentación:</b>	<b>Granel:</b> <b>Envases:</b> Comentarios: El producto seleccionado y de calidad, se envasara en sacos de yute de 50 kg de peso. Esta será la presentación del producto.
<b>- Características:</b>	<b>Forma:</b> <b>Color:</b> <b>Tipo de producción:</b> Comentarios: La forma de las papas nativas, son propias a las variedades existentes (redondas, achatadas, alargadas, tuberosazas, apiñadas, etc) con presencia «ojos» profundos en algunas variedades, en tanto que las papas modernas también tienen formas diferentes entre las más comunes se tiene a las ovaladas y redondas. En ambos casos, para la presentación se uniformizaran por tamaño. El color es característico para cada variedad por ejemplo la Ccompis es de color rosado, la yungay de color crema, evitará que las papas se presenten en estado verde y pelonas. El tipo de producción de las papas nativas es ecológico, dado que son producidas en zonas de altura en terrenos de rotación (laymes) que en promedio es de 5 años, no se utiliza fertilizantes químicos ni agrotóxicos, con bastante materia orgánica. Las papas modernas a su vez se cultivan en terrenos de menor altitud, en algunas comunidades cuentan con sistemas de riego por lo que se realizan siembras tempranas con fertilización química controlada y aplicaciones de agrotóxicos (insecticidas y funguicidas), para el control de plagas y enfermedades.
<b>- Volumen de entrega (kilogramos ínter diario, semanal, mensual):</b>	<b>Granel (kg):Envases (kg):</b> Comentarios: La entrega papas nativas, como modernas, se realizará en función a la demanda de las empresas privadas, respecto a la calidad y volumen requeridos.
<b>- Costo:</b>	<b>Precio en Soles/kilo: Puesto en almacén _____</b> <b>Precio en Soles/kilo: Puesto en establecimiento _____</b> Comentarios: El precio que ofrecemos en caso de papa nativa es de S/ 1.50 Nuevos soles puesto en el establecimiento (almacén de la empresa), es decir a S/. 1.00 por kg. En caso de papa modernas de las variedades (canchan, mariva, yungay, etc ) el precio por arroba puesto en el establecimiento es de S./ 0.90 por kg.
<b>- Observaciones:</b>	Comentarios: Las papas que demanda el cliente proceden de productores organizados, cuya producción en el caso de las nativas es ecológica y en el caso de las modernas es en el marco de las buenas practicas agrícolas. Las deficiencias tecnológicas en el proceso productivo, manejo post-cosecha y comercialización, serán superados a través de los cursos de capacitación y asesoría técnico productiva que se realizará desde el proyecto.

## **7.5. Suscripción de contratos con otras empresas además de Hotel Monasterio.**

Este tema se trabajó con las empresas privadas y el grupo de agricultores asociados en APROCULTIVOS para darle **sostenibilidad** al tema de comercialización en el futuro.

Partimos del concepto de agricultura por contrato que puede definirse como un acuerdo entre agricultores y empresas en este caso hoteles y restaurantes turísticos que operan en el Cusco, para la comercialización y abastecimiento de papa nativa para entrega futura, donde ya se determinó precios predeterminados. Las empresas en este caso exigieron al productor compromisos de entregar el producto en cantidades y estándares de calidad determinados en la ficha de demanda del producto (Ver. Ficha). Y las empresas a comprar el producto.

La ventaja de este tipo de trabajo radica en que las empresas privadas se comprometen a adquirir la producción de este tipo de producto, bajo unos parámetros de cantidad y calidad determinados. La agricultura por contrato ofrece una solución potencial a productores que trabajan en pequeña escala que se ven restringidos por las limitadas oportunidades de comercialización que tienen, ya que tienen un mercado seguro y aseguran la oferta a los compradores.

Bajo esta modalidad de trabajo se tiene los siguientes contratos:

### **7.7.1. Con la CORPORACIÓN HOTELERA DEL CUSCO S.A. (NOVOTEL):**

Se firmó el contrato a los 15 días del mes de marzo del presente año y culmina a los 31 días del mes de diciembre del presente año. Se adjunta documento firmado en las siguientes páginas:

## CONVENIO PARA LA PROVISIÓN DE PAPAS NATIVAS

Conste por el presente documento un **CONVENIO PARA LA PROVISIÓN DE PAPAS NATIVAS** que celebran de una parte la **Asociación de Productores de Cultivos Nativos del Valle Sagrado de los Incas (APROCULTIVOS)**, con domicilio en la comunidad campesina de Huama, distrito de Lamay, Cusco, debidamente representado por su presidente el Sr. Faustino Pillco Sapillaro, identificada con D.N.I. N° 24469601, según facultades inscritas en la Partida N° 11034004 del Libro de Asociaciones del Registro de Personas Jurídicas de Cusco, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA ASOCIACIÓN**; y de la otra parte la empresa **COORPORACION HOTELERA DEL CUSCO S.A.**, con RUC N° 20422841653, con domicilio Calle San Agustín 284 inscrita en la Partida N° ..... del Registro de Personas Jurídicas de Cusco, debidamente representada por las personas cuyos nombres y datos de identidad aparecen al final del presente documento, a quien en lo sucesivo se le denominará **NOVOTEL**, en los términos y condiciones que se detallan a continuación:

### CLAUSULA PRIMERA: Antecedentes

1.1.- **LA ASOCIACIÓN** es una asociación civil cuyo objetivo principal es la conservación, promoción y comercialización de papas nativas y comerciales a la Región Cusco.

1.2.- **NOVOTEL S.A.** es una persona jurídica de derecho privado constituida bajo el régimen de la sociedad anónima, dedicada según su objeto social, a brindar el servicio de hospedaje y alimentación.

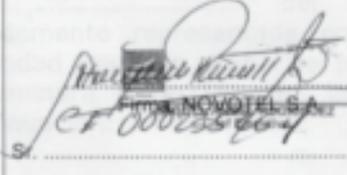
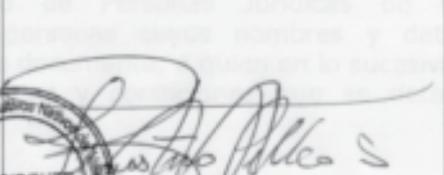
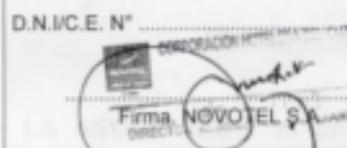
### CLAUSULA SEGUNDA: Objetivo

Por el presente documento, **LA ASOCIACIÓN** y **NOVOTEL S.A.** convienen que **LA ASOCIACIÓN** proveerá a **NOVOTEL**, las siguientes variedades de papa Nativa:

- a).- Mactillo, por la cantidad de .....
  - b).- Amarilla, por la cantidad de .....
  - c).- Peruanita, por la cantidad de 60 kls .....
  - d).- Ccompis, por la cantidad de .....
  - e).- Huayro, por la cantidad de .....
  - f).- Yanahucotto por la cantidad de .....
- Papa Híbrida:
- a).- Canchan por la cantidad de 80 kls .....

podiera surgir como consecuencia de la interpretación y/o ejecución del presente contrato.

