

PLAN ESTRATEGICO DEL SUBSECTOR DE LA PAPA VISIÓN 20-20

CONTEXTO SECTORIAL

Área, producción y rendimiento

En Colombia durante el periodo 2010 al 2015 la producción de papa aumento en un 2% a pesar, de que las hectáreas sembradas disminuyeron en 9%, mostrando un aumento de la productividad durante los últimos 5 años del 12% véase en (Tabla 1).

Tabla 1. Área, producción y rendimiento de papa

PAPA	Años					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Area (Ha)	138.631	128.310	130.525	127.400	122.300	125.600
Produccion (Ton)	2.652.449	2.638.900	2.788.050	2.664.000	2.490.800	2.696.660
Rendimiento (Ton/Ha)	19,1	20,6	21,4	20,9	20,4	21,5

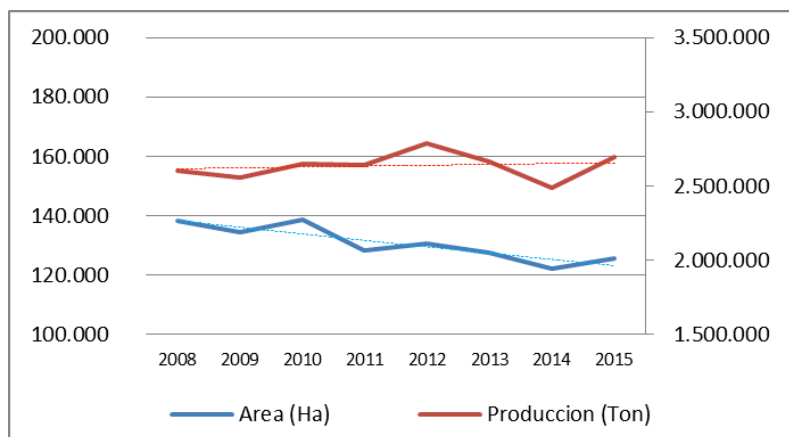
Fuente: Consejo Nacional de la Papa, 2015

En cuanto a la producción, se resalta que, durante los últimos 5 años, solo ha aumentado 0.5% en promedio mostrando estabilidad en la oferta pasando de 2.652.449 a 2.696.660

El aumento de la productividad en los últimos 5 años se debe al incremento de la tecnificación de los procesos de producción y a que se han introducido al mercado variedades con mayor rendimiento (ver grafica1).

Por su parte, a pesar de algunas variaciones importantes durante el periodo, la producción de papa entre los años 2005 y 2013 se ha mantenido estable, presentando un crecimiento de tan sólo el 0,4%, al pasar de 2.654.536 toneladas producidas en 2005 a 2.664.000 toneladas producidas en 2013. Esto implica que en todo el periodo no se alcanza siquiera a compensar la tasa de crecimiento de la población de un solo año que es de 1,18%. Esta situación tiene como origen la disminución del consumo *per cápita* de papa.

Grafica 1. Evolución del área y la producción de papa, 2008-2015



Fuente: Consejo Nacional de la Papa, 2014

Distribución del área sembrada por variedades

La oferta de variedades de papa desde el año 2002 ha aumentado, entre estas se resalta el surgimiento de la variedad Pastusa Suprema. Esta variedad para el 2012 llegó a tener el 42% de participación en los cultivos de Cundinamarca y también una presencia del 28.5% de hectáreas en Boyacá, reemplazando los antiguos cultivos de Parda Pastusa.

Una de las razones de esta sustitución es debido a que la variedad Pastusa Suprema tiene un rendimiento de cercano a 45 toneladas por hectárea, mayor a la variedad Parda Pastusa que brinda un rendimiento que se ubica entre 20 y 30 ton x Ha.

Por otra parte, la variedad Diacol Capiro sigue teniendo gran importancia dentro de los cultivos nacionales llegando al 25.3% del total de hectáreas de papa sembradas en el país. Una de las razones de su importancia es la utilidad que presenta para el uso industrial y también, a que en condiciones óptimas su rendimiento puede llegar a 40 toneladas por hectárea.

Distribución del área sembrada por variedad, 2012

Dptos.	Área total 2012	Variedades															
		Pastusa Suprema		Parda Pastusa		Diacol Capiro		Tuquerreña		ICA Puracé		ICA Única		Criolla		Otras	
		Área (Has)	Partic.	Área (Has)	Partic.	Área (Has)	Partic.	Área (Has)	Partic.	Área (Has)	Partic.	Área (Has)	Partic.	Área (Has)	Partic.	Área (Has)	Partic.
Antioquia	10.450	-	0,0%	-	0,0%	7.910	75,7%	-	0,0%	1.290	12,3%	-	0,0%	890	8,5%	360	3,4%
Boyacá	34.880	9.926	28,5%	4.205	12,1%	6.741	19,3%	4.586	13,1%	19	0,1%	4.815	13,8%	1.945	5,6%	2.641	7,6%
C/marca	48.320	20.463	42,3%	7.356	15,2%	8.806	18,2%	624	1,3%	154	0,3%	4.600	9,5%	2.794	5,8%	3.524	7,3%
Nariño	22.840	4.193	18,4%	2.480	10,9%	7.344	32,2%	-	0,0%	-	0,0%	2.694	11,8%	2.121	9,3%	4.008	17,5%
Otros	14.035	4.027	28,7%	3.004	21,4%	2.164	15,4%	-	0,0%	-	0,0%	1.497	10,7%	1.066	7,6%	2.277	16,2%
TOTAL	130.525	38.609	29,6%	17.045	13,1%	32.965	25,3%	5.211	4,0%	1.463	1,1%	13.606	10,4%	8.816	6,8%	12.810	9,8%

Fuente: Consejo Nacional de la Papa, 2014

Ubicación de las zonas actuales

Regionalmente son líderes en cultivo de papa los departamentos de Antioquia, Boyacá, Cundinamarca y Nariño dado que en estos se concentra el 90% de la producción nacional.

Área sembrada de papa por departamentos, 2010-2015

PAPA	AÑO					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
ANTIOQUIA	13.390	12.010	10.450	8.100	7.300	7.300
BOYACA	38.200	35.250	34.880	34.100	32.500	32.500
C/MARCA	54.470	50.310	48.320	47.200	45.700	45.700
NARIÑO	20.980	20.010	22.840	24.400	23.600	23.600
OTROS	11.591	10.730	14.035	13.600	13.200	13.200
Total	138.631	128.310	130.525	127.400	122.300	122.300

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

*Proyectado

Durante el periodo 2010-2015 se resalta el aumento del 13,88% de hectáreas sembradas en Pasto y una significativa disminución del 45,48% de hectáreas en el departamento de Antioquia así como una disminución de su producción en el mismo periodo del 39,06%.

En cuanto a producción el departamento de Cundinamarca se mantuvo como el principal productor con un promedio de participación sobre el total nacional del 38,61%. De los cuatro principales departamentos productores el que menor participación presentó fue Antioquia con un promedio del 7,19% como se puede observar en la Tabla 4.

Producción de papa por departamentos, 2010-2015

PAPA	Año					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
ANTIOQUIA	252.050	230.745	209.050	168.172	134.200	153.600
BOYACA	725.305	719.400	764.500	709.000	672.000	697.500
C/MARCA	1.031.005	1.039.600	1.064.400	1.001.376	958.200	1.055.300
NARIÑO	425.045	443.300	494.500	509.400	484.400	514.020
OTROS	219.044	205.855	255.600	276.052	242.000	276.240
Total	2.652.449	2.638.900	2.788.050	2.664.000	2.490.800	2.696.660

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

*Proyectado

Al analizar el comportamiento del rendimiento por departamento se puede concluir que durante los últimos cinco años Cundinamarca fue el departamento que más aumentó su productividad en un 18.62%, en contraste con Nariño que a pesar de ser el departamento que durante el periodo aumentó más sus hectáreas sembradas y producción, fue la región con menor crecimiento de la productividad 5.72% (ver tabla 5).

Rendimiento por hectárea de papa por departamentos, 2010-2015

PAPA	Año					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
ANTIOQUIA	18,82	19,21	20,00	20,76	18,38	20,21
BOYACA	18,99	20,41	21,92	20,79	20,68	20,51
C/MARCA	18,93	20,66	22,03	21,22	20,97	22,45
NARIÑO	20,26	22,15	21,65	20,88	20,53	21,42
OTROS	18,90	19,18	18,21	20,30	18,33	21,25

Fuente: Consejo Nacional de la Papa

*Proyectado

Características por zona productora:

1. Antioquia:

- Los principales municipios productores son La Unión, El Carmen de Viboral, San Vicente, San Pedro de los Milagros, Donmatías, Entrerrios, Abejorral, Marinilla, Santuario, Santa Rosa de Osos, Belmira, y Sonsón.
- Las principales variedades sembradas en este departamento son Diacol Capiro e ICA Puracé que se destinan al consumo en fresco del mercado doméstico y también se envía a los departamentos de la Costa Atlántica y el Chocó.
- La limitante competitiva más importante en esta zona son los altos costos de producción y la carencia de variedades con tolerancia a la gota. En la actualidad los problemas fitosanitarios del suelo han hecho que el cultivo se desplace hacia los municipios del norte de Antioquia y se evidencia una gran dificultad para la producción de semilla.
- Es el único departamento del país en el que toda la papa se comercializa lavada donde el consumidor ha tomado el hábito de comprarla lavada y empacada.

