

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA
DE AMAZONAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROPUESTA DE LA CADENA COMERCIAL DE LA PAPA PARA
MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL DISTRITO DE LEVANTO-
PROVINCIA DE CHACHAPOYAS- REGIÓN AMAZONAS - 2017”.**

Autores: Bach. DAVID TAFUR TUESTA

Bach. JHONAN FERNANDO BARBOZA INGA

Asesor: MscM. YURI REINA MARÍN

CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA
DE AMAZONAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROPUESTA DE LA CADENA COMERCIAL DE LA PAPA PARA
MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL DISTRITO DE LEVANTO-
PROVINCIA DE CHACHAPOYAS- REGIÓN AMAZONAS - 2017”.**

Autores: Bach. DAVID TAFUR TUESTA

Bach.JHONAN FERNANDO BARBOZA INGA

Asesor: MscM. YURI REINA MARÍN

CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre Amalia, por ser el apoyo más importante, por demostrarme siempre su cariño y apoyo absoluto. A mi tía Clara Mercedes a quien quiero como una madre, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento.

David

El presente trabajo de investigación lo dedico en primer lugar a Dios por darme la vida, la sabiduría para poder realizar este trabajo, A mi madre por su apoyo incondicional y cumplir este objetivo, a mi abuela que aún está con vida, a mi abuelo que en paz descansa que con sus sabios consejos me enseñó el camino correcto que debo seguir, a mi alma mater que me acogió en su centro de estudios para formarme profesionalmente y a mí compañero de tesis que juntamente pudimos concluir esta investigación .

Fernando.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida, a mi madre que con su ejemplo y sabios consejos me ha enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada.

A mi tía Mercedes y mi tío Jorge, por su apoyo incondicional y por demostrarme la gran fe que tiene en mí.

También me gustaría agradecer a mis profesores, que durante toda mi carrera profesional han aportado con un granito de arena a mi formación académica.

David

Me gustaría que estas líneas sirvieran para expresar mi más profundo y sincero agradecimiento a nuestro asesor MscM. Ing. Yuri Reina Marín, por su paciencia, dedicación, orientación y compartir con nosotros sus conocimientos.

A los señores miembros del jurado Mg. Juan Manuel Buendía Fernández, Mg. Adolfo Cacho Revilla, Eco. Dante Alfaro Mendoza, quienes han contribuido en la preparación de este trabajo de investigación.

Fernando

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA DE AMAZONAS**

Dr. Policarpio Chauca Valqui
RECTOR

Dr. Miguel Ángel Barrena Gurbillón
VICERRECTOR ACADÉMICO

Dra. Flor Teresa García Huamán
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN

Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar
**DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

LA PRESENTE TESIS HA SIDO APROBADO POR EL PRESENTE JURADO



.....
Mg. Juan Manuel Buendía Fernández
PRESIDENTE



.....
Eco. Dante Rafael Mendoza Alfaro
SECRETARIO
Accesitario



.....
Mg. Adolfo Cacho Revilla
VOCAL

VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, MscM. Ing. Yuri Reina Marín, identificado con DNI N° 09671063, con domicilio en el Jr. Miraflores 224 Chachapoyas, docente Auxiliar nombrado a tiempo completo en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas de la Facultad de Ingeniería Zootecnista, Agronegocios y Biotecnología y Escuela Académico de Agronegocios dejo constancia de estar asesorando a los Bachilleres en Administración de Empresas; David Tafur Tuesta y Johan Fernando Barboza Inga, en su tesis titulado:

PROPUESTA DE LA CADENA COMERCIAL DE LA PAPA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL DISTRITO DE LEVANTO- PROVINCIA DE CAHCAHPOYAS-REGIÓN AMAZONAS – 2017.

Así mismo dejo constancia que he revisado el informe para su respectivo empastado.

Por lo indicado doy fe y visto bueno.

Chachapoyas, 29 Abril del 2019



MscM. Yuri Reina Marín
ASESOR



ANEXO 2-0

DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO

Yo, David Tafur Tuesta....., identificado con DNI 47154588
estudiante de la Escuela Profesional de
Administración de Empresas.....de la Facultad de
Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional
Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor de la tesis titulada:

Propuesta de la cadena Comercial de la papa para mejorar la competitividad del distrito de Levanto.

La misma que presento para optar:

El Título de Lic. Administración de Empresas.....

2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo toda responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNTRM en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones civiles y penales que de mi acción se deriven.

Chachapoyas, 29 de Abril.....de 2019.


47154588



ANEXO 2-O

DECLARACIÓN JURADA DE NO PLAGIO

Yo, Jhonan Fernando barboza Inga, identificado con DNI 46846790
estudiante de la Escuela Profesional de
Administración de Empresas de la Facultad de
Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional
Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor de la tesis titulada:

Propuesta de la cadena comercial de la papa para mejorar la competitividad del distrito de Leonta.
La misma que presento para optar:


El título de Lic. Administración de Empresas

2. La tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo toda responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis, así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNTRM en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones civiles y penales que de mi acción se deriven.

Chachapoyas, 29 de Abril de 2019.


46846790





ANEXO 3-N

**ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

En la ciudad de Chachapoyas, el día 13 de Diciembre del año 2018, siendo las 11.00 horas, el aspirante Johan Fernando Barboza Tuga defiende en sesión pública la Tesis titulada: Propuesta de la Cadena de Comercio para Mejorar la Competitividad del Distrito de Levalta, Provincia de Chachapoyas, Región Amazonas, 2017

para obtener el Título Profesional de licenciado en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente : Juan Manuel Buedis Fernandez
Secretario : Dante Rafael Hernandez Alfaro
Vocal : Adolfo Cacho Revilla



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y método, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto, a fin de que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12.00 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

[Signature]
SECRETARIO

[Signature]
VOCAL

[Signature]
PRESIDENTE

OBSERVACIONES:



ANEXO 3-N

**ACTA DE EVALUACIÓN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL**

En la ciudad de Chachapoyas, el día 12 de Diciembre del año 2018, siendo las 11.00 horas, el aspirante David Tzfor Tuesta defiende en sesión pública la Tesis titulada: 'Propuesta de la Codena Comercial para Mejorar la Competitividad del Distrito de Levanto, Provincia de Chachapoyas, Región de Amazonas, 2017'

para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, ante el Jurado Evaluador; constituido por:

Presidente : Juan Manuel Blandís Fernández
Secretario : David Rafael Mendoza Alfaro
Vocal : Adolfo Cacha Revilla



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y método, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto, a fin de que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12.00 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	v
LA PRESENTE TESIS HA SIDO APROBADO POR EL PRESENTE JURADO	vi
VISTO BUENO DEL ASESOR.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	xxi
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS	xvii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. OBEJETIVOS	5
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	5
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
2.4 JUSTIFICACIÓN	5
III. MARCO TEÓRICO	6
3.1 ANTECEDENTES.....	6
3.1.1 Antecedente internacional	6
3.1.2. Antecedente nacional	10
3.1.3. Antecedente local	13
3.2 BASES TEÓRICAS.....	16
3.2.1. La cadena productiva	16
3.2.2. La comercialización de la papa	17
3.2.3. La importancia socio- económico de la papa.....	18
3.2.4. La cadena agroalimentaria	18
3.2.6. Costos de producción.....	20
3.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	20
3.3.1. La papa.....	20

3.3.2. Agrocadena productiva	21
3.3.4. Cadena de valor.....	22
3.3.5. Actividades primarias	22
3.3.6. Actividades de apoyo	23
3.3.7. Asociatividad	23
3.3.8. Las formas asociativas más comunes en el Perú.....	25
3.3.9. La cadena de la papa en la última década	31
IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....	35
4.1 OBJETO DE ESTUDIO	35
4.2 POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	35
4.3 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	35
4.4 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	36
4.5 TÉCNICAS	36
4.6 INSTRUMENTOS.....	36
4.7 PROCEDIMIENTOS.....	36
4.8 ANÁLISIS DE DATOS.....	37
V. RESULTADOS	37
5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA SOCIAL	38
5.2 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA.....	41
5.3 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA TECNOLÓGICA	55
5.4 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN	57
5.5 CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA DE PRODUCCIÓN DE PAPA DEL DISTRITO DE LEVANTO.	64
5.5.1. Generalidades básicas	65
5.6 DETERMINACIÓN ACTUAL DE LA CADENA COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA	70
5.7 ACTORES DE LA CADENA	72
5.7.1. Productor.....	72
5.7.2. Acopiadores rurales.....	72
5.7.3. Mayoristas locales.....	72
5.7.4. Mayoristas en otras ciudades	73

5.7.5. Minoristas locales	73
5.7.6. Minorista en otras ciudades.....	73
5.7.7. Procesadores.....	73
5.7.8. Proveedores	74
5.7.9. Supermercados	74
5.7.10. Consumidores.....	74
5.7.11. Entidades reguladoras	75
5.7.12. Gobierno Regional Amazonas	75
5.7.13. Gobiernos Locales.....	75
5.7.14. Senasa.....	75
5.7.15. Foncodes	75
5.7.16. Sunat.....	75
5.7.17. Minagri.....	75
5.8 COSTOS DE PRODUCCIÓN ANÁLISIS FINANCIERO.....	75
5.9 PROPUESTA DE LA CADENA COMERCIAL DE LA PAPA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL DISTRITO DE LEVANTO.	77
5.9.1. Objetivo general	77
5.9.2. Objetivos específicos	77
5.9.3. Eslabón de Producción.....	78
5.9.4. Eslabón de asociación de productores	78
5.9.5. Eslabón de Comercializadores	79
5.9.6. Eslabón de Consumidores	79
5.9.7. Entidades de Apoyo	79
5.9.8. Implementación de un centro de acopio	82
5.9.9. Servicios integrados del centro de acopio.....	82
5.9.10. Oportunidades y desafíos	84
VI. DISCUSIÓN	85
VII. CONCLUSIONES.....	88
VIII. RECOMENDACIONES	89
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	90
X. ANEXOS	93

10.1 ANEXO A Ficha técnica de la encuesta aplicada.....	93
10.2 ANEXO B Panel fotográfico	102

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 <i>Asociatividad para el comercio.</i>	27
Cuadro 2 <i>Edades de los productores encuestados</i>	38
Cuadro 3 <i>Servicios con los que cuenta la casa que habita del encuestado</i>	40
Cuadro 4 <i>Instituciones educativas existentes en la comunidad estudiada.</i>	40
Cuadro 5 <i>Instituciones de salud existentes en la comunidad estudiada.</i>	41
Cuadro 6 <i>Otras actividades agrícolas que de dedica el agricultor</i>	44
Cuadro 7 <i>Cantidad de días de trabajo de yunta por hectárea y el costo diario de la yunta</i> ...	50
Cuadro 8 <i>Cantidad de abono que aplican al cultivo de papa por hectárea y el costo por quintal.</i>	52
Cuadro 9 <i>Cantidad de obreros que se utilizan por hectárea para las actividades de cultivo de papa y costo diario por cada obrero</i>	54
Cuadro 10 <i>Medios que acuden los productores para asesoramiento técnico</i>	56
Cuadro 11 <i>Herramientas, equipos y maquinarias tecnológicas que usan en las actividades de cultivo de papa</i>	56
Cuadro 12 <i>Factores que afectan el precio de la producción</i>	57
Cuadro 13 <i>Cantidad de la producción total que destinan al consumo del hogar</i>	62
Cuadro 14 <i>Principal medio de transporte utilizado para transportar la papa para su venta.</i>	62
Cuadro 15 <i>Tiempo de transporte utilizado para trasladar la papa desde el cultivo al centro de acopio</i>	63
Cuadro 16 <i>Distribución de los cultivos de papa por provincias en la region Amazonas</i>	68
Cuadro 17 <i>Costos promedios para producir 01 hectárea de papa en el distrito de Levanto</i>	76
Cuadro 18 <i>Análisis financiero de la producción de papa</i>	77

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pag.
Figura 1 <i>Formas asociativas (Fuente, Ministerio de la producción)</i>	25
Figura 2 <i>Unos objetivos de la asociatividad (Fuente: Guía asociatividad para el comercio exterior- Mincetur, 2013)</i>	28
Figura 3. <i>Ventajas que Brinda la Asociatividad (Fuente: Guía asociatividad para el comercio exterior-Mincetur, 2013)</i>	30
Figura 4. <i>Semejanzas y diferencias entre los diferentes modelos asociativos (Fuente: Guía Asociatividad para el Comercio Exterior-Mincetur, 2013</i>	30
Figura 5. <i>La Cadena Productiva de la Papa (Fuente:Ordinola, 2009)</i>	32
Figura 6 <i>Mercados para la Papa (Fuente:Proexpansión, 2012)</i>	33
Figura 7. <i>Nivel educativo de los encuestados (Fuente:Elaboración propia)</i>	38
Figura 8. <i>Tenencia de la casa que habita de los encuestados (Fuente:Elaboración Propia)</i>	39
Figura 9. <i>Material predominante con lo que está construido la vivienda de los entrevistados (Fuente:Elaboración Propia)</i>	39
Figura 10. <i>Tiempo de dedicación a la producción de papa (Fuente:Elaboración Propia)</i> 41	
Figura 11. <i>Cantidad de veces de producción de papa al año (Fuente:Elaboración Propia)</i>	42
Figura 12. <i>Cantidades de hectáreas de terreno que posee cada productor (Fuente:Elaboración Propia)</i>	42
Figura 13. <i>Rendimiento de producción de papa por hectárea (Fuente:Elaboración Propia)</i>	43
Figura 14. <i>Grado de Tenencia de las Tierras que Cultivan (Fuente:Elaboración Propia)</i> 44	
Figura 15. <i>Formalización de la tenencia de las tierras que cultivan los encuestados (Fuente:Elaboración Propia)</i>	45
Figura 16. <i>Formas de sistemas de riego utilizadas por los productores (Fuente:Elaboración Propia)</i>	46
Figura 17. <i>Variedades de papa que cultivan (Fuente:Elaboración Propia)</i>	46
Figura 18. <i>Tipo de semilla de papa que cultivan (Fuente:Elaboración Propia)</i>	47
Figura 19. <i>Obtención de las semillas (Fuente:Elaboración Propia)</i>	47

Figura 20. Costo de la semilla de papa (Fuente:Elaboración Propia)	48
Figura 21. Cantidad de semilla de papa utilizada por hectárea (Fuente:Elaboración Propia).....	48
Figura 22. Métodos utilizados de selección se semillas de papa (Fuente:Elaboración Propia).....	49
Figura 23. Sistemas que usan para el manejo y acondicionamiento del terreno (Fuente: Elaboración Propia)	49
Figura 24. Realización del control de plagas (Fuente: Elaboración propia.....	50
Figura 25. Costo del control de plagas de los cultivos de papa (Fuente: Elaboración Propia).....	51
Figura 26. Financiamiento de alguna entidad financiera. Elaboración propia.....	52
Figura 27. Tipo de seguro que tienen los cultivos de los productores de papa (Fuente: Elaboración Propia).....	53
Figura 28. Factores que afectan el rendimiento de la producción de papa (Fuente: Elaboración Propia).....	54
Figura 29. Introducción de innovación en los últimos años en el cultivo de papa (Fuente: Elaboración Propia)	55
Figura 30. Precio de la Papa en Chacra (Fuente: Elaboración Propia)	58
Figura 31. Presentación del comercio de la Papa (Fuente: Elaboración propia)	59
Figura 32. Determinación del Precio de la Papa (Fuente: Elaboración propia)	59
Figura 33. Canales de Comercialización de la Papa (Fuente: Elaboración propia).....	60
Figura 34. Encuesta realizada a la población de la localidad de Levanto con respecto si existe una marca comercial de la papa que producen (Fuente: Elaboración Propia)	61
Figura 35. Encuesta realizada a la población de la localidad de Levanto con respecto si existe una asociación de productores de papa (Fuente: Elaboración Propia).....	61
Figura 36. Costo de transporte para traslado de papa al centro de acopio (Fuente:Elaboración Propia)	63
Figura 37. Mercado al cual está dirigida la producción de papa del distrito de Levanto ..	64
Figura 38. Provincia de Chachapoyas. Fuentes MIDIS-DGSYE	65
Figura 39. Producción de papa en el Perú por regiones. Fuente: MINAGRI-DGESEP a través de la elaboración de la DGPA-DEEIA, año 2016	66

Figura 40. Rendimiento promedio de papa en el Perú por regiones. Fuente: MINAGRI-DGESEP a través de la elaboración de la DGPA-DEEIA, año 2016.....	67
Figura 41 Distribución del cultivo de la papa por distritos de la provincia de Chachapoyas Fuente: DRA – Amazonas 2011/2012. Elaboración: Equipo PAT.....	69
Figura 42. Flujos de comercialización de papa del distrito de Levanto Fuente: Elaboración propia en base de Alarcón (1994) pag. 18 – centro de acopio de la papa.....	71
Figura 43. Propuesta de mejora de la cadena comercial de la papa del distrito de Levanto Fuente: Elaboración propia en base de Alarcón (1994).pag. 18	81
Figura 44. Diseño aproximado de un centro de acopio para almacenamiento de papas (capacidad 160 TM) Fuente: Elaboración en base de información de Oscar Delgado, CAPAC Perú, pag. 69	84

RESUMEN

La papa es un alimento básico que pertenece a la familia de tubérculos y raíces. El funcionamiento de la cadena de la papa ocurre en un determinado espacio y tiempo, con circunstancias que inevitablemente ejercen influencia sobre este. La papa es uno de los cultivos más riesgosos en el sector agrícola, lo cual explica en gran parte la alta variabilidad de los flujos de ingresos de los agricultores. El objetivo principal de la investigación es evaluar la propuesta de la cadena comercial de la papa para incrementar la competitividad del distrito de Levanto. El problema planteado es si la propuesta de la cadena comercial de la papa en el distrito de Levanto permitirá mejorar la competitividad de los agricultores dedicados a esta actividad. La hipótesis planteada es que la propuesta de la cadena comercial de la papa mejorará la competitividad del distrito de Levanto. La muestra seleccionada fue de 131 unidades productivas de una población total de 199 unidades productivas, criterio que se utilizó en esta investigación. Los métodos utilizados fueron la revisión de documentos, archivos, entrevistas y encuestas. En relación a los resultados obtenidos se sabe que: El rendimiento por hectárea fluctúa entre 9 y 15.3 toneladas, el quien determina el precio es el acopiador y la mayor producción de papas es de la variedad Huayro y Amarillo y no existe ninguna asociación de productores de papa en la localidad.

Palabras clave: Cadena comercial, cadena productiva, competitividad, papa.

ABSTRACT

Potato is a staple food that belongs to the family of tubers and roots. The functioning of the potato chain occurs in a certain space and time, with circumstances that inevitably influence it. Potato is one of the most risky crops in the agricultural sector, which largely explains the high variability of farmers' income flows. The main objective of the research is to evaluate the proposal of the commercial chain of the potato to increase the competitiveness of the district of Levanto. The problem is whether the proposed commercial chain of potatoes in the district of Levanto will improve the competitiveness of farmers engaged in this activity. The hypothesis is that the proposal of the potato commercial chain will improve the competitiveness of the district of Levanto. The sample selected was 131 productive units out of a total population of 199 productive units, a criterion used in this research. The methods used were the review of documents, files, interviews and surveys. In relation to the results obtained it is known that: The yield per hectare fluctuates between 9 and 15.3 tons, the one who determines the price is the collector and the greater production of potatoes is of the variety Huayro and Amarillo and there is no association of producers of potato in the locality.

Keywords: Commercial chain, productive chain, competitiveness, potato

I. INTRODUCCIÓN

La producción mundial de papa fresca se ubica en 385 millones de toneladas conforme a los datos de FAO correspondientes al año 2014 (último año en que se registra información). En el período que abarca desde el año 2005 al año 2014 se registró un crecimiento de la producción global del 17,8%, el cual fue impulsado por los mayores países productores, India que registró un incremento del 61% y China 18%. La superficie total destinada a este cultivo fue de 19,2 millones de hectáreas lo cual arroja un rendimiento promedio mundial de 20 toneladas por hectárea. Si bien China es el mayor productor con un volumen de 96 millones de toneladas, su rendimiento por hectárea es uno de los más bajo, siendo tan solo de 17 toneladas. Prácticamente el 60% de la producción mundial es realizada por 6 países, China con una participación del 24,95%, seguido por India con el 12,05%, F. de Rusia 8,18%, Ucrania 6,15%, EEUU 5,21%, y Alemania 3,01%. El 40% restante se distribuye entre más de 100 países.

El comercio internacional es de aproximadamente 12 millones de toneladas por un valor aproximado de 4.000 millones de dólares. En general el intercambio se realiza entre países de un mismo bloque comercial o relativamente cercanos, generándose una disminución de los costos de transporte y una rápida cobertura de las demandas puntuales, permitiendo de esta forma la competencia en los distintos mercados.

Durante el año 2015 el 47,4% de las exportaciones fue realizada solo por tres países, siendo Francia el que comercializó el mayor volumen, 1,94 millones de toneladas representando el 18% del total mundial, en segundo término, se destaca Alemania con el 15,4%, seguido por Países Bajos con el 14%. Es de destacar que los principales mercados de destino de las exportaciones de estos países son los miembros de la UE. Por otro lado, también son importantes los despachos de Bélgica, Egipto, Canadá, EEUU y China, los cuales participan con el 25,3% del total mundial.

Entre los principales países importadores, prevalecen los miembros de la UE que se abastecen en gran medida de los socios del mismo bloque. Países Bajos y Bélgica son los de mayor participación manteniendo una regularidad en sus compras, siendo los volúmenes del año 2015 de 1,73 y 1,56 millones de toneladas respectivamente, le siguen España e Italia cuyas necesidades superan las 600 mil toneladas, en total unos 200 países requieren mercadería para cubrir su consumo interno.

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

Los productores de papa a nivel nacional no son homogéneos: existen diversos tipos de productores que varían desde los más integrados a los mercados (tanto de bienes como de factores), hasta los productores de autoconsumo. Por ende, las cadenas de valor que giran en torno a este tubérculo pueden variar, ya sea por tipo de productor o porque se modificaron ciertos eslabones, siendo el más común el de la comercialización. Actualmente, 19 de las 24 regiones del país, producen papa. La región con mayor participación en la producción total nacional es Puno (15%) debido a que posee grandes extensiones para el cultivo. No obstante, hay otras regiones importantes como Huánuco (11%), Junín y La Libertad con 9% cada una y, a Cajamarca (8%) que en el 2010 se incorporó al grupo de las regiones más productoras. La mayor proporción de papa en general se produce en la Sierra con el 69%, la diferencia se produce en la Costa. Arequipa, Ica y Junín, lideran la lista de regiones con mayores niveles de rendimiento, seguidas por La Libertad, con 24.8, 18.2, 16.1 y 14.4 t/ha.

La cosecha de papa se concentra entre febrero y junio de cada año y se puede afirmar que todas las regiones productivas tienen periodos de cosecha entre abril y mayo, a excepción de Ica, según se muestra en el siguiente cuadro. Por su parte, las regiones Amazonas, Arequipa, Cajamarca, Ica, Lima, Moquegua y Tacna tienen El tiempo de cosecha varía de acuerdo a la altitud de la región. Por esta razón, zonas que se encuentran entre 3,500 y 4,100 m.s.n.m. tienen cosechas en los meses de abril, mayo y junio.

La cadena de la papa está conformada por todos los actores que intervienen directa e indirectamente en la agregación de valor del producto final y se desenvuelven en un entorno donde el Estado aplica determinadas políticas y se generan eslabonamientos espontáneos con distintas actividades.

Esta cadena está concentrada en la Sierra y se caracteriza por estar conformada por pequeñas unidades productivas, con bajos niveles de productividad, un limitado acceso a infraestructuras, servicios privados y públicos, y una difícil inserción al mercado.

El término cadena productiva es definido como “un sistema conformado por actores con características y roles específicos, que desarrollan actividades interrelacionadas e interdependientes alrededor de la evolución y desempeño de un producto, desde la producción local hasta el consumo, con el fin de generar competitividad para el desarrollo local”.

Si bien cada actividad adiciona un valor al producto final y por ello se les suele definir como eslabones, a la vez, tiene interacciones con determinados tipos de demanda y con otros actores, lo que significa que operan como mercados. En la última década, algunos de los mercados que se pueden distinguir en la cadena productiva, se mostraron más dinámicos que otros o adquirieron mayor protagonismo, como sucedió en el caso de la comercialización y la transformación.