Ambas partes, conformes con los términos y condiciones estipuladas en el presente convenio, lo suscriben en dos (02) ejemplares de igual valor y para un mismo fin, en la ciudad de Cusco, a los 15 días del mes de Marzo de 2006.

NOVOTEL S.A.	LA ASOCIACION
Sr.....	
D.N.I./C.E. N° .....	
 Firma NOVOTEL S.A.	
D.N.I./C.E. N° .....  Firma NOVOTEL S.A. DIRECTOR	 PRESIDENTE Asociación de Productores de Cultivos Nativos del Valle Sagrado de los Incas Sr. Faustino Pilco Sapillaro DNI N° 24469601

## 7.7.2. Con el restaurante sabor de casa.

**CONVENIO PARA LA PROVISIÓN DE PAPAS NATIVAS**

Conste por el presente documento un **CONVENIO PARA LA PROVISIÓN DE PAPAS NATIVAS** que celebran de una parte la **Asociación de Productores de Cultivos Nativos del Valle Sagrado de los Incas (APROCULTIVOS)**, con domicilio en la comunidad campesina de Huama, distrito de Lamay, Cusco, debidamente representado por su presidente el Sr. Faustino Pilco Sapillaro, identificada con D.N.I. N° 24469601, según facultades inscritas en la Partida N° 11034004 del Libro de Asociaciones del Registro de Personas Jurídicas de Cusco, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA ASOCIACIÓN**; y de la otra parte el Restaurant **SABOR DE CASA S.A.C.**, con RUC N° 20527216525, con domicilio en la calle Espinar N° 159 – Hotel Cusco inscrita en la Partida N° 11019198 del Registro de Personas Jurídicas de Cusco, debidamente representada por las personas cuyos nombres y datos de identidad aparecen al final del presente documento, a quien en lo sucesivo se le denominará **RESTAURANT SABOR DE CASA**, en los términos y condiciones que se detallan a continuación:

**CLAUSULA PRIMERA: Antecedentes**

1.1.- **LA ASOCIACIÓN** es una asociación civil cuyo objetivo principal es la conservación, promoción y comercialización de papas nativas y comerciales a la Región Cusco.

1.2.- **SABOR DE CASA S.A.C.** es una persona jurídica de derecho privado constituida bajo el régimen de la sociedad anónima cerrada, dedicada según su objeto social, a brindar el servicio de alimentación.

**CLAUSULA SEGUNDA: Objetivo**

Por el presente documento, **LA ASOCIACIÓN** y **SABOR DE CASA SAC.** convienen que **LA ASOCIACIÓN** proveerá a **SABOR DE CASA SAC.** las siguientes variedades de papa Nativa:

- a).- Mactillo
- b).- Amarilla
- c).- Peruanita
- d).- Ccompis
- e).- Huayro
- f).- Yanahucotto

Papa Híbrida:

- a).- Canchan

1.1.- LA ASOCIACIÓN se obliga a estar en constante capacitación para

Estas variedades mencionadas anteriormente se proveerá cada semana o cada quince días según las cantidades solicitadas anteriormente, manteniendo la calidad, sanidad y el tamaño de la variedad adecuada según la características establecidas por el **RESTAURANT SABOR DE CASA** Promoviéndose de esta forma la producción de papa nativa contribuyendo así al desarrollo sostenible de las comunidades nativas que cultivan estas variedades.

La producción y destino de la retribución recibida por este convenio será de entera responsabilidad de LA ASOCIACIÓN.

### **CLAUSULA TERCERA: Retribución**

En contraprestación por el producto que **LA ASOCIACIÓN** se compromete a entregar, **RESTAURANT SABOR DE CASA** pagará un monto de UN SOL CON 20/céntimos, para variedades nativas (S/. 1.20) y para la híbridas OCHENTA CENTIMOS (S/. 0.80) por cada kilo de papa a favor de **LA ASOCIACIÓN**.

**RESTAURANT SABOR DE CASA** efectuará el pago de la retribución convenida a la recepción del comprobante de pago correspondiente al producto entregado, siempre y cuando no existan observaciones respecto a éste, y el comprobante de pago reúna los requisitos establecidos en las leyes sobre la materia.

Por la cantidad de 1 kg semanal  
ej.- Huayro, por la cantidad de 1 kg semanal  
Y.- Yanahucotto por la cantidad de 1 kg semanal

### **CLAUSULA CUARTA: Plazo**

Por variedades:

3.1.- El plazo de vigencia del presente convenio empezará a computarse desde la fecha de su suscripción, con vencimiento el día 31 de diciembre del 2006, pudiendo ser renovado o modificado previo acuerdo escrito de las partes.

Cualquier modificación, restricción o ampliación del presente convenio que las partes estimen conveniente efectuar, se hará constar en Addenda que se suscribirá con las mismas formalidades del presente convenio.

Cualquier incumplimiento de las partes respecto a las obligaciones previstas en el presente convenio será de entera responsabilidad de la parte que lo ocasiona. A efectos de que precise la responsabilidad, cada una de las partes cumplirá remitir una comunicación requiriendo el cumplimiento en un plazo de cuarenta y ocho días hábiles.

### **CLAUSULA QUINTA: Obligaciones de las partes**

**4.1.-** Constituyen obligaciones de **LA ASOCIACIÓN**:

4.1.1.- **LA ASOCIACION** se compromete a cultivar papas nativas de las variedades nativas como Mactillo, Amarilla, Peruanita, Ccompis, Huayro, Yanahucotto y papa híbrida de la variedad canchan sin el uso de agroquímicos, es decir, papas naturales y ecológicas y de calidad culinaria especial.

4.1.2.- La entrega de la papa se hará de acuerdo al pedido semanal que establecerá NOVOTEL, según las cantidades establecidas en la cláusula segunda. La papa será seleccionada y clasificada cumpliendo estándares de calidad establecidos por **SABOR DE CASA S.A.C.**

4.1.3.- De igual modo, las partes convienen en sumeterse a la jurisdicción de los

**4.1.3.- LA ASOCIACIÓN** se obliga a estar en constante capacitación para

mejorar el producto ofrecido.

4.1.4.- **LA ASOCIACIÓN** se compromete a asegurar la correcta distribución de la retribución recibida por los servicios prestados y establecidos en el presente convenio. Queda claramente estipulado que cualquier reclamo efectuado por los miembros de **LA ASOCIACIÓN** a raíz de la distribución y destino de la retribución recibida por este convenio será de entera responsabilidad de **LA ASOCIACIÓN**.

#### **4.2.- Constituyen obligaciones de SABOR DE CASA S.A.C.**

4.2.1.- Cancelar a **LA ASOCIACIÓN**, la retribución pactada, en la forma y plazo establecidos en la cláusula tercera del presente documento.