2. Boyacá:

- Se produce papa en 82 municipios, siendo los principales Ventaquemada, Siachoque, Toca, Chíquiza, Cómbita, Motavita, Soracá, Tunja, Úmbita, Saboyá, Arcabuco y Samacá.
- Las principales variedades sembradas son Pastusa Suprema, Diacol Capiro, ICA Única, Tuquerreña y Parda Pastusa. El 95% se destina al consumo en fresco y el 5% al procesamiento industrial.
- Sus principales mercados son Bogotá, los departamentos del Meta y Casanare, así como, algunos de la Costa Atlántica.
- Dado el alto número de productores, es necesario promover la organización empresarial con el propósito aumentar la competitividad y reducción de los costos de producción principalmente en los agro insumos.
- Se vienen desarrollando; por parte de algunas asociaciones de productores, actividades de comercialización y posicionamiento con variedades nativas cuyo destino principal son Restaurantes Gourmet en Bogotá

3. Cundinamarca:

- Los principales municipios productores son Villapinzón, Chocontá, Tausa, Bogotá, Subachoque, Pasca, Zipaquirá, Cármen de Carupa, Lenguaque y Guasca.
- Las principales variedades sembradas son Pastusa Suprema, Diacol Capiro, Parda Pastusa e ICA Única.
- Es el principal departamento proveedor de papa para procesamiento industrial (Diacol Capiro), con rendimientos superiores a las 40 ton/ha.
- El mercado de Corabastos es el referente a nivel nacional para la fijación de precios de papa al productor.
- Desde este departamento se envía producto para el Eje Cafetero, Medellín, la Costa Atlántica y los Llanos Orientales, principalmente.

4. Nariño:

- En este departamento se produce papa en 21 municipios, siendo los principales: Ipiales, Pasto, Pupiales, Túquerres, Sapuyes, Potosí, Guachucal, Aldana, Tangua, Cuaspud y Contadero.
- Se destaca la producción de Pastusa Suprema, Diacol Capiro, ICA Única y Parda Pastusa. Cerca del 10% de su producción se destina al procesamiento industrial en plantas ubicadas en el Valle del Cauca y Bogotá. El 90% restante se destina al consumo en fresco. Es el principal proveedor del Valle del Cauca hacia la Central de Abastecimientos del Valle del Cauca S.A. "CAVASA".
- Las mayores siembras de papa se concentran en el segundo semestre, por lo cual se convierte en proveedor del centro del país durante los meses de marzo, abril y mayo, que son los meses de menor oferta proveniente del Altiplano Cundiboyacense.
- En este departamento se requiere consolidar organizaciones de productores y poner en marcha procesos de aumento de la calidad a los productos.
- Es el departamento con menores costos de producción como consecuencia del uso de insumos provenientes de Ecuador y el menor costo de la mano de obra.
- Su cercanía con Ecuador, ha afectado el mercado en el departamento debido al contrabando de insumos y producto final.

MERCADO NACIONAL

La papa se comercializa en Colombia a través de un sistema considerado como altamente ineficiente tanto por el elevado número de niveles de intermediación como por la escasa agregación de valor. En este sentido es posible identificar por lo menos seis agentes que intermedian en el proceso de comercialización de la papa, dependiendo de las escalas de producción en finca y/o de la concentración regional de la misma: el acopiador rural, el transportador, el centro mayorista de origen, la plaza local o regional, la central mayorista o central de abastos y el sector minorista o detallista.

FEDEPAPA con base en sondeos de mercado, identificó márgenes de comercialización para los diferentes agentes que intervienen en el proceso de producción y venta del producto del siguiente orden, dependiendo del canal de comercialización que se mire: La participación del productor dentro del margen bruto de comercialización (MBC) varía entre un 51% y un 59%; el mayorista participa a su vez con un margen entre el 4% y el 6%; el tendero entre el 34% y el 35%; el “lavador – seleccionador” con un 19% y el supermercado finalmente con un 26%.

Tamaño de los productores

Como se observa en la Tabla 5, en el cultivo de la papa predominan los pequeños productores, sin que ello implique que la tecnología utilizada en sus cultivos sea menos eficiente.

Tabla 5. Clasificación del productor

Tipo de productor	Descripción
Pequeños	Siembran menos de 3 hectáreas, constituyen el 95% de los cultivadores y producen alrededor del 45% del total de la producción.
Medianos	Siembran entre 3 y 5 hectáreas, constituyen el 3% de los cultivadores y participan con cerca del 35% del total de la producción.
Grandes	Siembran más de 5 hectáreas, constituyen el 2% de los cultivadores y participan con aproximadamente el 20% del total de la producción.

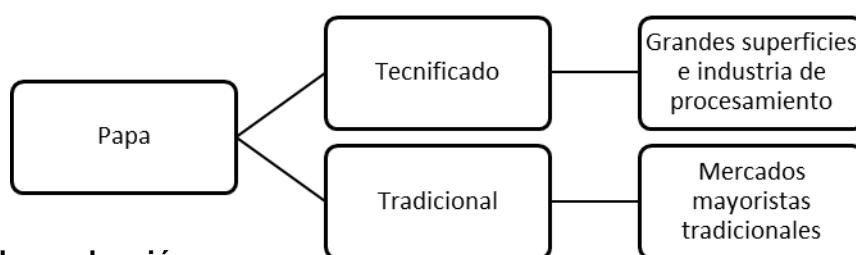
Fuente: Acuerdo de competitividad de la cadena agroalimentaria de la papa, 1999

Sistemas de producción

El cultivo de la papa presenta una gran heterogeneidad en la estructura de la producción que se manifiesta no sólo en la falta de uniformidad de los productores; incluso dentro de la misma zona geográfica, sino también en la diversidad de tecnologías usadas y la existencia de gran variedad de tipos y sistemas de producción que se manifiestan principalmente en la variación de los costos unitarios de producción y los rendimientos agronómicos.

No obstante lo anterior, es factible establecer dos sistemas de producción diferenciados, el tradicional y el tecnificado.

- **Tradicional:** Localizado generalmente en zonas de topografía quebrada y ondulada, con pendientes superiores al 15% y escasamente mecanizables. Sus cultivos presentan rendimientos relativamente bajos, menores de 25 toneladas por hectárea, como consecuencia de un manejo carente de semilla certificada y de asistencia técnica. La producción se comercializa en canales tradicionales del mercado en fresco.
- **Tecnificado:** Al concentrarse en zonas de producción de topografía plana, este sistema es más intensivo en mecanización, utiliza semilla de buena calidad (uso en alto porcentaje de semilla certificada) y recibe asistencia técnica. Presenta rendimientos mayores a 30 toneladas por hectárea. La producción está destinada a mercados especializados y a la industria de procesamiento industrial.



Destino de la producción

En general, en Colombia la papa se comercializa en estado fresco, siendo muy baja la participación de la industria de procesamiento. Según datos del Consejo Nacional de la Papa, cerca del 70% del total de la papa producida se destina al mercado en fresco, mientras que se solamente un 11% es usado para el autoconsumo por parte de las familias productoras, un 8% se destina como semilla y un 10% para la industria de procesamiento industrial.

El 75% de la papa que se destina al mercado en fresco se comercializa sin lavar. Aunque este porcentaje es alto, se evidencia un crecimiento en la agregación de valor al producto en términos de lavado, cepillado, selección, clasificación y empaque.

Agregación de valor

Anualmente se destina aproximadamente el 10% de la producción nacional al procesamiento industrial. Existen en el país cerca de 50 industrias dedicadas a la actividad de procesamiento de la papa, con diferente capacidad, diferentes niveles de desarrollo tecnológico y variada presencia en el mercado. Un ejercicio de tipificación de esta industria muestra que alrededor de 10 grandes y medianas empresas controlan más del 95% del mercado de producto procesado, particularmente en la línea de los denominados “chips “de papa y papa a la francesa pre-frita congelada. Son industrias que en su mayor parte operan con grandes escalas y tecnología de producción avanzada (en el caso de las industrias más grandes). La mayor parte de la industria se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá. El resto de las empresas que participan con el 5% de mercado, son pequeñas industrias (microempresas) de tipo casero dedicadas en su mayoría a lo que se denomina “coctel de fritos” y orientadas a suplir una demanda proveniente de tiendas, pequeños supermercados y mercados informales.

Debido al significativo incremento de las importaciones de papa pre-cocida congelada, que en los últimos cinco años han crecido a una tasa del 20% anual, las industrias procesadoras de esta línea se han visto afectadas, llegando varias de ellas al cierre definitivo, mientras que otras se han visto obligadas a importar producto terminado para mantenerse en los mercados.

Las características propias en las que se desarrolla la papicultura colombiana, generan niveles críticos para la competitividad de la industria de procesamiento. En particular, los altos costos de producción de la materia prima que, con excepción de los de Venezuela, son los más altos dentro de la región y, en promedio, un 50% mayores a los de los países productores como Canadá, Estados Unidos, Holanda, Bélgica y Argentina, situación que se agrava aún más como consecuencia de la reducción arancelaria por vía de los Tratados de Libre Comercio que ha suscrito Colombia con estos países.