La importancia del cultivo de la papa es a nivel nacional e internacional: la papa ocupa el cuarto puesto dentro de los alimentos básicos en la dieta de la población mundial.

De esta forma, contribuye a reducir el déficit alimenticio en los países pobres, más aún en un contexto en el que los productos sustitutos inmediatos muestran ciertos signos de escasez en los últimos años (como es el caso del arroz y del trigo, cuyo consumo también es masivo). En nuestra nación, la papa es considerada un producto de primera necesidad en la canasta básica de consumo, sobre todo en la población pobre del sector rural, donde los niveles de autoconsumo del producto superan el 50% de su producción total (Venero, 2008).

El mercado de la papa en Amazonas, se puede considerar como un mercado tradicional, caracterizado por el desorden, la desconfianza y el marcado poder de los mayoristas, en desmedro de los pequeños productores. Este poder tendría su sustento en la posesión de capital, de medios de transporte y un vasto conocimiento de la operatividad del mercado mayorista. Por otro lado, los pequeños productores de papa emplean el canal indirecto percibiendo un menor margen y rentabilidad con respecto a los medianos y grandes productores. Sólo la comercialización conjunta permitiría a los pequeños productores colocar volúmenes significativos en el mercado, accediendo a canales con menos

intermediarios y mejorando su rentabilidad. Para ello es necesaria la formación de organizaciones que puedan dirigir el proceso de comercialización en los niveles local, regional y nacional (La Torre & Zagaceta, 2016).

La problemática de la agricultura amazonense constituye siempre un punto de discusión y polémica, pues diversos componentes de la sociedad cuentan al menos con una propuesta de cómo apoyar al sector agropecuario, para que sea el ente dinamizador de la economía interna y ayude a superar las dificultades regionales. En el mismo sentido, la problemática actual de la agricultura comercial en Amazonas, puede estudiarse desde cuatro perspectivas diferentes: los aspectos físicos, los aspectos técnicos, los aspectos sociales y los aspectos económicos o bien en una combinación de ellos.

El distrito de Levanto, se encuentra ubicado en ceja de selva en la parte sur de la provincia de Chachapoyas, a una altura de 2,400 m.s.n.m, los pobladores se encuentran organizados en comunidades campesinas, en las partes media existe escasez de agua, esto hace que los agricultores realicen quema y roza de los terrenos, así como deforestación de los bosques relictos en las partes altas con el fin de ganar terrenos para la agricultura.

El nivel de alfabetización alcanza aproximadamente el 90% de la población, la dieta habitual se basa en el consumo de arroz, papas, hortalizas, frejoles, arvejas, habas, maíz y productos derivados del ganado bovino como leche y quesillo. El suministro de proteínas se da a través del cuy y aves de corral. También consumen bebidas preparadas con hierbas como anís, hierba luisa, manzanilla y otras hierbas aromáticas. La mayoría de los pobladores obtienen sus ingresos económicos de la venta de productos agrícolas. Entre los cultivos más sobresalientes para la comercialización están la papa, el maíz y las hortalizas. La comercialización se realiza en la misma comunidad y en la ciudad de Chachapoyas. El rubro de salario como empleado es 12%, este representa a las personas que prestan servicios como profesores de escuela, atención en hospedajes, enfermeros, cargos públicos, otro tipo de ingresos lo constituyen los transportistas (Apeco, 2009).

Al respecto la problemática existente en la agricultura, en este caso en relación con la siembra, cosecha y posterior comercialización de las diferentes variedades de papa que se producen en el distrito de Levanto, es que se sigue comercializando estos como productos primarios, es decir sin darle ningún valor agregado. Por otro lado, el agricultor al no tener un costo real de producción de este tubérculo y al no existir un consenso en relación al

precio mínimo que se debe pagar por este, los agricultores obtienen bajos márgenes de ganancia. Esto conduce a que los agricultores busquen cada vez ampliar la frontera agrícola para seguir produciendo este tubérculo. De esta manera se sigue perjudicando al medio ambiente por la falta de tecnificación y el uso de abonos y fertilizantes químicos.

II. OBEJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la propuesta de la cadena comercial de la papa para incrementar la competitividad del distrito de Levanto.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un diagnóstico de la situación actual de la cadena comercial de la papa en el distrito de Levanto.
- Identificar a los agentes que conforman la cadena comercial de la papa del distrito de Levanto.
- Proponer el desarrollo de la cadena comercial de la papa en el distrito de Levanto.

2.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera la propuesta de la cadena comercial de la papa en el distrito de Levanto permitirá mejorar la competitividad de los agricultores dedicados a esta actividad?

2.4 JUSTIFICACIÓN

- **Social:** Esta investigación pretende servir de referente a las organizaciones existentes y aquellas que se formarían, para buscar una alternativa diferente para mejorar su competitividad en el mercado, contribuyendo así a la creación de más empleos y a la mejora de la calidad de vida de aquellos que están relacionados con esta actividad productiva.
- **Teórica:** Existe pocos estudios en nuestra región en relación a este tema, es por eso que nos enfocaremos en estudios realizados a nivel nacional e internacional.
- **Ambiental:** En relación a la propuesta de la cadena comercial de la papa para el distrito de levanto, el desarrollo de esta contempla el cuidado al medio ambiente a través del uso de materiales reciclables y biodegradables, así como las consideraciones que se debe tener en generar el menor daño posible al medioambiente.

- **Profesional:** El proyecto de investigación propuesta de la cadena comercial de la papa para mejorar la competitividad de los agricultores del distrito de Levantoprovincia de Chachapoyas-región Amazonas-2017, se integrarán en un referente para las diversas iniciativas de mejora en relación a este tema.
- **Metodológica:** La metodología a emplear ha sido validada y dotada de confiabilidad, por investigaciones sobre el desarrollo de cadenas productivas y de valor similares, en cuanto a las técnicas, herramientas e instrumentos, tales como entrevistas, encuestas, cuestionarios, documentos técnicos normativos, registros y reportes.

III. MARCO TEÓRICO

3.1 ANTECEDENTES

3.1.1 Antecedente internacional

(Rivera & Herrera, 2011).Procesamiento de papa criolla precocida y congelada mediante la técnica de congelación individual (iqf), en seis genotipos promisorios de papa criolla (*Solanum Phureja*). (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Colombia, Colombia.

El objetivo fue evaluar dos diferentes tratamientos para la papa criolla, procesada mediante pre cocido y congelado, contrastados con un testigo pre cocido y refrigerado. La metodología empleada este estudio se realizó en el laboratorio de Poscosecha de frutas y verduras, de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá. En relación a la muestra se trabajó con papa criolla (*Solanum phureja*), comprada en la central mayorista de Corabastos Bogotá en estado fresco, procedentes de los cultivos del altiplano Cundi-Boyacense. La preparación de las muestras (pre cocción) sometidas a los diferentes tratamientos, consistió en: lavado, desinfectado, escaldado durante 8 minutos en agua a 80°C, escurrido/enfriado a temperatura ambiente y almacenado sin empacar, en canastas plásticas, durante 24 horas, en refrigeración convencional a Temperatura Ambiente Aproximada (TAA) de 5 °C. El producto se sometió a tres (3) diferentes tratamientos: Congelación criogénica aquí se utilizó 60 kg de papa, se utilizó un equipo tipo gabinete en tres (3) repeticiones de aproximadamente 20 kg cada una. En la congelación convencional se utilizó 10 kg de papa que fueron llevados en una canasta plástica, para congelarlos en un equipo convencional, a TAA de -18°C y para el control refrigerado se tomó una muestra de 10 kg, la cual se empacó en bolsas plásticas de ½ kg, las cuales continuaron en

almacenamiento refrigerado con TAA de 5°C. Los autores concluyen: En la papa precocida y congelada la ausencia de defectos, el aroma, sabor y el color de la piel son los atributos más importantes.

La papa precocida conservó sus características organolépticas iniciales por más de seis meses de almacenamiento.

A partir de las exigencias de los consumidores en los diferentes productos se debe priorizar la búsqueda, por parte de los fitomejoradores, de los atributos de calidad necesarios para el proceso de pre cocción, entre estos se destacan: tubérculos redondos y pequeños, con ojos superficiales, piel lisa, color característico a la papa criolla y bajo contenido de materia seca. En relación a la contribución al presente trabajo de investigación es que ofrece nuevas alternativas para poder alargar la vida útil del producto, así como darle un valor agregado.

(Bautista & Leon, 2010)Evaluación del rendimiento del cultivo de la papa (*Solanum Tuberosum*) variedad chaucha con el manejo fisionutricional (mfn) frente al manejo tradicional en la hacienda “san patricio” ubicada en la parroquia tomebamba del canton paute provincia del Azuay. (Tesis de pregrado) Universidad Politécnica Salesiana Cuenca, Ecuador.

Esta investigación tuvo como objetivo evaluar la producción de la papa variedad chaucha con la aplicación del manejo Fisionutricional. La presente investigación tuvo lugar en el sector naste alto de la parroquia Tomebamba, Canton Paute, provincia del Azuay, situada a 16 km al noreste del centro cantonal de Paute. La misma que presenta las siguientes características: temperatura de 12-13 °C, pluviosidad 1000 mm/añual, altura 2900 m.s.n.m, humedad relativa 80%, velocidad del viento 1.5-2 m/seg, longitud 78°41 38”, latitud 2°42 41”. Se estudió el efecto del manejo Fisionutricional, como complemento de la fertilización edáfica en comparación con el manejo tradicional de la zona en papa variedad chaucha. La aplicación de los tratamientos se realizó en 5 etapas (1. Enraamiento y desarrollo vegetativo, 2. Estoloneo, 3. Formación de tubérculos, 4. Llenado de los tubérculos, y 5. Engrose de los tubérculos) a los 25, 40, 60, 80 y 90 días de la siembra respectivamente, se utilizó productos Quifatex con las dosis recomendadas por el fabricante.

Para el análisis estadístico se utilizó diseño de bloques completamente al azar y para las pruebas de significación se utilizó la prueba de DUNCAN al 1 y al 5% de significación.

En el peso de los tubérculos a la cosecha por planta se conoció que no existe diferencia entre los tratamientos, existiendo únicamente un ligero aumento en los tratamientos T9 Y T4, que dieron 4,232 y 4,162 libras respectivamente, comparando con el testigo T12, que arrojó un peso de 2,994 libras. En lo que se refiere a la Relación Costo Beneficio concluimos mencionando que los tratamientos con mayor utilidad fueron el T9 Y T11 con \$ 194.96 y \$ 183.46 respectivamente, y la utilidad total del ensayo fue de \$ 1786.11, es decir que por cada dólar invertido se obtuvo \$ 1.78 y \$ 1.73 en los tratamientos T9 Y T11 respectivamente. Finalizamos comentando que no se obtuvieron altas producciones como se esperaba debido a varios factores que se presentaron durante el desarrollo del cultivo las cuales fueron: Las condiciones del suelo debido a que fue el período prolongado de sequía que se presentó durante el crecimiento del cultivo.

(Gomez, 2014) Análisis de la cadena productiva de la papa criolla en Colombia. (Tesis de pregrado) Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia.

El objetivo general de este proyecto fue Identificar los diferentes aspectos que afectan la cadena productiva de papa criolla para establecer un análisis cualitativo de los factores competitivos, tanto en el contexto nacional e internacional del sector de Cundinamarca.

La metodología para este proyecto se desarrolla a partir de un estudio de varias investigaciones o revisiones literarias relacionadas con la cadena productiva de papa criolla en Colombia, para poder realizar su posterior análisis y discusión por medio de un análisis DOFA que se planteara de acuerdo con la información recogida todo lo anterior teniendo en cuenta los siguientes temas a revisar:

- Análisis de la cadena productiva de la papa criolla en el departamento de Cundinamarca:
- Relaciones con la economía internacional.
- Relación con la economía nacional.
- Estructura del sistema agrario de la producción de papa criolla
- Funcionamiento del sistema productor de papa criolla.
- Interpretación y resultados.
- Competitividad y los actores en la producción:
- Factores determinantes de los costos de producción.
- Impacto de la comercialización de insumos y la provisión de servicios.

- Relaciones entre los productores y compradores
- Influencia del entorno mundial.
- Influencia del entorno comercial regional (y/o de los acuerdos).
- Papel de las instituciones públicas y de las organizaciones privadas.
- Impacto social y rural de la producción nacional.
- Factores determinantes de los costos de transformación industrial.
- Relaciones entre los industriales y los comerciantes.
- Influencia del entorno mundial
- Influencia del entorno comercial regional (y/o de otros acuerdos).

La autora concluye: Los diferentes aspectos identificados que afectan la cadena productiva de papa criolla son aspectos económicos, sociales, educativos, tecnológicos, legislativos y políticos ya que todos estos conforman un conjunto de posibles oportunidades y amenazas que llegan afectar a la cadena de una forma positiva y negativa, en Colombia de acuerdo con el análisis realizado en Colombia se presentan muchas oportunidades que pueden cambiar de forma positiva el mercado de la papa criolla tanto nacional como internacionalmente.

Los actores, eslabones de la cadena productiva de papa criolla se dividen en productores de materias primas, transportadores, acopiadores, procesadores industriales, distribuidores y consumidor final analizando el desempeño competitivo de cada uno de los eslabones en el mercado y el sistema productivo se puede evidenciar que existe una demanda creciente por productos de papa criolla a pesar de esto la cadena existe una falta de coordinación entre distintos eslabones y no se vislumbran procesos de integración tanto en el proceso productivo como en los de mercado y comercialización existiendo un escaso grado de asociatividad y agremiación. En donde las agroindustrias trabajan de forma individual sin establecer estrategias, por otro lado, los pequeños productores de la criolla poseen un nivel de vida caracterizado por la reducida escolaridad, escaso acceso a seguridad social y reducidos ingresos. Esta tesis contribuye en nuestra investigación porque nos indica algunos alcances que se debe considerar en la cadena productiva de la papa, a su vez identifica la problemática existente entre los diferentes eslabones que lo conforman y además nos indica que no existe un grado de asociatividad que les permita obtener mejores resultados.

3.1.2. Antecedente nacional

(Quispe, 2013) Análisis de la Cadena de Valor de la papa nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha – provincia de Andahuaylas – Apurímac. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

El objetivo general de esta investigación fue Analizar el desarrollo de las actividades de producción de la papa nativa e identificar a sus principales actores que generan competitividad a la cadena de valor de la papa nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha. Para la elaboración del presente estudio de investigación, se utiliza como base la metodología desarrollada por la Cooperación Técnica Alemana - GIZ que planteó una metodología denominada ValueLinks, para fomentar cadenas de valor.

Según esta metodología, el crecimiento económico se considera como una condición previa necesaria para aumentar los ingresos, asegurando que el ingreso adicional beneficie realmente a los grupos productores. El método a emplearse dentro de la investigación será:

Cadena de Valor. - Metodología de asesoría para mejorar el análisis e implementación de actividades en diferentes cadenas de valor y cadenas de servicios. Cuenta con conceptos parciales de otras organizaciones y las experiencias de unos 20 programas en África y Asia han sido incorporadas. Se considera como un paquete coherente y práctico de estrategias, instrumentos, herramientas y guías. Un elemento estratégico importante en el fomento de CdV es la cooperación con el sector privado en general y a través del instrumento PPP (Public Private Partnership).

Enfoque de Medios de Vida: Como complemento con el enfoque de Cadena de Valor, con la finalidad de analizar los recursos y las capacidades de los recolectores, los productores, y los pequeños empresarios rurales en el nivel de sus chacras, en relación con las estrategias de desarrollo de las cadenas de valor.

La población considerada en este proyecto de investigación son los distritos de Huayana y Pomacocha, que cuenta con una población constante que ha experimentado una ligera disminución en el último censo del año 2007. Huayana población 961, número de familias 220. Pomacocha población 972, número de familias 225.

Con el criterio principal de contar con un tamaño de muestra representativo a nivel de cada localidad, bajo el supuesto de una diferencia importante entre cada una de los dos distritos de estudio, se determinó un tamaño de muestra de 48 encuestas para el distrito de Huayana

y 44 encuestas para el distrito de Pomacocha. Con un total de 92 encuestas desarrolladas para ambos distritos. En relación a los resultados la población de los distritos de Huayana (94.4%) y Pomacocha (91.4%) están afectados por la pobreza.

El limitado acceso a servicios básicos (salud, educación), se ve condicionada por la débil presencia del Estado y el bajo nivel de ingresos que perciben cada familia. Estas comunidades cuentan con una organización comunal y un fuerte apego a sus terrenos agrícola, mostrando una enorme identificación con sus orígenes, que se manifiesta en la conservación de sus conocimientos y saberes tradicionales. El 100% de la población de Huayana y Pomacocha utilizan como principal idioma el quechua, estando el castellano como una segunda lengua. La principal actividad económica es la agricultura de autoconsumo, destacando los productos como la papa, maíz, quinua.

Para la campaña 2011- 2012 el distrito de Huayana tuvo una superficie de cultivo de 534 Has. Y el distrito de Pomacocha una superficie de 380 Has. La tecnología de producción es tradicional para ambos distritos, esta actividad es complementada con la actividad pecuaria, oferta de mano de obra y otras actividades. Los ingresos obtenidos a partir de estas actividades condicionan el nivel y calidad de vida de cada una de estas familias, lo cual se desarrolla dentro de la dinámica social en la cual interactúan.

El autor concluye: Los productores de papa nativa de los distritos de Huayana y Pomacocha, se caracterizan por tener pequeños terrenos de producción dispersos en diversos lugares, que son propiedad privada o de la comunidad. El cultivo de la papa nativa es considerada como su principal estrategia de vida, al constituir su principal fuente de alimento. Los rendimientos de producción por hectárea., para ambos distritos son bajos (5.5 tn/ha para Pomacocha y 6 tn/ha para Huayana), por tanto, la oferta al mercado es limitado, aunado a esta situación se tiene en cuenta factores externos como la presencia de plagas y enfermedades, eventos climáticos que inciden el nivel de producción para ambos distritos.

El nivel de precios en los mercados locales y regionales son muy bajos, lo que desincentiva a los productores en la comercialización del producto y el acceso a mercados segmentados es muy limitado ante la ausencia estrategias de marketing y adecuados canales que les permita vincularse con potenciales consumidores.

Este trabajo contribuye en nuestra investigación por que nos indica que la dependencia de un monocultivo y si este no tiene un manejo agronómico esta actividad no es sostenible en el tiempo.

(Chavez, 2014). Consideraciones para elaborar cadenas de valor con enfoque de mercado y sostenibles en el tiempo. Universidad Nacional Agraria la Molina. (Tesis de pregrado) Lima, Perú.

La biodiversidad Es fuente de insumos naturales para la producción de bienes y servicios, algunos más sofisticados que otros. Sacian necesidades, satisfacen deseos y permiten la vida de las personas. Es el recurso imprescindible para la producción económica. Es capital ecológico, riqueza actual y futura. Destruirla o no aprovecharla equivaldría a silenciar las posibilidades de crecimiento y desarrollo. En ese sentido, su conservación y uso son importantes. Es urgente su conservación, porque constituye la base genética de los recursos naturales vivos empleados en la agricultura y la ganadería.

Se ha señalado que, a pesar del crecimiento económico experimentado por el Perú durante la primera década del siglo XXI, la desigualdad y la pobreza se han mantenido presentes. Asimismo, que el buen desempeño económico de un grupo de la sociedad no basta para mejorar las condiciones de vida ni oportunidades de desarrollo de una parte de la población, aislada de los circuitos comerciales y/o mercado laboral.

El Estado puede enfrentar la pobreza con proyectos de infraestructura y programas de ayuda. Sin embargo, esas medidas no son suficientes. Si bien para elevar el nivel de vida de las familias pobres se necesita de la intervención del Estado como proveedor de bienes y servicios públicos, las familias pobres no dejan de tener una cartera de necesidades que solo se complace con los ingresos del jefe de familia.

Las tierras agrícolas disponibles en el Perú son 5,5 millones de hectáreas. De ellas 16% está en la costa, 52% en la Sierra y el 32% en la selva³⁰. Existen 1,7 millones de unidades agropecuarias, de las que el 55% son minifundios (unidades con menos de 3 hectáreas), 30% pequeñas parcelas (unidades de 3 a 10 hectáreas), 10% medianas parcelas (unidades de 10 a 30 hectáreas) y 5% grandes propiedades (unidades con más de 30 hectáreas).

Adicionalmente, la evidencia mayoritaria resultante de la observación del ámbito rural peruano revela un agente que ejercita la actividad agrícola prácticamente para satisfacer

necesidades familiares y que no tiene un interés El espacio agrícola en el Perú está caracterizado por la pequeña agricultura y la atomización de la propiedad.

El pequeño agricultor es una persona que solo tiene un interés por la producción de la familia, de modo que practica la actividad agrícola sólo para satisfacer necesidades de ella.

No es un empresario agrario.

Sin embargo, esta racionalidad económica campesina de subsistencia ha empezado a mostrar rasgos de una agricultura campesina de transición donde pequeños y medianos agricultores bajo distintas formas de cooperación (cooperativas agrarias, cooperativas industriales, comités especializados, centrales de cooperativas, asociaciones de parceleros, de productores, entre otras), trabajan con criterios de gestión empresarial, tecnologías modernas, y se hayan vinculados a mercados nacionales y extranjeros.

La demanda es la fuerza llamada a impulsar a los diversos actores económicos que conforman una cadena (empresarios, productores, etc.) a invertir, acumular y desarrollar a estas áreas. En un negocio producir lo que se demanda es "producir lo que se vende", y esto debe de suplir el tratar de "vender lo que se produce".

No solo se debe de identificar una demanda segura y concreta, también conocer a los potenciales compradores con "nombre y apellido", y todo esfuerzo en el negocio se debe de orientar a eliminar los obstáculos que se presentan en el "día a día" para proveer de forma eficiente a dicho mercado. Una cadena de valor eficiente debe generar un dinamismo económico y la reducción de la pobreza debe recaer en el sector privado, quien debe generar las oportunidades de empleo y el aumento de ingresos.

3.1.3. Antecedente local

(La Torre & Zagaceta, 2016)Modelo Estratégico para mejorar la competitividad agrícola de la papa (*Solanum Tuberosum*), en el Distrito de Conila – Cohechan, Provincia de Luya, Región Amazonas año 2016.(Tesis de pregrado). Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

El objetivo general fue elaborar un modelo estratégico que permita mejorar la competitividad agrícola de las unidades de producción agro rural que cultivan papa en el Distrito de Conila-Cohechan, Provincia de Luya, Región Amazonas.

La metodología utilizada fue la siguientes:

- Desarrollo del marco teórico con literatura y teorías de la administración estratégica: estrategia, competitividad, cadena de valores según Porter, costos de producción, agroexportación, asociatividad.
- Análisis del entorno, matriz FODA, características del lugar mediante los siguientes tipos de investigación:
 - Investigación Exploratoria: Estimar el tamaño y característica del lugar de estudio.
 - Investigación Descriptiva: Especificar, describir para determinar aracterísticas del producto.
 - Investigación Correlacional: Analizar los cambios en las variables como el costo de producción, los precios, la cantidad, la calidad, el transporte, el comercio y el análisis de sensibilidad o de escenarios.
 - Investigación No Experimental: En las investigaciones relacionadas con datos y reportes del MINAG, no se modifica nada es información real.
 - Identificar cadenas de valor y comparación de teorías y modelos, para elaborar el modelo estratégico, estudio del producto y sus características, la cadena productiva del producto, los costos de producción, el procesamiento y su consumo.