4.2.2.- Comprar la cantidad de papa nativa de las variedades siguientes

- a).- Mactillo, por la cantidad de 1 arroba semanales
- b).- Amarilla, por la cantidad de 2 arrobos semanales
- c).- Peruanita, por la cantidad de 2 arrobos semanales
- d).- Ccompis, por la cantidad de 1 arroba semanal
- e).- Huayro, por la cantidad de 1/2 arroba semanal
- f).- Yanahucotto por la cantidad de 1/2 arroba semanal

Papa Híbrida:

- a).- Canchan por la cantidad de 250 kilos 2 veces por semana

#### **CLAUSULA SEXTA: Resolución**

##### **( OPCIONAL )**

Cualquier incumplimiento de las partes respecto a las obligaciones previstas en el presente convenio, faculta a la parte cumplidora a resolver el mismo. A efectos de que proceda la resolución, bastará que la parte cumplidora remita una comunicación requiriendo el cumplimiento en un plazo de cuarenta y ocho (48) horas, transcurridas las cuales, de subsistir el incumplimiento, el contrato quedará resuelto de manera automática.

#### **CLAUSULA SETIMA: Domicilio y Jurisdicción Aplicables**

7.1.- Las partes señalan como sus domicilios para efectos de la ejecución del presente contrato, el indicado en la introducción de este documento, lugar donde podrán efectuarse válidamente todas las comunicaciones y notificaciones a las que hubiese lugar. Cualquier cambio de domicilio surtirá efectos al quinto día útil de comunicado dicho cambio a la contraparte, por cualquier medio escrito.

7.2.- De igual modo, las partes convienen en someterse a la jurisdicción de los jueces y tribunales de Cusco, a efectos de resolver cualquier controversia que

podiera surgir como consecuencia de la interpretación y/o ejecución del presente contrato.

Ambas partes, conformes con los términos y condiciones estipuladas en el presente convenio, lo suscriben en dos (02) ejemplares de igual valor y para un mismo fin, en la ciudad de Cusco, a los 02 días del mes de mayo del 2006.

SABOR DE CASA S.A.C	LA ASOCIACION
<p>Sra. ROSA ELIANA MAR PEREZ</p> <p>D.N.I. N° 23935388</p> <p>Sabor de Casa S.A.C.</p> <p>Eliana Mar Pérez GERENTE</p> <p>Firma: SABOR DE CASA SA</p>	<p>Asociación de Productores de Cultivos del Valle Sagrado de los Incas</p> <p>Sr. Faustino Pilco Sapillaro DNI N° 24469601</p>

### 7.7.3. Hotel monasterio (Orient-Express).

El convenio de provisión de papa nativa para este año 2006 a partir de Junio ya ha sido remitido para la firma correspondiente. A la fecha por salida del Gerente General Señor: Sylvain Boussard se ha paralizado y a tomado las cartas en el asunto el Chef señor Marco Alban

#### 7.7.4. Peruvian Nature sac.



Es una empresa dedicada al procesamiento de insumos naturales para la industria de los nuevos alimentos o nutracéuticos y medicina natural, quienes están interesados con su «**Proyecto Alimentos**» a contactarse con asociaciones formales de productores de diversos cultivos propios de sus regiones, que los caracterice, ya que la propuesta es incursionar en el mercado nacional e internacional con «productos propios del Perú». La intención es complementar la cadena de abastecimiento con estas instituciones y organizaciones de productores para asegurar la oferta del producto, crear alianzas estratégicas con productores, manteniendo la calidad de la producción, proceso y comercialización.

Es así que APROCULTIVOS recibió la visita de estos señores quienes están interesados en comprar Mashua, Oca, Olluco, Quinoa, kiwicha, Papas nativas y otros. . En esta visita nos dirigimos a la comunidad de Huama en Lamay para verificar los campos de cultivo de los productores y sacar muestras de estos tubérculos y granos andinos para que puedan probarlo en su proceso de transformación. También se les hizo llegar las cantidades de estos tubérculos y granos disponibles para vender y comercializar a partir de esta campaña. Estos contactos comerciales empezaron a fines del mes de Abril. Estamos a la espera de sus respuestas en vista que el interés de esta empresa es muy grande de adquirir estos productos naturales a precios competitivos.

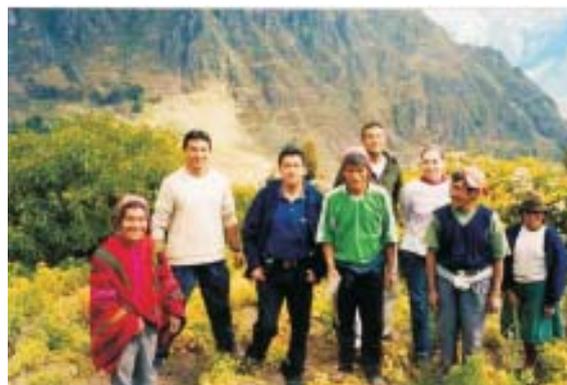
La persona responsable de estos contactos es el Ing. Percy Martinez F. Representante de PERUVIAN NATURE SAC, que queda en la calle de las gardenias MZ I Lte 12- Urb. Praderas de Lurin- Lima. Email. pmartinez@peruviannature.com.

#### 7.8. CONTACTOS COMERCIALES:

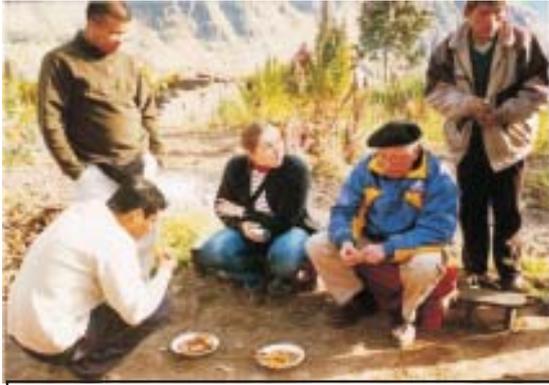
Los contactos comerciales realizados para articular los productores de papa con Hoteles y Restaurantes turísticos, buscando precios justos y promoviendo la conservación de la variabilidad en la chacra tenemos:



Presencia de los Representantes de PERUVIAN NATURE en la cosecha de Ocas en Huama.



Representantes de PERUVIAN NATURE. Efectuando relaciones comerciales con APROCULTIVOS en Huama, en compañía Del equipo técnico de ARARIWA.



Degustación de Oca sancochada en el mismo Campo de agricultores para probar el producto



Verificación de campos de cultivo de papa nativa Donde se puede apreciar las condiciones en que Se cultivan este producto

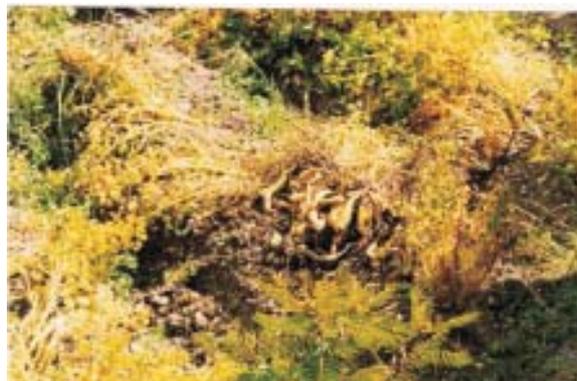


Foto con muestras de Mashua en campo de agricultores. Cultivo de Interés para PERUVIAN NATURE.