Es claro que en Colombia la generación de alternativas industriales a partir de papa es factible siempre y cuando se cuente con variedades de alto rendimiento que respondan eficientemente a las diferentes líneas de procesos.

Empleo

La cadena de la papa en Colombia durante los últimos cinco años ha generado en promedio 77.425 empleos indirectos y 193.564 directos, contribuyendo en todo su proceso con 272.330 al mercado laboral en Colombia.

La participación de los empleos que genera la cadena de la papa llegó al 1.16% del total nacional y al 4.95% del sector agricultor. Cabe resaltar que la tendencia de empleo en el sector ha sido decreciente ya que los trabajadores directos e indirectos del sector han disminuido en 10.2% en el último quinquenio.

Tabla 6. Empleo generado por la cadena de la papa

EMPLEO	Años					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Empleo directo	83.339	77.134	78.466	76.587	73.521	75.505
Empleo indirecto	208.347	192.836	196.165	191.468	183.803	188.763
Empleo total	293.696	271.981	276.643	270.068	257.325	264.268

Fuente: Consejo Nacional de la Papa * Proyectado, Dane

Costos de producción

En Colombia la estructura de costos de producción de la papa es muy heterogénea; depende de las condiciones ambientales y socioeconómicas de la región en que se desarrolle el cultivo, al igual que de la topografía y el sistema de producción. Igualmente, se presentan marcadas diferencias en los costos de acuerdo con la variedad sembrada, por cuanto éstas presentan diferentes grados de productividad, susceptibilidad a plagas y enfermedades, necesidades nutricionales e hídricas, entre otras condiciones. Esta alta heterogeneidad hace imprescindible modificar el concepto de análisis de costos totales por hectárea a costos unitarios de producción.

Entre los años 2010 y 2014, los costos unitarios de producción de papa variedad Pastusa Suprema se han incrementado en un 24,3%, mientras que los de la variedad Diacol Capiro destinada a la industria de procesamiento han aumentado un 27,6%. Este comportamiento obedece particularmente a los incrementos en el costo de los insumos cuya materia prima y producto terminado en muchos casos es importado y

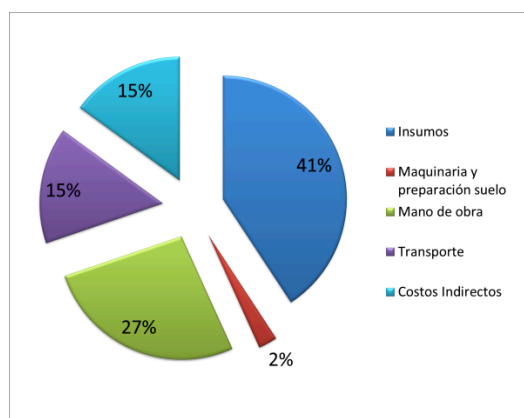
obedece al comportamiento del TRM que muestra una tendencia alcista , especialmente, en el de los fertilizantes edáficos; así como también al aumento sostenido en el costo de la tierra, especialmente notorio en el caso de la variedad Diacol Capiro, cuyos cultivos están focalizados en zonas planas de Cundinamarca, Boyacá y Nariño.

Tabla 7. Costos unitarios de producción promedio de papa a nivel nacional (Pesos/Tonelada)

Producto	2010	2011	2012	2013	2014*
Pastusa Suprema	482.613	562.500	517.450	572.950	600.000
Diacol Capiro industrial	438.700	539.000	485.500	534.950	560.000

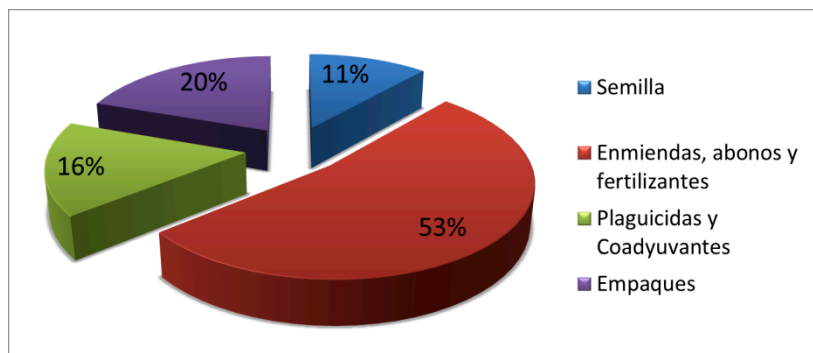
Fuente: Consejo Nacional de la Papa

Gráfica 2. Participación de los rubros en los costos de producción de papa, 2014 (%)



Fuente: Consejo Nacional de la Papa

Gráfica 3. Participación de los Insumos en los costos de producción de papa, 2014 (%)



Fuente: Consejo Nacional de la Papa

En la Gráfica 2, se presenta la participación de los principales rubros dentro de la estructura de costos de producción promedio de papa en Colombia para el año 2014. Como se observa, los insumos de las aplicaciones para protección de cultivo representa el principal factor de costo con un 27% del total, seguido por los costos indirectos 15%.

Es importante describir la distribución de los insumos dado que el 53% de estos corresponde a enmiendas, abonos y fertilizante. Lo que indica claramente la dependencia de la rentabilidad del cultivo al costo de estos insumos y por tanto se hace imprescindible su manejo adecuado, racional y eficiente.

Comportamiento de los precios

Por la participación en el mercado y por ser referentes del precio para otras variedades se analiza el precio de Parda Pastusa. De igual manera, se toma como base de análisis el precio en Corabastos por ser el lugar donde se comercializan los mayores volúmenes de papa y, por lo tanto, sus precios se convierten en determinantes para el resto del país.

Tabla 8. Precios pagados al productor de papa variedad Parda Pastusa en Corabastos, 2010-2015 (\$/Kg)

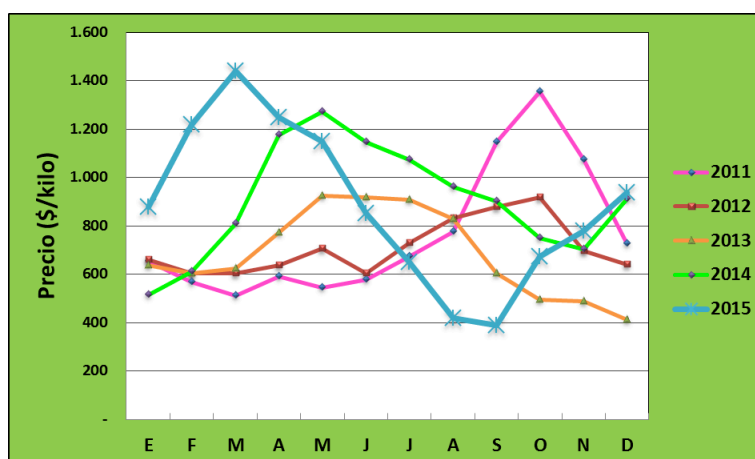
AÑO	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	PROMEDIO ANUAL
2010	1.076	1.111	1.255	1.176	886	753	871	675	498	597	690	639	852
2011	655	568	512	591	543	578	674	777	1.145	1.353	1.073	726	766
2012	659	604	603	637	706	605	731	831	879	919	695	641	709
2013	637	604	625	772	926	919	907	828	604	496	488	411	685
2014	515	609	809	1.177	1.270	1.145	1.074	960	902	749	704	910	902
2015	878	1.220	1.440	1.248	1.150	853	650	419	388	675	780	938	887

Fuente: Fedepapa

En la Tabla 8, se presentan los precios pagados al productor de papa de la variedad Parda Pastusa en Corabastos, Bogotá. En esta se puede observar una baja importante del 19.65% desde el 2010 hasta el 2013. Sin embargo, los efectos del fenómeno del niño, generaron un aumento en la tendencia del precio desde el 2014, llegando a un alza en el 2015 del 15,25% con respecto al 2010.

En la Grafica 3, se observa como hay un comportamiento altamente volátil en los precios del 2015 dado que presentan una desviación estándar del 32.41% en su variación, seguido por los precios del 2014, que presentaron una varianza del 21.10%. Mostrando como los ciclos normales de los precios de este mercado se alteraron debido a los efectos del fenómeno del niño que modificaron la oferta y épocas de siembra de la papa.

Gráfica 3. Comportamiento de los precios de la variedad Parda Pastusa en Corabastos, 2010-2015 (\$/Kg)



Fuente: Fedepapa

Consumo

Como se observa en la Tabla 9, el consumo *per-cápita* de papa en Colombia presenta una tendencia decreciente, si se tiene en cuenta que en el periodo comprendido entre los años 1995 y 2013 pasó de 77 a 62 Kg/persona/año; esto representa una disminución del 20% en el periodo.