La población seleccionada fue la del distrito de Conila - Cohechan, Provincia de Luya, Región Amazonas, del sector agrícola con vocación comercial, quienes cultivan sus tierras de labranza utilizando sistemas de riego o con lluvias de temporal. La muestra seleccionada fue mediante la biblioteca nacional del INEI, www.inei.gob.p/biblioinei4.asp. La población pronosticada para el Distrito de Conila - Cohechan es de 2 114 hab. De los cuales 613 son agricultores. Los que tienen 19 años a más de edad. Utiliza la fórmula se obtiene que la muestra sería de 87 agricultores. Dentro de los resultados obtenidos tenemos que el 26% del total de agricultores del Distrito de Conila-Cohechan están dentro del rango de los 40 a los 49 años de edad, seguido por agricultores de 30 a 39 años de edad que representa el 21% del total, el 17% está representado por agricultores cuya edad oscila entre los 50 y 59 años de edad y teniendo un 3% de agricultores con una edad avanzada de 70 años a más. El 38% del total de agricultores del distrito Conila-Cohechan cultivan principalmente papa, maíz y frejol por ciclo; seguido del 28% que se dedican solo a cultivar papa, el 20% de los agricultores se dedican al cultivo de papa y alverja, mientras que el 15% cultivan todos los productos. Las variedades de papa que se cultivan con mayor

frecuencia en el Distrito Conila-Cohechan son: Huayro, Canchan, Huamantanga, La roja y La amarilla; siendo la predominante la variedad de Huayro y Canchan que representan un porcentaje del 33% seguido por Canchán y Roja representando un 26% y la Huamantanga que representa un 20%.

Por lo que podemos concluir que las variedades más cultivadas son la huayro y canchan, variedades que tienen mayor apogeo, rendimiento y aceptación. El 35% de los agricultores del Distrito Conila-Cohechan invierten entre S/. 1 000.00 a S/. 2 000.00 para el proceso de siembra de la papa, el 30% hacen una inversión de S/. 500 a S/. 1 000.00, el 18% de los agricultores invierte entre S/. 2 000.00 a S/. 3 000 en el proceso de siembra de la papa y un 17% son los que hacen una mayor inversión en el proceso de siembra a un costo de S/. 3 000.00 a más. Costos que son considerados según los agricultores de la zona. En el distrito Conila-Cohechan el 100% de agricultores emplea el sistema de siembra tradicional. Con ello podemos resaltar que esto es debido a que no existe una asistencia técnica agrícola ni entes que se preocupen por mejorar y dar un valor agregado a un producto con altos índices nutritivos.

De las numerosas investigaciones que estudian el origen de las diferencias en competitividad entre las organizaciones, éstas muestran que se deben fundamentalmente a dos aspectos básicos, las características estructurales del entorno industrial en el que se desarrolla la competencia entre empresas (efecto industria), así como a las variables que configuran el ámbito interno de las organizaciones (efecto empresa).

En el análisis de la investigación, se pudo encontrar que los Factores Internos contribuyen de manera notable para alcanzar las ventajas competitivas de las organizaciones en general, pero para el logro de la competitividad agrícola, esta investigación consideró que la participación del entorno influye más significativamente en esta explicación.

De los planteamientos anteriores surge el enunciado de que la competitividad agrícola de las unidades de producción agro rural que cultivan papa en el distrito de Conila-Cohechan, puede ser mejorada como el resultado de la combinación de los Factores Internos y Externos (efectos del sector industrial y de la comunidad en cuestión), lo cual en forma general quedo planteado así:

$$\text{Competitividad Agrícola} = [(\text{Factores Internos}) \times (\text{Factores Externos})]$$
$$F(\text{CA}) = [(\text{FI}) \times (\text{FE})]$$

Con respecto al primero de los tres objetivos particulares, la hipótesis formulada en la investigación fue cubierta satisfactoriamente, ya que se corroboró que la competitividad agrícola de las unidades de producción agro rural que cultivan papa en el Distrito de Conila-Cohechan, puede ser mejorada a través de la incursión de un modelo estratégico, empleando una medida estratégica que estima la contribución de los factores internos y externos en el logro de resultados. Esto significa que la competitividad agrícola puede ser mejorada a partir de la conjugación de los factores internos y externos, en donde su análisis es por separado, en el caso de los agricultores que cultivan papas en el suelo Luyano, indicamos que son los factores externos los que contribuyen mejor para explicar la competitividad. Para el desarrollo de esta investigación en donde se utilizó materiales de recolección de datos así como el análisis estadístico de la población en mención.

3.2 BASES TEÓRICAS

3.2.1. La cadena productiva

(Ministerio de agricultura , 2017) La cadena productiva es un conjunto de agentes que participan en la producción, transformación y distribución de un producto agrícola. Como modelo de análisis describe una serie de actividades que adicionan valor y que conectan al proveedor con la demanda, a partir del cual es factible rediseñar los procesos internos y externos para mejorar la eficiencia y efectividad. La cadena productiva de la papa está constituida por un conjunto de actores que intervienen tanto dentro como fuera de la unidad productiva agrícola, agregando valor al producto original a través del mercadeo y procesamiento.

El primer eslabón de la cadena es la producción, constituida por los agricultores encargados de conducir el proceso productivo, para lo cual establecen relaciones con otros agentes que posibilitan la instalación y mantenimiento del cultivo (proveedores de semillas, fertilizantes, agroquímicos y servicios de maquinaria, financiamiento, asistencia técnica, etc.).

La comercialización es el eslabón siguiente a la cosecha, está constituido por acopiadores, comerciantes mayoristas y minoristas, participando en menor medida, pero con una tendencia creciente durante la última década, los supermercados. Otros agentes vinculados a la comercialización son los prestadores de servicios de post cosecha (selección, clasificación, envasado y almacenamiento), transportistas y estibadores.

3.2.2. La comercialización de la papa

La comercialización agrícola depende de la naturaleza de los mercados involucrados (ya sean éstos de exportación o internos), de la perecibilidad del producto y de la posibilidad de transformarlo (procesamiento agroindustrial). Estas tres características, junto con el tamaño relativo de los agentes que intervienen, determinan la naturaleza del circuito de comercialización por el que deberá atravesar cada producto, desde el agricultor hasta el consumidor, pasando por los acopladores, mayoristas y minoristas. Cada circuito puede ser afectado por un conjunto de variables y políticas distintas, lo que finalmente se reflejará en un margen de comercialización determinado (la diferencia entre lo que paga el consumidor y lo que recibe el productor) y una distribución de éste entre los distintos agentes que intervienen en el proceso (Grade, 2017).

La distribución de los márgenes entre los agentes depende fundamentalmente de sus capacidades de negociación, las cuales se refuerzan o debilitan en función del acceso a bienes y servicios públicos, el grado de competencia del mercado de capitales, y las restricciones legales o institucionales presentes en cada mercado. En el caso de los productores agrarios, el acceso a fuentes de liquidez y la capacidad de organización parecen ser los dos factores más importantes para elevar su participación en la distribución.

Por su parte, es el acceso a liquidez para financiar a los productores lo que determina que los acopladores, rescatistas y demás intermediarios puedan o no absorber una parte importante de los márgenes de comercialización (Murra, 1997).

El proceso de comercialización define la formación de precios, el que reciben miles de productores y pagamos millones de consumidores. Esta diferencia de precios (margen de comercialización) supera el 40% en la mayoría de casos y dependerá de cada producto, de su calidad, del lugar de procedencia, del canal o circuito que tome el producto para llegar al consumidor.

Es decir, de cada sol que pagamos por un alimento, más de 40 centavos se pagan a labores fuera de la chacra. Los márgenes de comercialización obedecen a múltiples factores; el principal, la distancia entre zona productora y mercado de destino. Esto condiciona la merma, los riesgos y el costo de flete.

3.2.3. La importancia socio- económico de la papa

De acuerdo a J. Murra, sobre el control vertical de un máximo de pisos ecológicos, destaca la racionalidad andina tradicional que maximiza la diversidad agrícola, ante el interés de conservar y difundir la mayor diversidad de especies. Los diversos modos de organización de la producción en la zona andina, presenta una producción multicíclica.

Los productores andinos desarrollan estrategias productivas construidas sobre el acceso a un sistema de recursos abióticos (tierra y agua), bióticos (germoplasma diverso), conocimiento y disponibilidad de fuerza de trabajo en tiempo oportuno (Murra, 1997).

La papa se cultiva por multiplicación vegetativa, esto significa que se plantan los tubérculos. Este tipo de propagación implica poca variabilidad genética comparada con el uso de la semilla y debido a esto ofrece mayores riesgos frente a una posible enfermedad que ataque al cultivo. También pueden utilizarse las semillas con el fin de obtener nuevas variedades, ya que originan producciones de papas muy heterogéneas.

Es común la práctica de intercambio de papa entre las comunidades andinas, en ferias campesinas y entre familias, para conservar las variedades nativas y favorecer el flujo genético. También en esta zona se toma el cuidado de variar las regiones de cultivo y de seleccionar los tubérculos más favorables para cada estación del año. Incluso un mismo productor cultiva en su tierra diferentes variedades de papa protegiéndose así de las plagas y asegurando la cosecha. El cultivo de papa representa un importante factor socio económico entre las comunidades andinas, no sólo porque constituye un alimento básico en su dieta, sino porque además se comercializa (Fals Borda , 2006)

3.2.4. La cadena agroalimentaria

El término de “cadena agroalimentaria” ha sido utilizado para expresar diversos conceptos, ideas y propuestas metodológicas, lo que hace difícil encontrar una simple definición. Primero debe considerar el contexto dentro donde se utiliza dicho concepto. Por ejemplo, desde el punto de vista de la realidad socioeconómica, la cadena agroalimentaria es un sistema que agrupa actores económicos y sociales interrelacionados que participan

articuladamente en actividades que agregan valor a un bien o servicio, desde su producción hasta que este llega a los consumidores, incluidos los proveedores de insumos y servicios, transformación, industrialización, transporte, logística y otros servicios de apoyo, como el de financiamiento. Este proceso de relación y agregación de valor no es lineal ni igualitario, como el concepto de una “cadena física”. Por el contrario, el arreglo entre los distintos eslabones de una cadena agroalimentaria se asemeja más a una “telaraña” de relaciones no lineales que pueden ser altamente inequitativas, donde actores con alto poder de negociación, de gestión, económico o político, podrían dominar y extender su influencia sobre actores menos fuertes, más desorganizados y con poca influencia en la toma de decisiones. Además, implica la posibilidad de que existan relaciones en múltiples niveles. En síntesis, desde el punto de vista socioeconómico, la cadena agroalimentaria representa una realidad no necesariamente equitativa ni lineal, en la que a menudo se altera el valor de un producto, bien o servicio.

Por otra parte, la cadena agroalimentaria también puede ser interpretada desde el punto de vista analítico, como una forma de entender las relaciones entre actores en la agricultura y el medio rural, desde la provisión de insumos, la producción primaria hasta la entrega del producto al consumidor final, donde las relaciones que se establecen pueden ser de tipo contractual o comercial. La cadena agroalimentaria también se puede analizar desde un enfoque operacional, como un arreglo institucional para la planificación estratégica, la gestión de políticas, el diálogo y la concertación entre actores o como un contrato social, donde el gobierno, el sector privado y la sociedad civil establecen compromisos de corto y largo plazo para el desarrollo integral de una cadena agroalimentaria en particular. En algunas ocasiones, el término cadena agroalimentaria sustituye otros conceptos utilizados en el mundo de los negocios para mejorar la competitividad, como el de “cadena de valor”, “cadena de suministro” y “aglomeraciones o clusters” (García & Riveros, 2014).

3.2.5. Sistema de producción agrícola

El sistema de producción se encuentra delimitado por la unidad de producción, y se compone de la instancia de gestión, administración y decisión, además de los medios de producción que poseen: tierra, agua, recursos genéticos, animales y vegetales; también se cuenta con herramientas, mano de obra, capital y conocimiento. Al interior de un sistema

de producción se consideran como subsistemas al sistema de cultivo y al sistema ganadero (FAO, 2005).

(Villaret, 1993). Lo define como el conjunto estructurado de las producciones vegetales y animales, establecido por un productor para garantizar la reproducción de su explotación, resultado de la combinación de los medios de producción y de la fuerza de trabajo disponible en un entorno socioeconómico y ecológico dado.

3.2.6. Costos de producción

Los costos de producción de la papa varían significativamente de acuerdo a la zona productora y el tipo de tecnología empleada. En la sierra, con tecnología media, los insumos (semillas, fertilizantes, agroquímicos, etc.) se constituyen en el componente más importante de la estructura de costos, representando aproximadamente el 40% del costo total. Le sigue en importancia el componente mano de obra, que participa con 19% de los costos.

De emplearse tecnología alta, los insumos llegan a participar con 52% del costo total, reduciéndose la participación de la mano de obra a 11%. En el caso de actividades generadoras de mayor valor agregado en campo, como son selección y clasificación, su participación en el costo total es reducida. Los costos incurridos, tanto para productores que emplean tecnología media como alta, pueden reducirse mediante la generación de economías de escala producto de la organización para la adquisición de bienes y servicios. Por ejemplo, a mayores volúmenes adquiridos de insumos se cuenta con mayor capacidad de negociación con los proveedores, asimismo se puede evitar la adquisición de insumos adulterados, reducir los fletes y optimizar el traslado (Escoval, 2007).

3.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Los principales términos básicos utilizados en el presente proyecto son los siguientes:

3.3.1. La papa

La papa tiene un rol clave en la cadena alimenticia global. Ella es, fuera de los cereales, el alimento más importante en el mundo. Su producción alcanzó un record de 320 millones de toneladas en el 2007. La papa se cultiva en casi todos los países, y su producción – así como su consumo – está incrementándose en los países en vías de desarrollo. La papa es una valiosa herramienta en la lucha contra el hambre y la pobreza, que es una de las razones por lo que la ONU declaró el 2008 como Año Internacional de la Papa (AIP).

Este evento atrajo la atención hacia el papel crucial que la “humilde papa” tiene en la agricultura, la economía y la seguridad alimentaria del mundo (Anderson K, 2010).

La importancia del cultivo de la papa y la expansión de la frontera agrícola para este cultivo son dos aspectos que influyen de forma determinante la economía de más de 600.000 hogares del sector rural del Perú, 64,6% de los cuales se encuentra bajo la línea de pobreza y la mitad de estos (33%) en pobreza extrema (INEI, 2008).

La papa como producto de consumo, tiene una antigüedad de aproximadamente de 5500 años. (Ugent & Ochoa, 2006) y se identifica a la región andina, lugar donde hoy se cultivan las variedades nativas, como la zona en la que el hombre finalmente consiguió su domesticación. Hoy se sabe que durante el Pleistoceno (Edad del Hielo) solo había extensos glaciares por encima de los 3,000 msnm. (Ordinola, 2009). (Ugent & Ochoa, 2006) Fue a finales de dicha era (8000 a 6000 a.C.), que se dio inicio a una agricultura incipiente, produciéndose así la mayor domesticación de plantas cultivadas sobre la tierra. La papa fue una de ellas. Los hallazgos más antiguos ubican sus nacimientos en el Cañon del Chilca, en la costa central del Perú (Engel, 1970).

3.3.2. Agrocadena productiva

El concepto de agrocadena productiva hace referencia al conjunto de actores que participan en el proceso de producción, transformación, comercialización, mercadeo y distribución de un bien común. En este concepto se tiene en cuenta cómo los actores agregan y aumentan el valor del bien, considerando, de manera especial, las formas y tipos de relaciones que se producen entre las fases de la producción y el consumo del producto (minagri, 2017).

3.3.3. Ventaja competitiva

“Valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costos” (Porter, 1985).

"cualquier característica de la empresa que la diferencia de otras colocándola en una posición relativa superior para competir y además, estas características le permiten obtener un rendimiento superior a la otras empresas en su actuación competitiva" (Lawler, 1996).

3.3.4. Cadena de valor

Se ha encontrado una cantidad considerable de definiciones del concepto “cadena de valor”, el cual se ha desarrollado a través de décadas, donde se incluye contribuciones importantes como. (Hirschman, 1958) con su propuesta de eslabones; (Porter, 1985) ,con los clusters y Kaplinsky. (2000) con el desarrollo propiamente del concepto de cadena de valor. Los conceptos de las “cadenas de valor” pueden variar de acuerdo las fuentes y sus diferentes aplicaciones (Pumomo, 2009); en su utilización más común, es una herramienta de gestión estratégica o de contabilidad de costos que utiliza para diagnosticar y mejorar la ventaja competitiva de una empresa. (Fennelly & Cormicanb, 2006); En el sector agropecuario, se puede desarrollar la cadena de valor con un grupo de agentes que colaboran en su actividad para obtener un beneficio mutuo (Hobbs & Fulton, 2000). Estos actores se vinculan entre sí para llevar el producto de un lugar a otro, desde la producción hasta el consumo (CICDA, 2004).

El término ‘cadena de valor’ se refiere a la alianza entre productores, procesadores, distribuidores, comercializadores e instituciones y normatividad quienes partiendo de una demanda del mercado establecen una visión conjunta para reconocer necesidades comunes para trabajar conjuntamente en el cumplimiento de metas y que están dispuestos a compartir los beneficios y riesgos asociados, así como invertir tiempo, energía y recursos para lograr alcanzar las metas planteadas.

3.3.5. Actividades primarias

Las actividades primarias se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio postventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

- **Logística interna:** Comprende operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas.
- **Operaciones (producción):** Procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- **Logística externa:** Almacenamiento de los productos terminados y distribución del producto al consumidor.
- **Marketing y ventas:** Actividades con las cuales se da a conocer el producto.

- **Servicio de post-venta o mantenimiento:** Agrupa las actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías.

3.3.6. Actividades de apoyo

Las actividades primarias están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas actividades secundarias:

- **Infraestructura de la organización:** Actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y finanzas.
- **Dirección de recursos humanos:** Búsqueda, contratación y motivación del personal.
- **Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo:** Obtención, mejora y en el Abastecimiento (compras): proceso de compra de los materiales.

3.3.7. Asociatividad

Surge como uno de los mecanismos de cooperación entre las empresas medianas y pequeñas que enfrentan un proceso de globalización de las economías nacionales. La globalización económica está redefiniendo los procesos de manufactura, al localizar las fábricas en diferentes partes del mundo, lo cual abre oportunidades, pero, del mismo modo, amenaza las Pymes” que, como señala, además de verse presionadas a cambiar sus paradigmas gerenciales, requieren diseñar nuevos mecanismos de interrelación con el entorno (Horna & Tapia, 2010).

Dentro de los nuevos modelos de negocios basados en la asociatividad bajo el concepto de Cooperar con la competencia se encuentran:

- **Mini cadenas productivas**

Son el agregado de actividades desde la obtención de insumos, su transformación, comercialización y llegada al consumidor final; caracterizadas por un reducido número de productores, estas se presentan generalmente en el sector agrícola como cadenas agroalimentarias. (Piñones Vázquez, 2006).

- **Cadenas productivas**

Cumplen las mismas condiciones de las mini cadenas, pero, con la excepción de que el número de productores es más amplio dado el tipo de actividad. Se puede decir que es una forma de análisis subsectorial. Se constituyen en sectores agroindustriales desde la provisión de insumos y la unidad productiva hasta el mercadeo final, en esta se incluye organizaciones empresariales y servicios de apoyo conexos al sector (Gereffi, 2001).

- **Keriettsu**

Son las comunidades empresariales de los fabricantes y sus suministradores directos. Estos proveedores directos suministran exclusivamente a un único fabricante con el que generalmente se conectan tanto en capital y con frecuencia también en los aspectos corporativos con quién cooperar en todas las cuestiones de gestión. Son grandes grupos industriales, uno de los tres modelos de propiedad más utilizados en Japón (Schulz, 1997).

- **Consortio**

Este modelo consiste en:

Acuerdo entre varias empresas cuyo objetivo principal es desarrollar una actividad económica que va a resultar en rendimientos para todas y cada una de ellas. Un caso muy común de consorcio se presenta en las grandes obras de construcción de infraestructura vial, en las cuales se asocian varias empresas (sin llegar a fusionarse) que se especializan o tienen fortalezas en diferentes campos, unas en topografía, otras en geología, otras porque tienen la maquinaria pesada, otras debido a la calidad de sus ingenieros civiles, etc.

Los consorcios suponen ventajas como: Aumentar y complementar la oferta de las empresas individuales, los costos y gastos son compartidos y por lo tanto más asequibles, además hacen más fácil la consecución de recursos financieros (CEI, 2017).

- **Clúster**

Aglomeración considerable de empresas de diversos sectores de la economía en un área geográfica delimitada, con un perfil de especialización determinado y con redes empresariales interconectadas con servicios de apoyo, este se debe basar fundamentalmente en la cooperación de cada uno de sus eslabones o partes (CODEL, 2017).

La definición formal dice que un clúster es una concentración de tipo geográfico de empresas e instituciones que interactúan en un campo particular. Incluyen entre otros proveedores especializados, servicios, infraestructuras de Apoyo.

Generalmente los clúster se extienden verticalmente en la cadena de valor y lateralmente hasta la tecnología, sectores relacionados etc., Muchos de ellos, Incluyen instituciones gubernamentales y de otro tipo, como las universidades, parques tecnológicos, y de servicios especializados de educación, información, reciclaje y apoyo técnico (Arbonies, 2000).

3.3.8. Las formas asociativas más comunes en el Perú

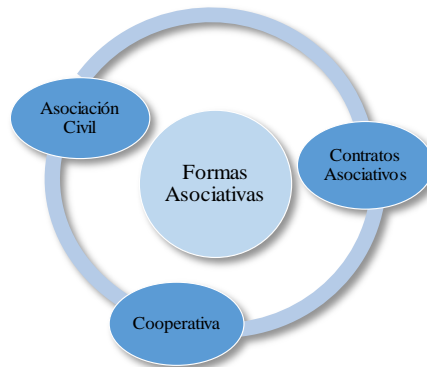


Figura 1. *Formas asociativas* .Fuente, Ministerio de la producción.

En el Perú, los modelos asociativos más comunes son:

- **Asociación**

Según el artículo 80° del Código Civil Peruano, la asociación es una organización estable de personas naturales o jurídicas, o de ambas, que a través de una actividad común persigue un fin no lucrativo. Donde la asamblea general es el órgano supremo de la asociación.

- **Cooperativa**

La cooperativa está formada por un grupo de personas naturales o jurídicas que buscan un beneficio común (económico, social o cultural). El objetivo de una cooperativa es promover el beneficio de sus socios por medio de la provisión de bienes y servicios.

La Ley General de Cooperativas reconoce dos modalidades de cooperativas:

- De usuarios
- De trabajadores

Una cooperativa de usuarios busca dar servicios a sus socios, mientras que una de trabajadores busca generarles empleo.

Las cooperativas pueden ser financiadas a través de recursos propios o de terceros. En una cooperativa los recursos propios pueden provenir de dos fuentes:

Capital social: Aportaciones obligatorias y voluntarias de los socios que pueden ser reembolsables en cualquier momento.

Excedentes no distribuidas: fondos de reserva obligatorios y voluntarios con fines determinados.

Consortio de exportación

Las pequeñas y medianas empresas suelen tener grandes dificultades para entrar en mercados extranjeros. Los consorcios de exportación pueden no solamente prestar asistencia a sus miembros para lograr una presencia de exportación, sino que además pueden implicar beneficios adicionales importantes.

Al mejorar el acceso de la empresa a información relativa a mercados extranjeros y al orientarse hacia una mayor diversificación de las exportaciones, los consorcios de exportación pueden reducir de manera significativa el riesgo de exportación. Al mismo tiempo pueden ser:

Mejorar su rentabilidad: La participación en un consorcio de exportación puede mejorar en gran medida los márgenes de utilidad de las empresas participantes mediante una diversidad de economías, la formulación de una estrategia de exportación y el logro de exportaciones estables.

Acumulación de conocimientos: Al participar en un consorcio de exportación, los miembros pueden mejorar su conocimiento de la forma en que han de operar en los mercados extranjeros, la forma de mejorar sus operaciones comerciales en esferas no relacionadas con la exportación y la forma de participar en alianzas (Mincetur, 2013).

Cuadro 1.
Asociatividad para el comercio.