#### Cuadro 04 : Directorio de restaurantes y Hoteles interesados en comprar papa nativa

Hotel y/o Restaurante	Persona de contacto	Teléfono	E.mail
Hotel Monasterio	Chef. Marco Alban	248797	malban@peruorientexpress.com.pe
Novotel	Chef. Miguel Angel Rodriguez	587146	chef@novotelcusco.com.pe
Restau. Sabor de Casa	Eliana Mar	227101	sabordecasa@yahoo.es
Restau. La Cofradia	Anthon y Velarde Arida	236426	la_cofradia_cusco@yahoo.com
Restau. El Tunqui	Rosalbina Palomino	227511	Rosalbina07@hotmail.com
Restau. Paititi	Donald Bejar Herrera	202058	paititirestaurant@hotmail.com
Restau. Parrilla Andina	Liliana Tagle	249591-9747405	
Restau. La Retama	León Quinteros	226372-9792122	
Restau. Rosie O Gradys	Guísela Delgado	255686	

## 7.9. COSTOS, PRECIOS Y UTILIDADES.

En la fase de sistematización de la experiencia exitosa de articulación comercial se informa de manera detallada la composición de costos de producción de los agricultores coservacionistas, los que actualizados con transporte hasta Cusco llega en promedio a S/.0.70 para todas las variedades.

Respecto a los precios, el reconocimiento y la valoración de la calidad de parte de los empresarios no es la misma y por tanto tienen diferentes propuestas de precio, cuanto más pequeña la empresa como los restaurantes, su propuesta de precio es menor comparado con los hoteles grandes. Son pocos los hoteles y restaurantes que valoran las papas orgánicas y están dispuestos a pagar un precio justo como el Hotel Monasterio cuyos empresarios (Orient Express), han visitado las comunidades y constatado el proceso de producción de ello la mejor propuesta de precio. La mayoría de los hoteles y restaurantes están a la propuesta del chef, quien determina las variedades a usar según los platos, por ello la incidencia en los festivales gastronómicos para los chefs, de esta manera quedan convencidos de la calidad de platos que se puede preparar con las papas nativas.

Para una adecuada comprensión de las diferencias y ventajas del proceso de articulación se muestra el cuadro presentado en sistematización sobre costos de producción,:

**Cuadro 05: Márgenes de comercialización de papa en la comunidades, distrito y mercado regional.**

Comunidades	Costo de papa en comunidad, distrito y mercado regional y los márgenes de comercialización								
	Costo en comunidad	Precio en comunidad (acopiador)	Margen %	Costo en el distrito	Precio de mercado En distrito	Margen %	Costo en mercado regional	Precio en Mercado regional	Margen %
Huama	0.71	0.45	-36.6	0.77	0.65	-15.6	0.86	0.85	-1.2
Huarqui	0.70	0.45	-35.7	0.76	0.65	-14.5	0.85	0.85	0.0
Patacancha	0.65	0.45	-30.8	0.71	0.65	-8.4	0.80	0.85	6.25
Huilloq	0.55	0.45	-18.2	0.61	0.65	6.5	0.70	0.85	21.4
Taucca	0.62	0.45	-27.4	0.66	0.65	-1.5	0.72	0.85	18.1
Qorqor	0.48	0.45	-6.2	0.52	0.65	25.0	0.58	0.85	46.6
<b>Promedio:</b>	<b>0.62</b>	<b>0.45</b>	<b>-25.8</b>	<b>0.67</b>	<b>0.65</b>	<b>-1.4</b>	<b>0.75</b>	<b>0.85</b>	<b>15.2</b>

Fuente: Sistemas productivos de papa y costos de producción. Almeida.

Este cuadro explica como el campesino pierde su producción cuando vende en su comunidad y en los capitales de distrito y aun en el mercado regional de Cusco cuando la comunidad es alejada como Huama; de esto se desprende la importancia de buscar segmentos especiales de mercado, que bajo precios justos pueda dejar beneficios a los productores campesinos de papas nativas.

El siguiente cuadro muestra las utilidades alcanzadas por la articulación comercial con hoteles y restaurantes:

**Cuadro 06 : Utilidades obtenidas por comercialización en forma articulada.**

Contratante	Clase de papa	Precio por kg. contratado	Costo puesto en Cusco (kg.)	Utilidad S/.	Porcentaje
Hotel Monasterio	Papa nativa	S/.1.50	S/.0.700	S/.0.80	53%
	Mejorada	S/.1.20	S/.0.700	S/.0.50	42%
Novo-Hotel	Papa nativa	S/.1.20	S/.0.700	S/.0.50	42%
	Mejorada	S/.0.90	S/.0.700	S/.0.20	22%
Sabor de Casa	Papa nativa	S/.1.00	S/.0.700	S/.0.30	30%
	Mejorada	S/.0.90	S/.0.700	S/.0.20	22%

El proceso de articulación comercial con segmentos especiales como el que se viene logrando con esta validación es claramente importante por cuanto las utilidades son muy superiores a los logrados en el mercado regional de la manera tradicional. Aun cuando el precio es el más bajo cuando se vende con articulación comercial, el beneficio que se obtiene es del 22%, lo cual es muy superior a la comercialización de la manera tradicional que en el mejor caso solo llega a 18% y lo que es más importante se obtiene como máximo hasta un 53% de utilidad por comercializar en forma articulada, si se toma en cuenta los volúmenes vendidos y los compromisos por entregar, las utilidades obtenidas son muy importantes. Si tomamos como unidad de análisis la tonelada de papa nativa vendida en promedio al precio de S/.1.23 pagado por las tres contratantes para el presente año, se tiene un utilidad de S/.530.00 por tonelada que corresponde a un 42% de utilidad por comercializar en segmentos de mercado y por la capacidad de organizarse, esto es lo que debe replicarse con otras asociaciones de agricultores y para otras provincias del Departamento del Cusco, por cuanto la demanda no está cubierta, solo se ha cubierto una pequeña parte de la demanda en la ciudad de Cusco.

## **7.9. ANALISIS DE LOS VOLÚMENES COLOCADOS POR CONTRATO.**

Los diferentes volúmenes vendidos se muestran a continuación:

### **7.9.1. cantidades vendidas de papa nativa a hotel monasterio: ventas del 2005.**

Para el presente año se tiene el compromiso de venta de papas, sin embargo el documento de contrato firmado el año anterior no ha sido renovado hasta la fecha, en cambio se tiene las notas de compromiso anteriormente presentadas.