Tabla 9. Evolución del consumo *per-cápita* de papa, 1995-2014

AÑO	PRODUCCIÓN (Ton.) ¹	SEMILLA (Ton)	IMPORTACIONES (Ton.) ²	EXPORTACIONES (Ton.) ²	CONSUMO APARENTE (Ton.)	POBLACIÓN (No. Habits) ³	CONSUMO Per Capita (Kg/Año)
1995	2.891.939	267.723	16.562	28.911	2.611.867	37.489.666	70
1996	2.801.027	260.553	13.515	23.102	2.791.441	38.076.638	73
1997	2.716.997	250.148	46.209	8.766	2.754.440	38.646.043	71
1998	2.547.213	247.139	52.256	9.520	2.589.948	39.201.321	66
1999	2.775.231	257.570	31.931	22.729	2.784.433	39.745.714	70
2000	2.882.941	256.079	82.485	49.393	2.916.033	40.282.217	72
2001	2.873.867	249.254	44.816	31.728	2.886.956	40.806.313	71
2002	2.834.820	244.342	34.910	26.138	2.843.592	41.327.459	69
2003	2.874.388	248.703	27.109	17.021	2.884.476	41.847.421	69
2004	2.869.498	240.422	19.056	31.672	2.856.882	42.367.528	67
2005	2.593.267	223.858	22.944	29.342	2.586.869	42.888.592	60
2006	2.848.597	242.292	37.756	29.730	2.856.624	43.405.956	66
2007	2.810.778	235.674	19.722	30.556	2.799.945	43.926.929	64
2008	2.807.667	237.119	27.769	30.809	2.804.627	44.451.147	63
2009	2.933.876	233.706	37.530	23.854	2.947.552	44.978.832	66
2010	3.247.557	253.239	61.650	4.991	3.304.216	45.509.584	73
2011	3.156.813	256.480	54.951	7.538	3.204.226	46.044.601	70
2012	3.022.824	241.032	70.589	4.935	3.088.479	46.581.823	66
2013	2.819.293	338.315	77.791	3.052	2.894.032	47.121.089	61
2014	2.977.101	357.252	97.955	2.543	3.072.512	47.661.787	64

Fuente: ¹ Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural – Agronet

² Agronet – Importaciones y exportaciones incluyen conversión de papas procesadas a papa en fresco

³ DANE

Durante el periodo 1995-2014 se puede observar que el consumo per cápita disminuyó en 7.47%, esto se debe a dos factores principales: el primero, que la producción de papa creció al 2.94% siendo menor al crecimiento de la población que fue 27.13% y en segundo lugar, por el cambio en los hábitos alimenticios de la población.

MERCADO INTERNACIONAL

Contexto internacional

Según la FAO, en el año 2012 se cosecharon a nivel mundial un total de 19,2 millones de hectáreas cultivadas en papa en 158 países. En la Tabla 10, se presenta la información de área cosechada para los primeros diez países. Es destacable que el 60% del área cosechada en el mundo esté concentrada en 5 países, China, Rusia, India, Ucrania y Estados Unidos.

Tabla 10. Principales países por área cosechada de papa, 2012

País	Área cosechada (Has)
China	5.429.000
Rusia	2.197.200
India	1.900.000
Ucrania	1.444.100
Estados Unidos de América	458.388
Bangladesh	430.446
Polonia	373.000
Belarús	332.255
Perú	312.227
Nigeria	262.000
Resto del mundo	6.063.466
Total	19.202.082

Fuente: FAOSTAT, 2014

Por otra parte, la FAO reporta que para el mismo año 2012, la producción mundial de papa fue de 384 millones de toneladas. En la Tabla 11 se presenta la información de los diez principales países productores de papa. Como en área cosechada, la producción también se encuentra concentrada pues el 53% de la producción de papa se genera en los mismos 5 países.

Principales países productores de papa, 2012

País	Producción (Ton)
China	85.860.000
India	45.000.000
Rusia	29.532.530
Ucrania	23.250.200
Estados Unidos de América	19.165.865
Alemania	10.665.600
Polonia	9.091.900
Bangladesh	8.205.470
Belarús	6.910.945
Países Bajos	6.765.618
Resto del mundo	139.562.722
Total	384.010.850

Fuente: FAOSTAT, 2014

La papa sin procesar, es un producto destinado fundamentalmente al consumo interno en cada país, esto se evidencia en que su producción está concentrada en los países con mayor población y los bajos niveles de transacciones comerciales tanto de exportación como de importaciones. Según la FAO, en el año 2011 a nivel mundial se

exportó-importó un total de 12,2 millones de toneladas de papa, lo que frente a una producción mundial de 384,0 millones de toneladas, representa apenas un 3,1% (FAOSTAT, 2014). Esto está relacionado, por una parte, con el alto contenido de agua en el producto, lo que conlleva a un alto grado de perecibilidad y a elevados costos de transporte internacional. Por otro, a las cada vez mayores restricciones fitosanitarias que se imponen para proteger la producción interna de cada país y que afectan el ingreso de productos en estado fresco.

Los principales productos industriales que utilizan papa como materia prima son: papa precocida, prefrita congelada (papa a la francesa o papa en bastón), hojuelas de papa (chips), fécula de papa (almidón) y, en menor grado, harina, copos, gránulos y pellets de papa.

Exportaciones

En la Tabla 12 se presenta la información referente a la evolución de las exportaciones de papa, agregadas en dos bloques. El primero, el de papa fresca en el que se suman las exportaciones de semilla de papa y papa para consumo en fresco sin procesar. En el segundo, todas las sub-partidas correspondientes a papa procesada en sus diferentes presentaciones.

Como se observa, en los dos bloques se muestra una tendencia decreciente que tiene su explicación en la solución de continuidad en las exportaciones de papa en fresco a Venezuela a partir del año 2009, que no se han podido compensar con otros mercados y también la disminución progresiva de las exportaciones a ese mismo país de papa en hojuelas.

Tabla 12. Evolución de las exportaciones de papa, 2004 – 2014

Año	Papa Fresca ¹ (Ton)	Valor FOB (U\$)	Papa Procesada ² (Ton)	Valor FOB (U\$)
2002	24.345	6.692.426	970	1.759.046
2003	15.688	4.815.031	884	1.971.360
2004	26.194	8.201.824	2.700	6.861.021
2005	23.369	9.308.235	2.632	6.335.851
2006	23.193	10.839.999	2.833	7.447.042
2007	22.272	10.595.737	3.145	8.192.068
2008	26.134	16.189.690	2.122	6.312.206
2009	20.226	15.065.886	1.750	6.101.879
2010	52,0	88.001	1.952	7.337.095
2011	3.639	2.853.060	1.773	7.167.471
2012	47,6	50.268	2.010	7.758.920
2013	54,0	61.740	1.158	3.882.302
2014*	28,3	28.422	480	1.191.884

¹ Incluido semilla Fuente: Agronet, Cálculos Sec. Técnica CNP

² Todas las subpartidas arancelarias

* A 30 de junio

Durante el 2013, las exportaciones de papa procesada se concentraron en EEUU y Venezuela, siendo el primero el principal mercado para la papa criolla procesada en diferentes presentaciones (sub-partidas 07019 y 20041) y el segundo, el destino mayoritario de la papa en hojuelas (sub-partida 20052), como se observa en la tabla siguiente.

Tabla 13. Destino de las exportaciones de papa, 2013

No. Partida	Nombre	Volumen exportado (Ton)	Valor FOB (U\$)	Países de destino
0701100000	Papas frescas o refrigeradas para la siembra	0,0	0	
0701900000	Las demás papas frescas o refrigeradas	54,0	61.740	Panamá: 46%, Aruba: 23%, Antillas Holandesas: 22%, España: 9%.
0710100000	Papas aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas	207,8	551.305	USA: 73%, España: 10%, Japón: 8%, Canadá: 5%, Reino Unido: 2%, Rusia: 2%
1105200000	Copos gránulos y pellets de papa	0	0	
1108130000	Fécula de papa	0,0	0	
2004100000	Papas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), congeladas	598,4	1.438.610	USA: 38%, Japón: 36%, Venezuela: 17%, Ecuador: 7%, Otros: 2%
2005200000	Papas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar	351,5	1.892.387	Venezuela: 82%, Puerto Rico: 5%, USA: 4%, Panamá: 3%, Surinam: 2%, Otros: 4%
TOTAL		1.212	3.944.042	
Subtotal papa fresca + semilla		54,0	61.740	
Subtotal papa procesada		1.158	3.882.302	

Fuente: AGRONET

Importaciones

En la Tabla 14 se presenta la información referente a la evolución de las importaciones de papa, agregadas de la misma manera como se presentaron las exportaciones, es decir, en dos bloques, papa fresca sin procesar y papa procesada en sus diferentes presentaciones.

Tabla 14. Evolución de las importaciones de papa, 2004 – 2014

Año	Papa Fresca ¹ (Ton)	Valor CIF (U\$)	Papa Procesada ² (Ton)	Valor CIF (U\$)
2002	0	0	5.631	2.932.900
2003	0	0	4.262	2.112.773
2004	26,7	12.414	3.593	2.566.883
2005	0,1	759	5.129	3.664.133
2006	0	0	7.864	5.409.608
2007	0	0	5.214	5.109.864
2008	0	0	7.625	8.476.484
2009	0	0	8.981	9.217.481
2010	0,6	2.032	15.398	14.792.812
2011	0,1	90	17.520	21.610.331
2012	0,0	0,0	22.159	25.025.071
2013	24,4	8.680,0	24.197	30.785.251
2014*	0,0	114,0	16.564	19.725.091

¹ Incluido semilla

Fuente: Agronet, Cálculos Sec. Técnica CNP

² Todas las subpartidas arancelarias

* A 31 de julio

Como se observa, en los últimos diez años las importaciones de papa sin procesar han sido mínimas, correspondiendo a importaciones de tubérculos destinados a procesos de investigación. Comportamiento diferente han tenido las importaciones de papa procesada que en el mismo periodo se han incrementado un 573%, al pasar de 3.573 toneladas importadas en 2004 a 29.197 toneladas en 2014. Este incremento de las importaciones de papa procesada está causado por los volúmenes crecientes de papas pre-cocidas pre-fritas congeladas que se importan ante los altos costos del producto fabricado en el país y la oportunidad de manejo de los excedentes de temporada de los países productores de la Unión Europea y EEUU.