ACTIVIDADES DE APOYO DE LA CADENA DE VALOR QUE PUEDA REALIZARSE DE MANERA ASOCIATIVA	
ACTIVIDADES DE APOYO	EJEMPLOS DE ACTIVIDADES ASOCIATIVAS
INFRAESTRUCTURA	Compartir financiamiento, solicitar créditos
	Gestión administrativa
	Compartir asesoría tributaria legal
GESTIÓN DE RR. HH	Actividades de capacitación y motivación personal
	Compartir consultoría RR. HH
DESARROLLO DE TECNOLOGÍA	Desarrollar en conjunto un nuevo producto
	Intercambiar experiencias y conocimientos
ABASTECIMIENTO	Realizar compras conjuntas de materia prima
	Compartir costos en departamentos de ventas
	Coordinar acuerdos de compra-venta insumos entre empresas asociadas

Fuente: Guía asociatividad para el comercio exterior-Mincetur (2017)



Apertura de nuevos mercados para productos actuales	Acceso a financiamiento: Cuando las garantías que se requieren no pueden ser cubiertas por cada actor en forma individual, pero sí logran ser cubiertas de manera grupal (proporcionalmente por cada uno de los participantes).	Mejora en los procesos productivos
Lanzamiento de nuevos productos al mercado		Aplicación de nuevas formas de administración
Intercambio de información comercial	Ahorro por compras conjuntas Inversión conjunta	Puesta en marcha de planeamiento estratégico
Investigación de mercados		Intercambio de información productiva o tecnológica
Alianzas comerciales		Capacitación conjunta
Consortios de exportación		Generación de economías de escala
Inversión conjunta		Acceso a tecnologías de productos o procesos
Logística y distribución		Aumento del poder de negociación
Servicios post venta conjunta		Investigación y desarrollo

Figura 2. *Unos objetivos de la asociatividad (Fuente: Guía Asociatividad para el comercio exterior. Mincetur, 2013)*

Asociación	Cooperativa	Contratos asociativos (consorcio)
Se encuentra regulado en el “código civil”	Se encuentra regulado por una Ley especial denominado “Ley General de Cooperativas”	Se encuentra regulado en la Ley 26887 denominado “Ley Generales de Sociedades”
Se constituye por Escritura Pública (EP) y se inscribe en RRPP.	Se constituye por escritura pública (EP) y se inscribe en RRPP.	Se celebra un Contrato y se eleva a la SUNAT.
No se requiere un capital mínimo para constituir la Asociación.	La Ley no establece capital mínimo para constituir una Cooperativa.	La Norma no establece el capital mínimo para formar un Consorcio.
Se requiere por lo menos 3 integrantes	Se requiere por lo menos 11 integrantes	Se requiere por lo menos 2 integrantes
A los integrantes se les denomina Asociados	A los integrantes se les denomina socios	A los integrantes se les denomina Consorciados o partícipes
La Tributación es Individual	La tributación conjunta e individual	La Tributación individual bastante sencilla
Las utilidades generales no podrán ser distribuidas directa o indirectamente entre los asociados	Permite a sus socios obtener insumos al costo y/o lograr el mejor precio posible por sus productos, es decir no genera ganancias a la Cooperativa	Las utilidades generadas serán distribuidas entre los integrantes del Consorcio. (la forma de distribución debe establecerse claramente en el contrato)
Duración ilimitada.	Duración ilimitada.	Para efectos tributarios el contrato de consorcio sin contabilidad independiente no debe superar los 3 años.

Figura 3. *Semejanzas y diferencias entre los diferentes modelos asociativos. Fuente: Guía asociatividad para el comercio exterior-Mincetur, 2013.*

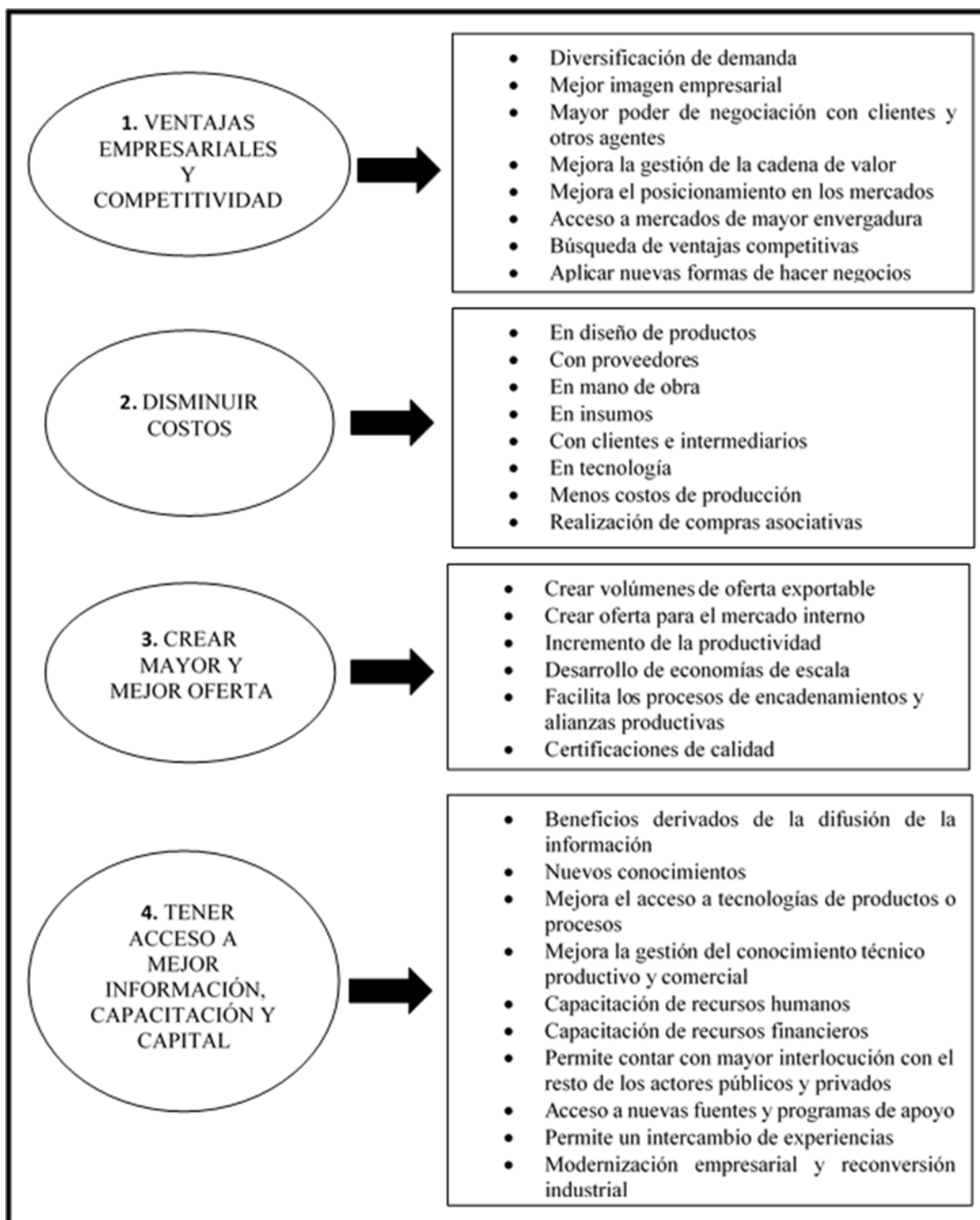


Figura 4. Ventajas que brinda la asociatividad (Fuente: Guía asociatividad para el comercio exterior-Mincetur, 2013).

3.3.9. La cadena de la papa en la última década

La cadena productiva de la papa incluye a los proveedores de semilla y otros insumos y sus mercados, los productores y sus mercados, y los comercializadores y sus mercados.

En las siguientes líneas se presenta una caracterización de la cadena de papa y su funcionamiento en el Perú. Para empezar, es importante precisar algunos términos. Como se sabe, el Ministerio de Agricultura del Perú usa una clasificación del cultivo en cuanto a su origen, en papas nativas que se siembran a partir de los 3,000 m.s.n.m., y papas modernas o también denominadas híbridas o blancas que son producto del cruce de dos o más variedades. Para efectos del estudio se utilizará el término “todas las papas” o “papas en general” para referirse al conjunto que incluye a las nativas e híbridas; y, papas nativas, según sea el caso, a partir de los 3,000 o 3,500 m.s.n.m. No obstante, en relación a la actividad gastronómica en el Perú, cuando se presenten los resultados del estudio cuantitativo a restaurantes en Lima, se hace referencia a papas blancas, amarillas y nativas, en la medida que son las denominaciones más conocidas por los consumidores.

Entre las cosas más importantes que ha caracterizado la cadena, hay que señalar que el consumo per cápita anual de papa ha tenido fluctuaciones en los últimos veinte años.

En 1992, estaba en menos de 50 kg/persona y luego de altos y bajos durante la época del terrorismo, terminó el 2010 con 76.2 kg/persona. La clave para lograr eso ha sido encontrar una oferta cada vez más organizada desde el inicio hasta el final de la cadena, lo que ha aumentado el consumo y ha generado una respuesta de los productores que incrementan la producción que se destina a los mercados.

Algunos de los mercados que conforman la cadena productiva se mostraron más dinámicos que otros o adquirieron mayor protagonismo, como sucedió en el caso de la comercialización y la transformación. También hubo cambios a nivel del mercado de la producción, ante la falta de organizaciones fuertes de productores que puedan organizar la oferta productiva y reducir los costos de transacción de los productores para llegar al mercado, las ONG pasaron a cumplir un rol en la articulación de la oferta y hasta para planificar el destino de la producción.

En el lado de la demanda también hubo cambios a nivel de transformación y Comercialización. En el primer caso, de la mano de la industria de hojuelas de papa que participó activamente en el desarrollo de la innovación de papas nativas y en el segundo caso, de parte del sector gastronómico.

La participación de los distintos actores de la cadena en la generación de innovaciones tecnológicas, comerciales e institucionales, fue importante para incrementar el consumo de este producto y sus variedades, y que como consecuencia de ello se desarrollen, de manera paralela, los diferentes mercados de la cadena productiva de la papa.

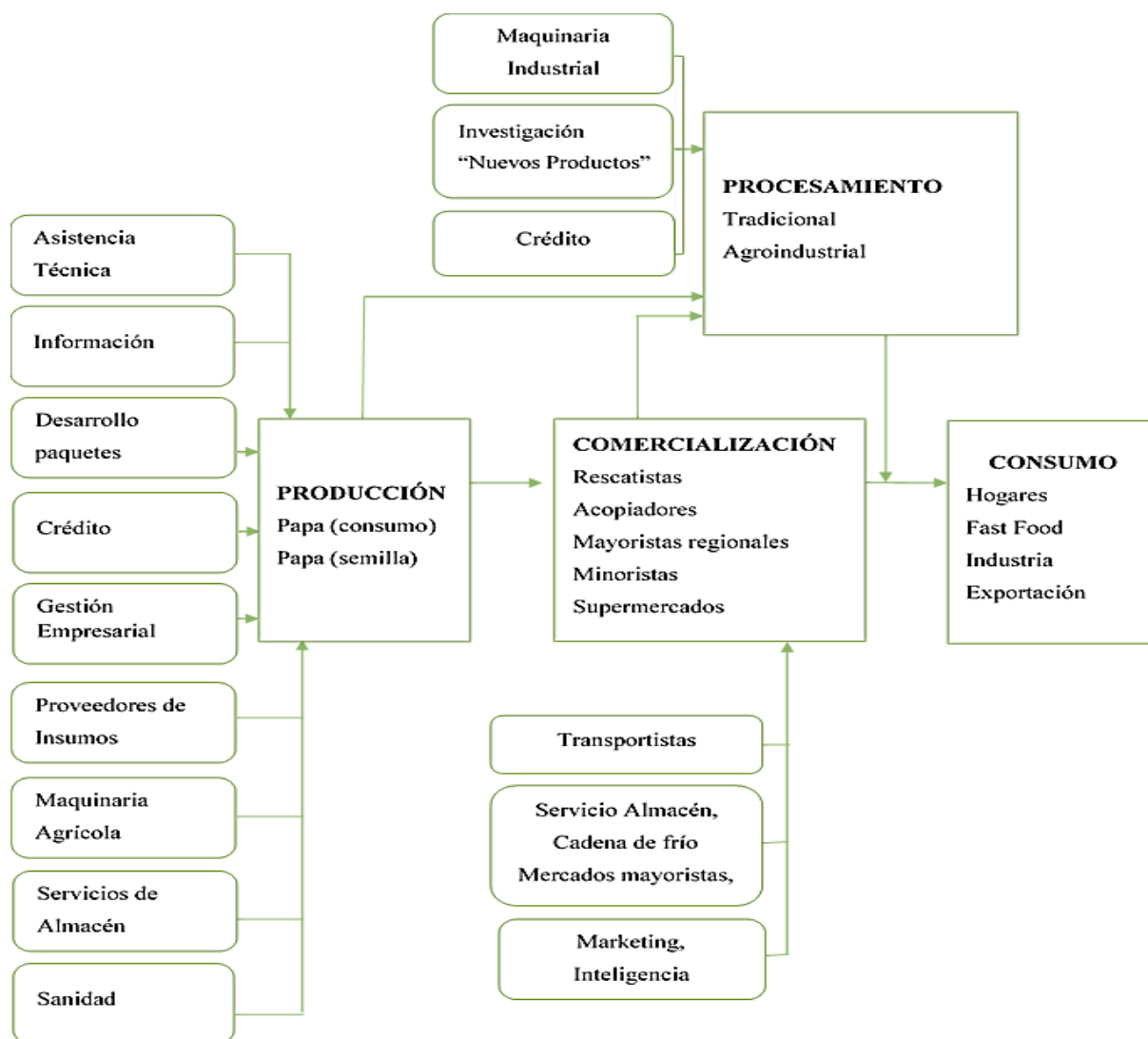


Figura 5. La Cadena Productiva de la Papa .Fuente: Ordinola, 2009.

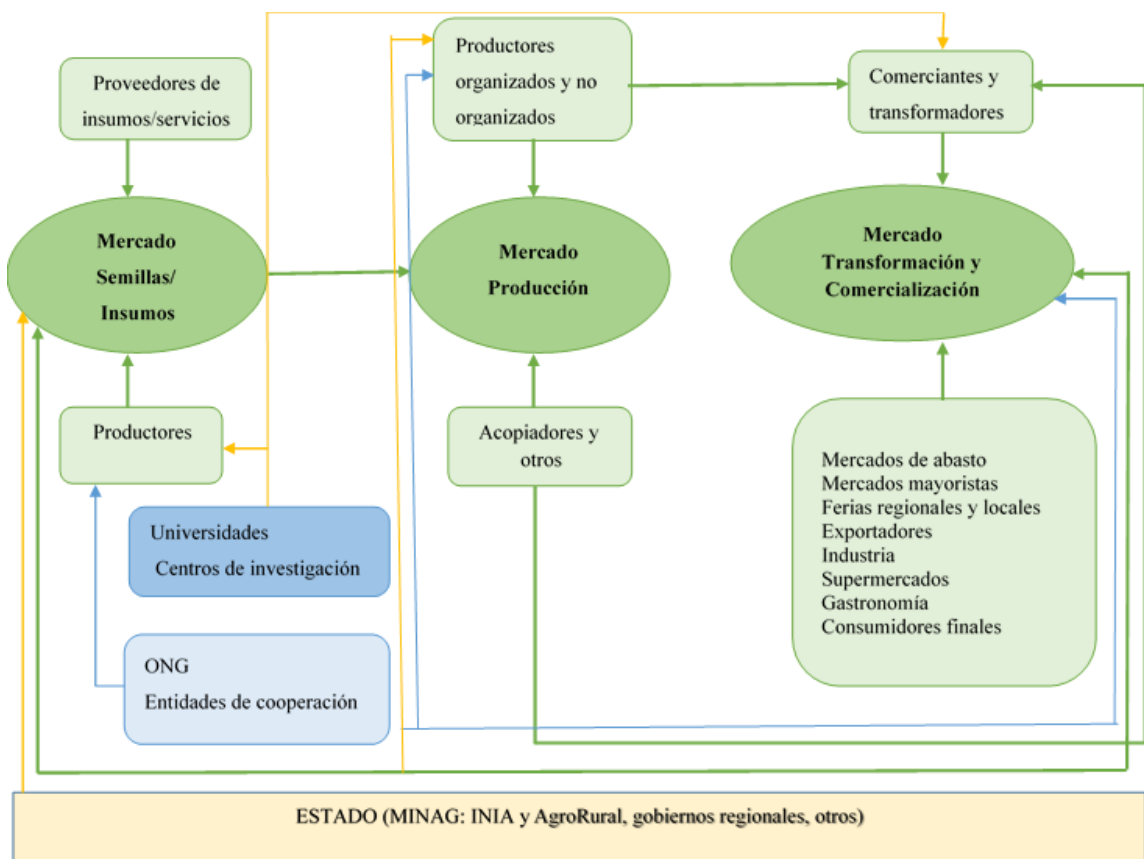


Figura 6. Mercados para la Papa (Fuente: Proexpansión, 2012.)

3.3.10. La cadena comercial de la papa

Este es el más importante, en factores económicos, por el valor de las transacciones que realiza y está conformado por los comerciantes y los transformadores.

Los comerciantes que forman parte de la oferta en este mercado se distinguen de los acopiadores porque tienen un mayor nivel de especialización y conocimiento de la demanda a la que buscan atender. Entre ellos se distinguen a los comerciantes que compran la producción de los acopiadores para transarla en los mercados mayoristas locales, regionales o nacionales.

Muchas veces están integrados con los servicios de transporte y transan volúmenes importantes de producción. En este eslabón de la cadena están reunidos el conjunto de agentes que facilitan la llegada de la producción a los consumidores y van desde los mercados mayoristas hasta los supermercados (Bernet, 2008).

- **Mayorista en provincia:** Se encarga de categorizar la papa según variedades y organiza la venta en lotes a otros mercados, ya sean mayoristas o minoristas.
- **Mercados minoristas:** También llamados centros de abastos que se ubican en distintos distritos, se abastecen de los mercados mayoristas.
- **Proveedores independientes:** Estos agentes consiguen las papas, según las especificaciones de calidad y forma de presentación requeridas por los clientes, entre los que pueden estar los propios supermercados, las pollerías, los restaurantes, los hoteles, entre otros. Todo lo que queda fuera de las consideraciones previstas, es reorientado al mercado mayorista para su posterior venta. En los últimos años, a este grupo se han unido las ONG's que están organizando la base productiva para articular la oferta y hasta para planificar la distribución de la producción (esto se enmarca dentro de la denominada Iniciativa Papas Andinas (Papas Andinas, 2017)).
- **Supermercados:** Tienen como objetivo obtener un producto que cumpla con los requisitos específicos de calidad, a fin de abastecer diariamente a sus tiendas. En algún caso compran directamente de los productores. En el grupo de transformadores se ubica a los procesadores de papa con mayor valor agregado, que se dirigen a mercados especializados. Los transformadores incluyen a todos aquellos que agregan valor a la papa procesándola o transformándola. Al igual que en el caso de los productores, hay procesadores y transformadores de tamaños distintos. No obstante, los avances realizados entre el 2000 y 2010, se estima que apenas el 4% de la producción total de la papa se destina a la transformación.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1 OBJETO DE ESTUDIO

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo evaluar la propuesta de la cadena comercial de la papa para incrementar la competitividad del distrito de Levanto.

4.2 POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO

- **Población:** Para el presente proyecto de investigación se consideró a los agricultores que se dedican a esta actividad, se utilizó el criterio de unidad productiva, al respecto se debe mencionar que existen 199 unidades productivas en el distrito de Levanto (IV Censo Nacional Agropecuario - INEI).
- **Muestra:** Estuvo conformada por las unidades productivas que se dedican a la siembra y cosecha de la papa en el distrito de Levanto.
- **Muestreo:** Descriptiva.

Utilizando la fórmula

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

N = tamaño de la población: 199

Z = nivel de confianza: 95% = 1.96

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada:
5% = 0.05

Q = probabilidad de fracaso: 95% = 0.95

D = precisión: 3%

$$n = \frac{199 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2(199-1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

N = 131

Este estudio se realizó en 131 Unidades Productivas del distrito de Levanto.

4.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

La información para este estudio fue obtenida de las Agencias desconcentradas de agricultura, la Dirección de Competitividad Agraria, La Biblioteca “Padre Blas Valera”- UNTRM, las unidades productivas de papa del distrito de Levanto.

4.4 MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se utilizó los cuatro tipos básicos de investigación, exploratoria en su primera fase porque se desarrolló cuestionarios semiestructurados que fueron aplicados a los productores de papa, se hizo trabajo de campo y se registró la información recabada. Luego se utilizó la investigación de tipo descriptiva (trabajo de gabinete) con ello se define los conceptos básicos y complementarios sobre la cadena comercial de la papa, estableciendo así el marco conceptual sobre el tema de estudio, de la misma forma se describió el área bajo estudio para definir el marco contextual. La investigación continuó con una fase de tipo correlacional, la cual sirvió para hacer el análisis cuantitativo para confrontar las hipótesis formuladas. Por último, se trabajó con el enfoque de investigación explicativa, que representa la identificación de los factores que conforman la cadena comercial de la papa.

4.5 TÉCNICAS

Las técnicas utilizadas para la toma de datos fueron tres:

- La aplicación de fichas técnicas.
- La observación directa.
- Análisis de contenido.
- Encuestas.

4.6 INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados fueron:

- Entrevistas.
- Archivos.
- Relatos.
- Análisis de documentos.
- Fotografías.
- Diarios.

4.7 PROCEDIMIENTOS

En cuanto al procedimiento de recolección de datos se tuvo en cuenta las siguientes etapas: Se seleccionó y elaboró el instrumento de medición teniendo en cuenta la operacionalización de las variables.

El instrumento se aplicó a los actores involucrados en la presente investigación, esta se realizó en forma colectiva por exigencias, fines y propiedad de la investigación.

Como última etapa del proceso de recolección de datos se elaboraron la tabulación de las mediciones obtenidas para su respectivo análisis estadístico.

4.8 ANÁLISIS DE DATOS

Este se realizó teniendo en cuenta lo siguiente:

- Se seleccionó el programa estadístico.
- Se hizo la exploración de datos. Análisis y observación de las variables de estudio.
- Se realizó el análisis estadístico descriptivo de cada variable de estudio.
- Se hizo la descripción de los resultados.

V. RESULTADOS

Para conocer la realidad del nivel competitivo que se encuentra el distrito de Levanto con respecto a la producción de papa, se ha llevado a cabo un estudio de caracterización a los productores que se dedican a este sector agrícola de la zona de estudio.

Toda la información está debidamente sistematizada y consistenciada que permitirá mostrar un conjunto de atributos deficientes y potenciales, por consiguiente dar una propuesta de mejora ante la situación existente.

La principal fuente de información, es de carácter primaria recogida de cada productor visitado dedicado al cultivo de papa, como producto de las entrevistas y también la observación directa.

(Pelaez, 2018).según el investigador hace uso de cuatro estructuras que permiten el estudio y conocer la realidad de los productores de café en la región Amazonas por lo que ha tomado en cuenta ya que se adecua a la investigación nuestra.

El presente capítulo se presenta información de acuerdo a las estructuras siguientes que tomemos por conveniente estudiarlos de acuerdo a los objetivos de la investigación.

Estructuras que se estudiarán:

- Social
- Producción
- Tecnológico
- Comercialización

5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA SOCIAL

Para identificar la estructura social del distrito de estudio analizaremos detalladamente las principales variables sociales las cuales fueron recogidas en una encuesta de campo realizada en octubre del año 2017.

Cuadro 2.
Edades de los productores encuestados

Edades de los entrevistados	Edad
Mínima	23.00
Máxima	67.00
Rango	44.00
Promedio	50
Desv. Estándar	13
Total encuestados	131

Fuente: *Elaboración propia (2017)*

En el cuadro 2 nos indica las edades de los productores de papa del distrito estudiado, la edad mínima es de 23 años, la edad máxima es de 67 años, con un rango de 44 años, con un promedio de 50 años de edad una desviación estándar de 13 años de edad. Estas edades nos indican que la fuerza laboral dedicada a la producción de papa no está en su forma física.

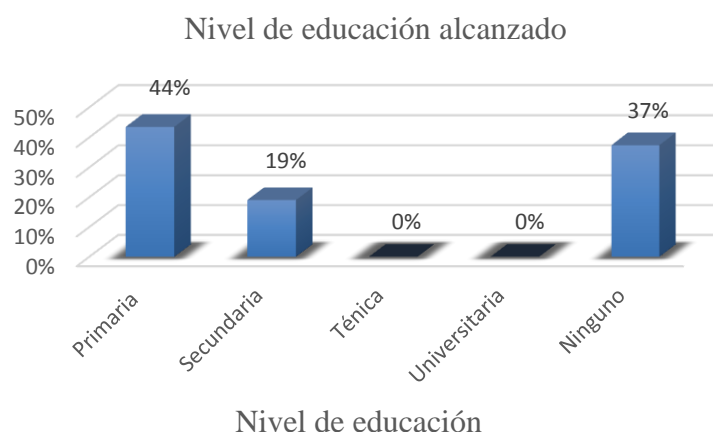


Figura 7. *Nivel educativo de los encuestados. (Fuente: Elaboración propia)*

En la figura 7 se analizó que la mayoría de los productores tienen educación primaria con un 44%, educación secundaria un 19%, educación técnica y universitaria ninguno de los encuestados, además se evidencia que un 37 % no tiene ningún grado de instrucción.