**Cuadro : Volúmenes de papa al Hotel Monasterio:**

<b>FECHA</b>	<b>VARIEDAD</b>	<b>CANTIDAD EN KG.</b>	<b>PRECIO UNITA. S/.</b>	<b>PRECIO TOTAL S/.</b>
05/05/05	Canchan	50	0.83	41.50
	Yungay	20	0.83	16.60
	Cica	25	0.83	20.75
24/05/05	Canchan	80	0.83	66.40
	Peruanita	50	1.00	50.00
	Huayco	25	1.00	25.00
30/08/05	Mactillo	40	1.50	60.00
	Yanahuacoto	21	1.50	31.50
	Compis	20	1.50	30.00
23/09/05	Mactillo	57	1.50	85.50
26/09/05	Yanahuacoto	54	1.50	81.00
26/10/05	Yanahuacoto	54	1.50	81.00
	Peruanita	50	1.00	50.00
28/11/05	Yanahuacoto	54	1.50	81.00
	Mactillo	57	1.50	85.50
<b>TOTAL</b>		<b>605</b>		<b>724.75</b>

**7.10.2. Cantidades de papa nativa vendidas a la Corporación Hotelera del Cusco ( NOVOTEL). Ventas en el 2006.**

De acuerdo al contrato, NOVOTEL tiene pedidos semanales, los que son proveídos en el día y la hora señalada, de lo contrario se pierde el pedido semanal y se corre el riesgo de rompimiento de contrato. En el siguiente cuadro se muestra los volúmenes vendidos desde el mes de marzo.

**Cuadro : Volúmenes vendidos a NOVOHOTEL.**

FECHA	VARIEDAD	CANTIDAD EN KG.	PRECIO UNITA. S/.	PRECIO TOTAL S/.
21/03/006	Canchan	102	0.80	81.60
25/03/006	Peruanita	59	1.20	70.80
	Canchan	54	0.80	43.20
08/04/006	Canchan	56	0.80	45.00
	Peruanita	50	1.20	60.00
26/04/006	Canchan	79	0.80	63.00
	Peruanita	60	1.20	72.00
28/04/006	Canchan	70	0.90	63.00
03/05/006	Canchan	70	0.90	63.00
	Peruanita	50	1.20	60.00
09/05/006	Canchan	60	0.90	54.00
12/05/006	Canchan	60	0.90	54.00
	Peruanita	30	1.20	36.00
16/05/006	Canchan	70	0.90	63.00
	Peruanita	30	1.20	36.00
20/05/006	Canchan	60	0.90	54.00
	Peruanita	40	1.20	48.00
24/05/006	Canchan	60	0.90	54.00
	Peruanita	50	1.20	60.00
27/05/006	Canchan	60	0.90	54.00
	Peruanita	50	1.20	60.00
06/06/006	Canchan	60	0.90	54.00
09/06/006	Canchan	59	0.90	53.10
13/06/006	Canchan	62	0.90	55.80
16/06/006	Canchan	61	0.90	54.90
20/06/006	Canchan	60	0.90	54.00
24/06/006	Canchan	63	0.90	56.70
27/06/006	Canchan	62	0.90	55.80
<b>TOTAL</b>		<b>1647</b>		<b>1578.90</b>

### 7.11. CRONOGRAMA DE VENTAS

Cada institución, tiene su cronograma de entregas y volumen por semana.  
Para el caso de Casa del Sabor se tiene

**CRONOGRAMA DE ENTREGAS DE PAPA NATIVA AL RESTAURANTE  
SABOR DE CASA.**

FECHA	VARIEDAD	CANTIDAD	PRECIO	COSTO
		Kg	UNITARIO S/.	TOTAL S/.
05/05/006	Mactilo	14,00	1,2	16,80
05/05/006	Peruanita	23,00	1,2	27,60
05/05/006	Compis	12,00	1,2	14,40
12/05/006	Mactilo	15,00	1,2	18,00
12/05/006	Peruanita	23,00	1,2	27,60
12/05/006	Compis	12,00	1,2	14,40
12/05/006	Canchan	250,00	0,8	200,00
26/05/006	Mactilo	11,50	1,2	13,80
26/05/006	Canchan	250,00	0,8	200,00
16/06/006	Huayro	25,00	1,2	30,00
16/06/006	Yanahuacoto	25,00	1,2	30,00
16/06/006	Canchan	250,00	0,8	200,00
30/06/006	Huayro	18,00	1,2	21,60
30/06/006	Yanahuacoto	18,00	1,2	21,60
30/06/006	Canchan	250,00	0,8	200,00
21/07/006	Huayro	14,00	1,2	16,80
21/07/006	Yanahuacoto	14,00	1,2	16,80
21/07/006	Canchan	250,00	0,8	200,00
18/07/006	Mactilo	11,50	1,2	13,80
18/07/006	Peruanita	23,00	1,2	27,60
18/07/006	Compis	11,50	1,2	13,80
25/08/006	Mactilo	11,50	1,2	13,80
25/08/006	Peruanita	23,00	1,2	27,60
25/08/006	Compis	11,50	1,2	13,80
29/09/006	Huayro	5,75	1,2	6,90
29/09/006	Yanahuacoto	5,75	1,2	6,90
29/09/006	Canchan	250,00	0,8	200,00
13/10/006	Huayro	5,75	1,2	6,90
13/10/006	Yanahuacoto	5,75	1,2	6,90
13/10/006	Canchan	250,00	0,8	200,00
17/11/006	Canchan	250,00	0,8	200,00
24/11/006	Mactilo	15,00	1,2	18,00
24/11/006	Peruanita	25,00	1,2	30,00
15/12/006	Canchan	500,00	1,2	600,00
<b>TOTAL</b>		<b>2879,50</b>		<b>2655,40</b>

  
 Sabor de Casa S.A.C.  
 Eliana Maza Balleza  
 GERENTE

## 8. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA

### 8.1. SITUACIÓN PRODUCTIVA, COMERCIAL Y ECONÓMICO DE LA EXPERIENCIA.

La situación económica y política de inestabilidad es una constante que agobia a los sectores rurales, en los que se concentra las inequidades y la ausencia de oportunidades. En el ultimo eslabón de la cadena productiva es donde se generan los ingresos por venta de la producción, estos ingresos son generalmente restringidos para los pequeños y medianos productores, en el eslabón de la distribución y de la comercialización las expectativas del ingresos se evidenciaban frustrantes para atender las necesidades de sus familias y seguir con la conservación de la biodiversidad, es en ese contexto que la Asociación Aariwa mediante CENFOPAR ha acompañado a productores para que puedan superar este problema presentado.

Con el apoyo de ARARIWA, en la parte productiva sea fortalecimiento de los sistemas de conservación de los cultivos nativos de parte del Proyecto in situ, así como se ha elevado los rendimientos por el uso de semillas nuevas producto de intercambio de semillas entre comunidades que se realiza y por una mayor utilización de abonos orgánicos como guano de isla, roca fosfórica, Biol. Que ha cambiado su actitud de producir papa nativa para el mercado en mayores cantidades, por el mayor precio de estos tubérculos en comparación con las papas mejoradas.

En la parte comercial se nota y se siente que hay cambios importantes en los hábitos alimenticios como la valoración de la calidad (circunscrita obviamente, a los niveles de ingreso), la conciencia creciente de la defensa de los derechos del consumidor y conservación del medio ambiente y la biodiversidad. La demanda de productos frescos y procesados ecológicos, biológicos y orgánicos esta en aumento. Estos patrones de consumo y cultura alimentaria generan una oportunidad excelente para la promoción del consumo de las variedades nativas de papa, sea de forma natural o procesada. El reto ahora es como organizar a los comuneros para vender ventajosamente sus productos. Es en este contexto es que adquiere alta importancia la experiencia de APROCULTIVOS, en relación a la venta de sus productos a los hoteles y restaurantes en Cusco.