Durante el 2014, las mayores importaciones de papa procesada provinieron de EEUU y los países de la Unión Europea. En papa precocida pre-frita congelada (sub-partida 20041), los principales proveedores fueron EEUU y Holanda, mientras que los principales proveedores de la Fécula de papa importada en este mismo año fueron Holanda y México, como se observa en la tabla siguiente.

Tabla 15. Origen de las importaciones de papa, 2013

No. Partida	Nombre	Volumen importado (Ton)	Valor CIF (U\$)	Países de origen
0701100000	Papas frescas o refrigeradas para la siembra	0,0	0	
0701900000	Las demás papas frescas o refrigeradas	24,4	8.680	Alemania: 100%
0710100000	Papas aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas	0,0	0	
1105100000	Harina, sémola y polvo de papa	46,0	337.022	Chile:99%, USA: 1%
1105200000	Copos gránulos y pellets de papa	121,3	387.120	España: 85%, Bélgica: 15%
1108130000	Fécula de papa	2.912,6	2.335.283	Holanda: 42%, México: 25%, Polonia: 12%, Alemania: 8%, Dinamarca: 6%, Francia: 6%, Otros: 1%
2004100000	Papas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), congeladas	20.577,0	24.785.912	USA: 44%, Holanda: 22%, Bélgica: 17%, Francia: 6%, Alemania: 4%, Argentina: 4%, Canadá: 3%
2005200000	Papas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar	540,1	2.939.914	USA: 68%, Argentina: 22%, Chile: 4%, China: 3%, Canadá: 2%, Otros: 1%
TOTAL		24.221	30.793.931	
Subtotal papa fresca		24,4	8.680,0	
Subtotal papa procesada		24.197	30.785.251	

Fuente: AGRONET

Coyuntura

Como ya se mencionó, el comportamiento de los precios pagados al productor durante el año 2014 fue el típico, con incrementos sucesivos a partir de enero, con un pico de precios máximo en el mes de mayo y, luego, un descenso a partir de junio que coincide con el comienzo de la cosecha principal en el Altiplano Cundiboyacense, que

se prolonga hasta octubre y luego empieza a incrementarse nuevamente como consecuencia de la reducción de la oferta en los mercados.

Hasta la fecha de este informe (Sept/15), el comportamiento climático ha complejo, dado que se ha instalado en el país un nuevo evento ENSO (Fenómeno del Niño) que ha sido desfavorable para el desarrollo de los cultivos, si se tiene en cuenta que se ha presentado una baja y anormal distribución de las lluvias y se han registrado temperaturas extremas que han generado sequías y heladas.

Por las razones mencionadas anteriormente, el comportamiento de la oferta y la demanda estará cambiando para el final del año 2015 de acuerdo con el avance del fenómeno climático.

Hay que destacar el incremento significativo durante los últimos tres años en la afectación de cultivos de papa por el complejo Mosca Blanca (*Trialeurodes vaporariorum*) y Virus de Amarillamiento de las Venas –PYVV, lo que ha significado disminuciones drásticas de los rendimientos en algunas zonas productoras. Esta situación ha motivado a que el ICA declare la emergencia sanitaria, de tal manera que se puedan tomar medidas de choque para enfrentar la problemática asociada al complejo.

Respecto al comercio exterior, se mantiene bloqueado el mercado de papa en fresco hacia Venezuela, como consecuencia de la falta de claridad en el proceso de pago de las exportaciones desde Colombia. En cuanto a las importaciones, durante lo corrido del 2015 se han aumentado los volúmenes importados de papa precocida congelada respecto a las cifras de los últimos tres años, en los cuales se importó alrededor de 20 mil toneladas de este producto y la proyección final del año 2015 nos muestra que estará cerca de las 36.000 toneladas.

2. CADENA PRODUCTIVA DE LA PAPA

El Acuerdo Nacional de Competitividad de la Cadena Agroalimentaria de la papa fue firmado en 1999 y en su visión se refiere como estrategia, la construcción de una cadena competitiva y sostenible, económica, social y ambientalmente, orientada a resolver los requerimientos del mercado nacional e internacional. Esta cadena debe estar enfocada, en los próximos 10 años, a superar el atraso que presenta en algunos componentes de su estructura y a garantizar la adopción de un modelo empresarial que planifique la producción y los mercados en ámbitos competitivos a mediano y largo plazo.

La Cadena Agroalimentaria de la papa en Colombia está conformada por los productores, comercializadores, industrias de procesamiento, productores de semilla, proveedores de insumos, exportadores, la academia y los centros de investigación.

Al Consejo Nacional de la Papa, en representación de los eslabones asisten respectivamente: Federación Colombiana de Productores de Papa –FEDEPAPA; la Central Cooperativa de Productores de Papa de Boyacá – COPABOY; Congelados Agrícolas S.A. –CONGELAGRO; Comestibles RICOS Ltda.; Asociación Nacional de Productores de semilla de papa –PASEMILLA; Cámara PROCULTIVOS – ANDI; PROCOSECHA Ltda. y Sánchez y Calderón Ltda., además de los representantes de los comités regionales, ha priorizado cuatro núcleos que corresponden a los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño y Antioquia, que en conjunto representan el 92% del área y de la producción total del país. Así mismo, en estos cuatro departamentos operan los respectivos Comités Regionales de la Cadena.

Diagnóstico De La Cadena

A nivel nacional la cadena de la papa está conformada por:

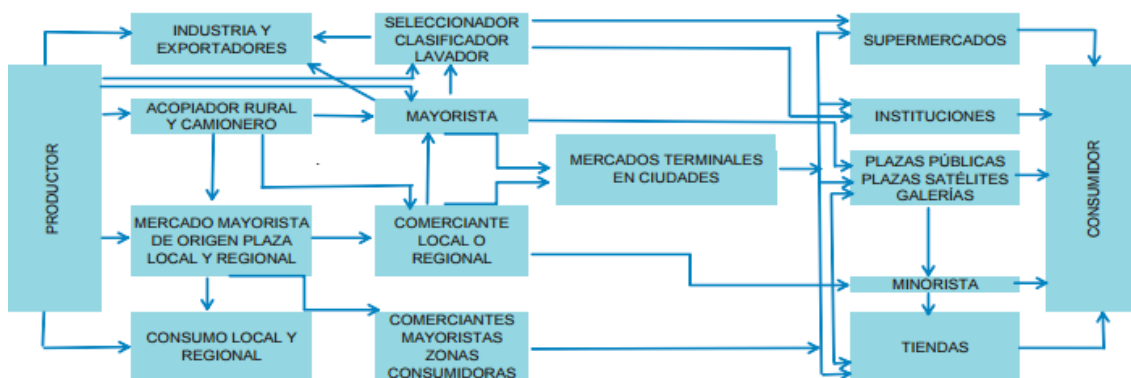
- Eslabón Industrial: Hojuelas, papas pre-cocidas, entre otros.
- Eslabón Comercio: Acopiadores regionales, comerciantes.
- Eslabón Primario: Productores de papa.
- A nivel de apoyo institucional está representado por CORPOICA, la Banca, SENA, ICA, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Ministerio de Comercio Industria y Turismo.
- Esta cadena está representada por un Consejo Nacional de la Papa, un Consejo Regional y una Secretaría Técnica Agroalimentaria de la papa dependiente de la Secretaría de Fomento Agropecuario del Departamento.

Estructura de Comercialización de la Papa en Colombia

La estructura de comercialización de la papa en Colombia se resume en el Gráfico Tabla 16. Debe notarse que el eslabón más importante de la cadena son los productores quienes, como se mencionó anteriormente, en su gran mayoría

corresponden a pequeños productores dispersos geográficamente. De esta manera, el acopiador rural cumple con un rol fundamental: agrupar cantidades de papa provenientes de varios productores para ser entregados posteriormente a los mayoristas a través de los camioneros. El camionero básicamente es un transportador que vende el producto y devuelve el dinero al productor cobrando una comisión sobre la cantidad transportada.

Tabla 16. Cuadro de Flujo de Comercialización de Papa en Colombia



En la cadena de comercialización de la papa, el mercado mayorista constituye el principal eslabón de la estructura en razón a que concentra los mayores volúmenes comercializados de papa en Colombia. La mayor parte de la papa cultivada por medianos y grandes productores de los departamentos de Cundinamarca y Boyacá llega al mercado mayorista de Corabastos-Bogotá constituyéndolo en uno de los mercados más importantes para la comercialización. De acuerdo a datos aportados por Fedepapa, en este mercado actúan entre 50 y 60 mayoristas que compran y venden el producto a otros comercializadores de papa.