Cabe precisar que estas variables no indican que los encuestados hayan concluido sus estudios en cada nivel académico, solo se tomados datos generales de acuerdo al máximo grado de instrucción alcanzado. *Ejemplo: Don Pedro alcanzo estudiar solo hasta el 4to grado de primaria. Entonces se registró como primaria completa.*

En conclusión, no se ha encontrado personas profesionales especialistas que se dediquen al cultivo de papa, existe una tasa sobresaliente de agricultores que no tienen ningún grado de instrucción.

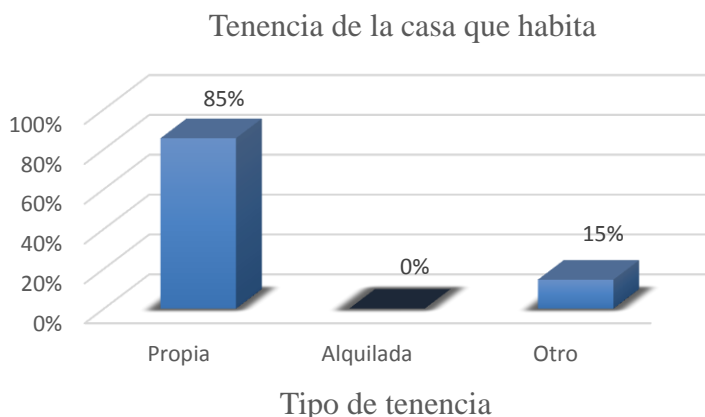


Figura 8. *Tendencia de la casa que habita de los encuestados. (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 8 se observa que los productores en la mayoría tienen casa propia con un 85%, vivienda alquilada ninguno y otra forma de tenencia es de un 15% que representa a los productores jóvenes menores de 30 años que aún viven en la casa de sus padres pero tienen una familia separada.

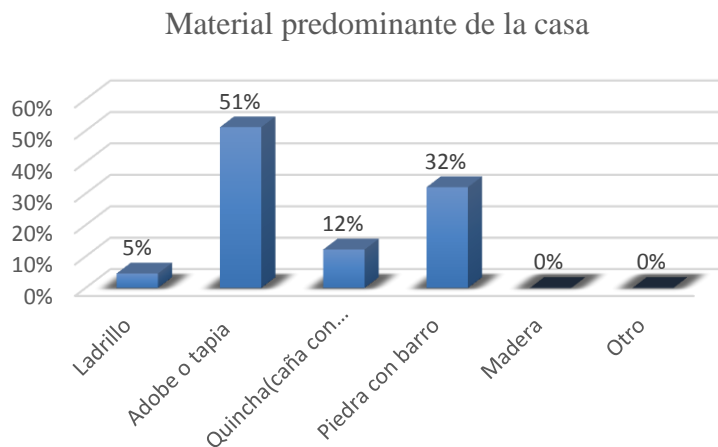


Figura 9. *Material predominante con lo que está construido la vivienda de los entrevistados (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 9 nos muestra que el material predominante con lo que está construido las viviendas de los entrevistados en su mayoría de adobe o tapia con un porcentaje de 92%, de material ladrillo 5%, de material de quincha (caña con barro) un 12%, de piedra con barro un 32% madera y otro tipo de construcción ninguna vivienda.

Cuadro 3.

Servicios con los que cuenta la casa que habita del encuestado

Servicios que dispone la casa	Frec.	Porcent.
Luz eléctrica	131	100%
Agua potable	131	100%
Desagüe	98	75%
Internet	29	22%
Telefonía móvil	109	83%
Televisión	125	95%
Total encuestados	131	

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a servicios básicos en la mayoría de los productores encuestados del localidad estudiada si cuentan con ello a excepción del servicio de desagüe que el 75% de los encuestados disponen del servicio y la diferencia aun no, ya que sus viviendas por estar un poco aisladas del pueblo no todavía acceden al servicio, los demás servicios secundarios como internet un 22% lo obtienen a través de los teléfonos celulares , telefonía móvil 83% casi la mayoría lo portan en los diferentes servicios con los que cuenta la localidad como línea móvil de claro, movistar, bitel, entel, y por último con lo que cuentan es el servicio de televisión un 95% en los diferentes servicios de cable existentes y solo una mínima cantidad no cuentan con este servicio.

Cuadro 4.

Instituciones educativas existentes en la comunidad estudiada

Institución Educativa	Distrito de Levanto
	Existencia
I.E.Inicial	Si
I.E.Primaria	Si
I.E.Secundaria	Si
Institución de Educación Superior	No

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4 la información encontrada en el distrito de levanto, institución educativa inicial si cuenta, institución educativa primaria si existe, educativa secundaria también existe y no cuenta con una Institución de Educación Superior.

Cuadro 5.
Instituciones de salud existentes en la comunidad estudiada

Instituciones de Salud	Distrito de Levanto
	Existencia
Puesto de salud	Si
Centro de salud	No
Hospital	No

Fuente: Elaboración Propia

Sobre las instituciones de salud existentes en el distrito de Levanto, puesto de salud si cuenta, centro de salud no cuenta, y mucho menos con un hospital, consideramos que en este aspecto de salud esta descuidado según muestra los resultados del cuadro 5.

5.2 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA

En esta sección se analizará las principales variables de la estructura productiva de los productores de papa de la zona de estudio. Se intentará descubrir cuál es el ordenamiento productivo existente del distrito de Levanto.

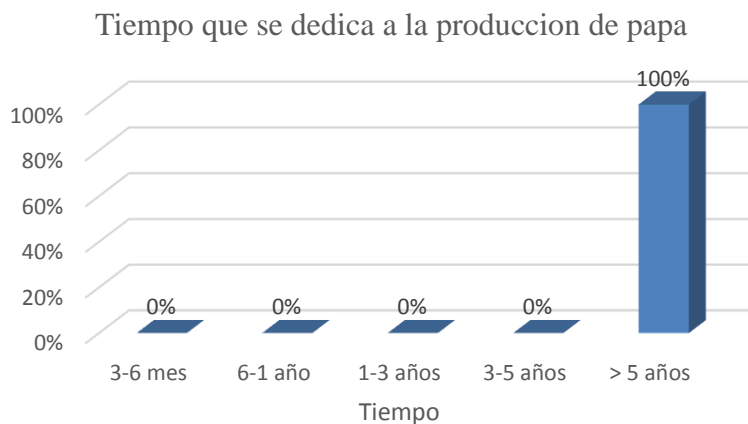


Figura 10. *Tiempo de Dedicación a la Producción de Papa (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 10. Se puede apreciar, que el 100% de los productores encuestados se dedican más de cinco años a esta actividad agrícola. Lo cual lo vienen haciendo tras generaciones, su ingreso principal está constituido en gran medida por la venta de esta de la producción de la papa y como también la canasta básica del hogar.

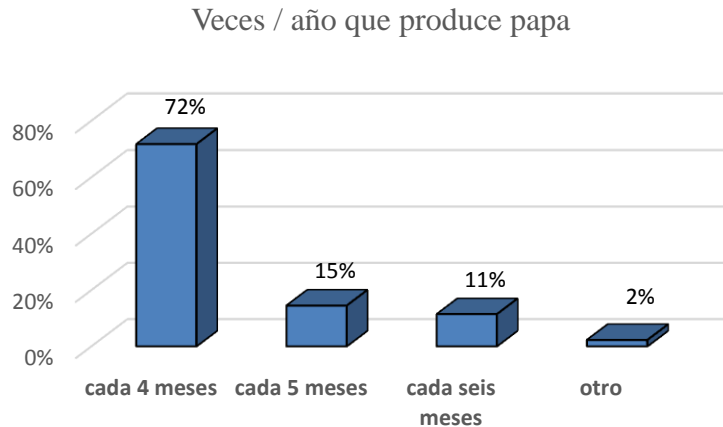


Figura 11. Cantidad de veces de Producción de Papa al Año (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 11. Se puede apreciar, que el 72% de los productores encuestados produce papa cada 4 meses, el 15 % produce cada 5 meses, el 11% produce cada seis meses y el 2% en otro periodo de tiempo. Según estos datos se puede ver que no todos los productores coinciden en el mismo tiempo para sembrar la papa, sino que de acuerdo a versiones de ellos mismos es que según sus propios criterios evalúan y deciden el tiempo que van a sembrar. Pero más no se basan fuentes más exactas de estudios de precios futuros del producto agrícola.

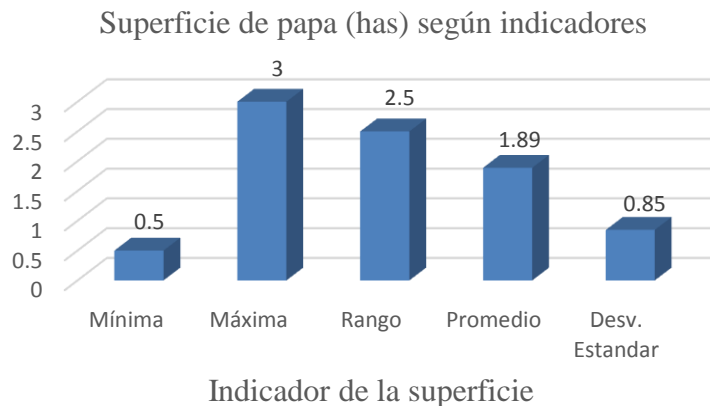


Figura 12. Cantidades de Hectáreas de Terreno que Posee Cada Productor (Fuente: Elaboración Propia).

En la figura 12. Se puede apreciar que los productores tienen una superficie mínima de 0.5 has, máxima de 3 has, con un rango de 2.5 has, con un promedio de 1.89 has y una desviación estándar de 0.85 has, lo cual podemos decir que los productores tienen superficies que varían entre 0.5-3 has.

Según estos resultados se puede deducir que el productor levantino no es un empresario agrícola siembra en regular cantidad y también es factor limitante por los accidentados terrenos que presencia la zona y dificulta la expansión de los cultivos agrícolas, según respuestas de los encuestados y observaciones directas en el trabajo de campo.

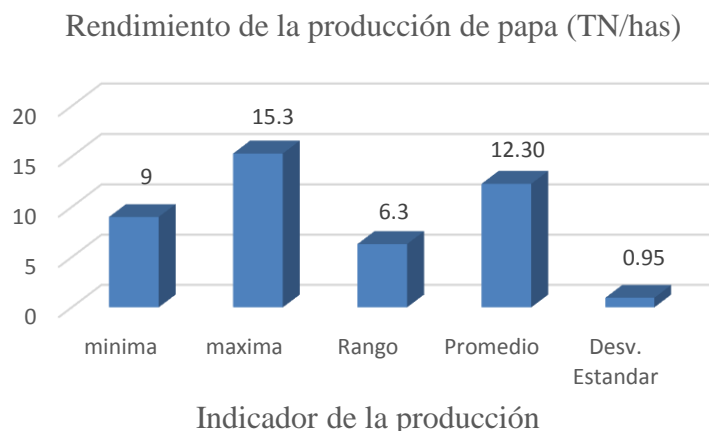


Figura 13. Rendimiento de producción de papa por hectárea (Fuente: Elaboración Propia)

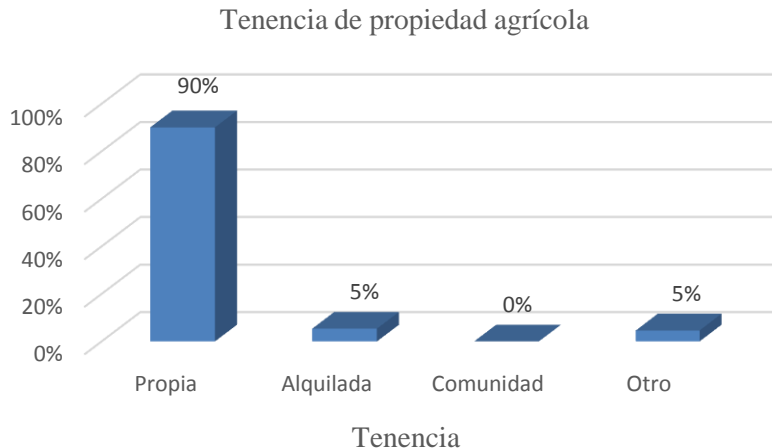
En la figura 13. Los productores tienen un rendimiento de producción de papa mínima de 9 Tn/has, máxima de 15.3 Tn/ha, con un rango de 6.3 Tn/ha, con un promedio de 12.39 Tn/ha y una desviación estándar de 0.95 Tn/ha, lo cual podemos decir que los productores tienen una producción entre 9-15.3 Tn/ha aproximadamente. En comparación con otras zonas productivas del país es más bajo el rendimiento, por ejemplo solo para citar los principales, según minagri-dgese (AGRARIAS, 2017). El rendimiento promedio de producción de papa en algunas regiones de la costa como Arequipa de es 33.5 tn/ha, ica 32.2 tn/ha y lima 22.7 tn/ha, estas diferencias están relacionadas directamente con el manejo del cultivo tanto en la sierra como en la costa y otros factores que son importantes para el mejor rendimiento de la producción.

Cuadro 6.*Otras actividades agrícolas que se dedica el agricultor*

Actividades agrícolas	Distrito de Levanto	
	Frec.	Porcentaje
Cultivo de zanahoria	92	70%
Cultivo de veterraga	44	34%
Cultivo de repollo	59	45%
Cultivo de olluco	31	24%
Cultivo de coliflor	72	55%
Cultivo de culantro	33	25%
Otros	17	13%
Total Encuestados	131	

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 6 se identifica que los productores de papa del distrito de levanto se dedican a otras actividades agrícolas, el 70% de ellos cultivan zanahoria, el 34% cultivan veterraga, el 45% Cultivan repollo, el 24% cultivan olluco, el 55% cultivan coliflor, el 25% cultivan culantro y el 13% otros productos agrícolas de menos frecuencia de cultivo y menos comercial según versiones de los agricultores. Estos cultivos son los principales después del cultivo de la papa que según las necesidades del consumo de la familia y el nivel comercial o salida de los productos como lo llaman ellos.

**Figura 14.** *Grado de Tenencia de las Tierras que Cultiva (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 14. Se puede apreciar, que el 90% de los productores encuestados manifiesta que la propiedad es suya, el 5% mencionada que la propiedad es alquilada y el 5 % restante menciona que es otra la modalidad de tenencia, esta modalidad se refiere a los agricultores que cultivan en terrenos de sus familiares gratuitamente. Es los que afirmaron los entrevistados según cantidad que muestra la figura.

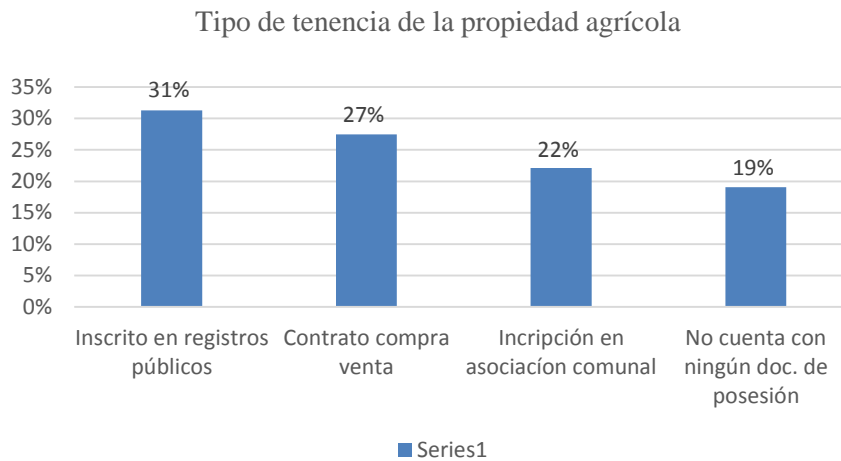


Figura 15. *Formalización de la tenencia de las tierras que cultivan los encuestados (Fuente: Elaboración Propia).*

En la figura 15. Observamos que la formalización de tenencia de la propiedad de las tierras que cultivan los agricultores paperos del distrito de levanto, el 31% lo tienen inscritos en registros públicos, el 27% contrato de compra-venta, el 22% lo tienen inscrito en asociación comunal y el 19% no tiene ningún documento de posesión, pero se debe tener en cuenta que en la figura 15 el 5% afirmaron la tierra agrícola que cultivan es alquilada y también el 5% otra modalidad de tenencia, por lo tanto al no ser dueños es lógico que no pueden tener ningún documento de posesión por ende estas cifras no se considera en esta variable y la diferencia si, ya que el encuestado al afirmar que la propiedad era suya debería de tener un documento formal de posesión y no la tiene.

En conclusión este hecho es negativo para los agricultores que al no tener ningún documento que acredite que es suyo la propiedad está vulnerable a que otros campesinos de otras comunidades o del mismo lugar ingresen y se apropien sin poder defender sus tierras legalmente.

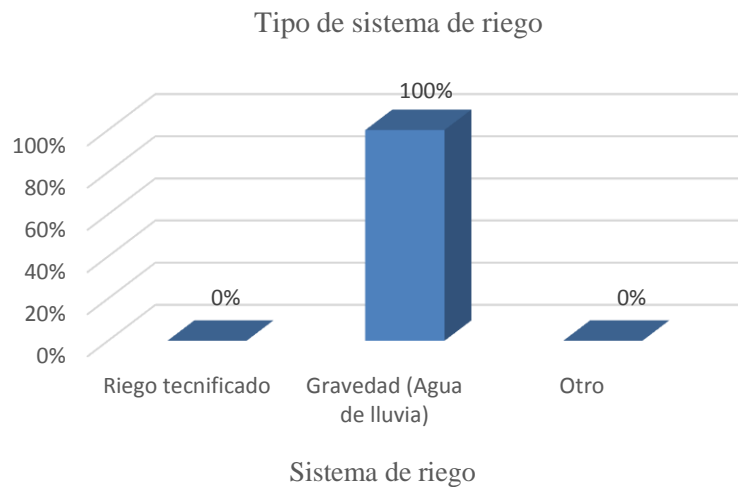


Figura 16. *Formas de Sistemas de Riego Utilizadas por los Productores (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 16. Se puede apreciar, que el 100% de los productores encuestados manifiesta que la forma de regadío es por gravedad, es decir solo del agua de lluvia que caen sobre los cultivos. Por eso es que ellos saben según su criterio la época adecuada para sembrar la papa, para tener una buena producción. Además se identifica no realizan algún sistema de riego como indica la figura.

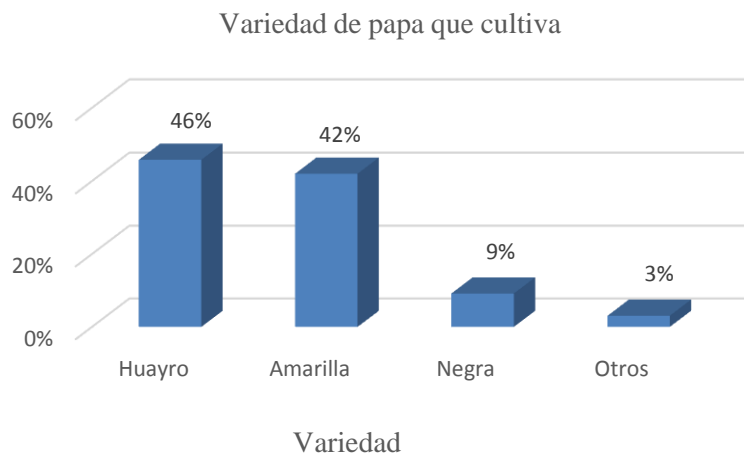


Figura 17. *Variedades de papa que cultivan (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 17. Se puede apreciar, que el 46% de la papa que se produce en la localidad es de la variedad Huayro, el 42% de la papa es de la variedad amarilla, el 9% es de la variedad negra y un 3% corresponden a otras variedades que cultivan en menor cantidad solo para el consumo del hogar. Según afirmaciones de los encuestados, la cantidad de superficie sembrada según variedad depende del nivel de demanda que tenga y también hay otro factor importante que es el clima o el terreno, es decir todas las variedades de papa no se

cultivan en todos los suelos. Para cada variedad existen climas, suelo entre otros factores para desarrollarse adecuadamente, por eso es que no hay muchas variedades que se cultiven en la zona estudiada.

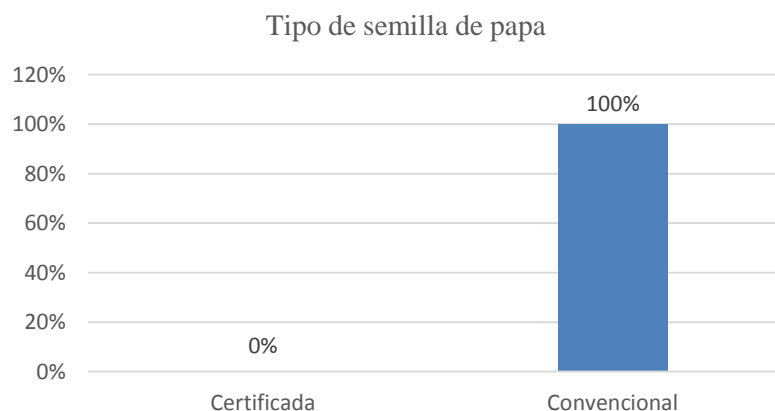


Figura 18. Tipo de semilla de papa que cultivan (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 18. Se observa que el 100% de los productores de la localidad estudiada utilizan semilla convencional, es decir, las semillas seleccionadas de forma tradicional o como sus ancestros lo han ido haciendo a través del tiempo.

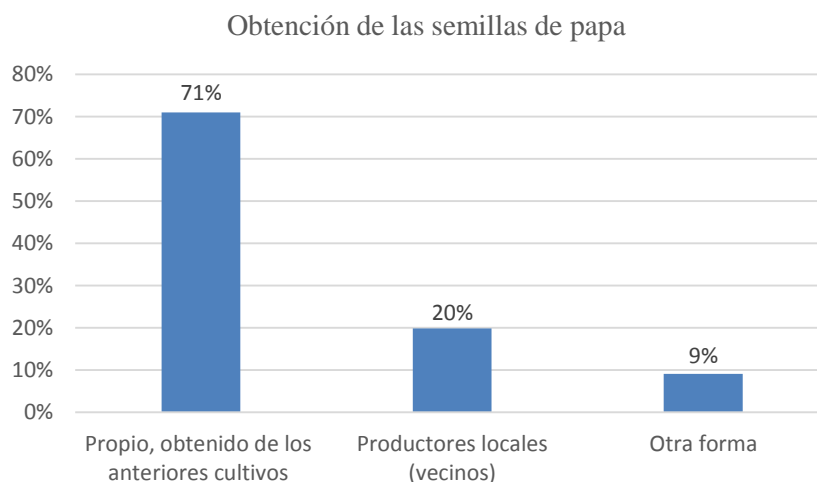


Figura 19. Obtención de las semillas (Fuente: Elaboración Propia)

En la Figura 19. Se identifica que un 71% de productores obtienen sus semillas de los anteriores cultivos del mismo productor, los que obtienen en de los productores de la zona o vecinos son un 20% y los que obtienen de otra forma, es decir de algunos familiares que los ha sobrado de las anteriores cosechas son un 9%.