Los hoteles y restaurantes han convenido en pagar por papas nativas de alta calidad desde S/.1.20 hasta S/.1.50, por kilogramo, este precio respecto a lo que reciben en su comunidad a lo más de S/.0.50 por kilo representa una utilidad muy importante, porque bajo esta condiciones el costo por kilogramo puesto en Cusco sube a S/.0.70, por tanto su utilidad se incrementa en un 42%.

Esta es la una experiencia única en la posibilidad de mejorar sus ingresos por actividad agrícola o por venta de papas nativas y los agricultores han comprendido la necesidad de estar organizados y buscar estructuras formales que les permita aprovechar este nicho de mercado seguro y permanente, porque la temporada de alta concurrencia de turistas, es decir demanda de papa por los hoteles y restaurantes concuerda con la temporada de mayor oferta de papa que es entre abril a agosto.

Tanto hoteles y restaurantes que solicitan el aprovisionamiento de papas y otros cultivos andinos por su carácter natural y de calidad necesitan asegurar la oferta mediante compromisos serios por medio de contratos que es una nueva experiencia para las agriculturas campesinas, mitiga riesgos, permite aprender a negociar y acometer el mundo de los negocios en forma diferente, contribuye a la visión y a las oportunidades reales en otros horizontes. También estos segmentos de mercado necesitan comprobantes de pago en sus transacciones como la FACTURA factura, bajo esta condición el agricultor requiere estar organizado como empresa y aquí surge el gran merito de que los comités de conservacionistas de papa nativa de seis comunidades bajo la asesoría de ARARIWA forman la ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CULTIVOS NATIVOS DEL VALLE SAGRADO DE LOS INCAS (APROCULTIVOS), quienes tienen reconocimiento en Registros Públicos, como una empresa agrícola y son reconocidos por la SUNAT, otorgándoseles la autorización de facturación. Bajo esta condición acceden a firmar contrato de aprovisionamiento de papas nativas, el Hotel Monasterio, La Corporación Hotelera del Cusco (NOVOTEL) y el Restaurante SABOR DE CASA. Siendo estos establecimientos los mas exclusivos del Cusco, por consiguiente exigen calidad culinaria, selección, oportunidad en la entrega.

## 8.2. SITUACIÓN SOCIAL, INSTITUCIONAL Y RELACIONES DE PODER.:

La forma de acceder al mercado por los productores es deficiente, caracterizada por la falta de organización para alcanzar el objetivo, acompañada con una deficiente gestión empresarial, por carencia de estrategias de comercialización y de débil poder de negociación, para atacar el problema. Es así las instituciones que trabajan en el ámbito rural deben transferir a los agricultores tecnologías productivas y comerciales que permitan incrementar la producción y la productividad. Asimismo, realizar acciones de capacitación y asistencia técnica con criterios de rentabilidad y conservación de la biodiversidad.

La participación intensiva de mano de obra, colaboración de la familia, mujeres y niños. Practicas de ayuda mutua en las labores agrícolas hacen que el componente social este presente muy fuertemente en nuestras comunidades campesinas, que pueden ser una ventaja cuando el mercado exige cantidades y calidades, en vista que el campesino productor de estos cultivos andinos se asocia fácilmente por sus costumbres de ayuda mutua que esta presente en ellas.

Institucionalmente las comunidades andinas, siempre han sido considerados islas o territorios fuera de la responsabilidad estatal, no aptos al crédito estatal, con menor prioridad de atención de las agencias agrarias. Esta condición viene siendo revertido por la acción de muchas ONGs, acorde a los cambios estructurales en el Estado Peruano, hoy en día los gobiernos locales reconocen la representatividad de las comunidades, y estos se han convertido en interlocutores en procesos sociales, económicos y políticos, lo cual los compromete a sumir responsabilidades mayores. La respuesta de la población comunera es positiva, existe mayor grado de escolaridad, mayor compromiso social, que los capacita para asumir niveles dirigenciales, y compromisos de gobierno de su comunidad y tener capacidad participativa a nivel de distritos y provincia. El logro de APROCULTIVOS constituye un ejemplo importante que debe ser objeto de replicabilidad en todos los distritos.

El Estado debe tener una política activa en pro del desarrollo normando la protección a la biodiversidad y una política adecuada en el sector agrícola en general, que contemple una adecuada estructura de aranceles, incentivos a la producción agrícola y a la agroindustria.

En cuanto a relaciones de poder, los comerciantes acopiadores, minoristas y mayoristas siempre han tenido el poder de manejar toda la producción de las comunidades de acuerdo a sus intereses. Tienen la capacidad de hacer llegar los productos biodiversos de las comunidades a los mercados urbanos bajo condiciones ventajosas, a cambio de tener toda la ventaja económica para ellos, tienen mecanismos de transporte propios, estructuras de almacenamiento y puestos de venta fijo en los mercados, que les da alta capacidad competitiva. Bajo estas condiciones el agricultor no puede llegar con ventaja al mercado urbano y especialmente no tiene la sostenibilidad en el tiempo, por ello la importancia de buscar nichos de mercado especiales en el cual puedan competir favorablemente, y nuevamente APROCULTIVOS tiene el merito de colocar sus productos sin competir con los comerciantes tradicionales.

### **8.3. SITUACIÓN POLÍTICO Y LEGAL:**

Las Instituciones Estatales del sector como el Ministerio de Agricultura, muchas ONGS que trabajan en desarrollo rural y algunas fuentes de Cooperación Internacional como el IFC (Banco Mundial), tienen como política y enfoque trabajar en base cadenas productivas mediante la promoción de productores organizados por línea de producto haciéndolos competitivos, rentables y sostenibles económica, social y ambientalmente; en un entorno democrático y de igualdad de oportunidades.

Este tipo de trabajos se basa en los siguientes objetivos:

- o Fortalecer las organizaciones de productores y promover su integración bajo los enfoques de manejo de las cuencas y cadenas productivas.
- o Fomentar la innovación tecnológica y capacitación vinculada a la gestión empresarial del productor agrario, facilitando asistencia técnica.
- o Facilitar a los productores agrarios el acceso a servicios de asesoría jurídica, administrativa, de gestión, financiamiento, asistencia técnica, sanidad y otros que les permitan mejorar su capacidad de gestión.
- o Facilitar la articulación de la pequeña agricultura con la economía de mercado, a través del establecimiento de políticas para el uso adecuado de los recursos naturales

La normatividad favorece este tipo de trabajo de desarrollo rural y las instancias del Gobierno Central, Regional y Local tienen instrumentos de gestión para el apoyo de estas iniciativas.

### **8.4. CULTURAL Y AMBIENTAL**

La parte cultural en los productores de cultivos andinos juega un papel muy importante por; la relación arraigada entre el «hombre y la naturaleza», el hombre y sus Apus (pacha mama). Por estas razones el hombre andino relaciona sus actividades agrícolas con una serie de ritos, festivales y danzas que adquiere un sentido social y cultural muy importante para ellos.