Aun cuando Corabastos en Bogotá es considerada la central mayorista más importante, existen otros que le siguen en relevancia como los mercados de la Gran Central Mayorista de Antioquia en Itagüí, Cavasa en la Ciudad de Cali, Gran Abastos en Barranquilla, Cenabastos en Cucutá y la Central de Abastos en Bucaramanga.

El nivel mayorista es considerado como un punto clave de comercialización de papa, ya que es donde se determinan las condiciones de compra de la papa. Asimismo, los mayoristas cuentan con capacidad para funcionar todos los días y otorgar crédito a sus proveedores, además de poseer la fuerza de venta a plazas públicas, instituciones, galerías, mercados, y tiendas de barrio.

Finalmente, a través de los mayoristas y comerciantes locales la papa llega a mercados terminales en ciudades donde es distribuida a supermercados, instituciones, plazas públicas y tiendas de barrio donde es adquirida posteriormente por los consumidores.

Diagnóstico de Libre Competencia

De acuerdo a la estructura de mercado presentada anteriormente es posible inferir que tanto mayoristas como la industria tienen un poder de negociación mucho mayor frente a los productores de papa. Así, del diagnóstico de este mercado se han detectado los inconvenientes que se describen a continuación.

- Problemas Con Compradores Mayoristas

Los mayores problemas con la comercialización de papa se encuentran primordialmente en el nivel de los mayoristas. Entre otras cosas, señalan que la ausencia de una definición clara de las distintas calidades de papa, conduce a que los mayoristas abusen del productor al interpretar a su beneficio las distintas calidades y variedades del producto, lo cual se podría reflejar en distorsiones en la variedad y así en el precio de compra. De igual manera, existe inconformidad de los productores por posibles restricciones por parte de las centrales mayoristas respecto de los procesos establecidos para la compra de la papa. Las denuncias señalan que existen restricciones en cuanto al horario de venta de los agricultores y manipulación arbitraria de las condiciones de compra.

- Problemas Con La Industria

Adicionalmente, aunque tan solo el 8% de la producción de papa va dirigida a la industria existe una estructura de mercado idónea para que esta eventualmente abuse de su poder de mercado con condiciones que perjudiquen a los productores. Ante lo anterior, la Superintendencia de Industria y Comercio recomienda tomar especial atención y hacer un seguimiento continuo a este mercado y así detectar rápidamente las prácticas contra la libre competencia que puedan perjudicar a los productores de papa.

Problemáticas de la Cadena

- El uso en cantidad, calidad y oportunidad de plaguicidas se hace sin criterios de tipo técnico. El uso de semilla certificada es muy reducido.

- El mal manejo agronómico del cultivo hace que aumenten los costos de producción y repercuten negativamente sobre el medio ambiente y salud de los consumidores.
- El sector papero se ha visto gravemente afectado debido al cambio climático.
- El mercado se caracteriza por ser anárquico dado su alto nivel de intermediación.

Acciones De Mejora De La Productividad Y Competitividad Del Encadenamiento Productivo Papa.

Teniendo en cuenta la problemática, la Secretaría de Fomento ha empezado a desarrollar proyectos de cooperación e investigación con entidades como el centro Internacional de la Papa del Perú (CIP), FAO, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Universidades, Centro de Investigación del Trópico Alto entre otros, que buscan fortalecer las Buenas Prácticas Agrícolas, la Modernización de la Producción, la Innovación Tecnológica y validación tecnológica local de modelos que mitiguen el impacto de cambio climático como AQUA CROP desarrollado por la FAO.

PLAN ESTRATEGICO SECTORIAL

El plan estratégico sectorial con vigencia 2015-2020 denominado Visión 20-20 es la ruta a seguir para lograr los diferentes objetivos determinados para el sector de la papa y que están enmarcados en tres pilares claves, además de contar con la intervención en cada eslabón de la cadena de valor y su segmentación.

PILARES CLAVES

Son la base para establecer los planes de acción de corto, mediano y largo plazo, estos son:

- **Sustentabilidad**
- **Competitividad**
- **Nutrición**

Sustentabilidad

Son todas las acciones eficientes del sistema productivo papa enmarcadas en el entorno externo tales como el contexto político, el medio ambiente, avances

tecnológicos y los aspectos económicos y sociales los cuales mantienen el equilibrio sostenible. Para el sector de la papa este gran desafío consiste en diseñar y ejecutar estrategias en conjunto con los actores claves generando continuamente mayores avances ajustados a los diferentes entornos.

En una tendencia como la de hoy, en donde cada vez se vuelve más vulnerables en su permanencia los diferentes sectores agropecuarios debido a la escases de recursos naturales, la globalización, los desafíos sociales y los desarrollos tecnológicos es fundamental fortalecer los lineamientos comunes entre la cadena de valor los cuales están previamente definidos y conocidos por cada uno de los actores.

Los lineamientos o políticas establecen el marco para la gestión del Desarrollo Sustentable y la responsabilidad social del sector de la papa, con base a estándares y protocolos formales que a través de compromisos relacionados con el cumplimiento legal, el comportamiento ético, la creación de valor compartido, las buenas prácticas agrícolas, el bienestar de los productores, la contribución a la sociedad, el involucramiento y desarrollo de la comunidad, el respeto a los derechos humanos, la protección de la población infantil, el trabajo responsable socio-ambiental con un enfoque preventivo y de eco-eficiencia y la satisfacción del consumidor.

Las estrategias sustentables no solo asegurarán la estabilidad de los diferentes actores de la cadena de valor si no que conducen y conectan el trabajo en conjunto entre los grupos de interés asegurando su equilibrio en el tiempo.

En el caso del sector de la papa, los retos que se tienen están enmarcados en la protección y conservación del agua, el buen manejo del suelo, la concientización de los productores por el uso racional de insumos agrícolas, la aplicación de los derechos de los niños, el desarrollo rural, la aplicación de políticas de seguridad social, en manejo del post-conflicto, la disminución del analfabetismo, la aplicación de herramientas tecnológicas, la utilización del sistema financiero, la implementación de acciones preventivas frente al cambio y comportamiento del clima, entre otros desafíos que permitirán la sustentabilidad del sistema productivo papa.

Competitividad

La competitividad es entendida como la capacidad que debe tener el sector de la papa para lograr mayores resultados de forma comparable con respecto al resto del mundo, es decir, la innovación, la información actualizada y la adaptación al cambio deben conjugar con las acciones que la cadena de valor apliquen en la estrategia sectorial.

Cada actividad que involucre la formalización y que conlleve al equilibrio del sector se considera que es competitiva cuando se permite medir la eficiencia de la misma debido a que afecta de manera positiva o negativa los diferentes eslabones de la cadena de valor. En su efecto las variables económicas como la rentabilidad, la calidad del producto, los costos de producción, el precio final, el mercadeo, la promoción, los canales de distribución entre otras son aspectos que se tienen en cuenta para el desarrollo de las acciones que conduzcan al mejoramiento de cada una de ellas.

En los aspectos competitivos se implementan las ventajas comparativas y las ventajas competitivas las cuales permiten tener una relación de medición frente a otros países, sectores y segmentos del sector de la papa. En el caso de las ventajas comparativas, estas se contrastan frente a los diferentes países productores y consumidores como la productividad, la rentabilidad y el consumo per-cápita, mientras que las ventajas competitivas se basan en la tecnología aplicada, los conocimientos y capacidades humanas además de la implementación del buen manejo en los costos de producción, aprovechamiento de los recursos, la agregación de valor al producto final y el eficaz manejo y selección de los eslabones de la cadena de valor para llegar al consumidor final.

Un análisis de la competitividad económica del sector de la papa se basa en la información que frecuentemente registra las diferentes entidades gubernamentales y no gubernamentales en donde definen indicadores claves los cuales enmarcan el enfoque de las estrategias sectoriales.

Para el sector de la papa es importante trabajar en los costos de producción, la mecanización en los cultivos, el acompañamiento técnico, la comercialización del producto, la adopción de nuevas tecnologías en insumos, los centros de agregación de valor, el financiamiento, nuevos mercados, entre otros aspectos.

Nutrición

Para la ciencia médica una buena nutrición es la primera defensa contra las enfermedades, además de ser fuente de energía para vivir y estar activo, en ese orden de ideas, este último pilar contemplado dentro del plan estratégico sectorial es considerado como el motor de la cadena de valor ya que define todas las bases del uso, formas y momentos del consumo de la papa. Cada acción que contemple la elección, preparación e ingesta de la papa además del hábito dietético y el estilo de vida se enmarcan en este importante eje estratégico. De acuerdo con la FAO, la papa es considerada a nivel mundial como un alimento esencial en la seguridad alimentaria ya que se han

identificados contenidos de macro y micronutrientes, antioxidantes y componentes fundamentales para la dieta y salud de la población mundial. Los nuevos desafíos, como el cambio climático, la sostenibilidad ambiental y los rápidos cambios tecnológicos, están transformando el sistema alimentario y plantean interrogantes sobre cómo alimentar a la creciente población mundial de forma sostenible. En este sentido, la papa cuenta con ventajas nutricionales que permiten responder a la necesidad requerida por el mundo. Retos como las acciones para incrementar la educación nutricional que permiten enseñar a los consumidores a preparar y disfrutar la papa como alimento esencial, identificar nuevos momentos de consumo y sobre todo aumentar el consumo per-cápita, tiene la responsabilidad compartida el estado, el gremio y el sector privado.