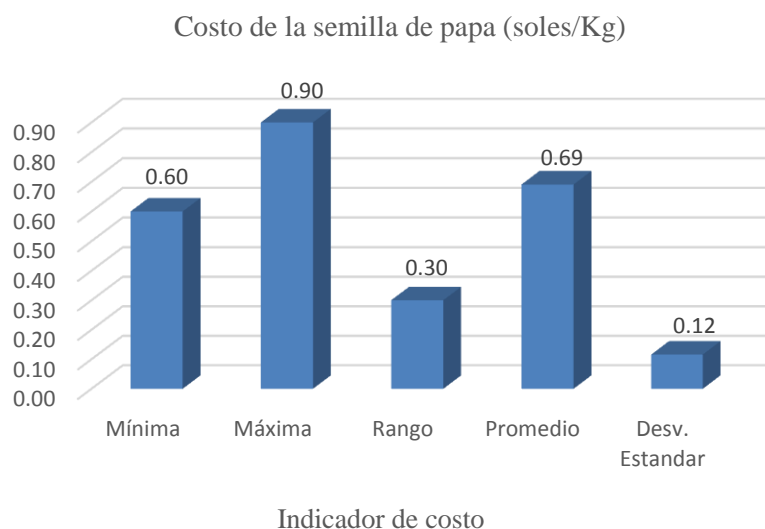


Figura 20. Costo de la semilla de papa (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 20. Muestra que el costo mínimo de la semilla de papa es de 0.60 soles/kg, el costo máximo de 0.90 soles/kg, con una diferencia de 0.30 soles/kg, con un costo promedio de 0.69 soles/kg y una desviación estándar de 0.12 soles/kg. Según versiones de los encuestados, el costo de la semilla va depender del precio actual de la papa, es decir aumenta el costo de la semilla si el precio la papa comercial está elevado y baja el costo de la semilla si sucede lo contrario.

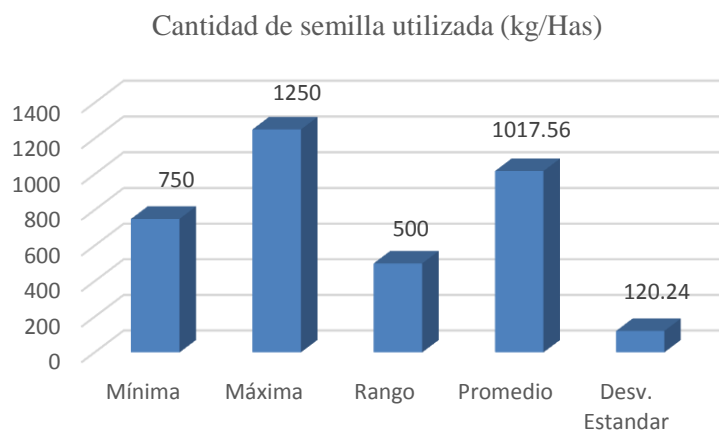


Figura 21. Cantidad de semilla de papa utilizada por hectárea (Fuente: Elaboración Propia).

En la figura 21. Se aprecia que la cantidad mínima de semilla de papa utilizada es de 750 kg/ha, la cantidad máxima es de 1,250 kg/ha, con una diferencia de 500 kg/ha, con una cantidad promedio de 1,017.56 kg/ha y una desviación estándar de 120.24 kg/ha. La

cantidad de semilla varía de acuerdo a la distancia de los surcos y de las plantas en forma vertical.

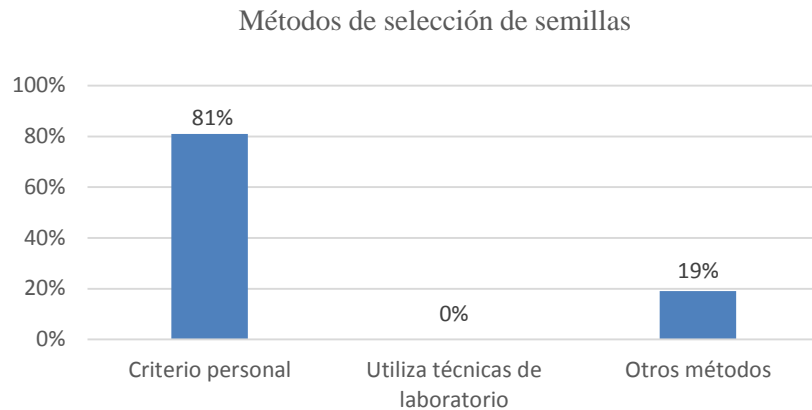


Figura 22. *Métodos utilizados de selección se semillas de papa (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 22. Se observa que el 81 % de los encuestados selecciona sus semillas utilizando el criterio personal, es decir con los conocimientos adquiridos por tradición, nadie utiliza técnicas de laboratorio o recibe asesoramiento de un ingeniero especialista. Si necesitan saber algo adicional solo acuden a los productores que tienen más experiencia en la producción de papa, estos que acuden a otros para orientación equivale al 19%.

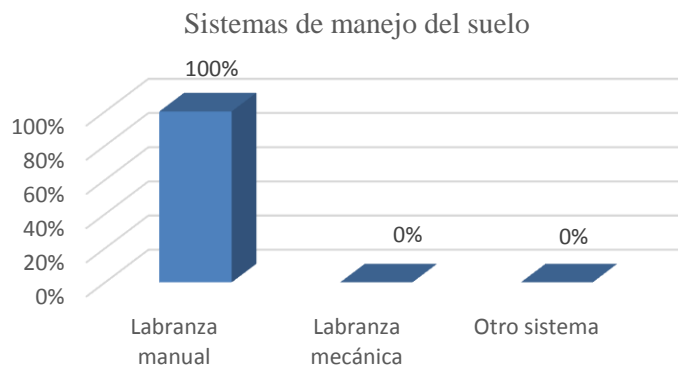


Figura 23. *Sistemas que usan para el manejo y acondicionamiento del terreno (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 23. Indica que el 100% de los agricultores que se dedican a la producción de papa de la localidad de levanto usan el sistema manual que consiste en el trabajo del hombre y la tracción animal mediante métodos tradicionales de aradura, para ser más específicos es el uso de la yunta. Como se puede observar nadie usa sistemas de labranza

mecánica o métodos modernos que permitan el mejor manejo, tratamiento y acondicionamiento del terreno.

Cuadro 7.

Cantidad de días de trabajo de yunta por hectárea y el costo diario de la yunta

Arado del terreno con yunta	Días/ Ha	Costo/día
Mínima	5	50
Máxima	9	80
Rango	4	30
Promedio	7	69
Desv. Estándar	1	9.94

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 7. Indica que los días mínimos que se necesita el trabajo de la yunta para arar una hectárea de terreno para el cultivo de papa es de cinco (05) días, los días máximos es de nueve (09) días, con una diferencia de cuatro (04) días, un promedio de siete (07) días y una desviación estándar de un (01) día. La cantidad que se requiera del trabajo de la yunta depende de la dificultad del terreno.

Además el costo diario del trabajo de la yunta que incluye a la persona quien lo dirige (arriero) es de S/ 60.00 soles el mínimo, S/ 90.00 soles como máximo, con una diferencia de S/ 30.00 soles, un costo promedio de S/ 81.00 soles y con una desviación estándar de S/ 9.05 soles.

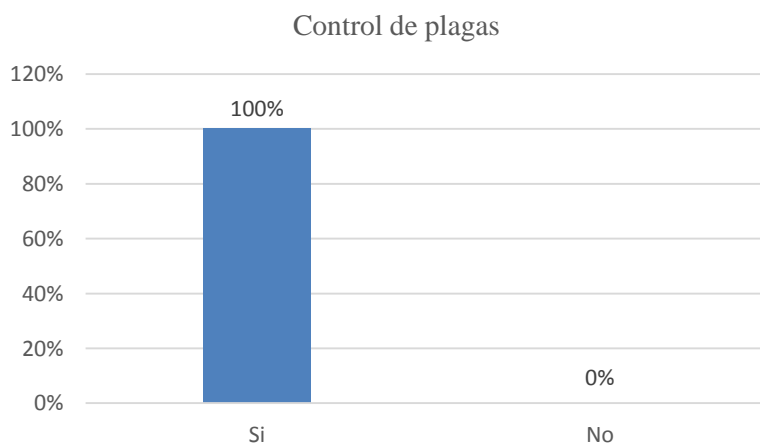


Figura 24. Realización del control de plagas (Fuente: Elaboración Propia)

La figura 24. Indica que los agricultores que se dedican al cultivo de papa el 100% si realizan el control correspondiente de plagas y enfermedades mediante la aplicación de productos fitosanitarios y el abono en las diferentes etapas del cultivo.

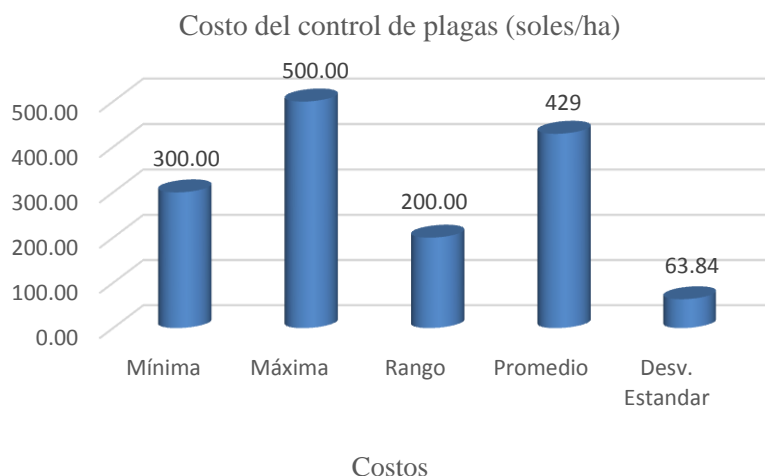


Figura 25. Costo del control de plagas de los cultivos de papa (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 25. Nos muestra que el costo mínimo en productos fitosanitarios para el control de plagas y enfermedades que atacan a los cultivos de papa es de S/ 300.00 soles/ha, el costo máximo es de S/ 500.00 soles/ha, con una diferencia de S/ 200.00 soles/ha, un costo promedio de S/ 429 soles/ha y una desviación estándar de S/ 63.84 soles/ha.

Según afirmaciones de los entrevistados, el costo en el control de plagas va depender de la época de cultivo de la papa, en época de bastante lluvia se aplica más veces los productos fitosanitarios por lo tanto el costo es mayor y si sucede lo contrario el costo es menor. El costo total se está considerando entre otros productos que usan para el mejor desarrollo de los cultivos de papa.

Cuadro 8.

Cantidad de abono que aplican al cultivo de papa por hectárea y el costo por quintal.

Abono aplicado al cultivo	Qq /has	Soles/qq
Mínima	8	60.00
Máxima	12	90.00
Rango	4	30.00
Promedio	9.63	73.24
Desv. Estándar	1.48	12.12

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 8. Se puede apreciar que la cantidad mínima de abono que aplican los productores a sus cultivos de papa es de 08 quintales/ha, la cantidad máxima es de 12 quintales/ha, con una diferencia de 4 quintales/ha, un promedio de 9.63 quintales/ha y una desviación estándar de 1.48 quintales/ha.

Por otra parte el costo mínimo del abono es S/ 60.00 soles/qq, el costo máximo es de S/ 90.00 soles/qq, con una diferencia de S/ 30.00 soles/qq, un costo promedio de S/ 73.24 soles/qq y con una desviación estándar de S/ 12.12 soles/qq.

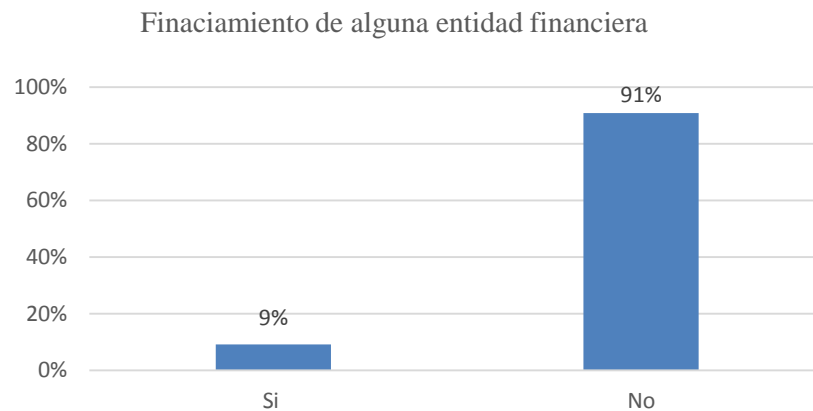


Figura 26 . *Financiamiento de alguna entidad financiera (Fuente: Elaboración Propia)*

La figura 26. Se observa que los encuestados de la zona de estudio que solo el 9% tiene acceso a financiamiento por alguna entidad financiera que es mínima la cantidad de productores y el 91% no tiene acceso a financiamiento que corresponde a la mayoría de muestra seleccionada.

En la entrevista realizada a los productores algunos afirmaron que no conocen exactamente cómo funciona el sistema financiero con respecto al financiamiento que podrían obtener por parte de la entidad financiera; por lo tanto no se arriesgarían a adquirirlo, y como otros no tienen ningún interés de adquirir financiamiento ya que según ellos cuentan con recursos suficientes para poder producir. Por otro lado, influye bastante en las dificultades que tienen los productores para el acceso a financiamiento es que gran parte de los encuestados no tienen formalización de tenencia de sus propiedades agrícolas como indica las variables analizadas de la figura 16.

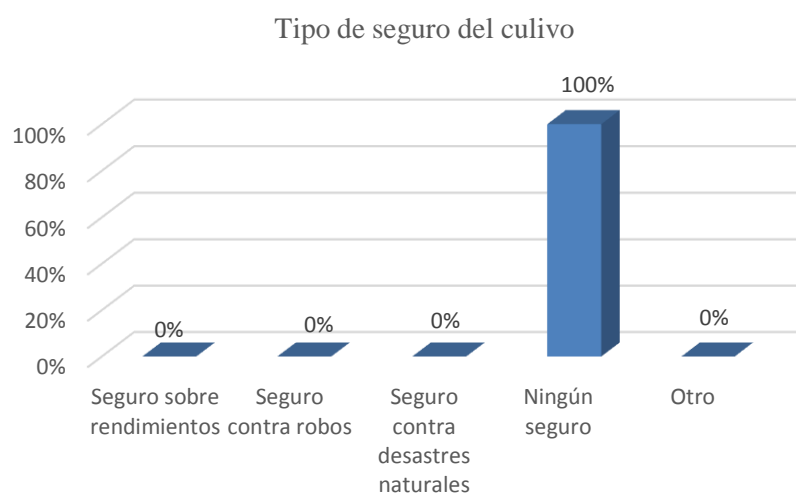


Figura 27. Tipo de seguro que tienen los cultivos de los productores de papa (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 27. Se visualiza que el 100% de los encuestados afirmaron que sus cultivos no se encuentran asegurados con ningún tipo de seguro, lo cual es un riesgo que toman los productores y no son conscientes de ello, es decir, si la producción se vea afectada por el rendimiento de la producción u otros factores que podrían ocasionarse no recibirían ninguna indemnización por lo tanto perderían utilidades y la depreciación total o parcial del capital invertido.

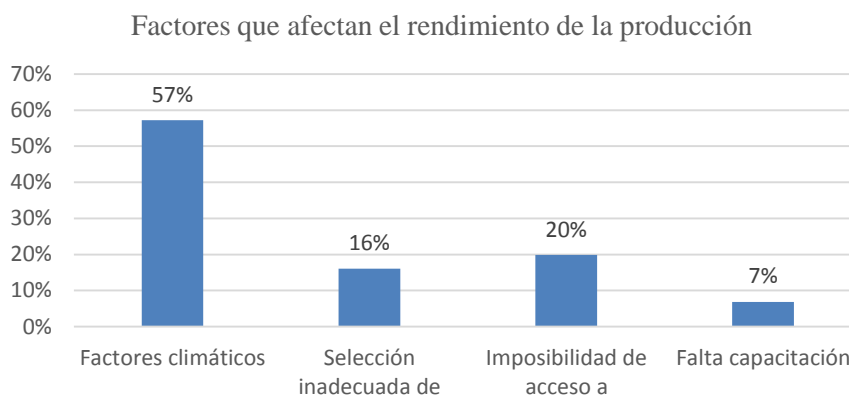


Figura 28. Factores que afectan el rendimiento de la producción de papa (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 28. Muestra que los factores que afectan el rendimiento de la producción de papa son, el cambio climático para el 57% de los encuestados los parece así, la selección inadecuada de semillas el 16%, la imposibilidad de acceso o uso de tecnologías el 20% y la falta de capacitación el 7%. Según estos resultados se puede afirmar que la mayoría de los encuestados no admiten que el principal problema que tienen en el rendimiento de la producción de sus cultivos es por la falta de capacitación para poder producir mejor y eso tiene que ver con la implementación de procedimientos, técnicas, métodos en las diferentes actividades del cultivo.

Cuadro 9.

Cantidad de obreros que se utilizan por hectárea para las actividades de cultivo de papa y costo diario por cada obrero.

Cant. Trabajadores utilizados para las actividades de cultivo	Nºtrab/Ha	Soles/día
Mínima	44	20.00
Máxima	71	40.00
Rango	27	20.00
Promedio	54	33.51
Desv. Estándar	11	6.81

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 9. Se identifica que la cantidad mínima de hombres que utilizan los productores para las actividades del cultivo de papa desde el acondicionamiento del terreno hasta puesta de la producción en el lugar de acopio para comercialización es de 44 hombres

por hectárea, la cantidad máxima es de 71 hombres por hectárea, con un rango de 27 hombres por hectárea, un promedio de 54 hombres por hectárea y una desviación estándar de 11 hombres por hectárea. La cantidad de hombre que utilizan depende del grado de dificultades que se encuentren en las actividades iniciales de acondicionamiento del terreno y en las demás actividades posteriores que por algunos motivos podrían surgir contratiempos generando más tiempo en la realización de las actividades de cultivo, por ende utilizan más hombres .

Con respecto al costo mínimo que se genera para el productor por el pago al trabajador es de S/ 20.00 soles/día, el costo máximo es S/ 40.00 soles/día, con una diferencia de S/ 20.00 soles/día, un costo promedio de S/ 33.51 soles/día y una desviación estándar de S/ 6.81soles/día.

5.3 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA TECNOLÓGICA

Mediante esta estructura se realizara una caracterización del nivel tecnológico que aplican los productores en las diferentes actividades del cultivo del tubérculo.

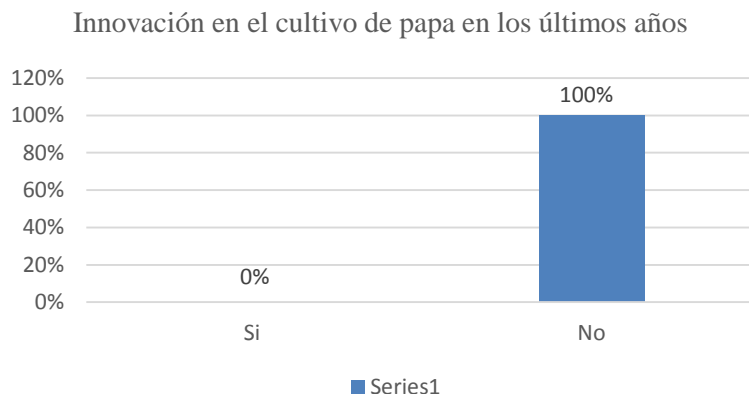


Figura 29. *Introducción de innovación en los últimos años en el cultivo de papa (Fuente: Elaboración Propia)*

La figura 29. Se identifica el 100% de los productores en los últimos años, no han adoptado ninguna innovación en la forma de cultivar la papa, siempre lo han realizado de forma tradicional. Esto se debe a poca aportación del estado el desinterés de los gobiernos locales y las entidades competentes.

Cuadro 10.*Medios que acuden los productores para asesoramiento técnico*

Asesoramiento técnico	Frec.	Porcentaje
Agro veterinaria	18	14%
Vecinos/conocidos	25	19%
Ingenieros agrónomo/tec.Especialistas	0	0%
Instituciones del gobierno/Públicas	0	0%
Nadie	88	67%
Total de encuestados	131	

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 10. Se puede observar los medios que acuden los agricultores para asesoramiento técnico a agro veterinarias son un 14%, no quiere decir que los productores necesariamente acuden a ellos para que los asesoren, sino a al comprar sus productos fitosanitarios en estos estos establecimientos aprovechan para consultarles sobre algunos productos que deberían utilizar para combatir ciertas plagas que afecten a sus cultivos.

Los que acuden a vecinos o productores de la misma localidad son un 19%, como se hace mención en la figura 23 son los que acuden a los productores que tienen más experiencia en el cultivo que podrían aclarar algunas dudas que tengan y orientarles hacerlos mejor de acuerdo a sus métodos tradicionalistas.

El 67% de los productores encuestados no acuden a nadie para asesoramiento técnico, ellos lo realizan en base a sus conocimientos ancestrales y ninguno acude a profesionales especialistas ni tampoco a entidades públicas.

Cuadro 11.*Herramientas, equipos y maquinarias tecnológicas que usan en las actividades de cultivo de papa.*

Herramientas, equipos y maquinarias tecnológicas	Frecuencia	Porcentaje
Motosierra	45	34%
Desbrozadora manual	56	43%
Tractor	0	0%
Mochila fumigadora	131	100%
Otros	0	0%
Total de encuestados	131	

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 11. Se puede ver que las herramientas, equipos y maquinaria tecnológica que usan los productores para las actividades de cultivo de la papa, el 34% de los encuestados afirmó que usan motosierra para derribar arboles desde la raíz en la etapa de acondicionamiento del terreno, por lo que utilizan dicha máquina. Esto sucede en algunas ocasiones cuando el terreno es usado por primera vez para este tipo de cultivo; el 43% usan desbrozadora manual para limpiar los arbustos o malezas del terreno, esta máquina lo utilizan en reemplazo la herramienta convencional que es el machete, nadie realiza el arado del terreno con tractor solo lo realizan con el sistema tradicional que es la yunta como indica la anterior figura 24, el 100% de los productores utilizan mochilas fumigadoras, según ellos es indispensable para la aplicación de los productores fitosanitarios a los cultivos de papa. Aparte de estas herramientas mencionadas no utilizan otras que sean de carácter tecnológico o moderno.

5.4 IDENTIFICACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN

En seguido caracterizamos la estructura de comercialización de los productores de papa del distrito de Levanto. Estos son los últimos resultados que daremos a conocer de la encuesta de trabajo de campo que realizamos para la presente investigación.

La primera variable en estudiar será los factores que afectan el precio de la producción de papa. El cuadro 12 indica los resultados.

Cuadro 12.
Factores que afectan el precio de la producción

Factores que afectan el precio de la producción	Frecuencia	Porcentaje
Baja calidad de producción	60	46%
Incertidumbre de precios futuros	131	100%
Políticas gubernamentales	10	8%
Total encuestados	131	

Fuente: Elaboración Propia

En cuadro 12 nos indica que los factores que afectan el precio de la producción es la baja calidad de producción para el 46% de los encuestados, esto se debe a una serie de factores que intervienen el proceso de producción del tubérculo.

La incertidumbre de los precios futuros para el 100% de los entrevistados, es la gran problemática de los agricultores no solo del lugar de estudio, sino es una realidad general de la agricultura peruana, lo que queremos decir es que el agricultor mediante su criterio propio decide cuándo va sembrar pero mas no se basa en fuentes de estudios de pronósticos científicos del mejor tiempo para sembrar y cosechar en la mejor época para no tener pérdidas al momento de vender el producto y también se debe a que no reciben capacitación mediante la intervención del estado.

Las políticas gubernamentales para el 8%, esto sucede cuando las importaciones del producto agrícola cultivándose en gran cantidad en el país se compra del extranjero haciendo la producción global nacional no se venda o se compre a precios bajos, donde el gobierno tiene la responsabilidad de tomar medidas para limitarlo. Estos son todos los factores que hicieron mención los encuestados con respecto a esta variable.

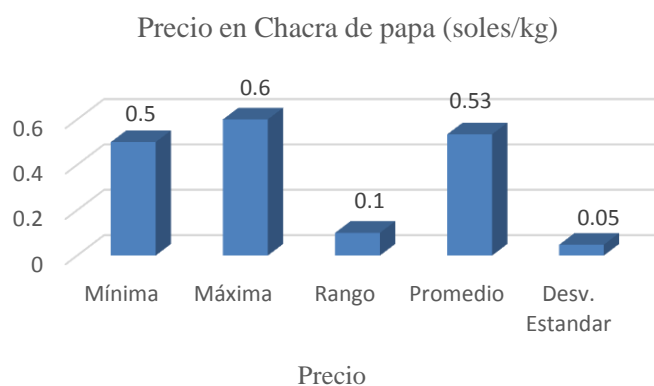


Figura 30. Precio de la Papa en Chacra (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 30. Se puede apreciar, que el precio mínimo que se paga en chacra es de S/ 0.5 soles por kilo, el precio máximo que se paga es de S/ 0.6 soles por kilo, con una diferencia de 0.10 soles por kilo, el precio promedio que se paga es de S/. 0.53 soles por kilo, con una desviación estándar de 0.05 soles por kilo. Siempre los precios que se pagan no van a ser estables inclusive pueden bajar extremadamente o también pueden subir y generar ingresos altos al productor, según ellos a veces es cuestión de suerte que el precio este elevado para vender sus cosechas. Sin embargo hay ciertos factores que determinan el precio como se mencionó en la figura 31.