El desarrollo del mercado puede constituirse en una estrategia para la conservación de la biodiversidad y cultura llegándose a ser uno de los pilares para el desarrollo de estas poblaciones rurales.

En lo referente a la parte ambiental estos cultivos andinos tienen una gran posibilidad de articularse a mercados locales, nacionales y extranjeros por la creciente demanda que va en aumento de productos frescos, ecológicos, biológicos y orgánicos. Los hábitos de consumo están sufriendo cambios importantes, como la valoración de la calidad del producto que tienen nuestros cultivos andinos, y esto contribuye favorablemente a la parte ambiental que está en relación al mayor uso de insumos de carácter orgánico, dejando de lado compuestos agroquímicos que contaminan nuestro ambiente.

# 1. DISCUSIÓN:

## 9.1. CONDICIONES PARA LA REPLICABILIDAD:

La experiencia de APROCULTIVOS, puede ser replicado por comunidades de otras provincias de Cusco, algunas condiciones ventajosas son:

- \* Demanda muy grande de papas nativas en la ciudad de Cusco que no ha sido cubierto ni en el 30 %, quedando grandes opciones de trabajar en forma articulada.
- \* Se ha logrado alta sensibilización en la población urbana sobre el consumo de papas nativas orgánicas y de muy alta calidad. Lo que genera demanda.
- \* Los precios que alcanzan las papas nativas actualmente son superiores a los cultivares mejorados, lo que representa una ventaja para la mayor producción .
- \* Existe demanda por muchas variedades nativas, se ha observado que los consumidores demandan más de 30 diferentes variedades nativas.
- \* La demanda de papas nativas esta asociado la procedencia rural de los pobladores urbanos emigrantes de las provincias, quienes conocen las papas nativas de su zona y demandan esas variedades.
- \* La alta variabilidad de papas nativas con alta calidad, crea confianza en el mercado.
- \* El Poblador rural ha aprendido a valorar las papas nativas en mezcla, y compran como tal por los diferentes gustos y calidades que tienen las papas.
- \* Las papas nativas se consumen en todos los estratos de la población urbana, los sectores de mayor ingreso han aprendido a valorar su importancia y también a consumirlas en platos especiales.
- \* Existen muchas empresas que demandan papa nativa, pero no quieren formalidades para la comercialización

Algunos factores de desventaja para la replicabilidad son:

- \* Los restaurantes pequeños no quieren tener compromisos formales de compra venta, prefieren la comercialización ocasional.
- \* Las empresas de hoteles grandes, requieren mucha seriedad en la puntualidad de los momentos de entrega y la calidad constante.
- \* Tienen estándares de calidad en su demanda y es necesario cumplir estrictamente lo acordado en la fichas de demanda.
- \* Ninguna de las empresas quiere contratos por volumen total de compra de papa, ni volúmenes fijos por semana, de modo que ellos definen sus requerimientos semanales, y esto no permite conocer montos totales de compra venta.
- \* No existe, decisión organizativa de los comuneros para crear empresas serias y trabajo permanente.
- \* Poca confianza en sus directivos, por las experiencias de engaño en oportunidades anteriores.
- \* Los agricultores de mayor edad, rechazan tajantemente cualquier formalidad en la comercialización .
- \* Los jóvenes son más decididos y emprendedores en actividades organizativas para el comercio.
- \* Resulta difícil hacer todos los trámites de formalización de las empresas campesinas, como en registros públicos, ante la SUNAT.

- \* La formalización significa tener: teléfono con una persona permanente para las llamadas de pedido, significa tener oficinas, manejar documentos contables, hacer declaraciones mensuales oportunas, y libros de compra venta. Para esto se requiere capacitación de los directivos, cada vez que se renueva la junta directiva.

## **9.2. IMPLICANCIAS EN LA CONSERVACIÓN IN SITU DE LA ABD DE LOS CULTIVOS NATIVOS.**

El mercado tiene efectos favorables y desfavorables para la conservación:

Efectos favorables:

- La utilidad que se obtiene por la comercialización ventajosa mejor de manera tangible los niveles de ingreso de los agricultores conservacionistas.
- Es posible beneficiar a un gran número de familias dentro de cada comunidad por la demanda de papas nativas que va en incremento de año en año. Por lo general la demanda en la ciudad de Cusco no ha sido satisfecha hasta el momento, por que la demanda es permanente durante todo el año.
- El incremento de los niveles de ingreso del campesino por su biodiversidad, repercute en una decisión de cuidar mejor, y más variabilidad.

Algunas desventajas son:

- \* En las comunidades cercanas a las ciudades, el agricultor se ha convertido en especialista en producir unas cuantas variedades de papas nativas para el mercado creando el desvalance de su alimentación durante el año.
- \* Las fluctuaciones de precio en años con buena lluvia lo induce a la pérdida por la sobreproducción de papa en la zona, que provoca los precios bajos y por tanto no recupera su costo de producción.
- \* Puede generar el descuido de las variedades poco atractivas para el mercado, creando problemas de reducción en la frecuencia de distribución de algunas especies.
- \* No se debe propender a convertir campesinos comerciante, sino campesinos que producen bien y saben vender bien su producto.

## **9.3. IMPLICANCIAS EN LA ORGANICIDAD Y ORGANIZACIÓN CAMPESINA:**

Estamos en presencia de un nuevo tipo de alternativa de organización dentro de las comunidades, en el que por iniciativa propia y decisión personal los agricultores forman sus empresas o asociaciones con capacidad para negociar bien sus productos.

En estas nuevas empresas se asocian solo los que quieren nadie los obliga a pertenecer, por tanto los socios adquieren obligaciones de manera responsable y por decisión personal, lo que fortalece a la asociación. Los directivos son personas muy bien capacitadas y con decisión de servicio, para beneficio propio de los demás. Los socios son muy solidarios en todo el proceso y existe mucha disciplina en todo sentido. Esto es un logro importante y constituye un buen ejemplo para la replicabilidad.

Estas nuevas organizaciones se sustentan en las organizaciones tradicionales, por tanto

son complementarios, lo que permite el fortalecimiento de las organizaciones a todo nivel.

En el informe de sistematización se dejó constancia de que cuando se formaron los comités de conservacionistas en cada comunidad como parte del fortalecimiento de la conservación in situ, estos identificaron como primera prioridad el trabajo con el mercado, participaron activamente en la ferias locales y regionales y como consecuencia de la experiencia adquirida decidieron formar las asociaciones para el mercadeo de sus productos. El que se ha consolidado como una empresa comercializadora es APROCULTIVOS, esto es una experiencia que debe ser replicada en todas las comunidades u grupos de comunidades.

#### **9.4. IMPLICANCIAS EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL DE LOS HOTELES Y RESTAURANTES DEMANDANTES DE PAPA NATIVA.**

Los hoteles y restaurantes grandes trabajan con proveedores, por acuerdo verbal en su mayoría, en cuanto falla algún aspecto rompen el compromiso y buscan otro proveedor que es muy fácil de conseguir. Los productos son entregados en horas programadas de determinados días y en horas fijas, esto por manejo eficiente de personal. Toda esta situación, compromete al proveedor ser muy cuidadoso con sus entregas. No existe control al momento de las entregas, porque se trabaja con alta confianza, pero si se entregó algo que no corresponde se pierde, porque no pagan. Estas empresas tienen el control de pago por depósito en cuenta corriente, proveedor que no tenga cuenta corriente no puede negociar con ellos, y si se entregó productos diferentes a lo acordado, entonces no pagan el producto.