Para llevar a cabo acciones efectivas de fomento al consumo, se vienen examinando constantemente los aspectos que enmarcan los inhibidores de consumo, las formas de preparación y los hábitos del consumidor de papa quien toma decisiones frente a la información que tiene sobre este producto clave de la canasta familiar.

CADENA DE VALOR ESTRATEGICA

Para entender el funcionamiento del sector es importante establecer los diferentes eslabones que contemplan la cadena de valor, es decir, su categoría, roles y funciones y la agregación de valor que aportan al sostenimiento del mismo, describiendo el desarrollo de las actividades del sector de la papa en cada uno de los grupos de interés.

Para ello se contemplan seis grupos de actores claves que intervienen en la cadena estratégica los cuales contribuyen a la formalización, desarrollo y continuidad del sector de la papa.



DESCRIPCIÓN DE LOS ESLABONES

Sectores Gubernamentales y No gubernamentales

Un organismo gubernamental son instituciones estatales cuya administración está a cargo por el gobierno de turno y su finalidad es generar políticas, leyes, apoyo y

acuerdos públicos entre todos los grupos de interés. Por su parte las entidades no gubernamentales son organizaciones de carácter privado con y sin ánimo lucrativo que generan bienes y servicios específicos. Estos están representados a través de sectores los cuales participan activamente del entorno macro-económico del país, participando y promoviendo en conjunto con el estado propuestas para el desarrollo del sector.

Empresas ofertantes de productos y/o servicios

Una vez definidas las organizaciones de apoyo y dentro de las no gubernamentales se especifica el grupo de empresas interrelacionadas que trabajan y que colaboran en la cadena de valor con el proceso de financiamiento y de abastecimiento de materias primas para el cultivo de la papa. Estas son de orden en su mayoría privadas y se constituyen en nacionales y multinacionales.

Productores

Los productores son el eslabón más importante de la cadena y están representados por aquellos agricultores ubicados en las diferentes zonas productoras del país. Pequeños, medianos y grandes hacen parte del sistema productivo papa y son la base para la aplicación de políticas enmarcadas en los pilares estratégicos.

Comercializadores y transformadores de producto en fresco

Estos actores claves en la cadena de valor, son todos aquellos que representan a la comercialización del producto y que pueden ser simplemente como operadores logísticos o empresas agroindustriales quienes transforman el producto en fresco.

Canales de comercialización detallistas y de consumo

Los comercializadores minoristas es el penúltimo eslabón que contempla la cadena ya que a través estos actores el consumidor final tiene acceso a la papa, ya sea en fresco y/o transformada.

Consumidor final

Es aquel que hace uso del producto final (papa en fresco y/o transformada) y lo disfruta en diferentes momentos de consumo a través de distintas formas generando hábitos nutricionales.

SEGMENTACIÓN ESTRATEGICA DE LA CADENA DE VALOR

La interacción de los diferentes actores de la cadena se basa en procesos estandarizados los cuales son los puntos de partida para las acciones que se implementan donde la unión de cada eslabón se complementa de manera homogénea, es decir, la segmentación de cada actor se fundamenta en características similares que atienden las necesidades, comportamientos y formas de actuar en el sector. Es importante resaltar que las variables de segmentación se definen con puntos de partida los cuales involucran mediciones cualitativas y cuantitativas.

Segmentación en sectores Gubernamentales y No Gubernamentales

Para este eslabón y acogiendo cada grupo de interés se define:

Sector Gubernamental

Entidades de órgano Nacional: Son aquellas que intervienen las políticas sectoriales a nivel transversal como los ministerios (Agricultura, medio Ambiente, Trabajo, Interior, Hacienda, etc) y sus entidades adscritas las cuales sobresalen en el sector el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), la Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria (Corpoica), La Unidad de Planificación de Tierras Rurales (UPRA), entre otras.

Entidades de órgano Departamental: Entidades que funcionan y basan políticas departamentales, especialmente aquellas que se establecen en las secretarías de agricultura.

Entidades de órgano municipal: Estipuladas especialmente en las diferentes alcaldías de los municipios productores.

Sector No Gubernamental

Este grupo de actores se relacionan varios segmentos claves los cuales se agrupan en:

Empresas del sector Privado: Son todas aquellas que participan activamente en el sector constituyendo la columna vertebral del sistema económico, ya que a través de ellas se provee, financia y genera avances en el eslabón productivo.

Gremios: Son las organizaciones que interactúan con el sector de la papa, las cuales apoyan las políticas y directrices enmarcadas en la institucionalidad. Fedepapa como

organización representativa en el sector de la papa hace parte de este segmento y sus directrices se fundamentan en buscar soluciones a las necesidades del sistema productivo las cuales son atendidas cumpliendo los estatutos establecidos de la entidad.

Organizaciones sin Ánimo de Lucro: Pertenecen a este grupo toda organización que realiza actividades sin fines lucrativos en pro del sector de la papa y sus intereses generales.



Segmentación del eslabón “empresas ofertantes de productos y/o servicios”

La segmentación de este grupo se determina de acuerdo a su actividad económica y a su tipo de oferta:

Empresas del sector financiero: Son el conjunto de empresas dedicadas a la intermediación financiera donde participan compañías de financiamiento comercial, corporaciones de ahorro y vivienda, bancos, compañías de seguros, entre otras.

Empresas de insumos y Maquinaria Agrícolas: Pertenecen a éste grupo todas las compañías dedicadas a la fabricación, distribución y comercialización de insumos y maquinaria para la agricultura.

Empresas de servicios agropecuarios: Se relacionan en este grupo las empresas que ofrecen servicios especializados como los laboratorios de análisis, tecnología, asesoramientos, etc.

Segmentación del eslabón primario de productores

Es la segmentación que mayor importancia posee ya que en su gran mayoría las acciones desarrolladas para y por el sector giran alrededor de este eslabón productivo. Es por ello que los agricultores y/o asociaciones sin importar su tamaño se dividen en tres grupos a saber: productor Empresario, Productor Visionario y Productor Tradicional.

Productor empresario: Es aquel productor que cuenta con una razón social y organización empresarial definida. Se caracteriza por tener asesoría técnica, manejo contable y administración además, de contar con instalaciones físicas y utilizar tecnología de avanzada y mecanización en sus cultivos. Su comercialización ya la tiene definida especialmente con la industria, cadena de almacenes, restaurantes y/o fructeros.

Productor Visionario: En este grupo se destacan aquellos productores y/o asociaciones independientes que acogen sus cultivos como una empresa ya que les gusta llevar los costos de producción de una manera informal pero con la expectativa de mejorar continuamente. Atiende los acompañamientos técnicos que brindan el gremio, Umatas y/o las empresas de insumos agrícolas, además son inquietos en probar nuevas tecnologías y de mantener un aprendizaje continuo a través de capacitaciones, seminarios, días de campo, charlas técnicas. Sus mayores anhelos es tener una comercialización definida y ser reconocidos por sus entornos como líderes, innovadores y visionarios.

Productores Tradicionales: Pertenecen a este grupo todos los agricultores que aplican el razonamiento empírico, cultural y familiar para llevar sus cultivos. Son poco receptivos al acompañamiento técnico y se asesoran normalmente por sus pares o por los dependientes de los almacenes que comercializan insumos agrícolas, además no siempre les gusta informarse del entorno. Su disposición al cambio es poca y llevan sus cultivos basados en las experiencias obtenidas durante toda su vida.



Segmentación de Comercializadores y transformadores de producto en fresco

Segmentación estructurada en los canales de comercialización posteriores a la cosecha, entre ella encontramos:

Agroindustria: Empresa dedicadas a la transformación de la papa utilizándola como materia prima en su proceso productivo. La papa Chips y congelada, almidones y harinas son en general el producto final a comercializar

Comercializadores independientes: Son todos aquellos que realizan la labor de adquisición de papa al productor de manera independiente y directa. Adicionalmente cuenta con transporte propio y bodegas en los municipios para el acopio del tubérculo.

Centrales Mayoristas: Denominadas también centrales de abastos y/o plazas de mercados mayoristas o municipales. Distribuyen la papa a canales minoristas a través de bodegas ubicadas en zonas especiales.

Segmentación de los Canales de comercialización detallistas y de consumo

Canal Minorista: Son aquellos establecimientos como las tiendas de barrio, fruvers, supermercados de barrio y superetes los cuales ofrecen el producto al detal atiendo la demanda de una manera directa.

Cadena de Almacenes: Como su nombre lo indica son todos los almacenes de grandes superficies organizados y distribuidos a nivel local y/o nacional, ofreciendo variedad en categorías de consumo, garantía y calidad. La comercialización de la papa puede ser en fresco, congelada, en paquete chips, entre otros subproductos.

Canales de consumo: Entre este grupo se tiene contemplado los restaurantes, comidas rápidas y demás establecimiento que comercialicen papa en diversas recetas o sola pero transformada.