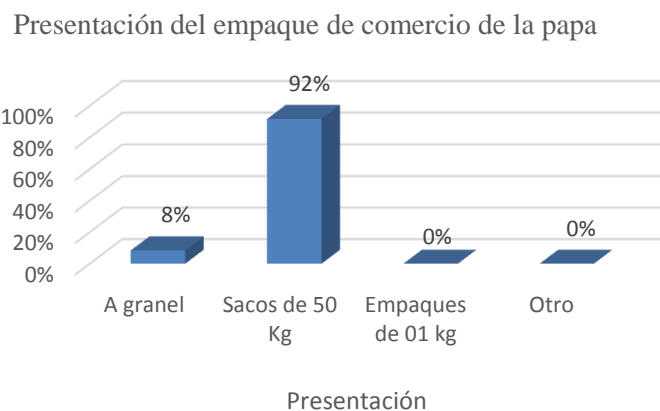


Figura 31. *Presentación del comercio de la papa (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 31. Se puede apreciar, que el 8% son las veces que los productores encuestados lo comercializan la papa granel, el 92% lo comercializan en sacos de 50 kilos y en otra forma ninguno.

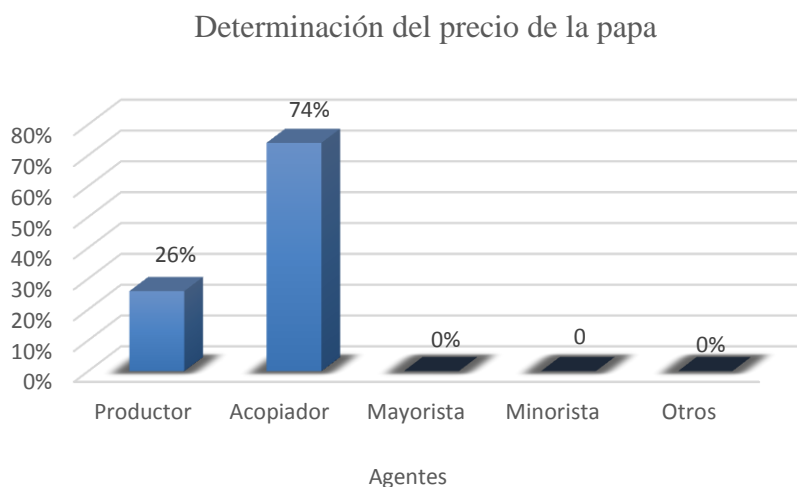


Figura 32. *Determinación del Precio de la papa (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 32. Se observa que el precio de la papa el 26% de las veces lo determina el productor cuando directamente vende a los minoristas y directamente a los consumidores finales y el 74% de las veces lo determina el acopiador, es con este agente comercial con lo que realiza la venta de la papa la mayoría de las veces.

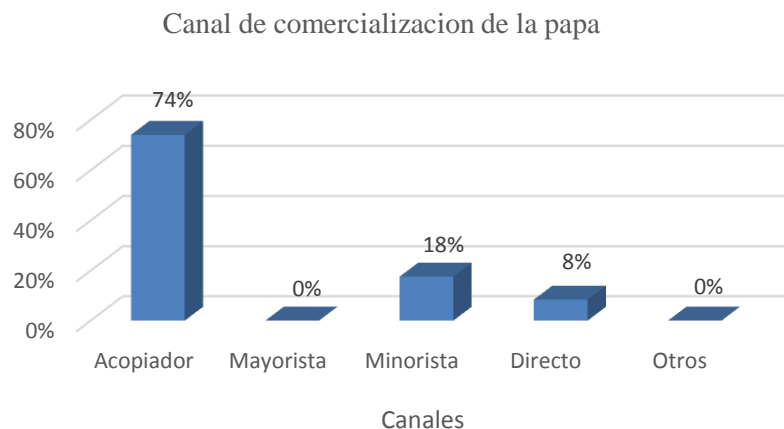


Figura 33. *Canales de Comercialización de la papa (Fuente: Elaboración Propia)*

En la figura 33. Se puede apreciar, según los entrevistados afirmaron que la cantidad de veces que comercializan la papa a través del canal acopiador es 74%, que es la persona llamada también rescatista que reúne pequeños lotes de producción producidos por pequeños productores para obtener volúmenes significativos como, por ejemplo, la carga de un camión.

El 18% de las veces es comercializado a través del canal minorista, comercialización con comerciantes locales que compran pequeñas cantidades de los productores como 01 a 02 quintales.

Finalmente, el 8% de las veces es comercializado directamente a los consumidores finales y son realizados pocas veces en los mercados cercanos como, el mercado de Chachapoyas y de la hierbabuena.

Es de importancia mencionar, la producción que venden a los minoristas y directamente a los consumidores finales, son las cantidades sobrantes que no vendieron a los acopiadores.

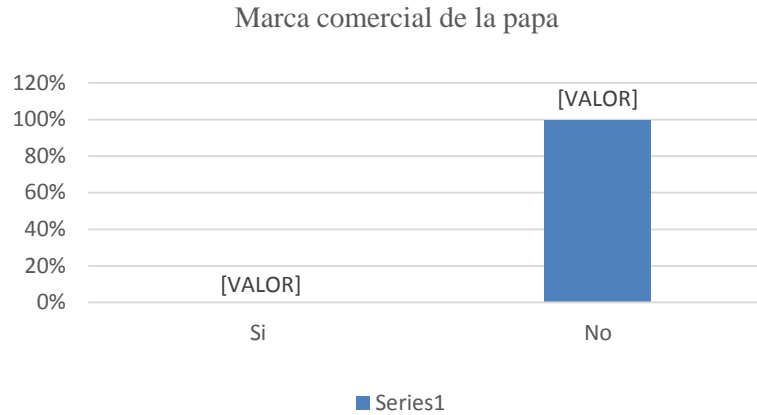


Figura 34. Encuesta realizada a la población de la localidad de Levanto con respecto si existe una marca comercial de la papa que producen (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 34. Se puede apreciar, que el 100% de los productores encuestados respondieron que no existe una marca con la que se comercializa la papa, solo es comercializado en sacos de 50 kg como se observa en la anterior figura 32 y esto impide de que producto se identifique cuando ya es transportado y comercializado en las ciudades.

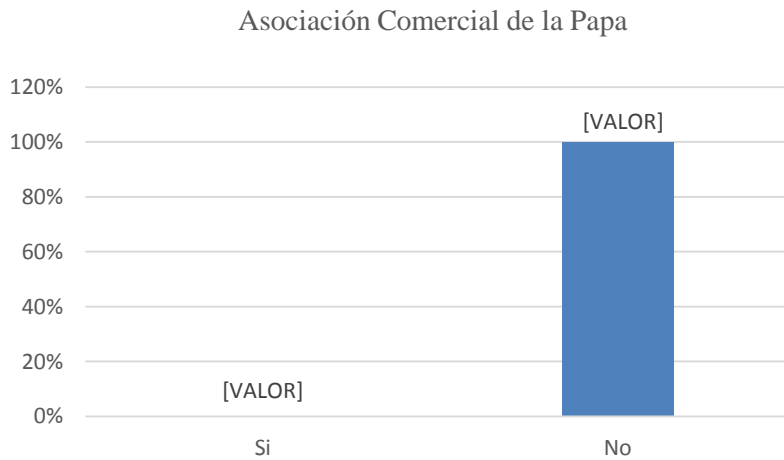


Figura 35. Encuesta realizada a la población de la localidad de levanto con respecto si existe una asociación de productores de papa (Fuente: Elaboración Propia)

En la figura 35. Se puede apreciar, que el 100% de los productores encuestados de la localidad estudiada respondieron que no existe ninguna clase asociación de productores para la comercialización de la papa.

Cuadro 13.*Cantidad de la producción total que destinan al consumo del hogar*

Consumo del hogar	Frecuencia	Porcentaje
01-02 quintales	73	56%
03-04 quintales	47	36%
05 a más	11	8%
Nada	0	0%
Total encuestados	131	

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 13 se observa que el 56% de los encuestados respondieron que destinan de 1 a 2 quintales de papa para el consumo del hogar, el 36% de 3 a 4 quintales, el 8% de 5 a más quintales y nadie deja de destinar algo de su producción para el consumo del hogar. En conclusión productor de la zona se caracteriza por pensar en sembrar para vender también piensa en sembrar para alimentarse de ello.

Cuadro 14.*Principal medio de transporte utilizado para transportar la papa para su venta.*

Medio de transporte	Frecuencia	Porcentaje
Cultivo-Acopiador		
Vehículos de carga	17	13%
Acémila	114	87%
Otro	0	0%
Total encuestados	131	

Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 14 se identifica que el 13% de los encuestados respondieron que el medio de transporte que usan para transportar su producción desde el cultivo hasta el lugar de comercialización son los vehículos de carga como, por ejemplo, motos cargueras, este caso sucede cuando el terreno de cultivo está cerca de alguna carretera, el 87% utiliza el medio de transporte convencional que es la acémila, es debido a que no todos los terrenos de cultivo de los productores no tienen acceso a las carreteras y además de los medios de transporte mencionados no utilizan otro.

Cuadro 15.

Tiempo de transporte utilizado para trasladar la papa desde el cultivo al centro de acopio.

Tiempo de transporte Cultivo-Acopio	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 60 minutos	84	64%
De 61 a 120 minutos	33	25%
De 121 a 180 minutos	14	11%
Más de 180 minutos	0	0%
Total encuestados	131	

Fuente: Elaboración Propia

En cuadro 15 nos muestra según los encuestados que el 64% utilizan de 0 a 60 minutos como máximo para transportar su producción desde el cultivo hasta el lugar de acopio, el 25% de 61 a 120 minutos, el 11% de 121 a 180 minutos y nadie utiliza más tiempo de 180 minutos.

En conclusión, hay cantidad mínima de productores que utilizan un tiempo máximo de 2 horas para transportar su producción y esto va depender del medio de transporte que utilizan.

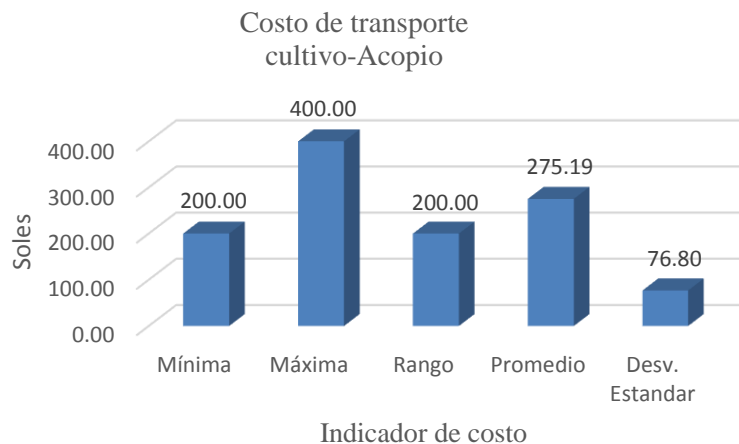


Figura 36. Costo de transporte para traslado de papa al centro de acopio (Fuente: Elaboración Propia)

Los resultados de la figura 36 indican que el costo mínimo del transporte para trasladar la producción de papa desde el cultivo hasta el centro de acopio es de S/ 200.00 soles, costo máximo es de S/ 400.00 soles, con un diferencia de S/ 200.00 soles, un costo promedio de S/ 275.19 soles y una desviación estándar de S/ 76.80 soles.

En conclusión, los costos de transporte va depender del medio que usan para trasladar la producción y el tiempo generado durante la movilización, es decir cuanto más lejos está el cultivo del centro de acopio más tiempo utilizarán y es mayor el costo. Estos resultados mostrados ratifican con lo mencionado anteriormente en cuadro 15.

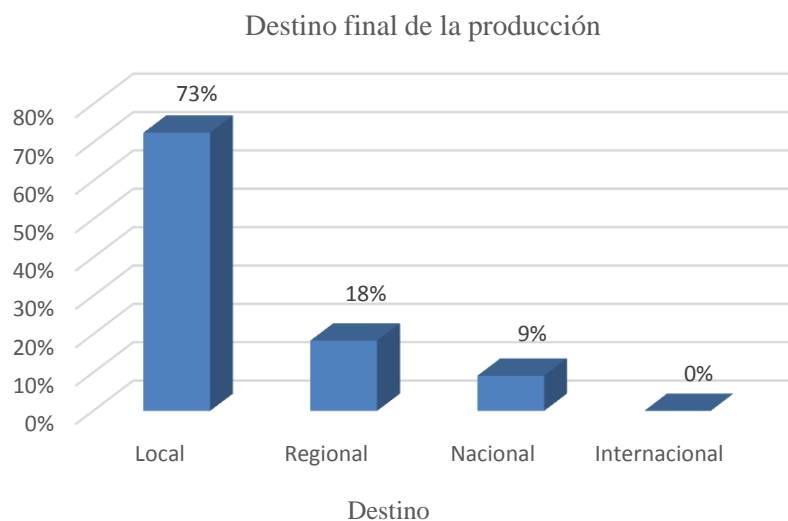


Figura 37. Mercado al cual está dirigida la producción de papa del distrito de Levanto (Fuente: Elaboración Propia)

Los resultados de la figura 37 muestra el destino final de la producción de papa del distrito de Levanto. El 73 % de la producción es destinado para el consumo local, el 18% al consumo regional, una mínima cantidad de 9 % al consumo nacional y ninguno internacional. Entre los principales mercados de comercialización local son en el mercado mayorista de la ciudad de Chachapoyas y el mercado de los domingos de la Hierbabuena.

5.5 CARACTERIZACIÓN DE LA ZONA DE PRODUCCIÓN DE PAPA DEL DISTRITO DE LEVANTO.

El objetivo de esta sección es dar a conocer las condiciones de la producción de papa que caracterizan las principales unidades productivas de papa del distrito de levanto. Esta información solo se mostrara los más relevantes según los propósitos de la investigación, lo cual servirá para formular estrategias de desarrollo en función de las condiciones reales de existentes y por lo tanto, más adecuadas para resolver los problemas que las afectan.

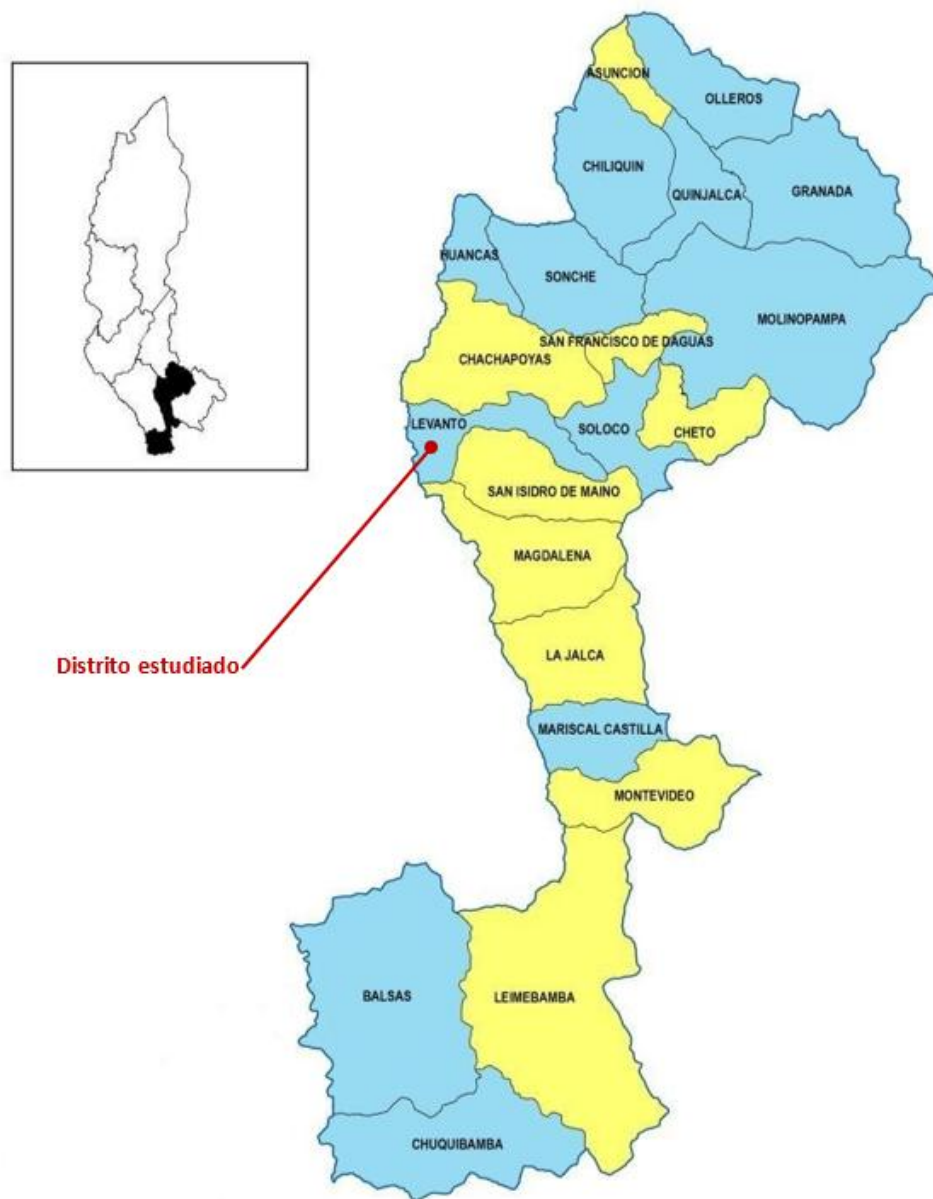


Figura 38. Provincia de Chachapoyas. Fuentes MIDIS-DGSYE

5.5.1. Generalidades básicas

Por zonas de producción, el 47,1% de la producción nacional corresponde al conjunto de regiones de la zona sierra sur del país (Puno, Apurímac, Cusco, Arequipa, Ayacucho, Moquegua y Tacna), el 28,5% al conjunto de regiones de la zona sierra centro (Huánuco, Junín, Huancavelica y Pasco), el 20,3% al grupo de regiones la zona sierra norte (La Libertad, Cajamarca, Ancash, Amazonas, Piura y Lambayeque); y, el 4,1% restante, a la producción de las regiones de la zona centro costa (Lima e Ica). Amazonas representa al

grupo de regiones de productoras de la zona sierra norte del país y produce más que las regiones de Piura, Moquegua, Tacna y Lambayeque. (AGRARIAS, 2017)

Se puede apreciar en la figura 39 que este tubérculo se cultiva en 19 de las 25 regiones del país, siendo la región Puno, la de mayor producción y la región Lambayeque, la de menor producción).

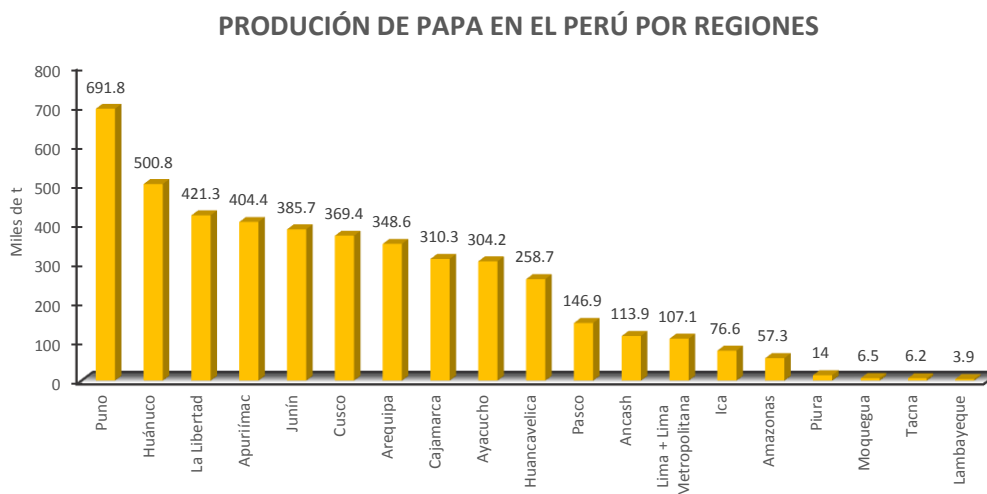


Figura 39. Producción de Papa en el Perú por regiones. Fuente: MINAGRI-DGESEP a través de la elaboración de la DGPA-DEEIA, año 2016.

En la figura 40 Se muestra el nivel de productividad por ha, alcanzado por cada departamento. Es evidente las asimetrías a nivel del país, ya que mientras en Arequipa se obtiene un rendimiento promedio de 33,5 t/ha y en Ica 32,2 t/ha, en las regiones de Piura y Lambayeque, estos apenas llegan a 9,5 t/ha y 6,6 t/ha, respectivamente. Estas diferencias están relacionadas directamente con manejo del cultivo en áreas bajo riego o bajo seco; así, se tiene que en Arequipa, Ica y Lima, que muestran los más altos rendimientos del país, casi toda la producción proviene de áreas bajo riego; mientras que, en las regiones de Huánuco, Junín, Ayacucho, Apurímac y Huancavelica, con rendimientos más bajos, la producción proviene en su mayor parte de áreas bajo seco y en una pequeña proporción de áreas bajo riego. En los casos de Piura y Lambayeque, que registran los rendimientos más bajos del país, toda la producción proviene exclusivamente de áreas bajo seco.

Cabe destacar, sin embargo, que en 10 de las 19 regiones productoras de papa, se obtiene rendimientos por encima del promedio nacional, que fue de 14,5 t/ha y la región de

amazonas tiene un rendimiento de producción por hectárea mayor al promedio nacional. (AGRARIAS, 2017).

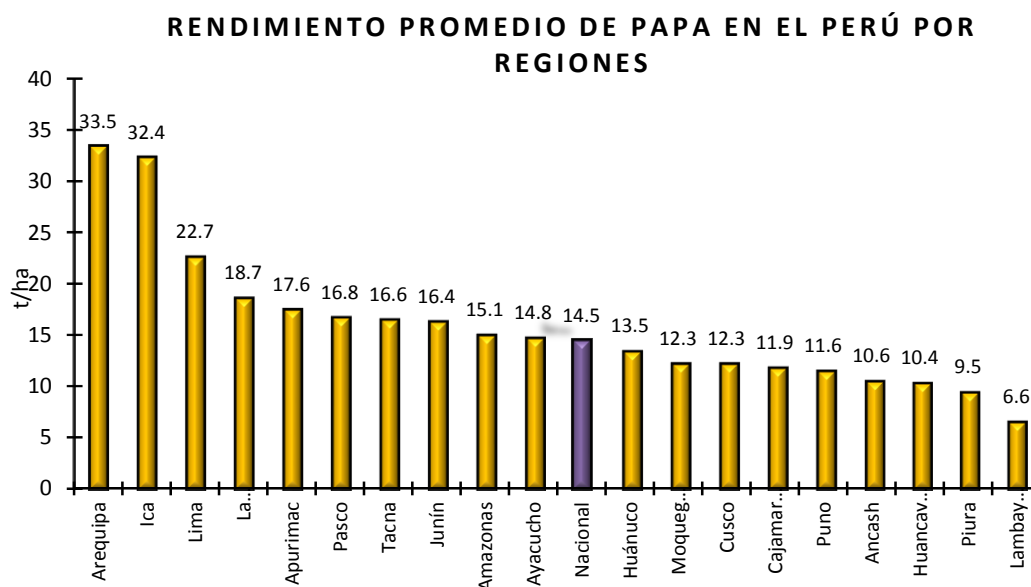


Figura 40. Rendimiento Promedio de papa en el Perú por regiones. Fuente: MINAGRI-DGESEP a través de la elaboración de la DGPA-DEEIA, año 2016.

La superficie de papa sembrada a nivel de la región Amazonas es de 3446 has, Luya es la que alcanzó mayor extensión a 1666 has y menor extensión Utcubamba 59 has. En la Campaña 2004 – 2005.