Existe alta resistencia a trabajar con grupos de agricultores o asociaciones, porque fallan sistemáticamente, evalúan la sostenibilidad de sus proveedores con cuidado, porque si falla un producto afecta muy negativamente en la atención a sus clientes.

Todo esto repercute en la exigencia de tener proveedores muy responsables y esto es lo que se viene logrando con los agricultores de APROCULTIVOS.

#### **9.5. IMPLICANCIAS AMBIENTALES:**

La empresa Orient Express, administradora del Hotel Monasterio, viene estudiando la producción por contrato de papas nativas orgánicas, con ese motivo han visitado las comunidades y están evaluando la calidad del producto y la limpieza de todo el proceso de producción, en caso de aprobar esta evaluación se creará un antecedente sin precedentes para la agricultura alto andina, por cuanto los precios que ofrecen por producto y la garantía de compra de volúmenes grandes favorecerá al campesino.

Los otros hoteles y restaurantes también exigen productos orgánicos, esto significa que los comuneros, no pueden usar agroquímicos que no sean orgánicos y esto favorece a crear ambientes libres de contaminación en las comunidades andinas, indirectamente repercute en el agua y toda la biodiversidad que está en relación con las chacras de cultivo.

## 9.6. IMPLICANCIAS FRENTE AL PROCESO DE TLC:

Aquí repetimos lo manifestado en el informe de sistematización de la experiencia de articulación comercial. Un primer aspecto claramente preocupante para las comunidades andinas es que EE.UU. no ha ratificado el Convenio sobre la Diversidad Biológica, esto significa que no reconoce los derechos de los agricultores a todo lo relacionado a la variabilidad de los cultivos andinos ni los conocimientos asociados a ellos, bajo estas condiciones las comunidades campesinas y nativas no podrán reclamar ningún derecho sobre uso de los recursos genéticos, de sus cultivos especialmente de la papa para nuestra región de Cusco.

La negociación debe necesariamente dejar establecido que el Perú es un centro de diversidad de recursos genéticos de cultivos de importancia para la seguridad alimentaria global como las papas, el maíz, la quinua entre algunos cultivos nativos y que junto a ellas se tiene conocimientos asociados, cuyo uso debe ser compensado a estas comunidades.

El Perú junto con los países de la CAN, ha establecido las leyes de acceso a los recursos genéticos y en consecuencia EE:UU. debe pagar regalías por uso de los recursos genéticos de los cultivos andinos y de todas las plantas medicinales.

## 10. LECCIONES APRENDIDAS:

- \* Las actividades de articulación comercial son altamente especializados y requieren acompañamiento de personas especializadas, a fin de orientar apropiadamente los procesos de relacionamiento y aspectos contables.
- \* Con este tipo de trabajo se ha mejorado la visión empresarial de la Asociación «APROCULTIVOS», así como se ha fortalecido a la organización con instrumentos de gestión como reglamento y estatutos, así como el manejo de documentos contables.
- \* Estos comités son totalmente autónomos, no dependen de la institución que los apoyo en su creación.
- \* Las Papas nativas como parte de los platos novo andinos, propios del sector andino, pues muchos turistas gustan de probar sabores o platos nuevos, desarrollando en muchos casos el «Turismo gastronómico».
- \* Replicar las experiencias aprendidas a otro grupo de familias que no están dentro del proyecto in situ.
- \* Como producto orgánico, libre de fertilizantes y abonos químicos, posibilita una mejor demanda y de precios en el sector turismo.
- \* Se puede producir orgánicamente y existe un mercado para ellos.
- \* Se ha considerado el registrar información sobre la demanda del chuño y la moraya observándose que existe una importante cantidad de establecimientos que demandan dichos productos
- \* La cantidad promedio de demanda semanal de papas nativas en Cusco en los hoteles es de 1,093 kilogramos y en los restaurantes es 2,745 kilogramos.
- \* Respecto a las papas nativas los mayores usos que se les da son en: diferentes comidas (60%), en frituras (25%), en sopas (15%)
- \* El 73.33% de los encuestados incrementarían la compra de las papas nativas, mientras que el 26.66% restantes mantendrían igual su demanda

## 11. CONCLUSIONES:

- \* Se ha fortalecido a APROCULTIVOS institucional mente en todos los temas de comercialización y manejo coactable.
- \* Se ha logrado replicar la contrata con un hotel y un restaurante.
- \* La utilidad por la venta articulada en promedio llega al 42%, que calculado por una tonelada de papa nativa genera una utilidad de 530 nuevos soles, lo cual es muy apreciado por agricultores.
- \* La agricultura por contrato ofrece una solución potencial a productores que trabajan en pequeña escala que se ven restringidos por las limitadas oportunidades de comercialización que tienen, ya que tienen un mercado seguro, les crea un ambiente de responsabilidad y compromisos de ambas partes.
- \* Los jóvenes campesinos son más emprendedores y rápidamente se adecuan a estos procesos de gestión empresarial y de cambio, en temas referidos a comercialización a apertura de nuevos mercados.
- \* Se consiguió precio justo a la papa nativa por sus características ecológicas y de calidad que posee el tubérculo.

## 12. RECOMENDACIONES:

- \* Las instituciones que apoyan procesos de comercialización, deberán revisar en detalle la experiencia de APROCULTIVOS y promover su replicabilidad por cuanto la demanda es muy grande y no puede ser abastecida por uno o dos proveedores.
- \* Buscar las alianzas estratégicas entre instituciones, para afrontar el mercado y beneficiar a los comuneros.
- \* Implementar en el mediano plazo un almacén en la ciudad del Cusco, para que puedan atender pedidos no solo de papa nativa sino de otros cultivos andinos como olluco, quinua y kiwicha, en forma inmediata a restaurantes turísticos pequeños de dos y tres tenedores en vista que estos solicitan el producto en el momento o cuando se les acaba, y muchos de ellos no tienen almacenes para guardar estos tubérculos.
- \* A las instituciones que trabajan con este tipo de productores se les sugiere lograr tamaños medianos a grandes en los tubérculos de papa nativa, poniendo énfasis en la selección de semilla, como en mayores cantidades de fertilizantes de carácter orgánico, en vista que la demanda solicita esos tamaños que le son mas fácil para trabajar en la cocina y así aseguraremos mercados seguros y precios justos que demandan los pequeños productores que trabajan en ese tipo de cultivos.
- \* Realizar promociones, publicidad, para que las papas nativas sean mas conocida por diferentes segmentos del mercado.
- \* Continuar con las ferias, con la misma finalidad de difundir las propiedades de las papas nativas. Incorporar o «fusionar» platos de la costa y de la sierra utilizando como insumo principal las papas nativas.