Segmentación del consumidor final

Especializado

Oportunista

Tradicional

PLANES DE ACCIÓN SECTORIALES EN VIGENCIA

1. Programa nacional de promoción del consumo

El programa nacional de promoción al consumo de papa tendrá dos componentes: el primero, dirigido a los consumidores, estará orientado a posicionar una imagen positiva del producto a través de diferentes medios de comunicación, destacando su valor nutricional y sus cualidades culinarias y gastronómicas. El segundo, dirigido a los agricultores, encaminado al mejoramiento de la calidad, a través de medios de comunicación tales como radio regional y local, videos, afiches y volantes divulgativos.

2. Modernización del mercado

El programa contempla la construcción y puesta en marcha de veinticuatro (21) Centros Regionales de Agregación de Valor -CRAV, operados por organizaciones de productores, donde se concentre oferta del tubérculo, se posibilite el almacenamiento y se agregue valor mediante la implementación de procesos de selección, clasificación, cepillado, lavado, empaque y sellado, entre otros. Complementariamente y, para el éxito de este programa se debe disponer de un equipo técnico especializado que se encargará de brindar acompañamiento en los procesos de identificación, formulación y gestión de planes de negocios.

El programa contempla recursos para cofinanciar la infraestructura de almacenamiento, las líneas de agregación de valor para las organizaciones de

productores, la asistencia técnica especializada y la puesta en marcha de los planes de negocios. En este último componente se incluye: inteligencia de mercados, equipos y adecuaciones locativas para la implementación de sistemas de trazabilidad, promoción, material divulgativo, participación en misiones comerciales, ferias y ruedas de negocios.

Por su parte, los productores, a través de sus organizaciones y/o de las administraciones municipales o departamentales, aportarán los terrenos en los que se construirán los centros regionales de agregación de valor.

3. Transferencia de tecnología y organización empresarial de productores de papa a través de Escuelas de Campo de Agricultores -ECA.

La metodología de las ECA se basa en un proceso de aprendizaje participativo, en el que mediante la práctica, los agricultores mejoran su capacidad de análisis de la problemática que enfrentan tanto en su actividad productiva como en la relacionada con su familia y entorno, permitiéndoles descubrir, bajo la guía de un facilitador, las soluciones más eficaces.

A través de ECA se han formado, de manera directa, cerca de 1.500 agricultores de papa en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Caldas y Tolima y, de forma indirecta, a aproximadamente 6 mil productores, en razón al proceso de formación en cascada que involucra la metodología. Estas ECA han propiciado 30 organizaciones que han incursionado en la ejecución de planes de negocios con otros eslabones de la Cadena, permitiéndoles mayor rentabilidad de sus cultivos y el acceso a nuevos mercados, gracias a la calidad del producto y a la agregación de valor al mismo.

Las principales actividades a desarrollar en el programa son:

- Capacitar un grupo de 66 facilitadores y personal técnico que tendrán a su cargo la ejecución de las ECA en las principales zonas productoras de papa del país y la prestación del servicio de asistencia técnica en las áreas de influencia de cada ECA.
- Establecer un equipo interinstitucional de especialistas (expertos externos) como soporte en el proceso de ejecución de las ECA.
- Implementar 83 ECA en los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Nariño, Antioquia, Cauca, Tolima, Santander y Norte de Santander.
- Capacitar, en forma directa a 2.075 pequeños y medianos productores de papa y de forma indirecta a otros 10.000.

Las Escuelas de Campo de Agricultores se orientarán con mayor énfasis a lograr, la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas, la formación de líderes para la gestión comunitaria y la formación y consolidación de organizaciones agro empresariales.

4. Promoción del uso de semilla certificada:

La semilla certificada de papa es el insumo más importante para lograr mejoramientos significativos en la productividad, disminuir costos y mejorar la calidad. Sin embargo, su uso apenas llega al 5%, debido a la desarticulación existente entre productores formales y los agricultores, situación que explica los bajos rendimientos, la diseminación de plagas y enfermedades y la baja calidad del producto cosechado.

Este programa estará orientado a promover el uso de semilla certificada en las principales zonas de producción, demostrando las bondades técnicas y económicas de este insumo, frente a la semilla tradicional.

El programa inicia con la selección de los agricultores beneficiarios, la consolidación de la demanda de semilla certificada en cada región, en términos de volumen, variedades y épocas de siembra. Con esta información, se articularán dichas necesidades con la oferta, a través de contratos de suministro a futuro.

Una vez se cuente con la programación de siembras, se procederá a establecer 500 lotes demostrativos los cuales contarán con asistencia técnica que acompañará el proceso de transferencia de tecnología, a través de eventos y medios de divulgación tales como días de campo, charlas técnicas, demostraciones de método y otras actividades.

5. Reconversión productiva

El cultivo de papa se ha constituido en la principal actividad agrícola de las zonas frías de los departamentos de Cundinamarca, Boyacá y Nariño, con reducidas opciones de cultivos alternativos, tales como hortalizas, cereales, leguminosas y frutales, que permitan una oferta de alimentos y materias primas que generen ingresos adicionales a las familias productoras del tubérculo.

El esquema de monocultivo de papa ha generado, no sólo aumentos en los costos de producción como consecuencia de crecientes inversiones en fertilización, manejo de suelos y control de plagas y enfermedades, sino pérdidas significativas de la rentabilidad de los agricultores al incrementarse la oferta del producto en los mercados frente a una demanda que no absorbe la totalidad de la producción.

Los cereales y, en particular, la cebada, fueron cultivos de importancia económica que compartieron nichos productivos con la papa en el altiplano cundiboyacense y nariñense hasta los años ochenta, cuando la apertura económica relegó ésta actividad a su más mínima expresión.

El programa de reconversión productiva se basa en la evaluación y selección de materiales promisorios por su calidad maltera y altos rendimientos agronómicos, que permitirán la sustitución progresiva de cebada importada y al mismo tiempo generarán una alternativa rentable para los productores de papa.

Para tal efecto, el programa contempla tres componentes:

- a. Mejoramiento genético y desarrollo de paquetes tecnológicos para las nuevas variedades
- b. Transferencia de tecnología y asistencia técnica.
- c. Renovación del parque de maquinaria

De igual manera, el programa promoverá la realización de estudios de mercado que permitan establecer la factibilidad técnica, económica y comercial para el impulso de otros productos eventualmente promisorios, tales como la quinua y frutales de clima frío, entre otros.

6. Comercio exterior

La balanza comercial de la papa colombiana es negativa para el país en razón al crecimiento de las importaciones de papa procesada en forma de producto precocido congelado y la pérdida del mercado de papa fresca en Venezuela. El programa de fortalecimiento de las exportaciones se basa en las siguientes estrategias:

1. Identificación y caracterización de mercados externos actuales y potenciales.
2. Caracterización de la oferta exportable actual e identificación de nichos productivos potenciales.
3. Concertación, formulación, gestión e implementación de planes de negocios.
4. Participación en misiones comerciales, ruedas de negocios y ferias de alimentos.

7. Sistema de Información

La cadena de la papa adolece de información oportuna y confiable sobre el sistema productivo y sus principales indicadores que son necesarios para la toma de decisiones y la planificación.

Dado que con los diferentes programas que componen este plan se vincularán de forma directa cerca de 17 mil productores, se dispondrá de información relacionada con recolección, acopio, procesamiento, análisis y difusión de datos sobre las principales variables del sistema productivo, tales como superficie sembrada, producción, rendimientos, variedades, épocas de siembra y cosecha, características de los productores y de los predios, así como información relacionada con alertas climáticas, estado fitosanitario de los cultivos y, precios y mercados, entre otros. Al respecto se plantea el diseño y operación de una plataforma que opere en forma oportuna los diferentes flujos de información.

8. Programa de investigación:

Este programa estará orientado a generar desarrollos tecnológicos en tres áreas prioritarias:

- Desarrollo de nuevas variedades de papa. Este proyecto está enfocado a generar materiales que respondan eficientemente a las demandas del mercado, bien sea de fresco o procesado, que se caractericen por su precocidad, resistencia a factores bióticos y abióticos, mejores contenidos nutricionales y excelente calidad culinaria.

- Desarrollo de alternativas de procesamiento industrial no convencionales a partir de papa como materia prima. Este proyecto adelantará procesos de validación tecnológica que permitan la implementación en el mediano plazo de plantas de procesamiento industrial para la obtención de productos alternativos al mercado actual de hojuelas y de papa precocida congelada. Se pondrá particular énfasis en la validación de tecnologías de bajo costo que permitan una transformación mínima que involucre el pelado y la conservación sin congelamiento de la papa, de tal manera que con este producto se logre impulsar un crecimiento significativo del consumo de la papa en los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4.

- Desarrollo de alternativas para el manejo integrado del cultivo. Este proyecto se orientará a la generación de tecnologías que impliquen la disminución de los

costos de producción, la eficiencia en el manejo de los recursos y el incremento de la productividad. Se dará prioridad a proyectos de investigación aplicada en: manejo y conservación de suelos, uso eficiente del recurso hídrico, fertilización balanceada y manejo de enfermedades presentes en el suelo y semilla.

El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, el Fondo Nacional de Fomento de papa y el Consejo Nacional de la Papa, establecerán los términos de referencia para la selección de los ejecutores de los programas de investigación mencionados, dando especial tratamiento a aquellas propuestas que presenten alianzas interinstitucionales en las que participe la academia, los centros de investigación y las organizaciones de productores, a partir de la conformación de redes de conocimiento e innovación.