La superficie de papa cosechada a nivel de la región se obtuvo 2916.5 has, Luya es la que más extensión cosechó, y menor extensión Utcubamba 48 has.

El rendimiento promedio de la producción nivel de la región es de 11.76 t/ha. La diferencia entre máximo y el mínimo oscilan entre 14.09 y 7.04 t/ha.

La producción de papa a nivel de la región alcanzó a 40169.85 toneladas. La provincia que obtuvo mayor producción de papa fue Luya 22591.8 toneladas y menor producción Utcubamba 337.7 toneladas.

El precio chacra promedio de la papa a nivel de la región es de 0.35 S./kg. EL precio promedio más alto es de Utcubamba 0.41 S./kg y el menor es de Chachapoyas 0.30 S./kg. A continuación se muestra en el cuadro 16.

Cuadro 16.*Distribución de los cultivos de papa por provincias en la región Amazonas*

Variables	Bongará	Chachapoyas	Luya	Utcubamba	TOTAL / Cultivo
Siembras (ha)	166	1555	1666	59	3446
Cosechas (ha)	126	1139.5	1603	48	2916.5
Rendimiento (t/ha)	12.12	13.79	14.09	7.04	11.76
Producción (t)	1526.5	15713.85	22591.8	337.7	40169.85
Precio Chacra (S/ /kg)	0.36	0.30	0.32	0.41	0.3475

Fuente: MINAG - DGIA - DE.

La superficie de papa a nivel de la provincia de Chachapoyas en la campaña 2011 – 2012, alcanzó a 2006 has. A nivel de distritos Leymebamba, Soloco, La Jalca, Chilibiquin, Cheto, Quinjalca y Levanto son los que cultivaron las mayores extensiones. La producción de papa alcanzó a 816,303 kg, los distritos que consiguieron mayor producción de papa fueron Soloco, Chilibiquin, Quinjalca, Granada, Cheto, Molinopampa y Olleros.

Los rendimientos del cultivo de papa a nivel de distritos son muy variables, oscilan entre 5,554 y 68 kg/ha. El promedio de rendimiento provincial es de 1, 381 kg/ha. Los distritos con los mejores rendimientos son Leymebamba y Soloco.

Es importante señalar que, el distrito de Levanto forma parte del grupo de los distritos que más áreas de cultivos de papa utilizan, aunque en cantidad de producción no esté dentro del grupo de los mejores. Sin embargo, el rendimiento de producción por hectárea está por encima del rendimiento promedio a nivel de la provincia. Ver figura 41.

DISTRIBUCIÓN DEL CULTIVO DE LA PAPA			
DISTRITOS	ÁREAS CULTIVADAS DE PAPA HECTÁREAS	PRODUCCIÓN DE PAPA KILOGRAMOS	RENDIMIENTOS DE PAPA kg/ha
Leymebamba	370	44880	5554
Soloco	276	59622	4099
La Jalca	175	30029	2579
Chiliquin	159	59003	2172
Cheto	158	57730	2301
Quinjalca	131	58307	1939
Levanto	122	29690	1829
Granada	90	58298	1309
San Isidro de Maino	90	29185	1268
Mariscal Castilla	61	29082	881
Olleros	59	57529	826
Chuquibamba	58	28413	814
Chachapoyas	54	38722	724
Magdalena	49	28907	704
Molinopampa	47	57620	596
Montevideo	35	28312	500
Asunción	27	27961	330
Balsas	17	28063	239
Sonche	16	25900	195
Huancas	7	25513	77
San Francisco de Daguas	5	13540	68
TOTAL	2006	816306	1381

Figura 41. Distribución del cultivo de la papa por distritos de la provincia de Chachapoyas
Fuente: DRA – Amazonas 2011/2012. Elaboración: Equipo PAT.

5.6 DETERMINACIÓN ACTUAL DE LA CADENA COMERCIALIZACIÓN DE LA PAPA

Como se mencionó en los resultados de la investigación la mayor cantidad, de la producción de papa producida en el distrito de Levanto es comercializada a los rescatistas siendo la mayoría de las veces en la misma chacra o en la misma localidad, estos rescatistas acopian la producción de diferentes productores de la zona hasta completar la carga de un camión para luego transportarlo principalmente al mercado mayorista de Chachapoyas. Luego, la mayor parte de la producción es comercializada a los minoristas locales y como también cierta cantidad es comercializada a mayoristas que acopian producción de diferentes zonas de otras procedencias, reuniendo volúmenes significativos para comercializar en ciudades fuera de la región.

Es preciso mencionar que las cantidades que no han sido comercializadas a los acopiadores rurales, los mismos productores lo comercializan a los minoristas o bodegueros de la propia localidad y también en el mercado de los domingos de la hierbabuena. Además, cierta cantidad de la producción comercializada a los acopiadores es también comercializada en este mercado, para luego ser vendida a los minoristas y mayoristas y posteriormente comercializada en las diferentes ciudades dentro y fuera de la región.

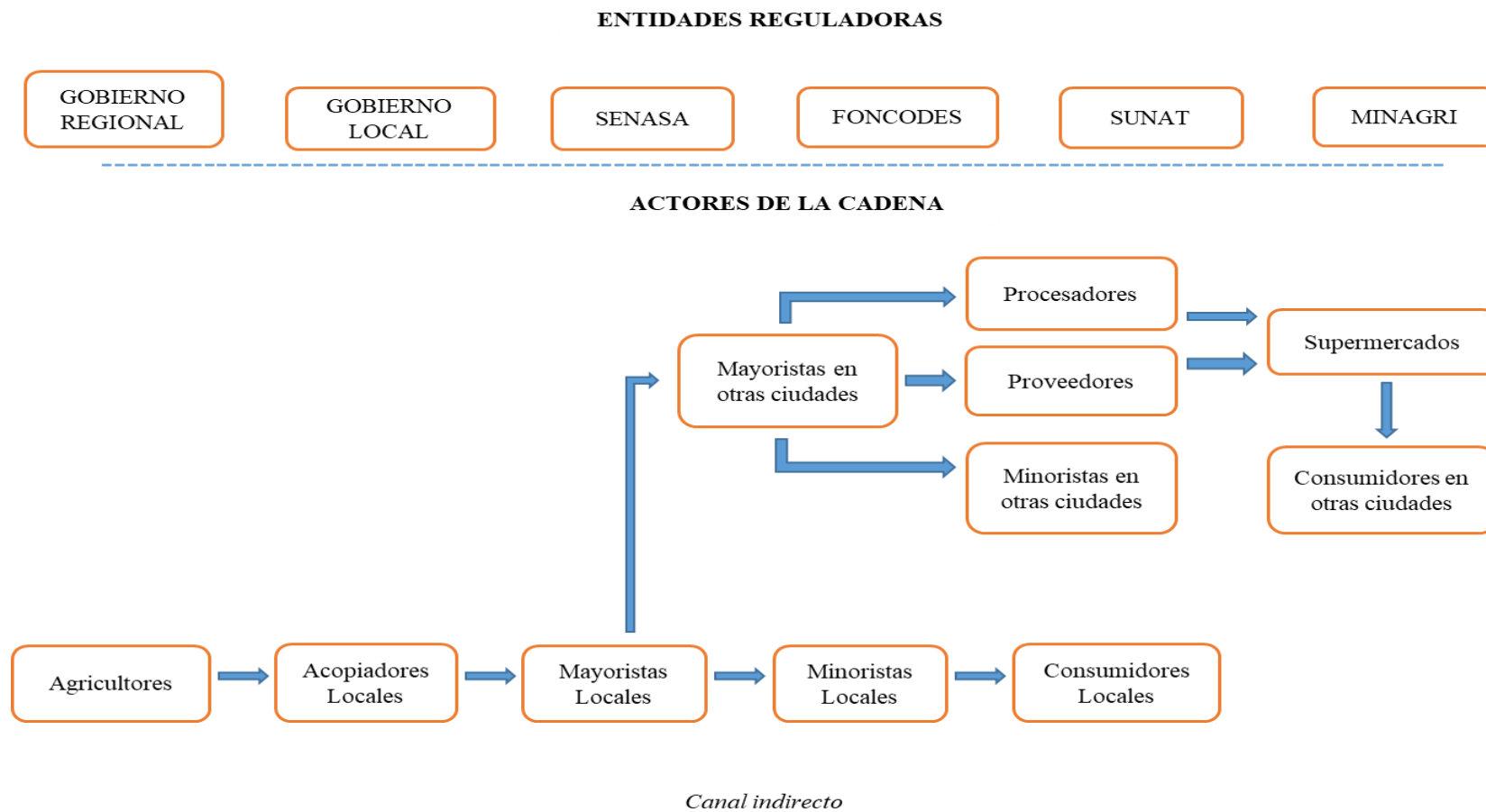


Figura 42. Flujos de comercialización actual de papa del distrito de Levanto (Fuente: Elaboración propia en base de Alarcón (1994) página. 18 – centro de acopio de la papa)

De acuerdo a la investigación realizada de CAPAC PERÚ en su informe Centros de acopio de papa: Factibilidad de promover e implementar este concepto en la sierra peruana, se puede caracterizar cada actor que intervienen en la cadena de valor de la siguiente manera:

5.7 ACTORES DE LA CADENA

A continuación, se identifica y se describe a los principales actores involucrados en la cadena comercial de la papa del distrito de Levanto.

5.7.1. Productor

Siendo parte de un sistema de producción específico, toma las decisiones sobre qué papa producir, cómo, cuánto, cuándo y para quién. Para realizar el cultivo de papa según muestra en la figura 26 de los resultados el 91 % no recibe ningún financiamiento, por tanto las semillas, insumos, envases, etc, lo adquieren con su propio capital, no tienen la preferencia para la compra de su producción simplemente es un producto más que los acopiadores compran. No tienen acceso a factores de producción (terreno, financiamiento, maquinaria, semilla etc.) por parte del estado, no promueven la integración en la cadena productiva, es clave diferenciar entre grandes, medianos y pequeños productores.

En el caso característico del productor Levantino es quien toma las decisiones con respecto al proceso de producción y comercialización las toma el acopiador en la mayoría de las veces, actúa de manera individual sobre como producir ya que no participa en ninguna asociación para decidir sobre precios y lugares de venta, debido a que no existe una asociación de productores en la localidad.

5.7.2. Acopiadores rurales

Conocido también como rescatista, tiene como función reunir pequeñas cantidades de papa (mayormente producidas por pequeños productores en ciertas zonas) para obtener volúmenes económicamente significativos, que justifiquen contratar un camión, por ejemplo, para luego vender la mercadería en un mercado mayorista. Por su rol de juntar oferta, el acopiador muchas veces cumple, a la vez, la función del transportista, poniendo la movilidad y el personal (estibadores) que ayuda a subir la carga al camión.

5.7.3. Mayoristas locales

Concentra la producción regional comercial dentro de un mercado de abastos. Con un puesto propio o alquilado, acopia las variedades y calibres específicos, y organiza la

reventa en grandes y uniformes lotes a otros mercados (mayoristas o minoristas). Contrata a camiones grandes de 30 a 40 TM (trailers) para ahorrar flete por unidad (por kilogramo). Muchas veces también juega el rol de un minorista, involucrándose en la venta de pequeños volúmenes de papa para el consumo a nivel local.

5.7.4. Mayoristas en otras ciudades

Como concesionario de un puesto en un mercado mayorista en las grandes ciudades, reúne lotes enviados por diferentes acopiadores o mayoristas rurales. Como cuenta con una clientela más o menos estable, que requiere papa durante todo el año, tiende a establecer alianzas con mayoristas o acopiadores rurales de diferentes zonas de producción para siempre tener oferta de papa en su puesto.

5.7.5. Minoristas locales

Son las bodegas, tiendas comerciales que venden abarrotes que están ubicadas dentro o cerca al lugar de acopio. Ellos compran pequeñas cantidades y son los encargados de hacer llegar al consumidor final local.

5.7.6. Minorista en otras ciudades

Ubicado en un mercado urbano orientado al consumidor final, vende diferentes calidades y variedades de papa en cantidades más pequeñas, muchas veces en conjunto con otros vegetales. Para cumplir con esta función, compra unidades enteras de un mercado mayorista, selecciona y fracciona el producto comprado en productos diferenciados (por calidad), ofreciéndolo por kilogramo en envases más pequeñas (sacos, cajas, etc.) o a granel.

5.7.7. Procesadores

Mayormente ubicado cerca al mercado de consumo, el procesador demanda papa con características bien definidas, en función del uso que se da a esta papa: variedad, tamaño, limpieza, calidad de fritura, etc.

Dependiendo de la cantidad y la logística puesta en práctica, se consigue la papa requerida del mercado mayorista o de la zona de producción. En el segundo caso, la complicación es que se debe tener convenios con diferentes actores en diferentes zonas de producción para asegurar un abastecimiento continuo, lo que requiere un esfuerzo especial por parte del procesador. Esto suele justificarse sólo para grandes empresas agroindustriales, que logran

cubrir estos costos adicionales con el alto volumen de producto que comercializan (economías de escalas).

5.7.8. Proveedores

Son actores que cumplen la función de conseguir y producir las papas que se requiere para el supermercado. Por la exigencia de los supermercados de aceptar sólo papa bien seleccionada y clasificada, y de un cierto rango de calibres, el proveedor muchas veces tiene que hacer un esfuerzo adicional, de reSelección y reclasificación. Además, como se pide que parte de la papa venga lavada y en diferentes envases, el proveedor se ve obligado a tener un local propio donde puedan llevarse a cabo estas actividades complementarias. Como el proceso de reSelección y reclasificación genera volúmenes considerables de papa “fuera” de parámetros, los proveedores redirigen parte de su papa al mercado mayorista para su venta, salvo que logren aprovechar las papas no aptas para el supermercado en la elaboración de algún producto alternativo.

5.7.9. Supermercados

Por su interés en conseguir un producto estándar (calidad homogénea) durante todo el año, actúan como comerciantes minoristas exigentes, con la finalidad de obtener cada semana la cantidad y calidad exacta que requieren para la venta en tienda. Como el supermercado tiene muchas posibilidades de informar e interesar al consumidor final para promover la venta, es un aliado importante no sólo para proveedores de papa sino también para empresas procesadoras, que buscan posicionar su producto con marca propia. Por su poder en la cadena productiva, los supermercados definen las diferentes presentaciones de la papa fresca (a granel, enmallada o embolsada) y se dan el lujo de pagar la papa entregada 15 ó 30 días después de recibirla.

5.7.10. Consumidores

Siendo el eslabón final de la cadena de la cadena comercial del producto, comprando el producto final, cumplen básicamente el rol de garantizar la rotación del producto en los mercados minoristas. Las variables que más influyen en la decisión de compra son el precio y la calidad (variedad, tamaño, sanidad, frescura) de los tubérculos ofrecidos. Estas preferencias dependen del uso que se quiere dar a la papa, que varía mucho entre zonas (costumbres y nivel de ingresos), implicando preferencias diferenciales entre diferentes ámbitos y segmentos. Debe resaltarse que los consumidores no siempre están bien

informados. Conocen muy pocas de las papas nativas que se producen en el país, y ni siquiera tienen claro los beneficios nutricionales que ofrece la papa. Entre los consumidores también se encuentran instituciones públicas y privadas, incluyendo hoteles, restaurantes, hospitales, etc.

5.7.11. Entidades reguladoras

Son aquellas entidades del estado que regulan la producción de papa, tanto a nivel de producción como a nivel de comercialización. Tenemos dentro de este grupo a los siguientes:

5.7.12. Gobierno Regional Amazonas

Es un organismo de derecho público con autonomía política económica y administrativa en asuntos de su competencia constituyendo para su administración económica, financiera, así como para la ejecución de proyectos en un pliego presupuestal. A través de la sub-Dirección Regional Agraria Amazonas promueve, orienta y norma las actividades productivas agrarias en la Región.

5.7.13. Gobiernos Locales

Realizan actividades en bienestar de la población ejecutando obras de carácter social y en otros casos de apoyo a la producción en busca de disminuir los niveles de extrema pobreza y promover la seguridad alimentaria conjuntamente con el Gobierno Regional.

5.7.14. Senasa

Realiza acciones de prevención, y control de enfermedades Fito y zoonositarias. En Amazonas existen dos direcciones del SENASA para la cobertura de toda la Región.

5.7.15. Foncodes

Existe en Amazonas una oficina zonal, que viene apoyando a la población rural a través de proyectos productivos e Infraestructuras de acopio y almacenamiento.

5.7.16. Sunat

Regula el comercio, controla y fiscaliza el tráfico de mercancías, desde su origen, transporte y comercialización, haciendo que cada intermediario de la cadena de valor cumpla con sus obligaciones tributarias.

5.7.17. Minagri Fortalecer las organizaciones de productores y promover su integración bajo los enfoques de manejo de las cuencas y cadenas productivas, COSTOS DE PRODUCCIÓN ANÁLISIS FINANCIERO

Cuadro 17.
Costos promedios para producir 01 hectárea de papa en el distrito de Levanto.

RUBROS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (S/)	COSTO TOTAL (S/)
A. COSTOS DIRECTOS				
1. PREPARACIÓN DEL SUELO				
Maquinaria y equipos				
• Arada,	días/ yunta	7	70.00	490.00
Subtotal				490.00
2. MANO DE OBRA				
• Limpieza del campo	jornal	6	33.51	201.06
• Aplicación de abono	jornal	4	33.51	134.04
• Aplicación de fitosanitarios	jornal	4	33.51	134.04
• Surcamiento	jornal	6	33.51	201.06
• Siembra	jornal	7	33.51	234.57
• Desierva	jornal	8	33.51	268.08
• Aporque	jornal	7	33.51	234.57
• Defoliación	jornal	1	33.51	33.51
• Cosecha	jornal	6	33.51	201.06
• Recoleccion, selección y empaque	jornal	5	33.51	167.55
Subtotal				1,809.54
3. INSUMOS				
Semilla	kg	1017.56	0.69	702.12
Control de plagas y enfermedades				
• Abonos orgánicos	qq	9.63	73.24	705.30
• Productos fitosanitarios	litro	17.07	25.14	429.00
Envases/ otros				
• Sacos	unidad	246	0.20	49.20
• Piola	rollo	3	3.00	9.00
• Transporte	acémila-vehículo			275.19
Subtotal				2,169.81
Total Costos Directos				4,469.35
B. COSTOS INDIRECTOS				
• Otros gastos				100.00
Subtotal				100.00
COSTOS TOTALES				4,569.35

Fuente Elaboración Propia

Cuadro 18.
Análisis financiero de la producción de papa

Ingreso Bruto: venta : 12150 kg (243 qq) de papa	=	S/ 6 439.50
Costos de Producción/ ha	=	S/ 4 569.35
Ingreso Neto	=	S/ 1 870.15
RELACIÓN: BENEFICIO/ COSTO	=	1.41

∴ Por cada sol invertido y recuperado se gana 0.41 céntimos.

Se observa que el valor de la rentabilidad es positivo. En este sentido, si bien es cierto el productor del distrito de levanto registra un rendimiento promedio de 12.30 tn/ha, que es menor valor de rendimiento del promedio regional que es 15.1 tn/ha, según investigación de (Minagri-Dgesep, 2016). Esto va depender del nivel de tecnología y tecnificación del proceso de cultivo, en el caso del productor levantino el ardo lo realiza de forma tradicional, no recibe capacitación técnica para la selección de las semillas, etc. Aunque los costos no son elevados y en promedio perciben utilidades pero hay necesidad que se cambie la forma de producir para mejorar el rendimiento de la producción y por ende maximizar las ganancias.

5.8 PROPUESTA DE LA CADENA COMERCIAL DE LA PAPA PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DEL DISTRITO DE LEVANTO.

La propuesta consiste en diseñar un modelo de cadena comercial con articulación, interdependencia entre los eslabones y actores participantes, un solo objetivo, trabajo coordinado para lograr la eficiencia y producir la rentabilidad para los pequeños productores involucrados.

5.9.1. Objetivo general

Mejorar la competitividad de los productores de papa del distrito de Levanto.

5.9.2. Objetivos específicos

- Incentivar a la creación de la asociación agrícola en el distrito de Levanto.
- Fomentar de articulación de los productores al mercado local y nacional.
- Promover la intervención de las entidades públicas y privadas y evalúen la viabilidad de instalar un centro de acopio en la localidad estudiada.
- Mejoramiento en las estrategias de vida de los productores a través de formas mejoradas de producir y comercializar su producción.

- Establecer alianzas entre productores de papa, el sector público, sector privado para mejorar los hábitos de producción, comercialización y consumo de papa en el mercado influyente.

Para dar a conocer la propuesta se ha adecuado de la tesis de grado (Ecos, 2013). Se ha Estructurado por los siguientes eslabones que consideramos que es factible de acuerdo a la problemática encontradas en la cadena comercial de la papa del distrito de Levanto.

5.9.3. Eslabón de Producción

Los agricultores a través del apoyo técnico tendrían conocimiento de las principales características y variedades de papa que podrían producir mejor. Conservar una alta calidad de diversidad genética de papa. Realizar un adecuado tratamiento del suelo y realización de trabajo técnico en las actividades de producción. Estaría en la capacidad de seleccionar adecuadamente la semilla que va cultivar, mínimo de riesgos para almacenar el tubérculo en la etapa de post cosecha bajo disponibilidad y responsabilidad del centro de acopio, va formar parte de una asociación de productores por lo que va a tener acceso a préstamos financieros para producir a mayor escala.

5.9.4. Eslabón de asociación de productores

Estaría conformada con personería jurídica debidamente constituida. Con una estructura organizativa definida con cargos, funciones y estatutos. Promueven la capacitación de los socios con respecto al cultivo de papa, los dirigentes tienen que tener capacidad organizativa y administrativa para incentivar la participación continua de todos los socios. Los líderes a cargo tendrían el conocimiento de estrategias de mercadeo y comercialización. Recibimiento de asesoramiento y apoyo técnico por parte de las entidades del estado para el mejor manejo, selección de semillas, control de plagas y enfermedades de papa. Capacidad para lograr juntar importantes volúmenes de producción de papa. Posibilidades de acceso a financiamiento de entidades financieras, acceso a certificación orgánica. Precios fluctuantes en los mercados locales, regionales y nacionales. Planificación para el cultivo de la papa de forma no afecten la oferta de la papa procedente de la localidad estudiada y mejoramiento de los ingresos de los socios.

5.9.5. Eslabón de Comercializadores

Desarrollo de buenas relaciones con los productores agrícolas del distrito de Levanto, tanto con los comercializadores locales como de otras ciudades, facilidades de pago, las actividades de comercialización se desarrollaría de manera formal. Adecuada información para acceder a mercados especializados en la comercialización de papa. Basta producción de papa de acuerdo a las demandas. Conocimientos prácticos para la comercialización de la papa. Las transacciones se desarrollarían en un centro de acopio en la misma comunidad, el pago se hace al contado u otra modalidad de acuerdo a las conveniencias de ambos. En esta etapa las transacciones se realizan por la confiabilidad la calidad y la garantía que aseguran los productores como asociación con respecto al producto.

5.9.6. Eslabón de Consumidores

Esta relación permitiría saber con mejor exactitud la cantidad de demanda con respecto al tipo de papa que consumen, lo cual permitiría planificar mejor sobre qué tipo de papa producir y cuando. Fortalecer las relaciones a través de la participación de importantes ferias gastronómicas, lo cual les permitiría ampliar la red de contactos y establecer vínculos comerciales para la venta de importantes cantidades de producción de variedades de papa de la localidad. Esto permitiría no solo satisfacer la necesidad actual, sino crear la necesidad de consumir la papa procedente de esta localidad, incrementando la demanda de papa a nivel local como en otras ciudades.

5.9.7. Entidades de Apoyo

Dentro de las entidades que podrían brindar soporte en los eslabones de la cadena de valor de la comercialización de la papa son: Municipalidad Distrital, Provincial y Gobierno Regional, que desarrollan acciones de promoción y fomento de los cultivos agrarios, otras entidades como MINAGRI que desarrollaría una función de promover la organización de la comunidad, así como también prestan asistencia técnica en cultivos, cosecha, selección de semillas, etc., SENASA controlaría la sanidad agraria, a través de la vigilancia fitosanitaria y zoonosanitaria, regula a través de reglamentos el control de sanidad animal y vegetal, para el caso de la papa desarrollaría labores de control y certificación de semillas para los productores del distrito de Levanto, FONCODES, apoyo para la realización de construcción del centro de acopio para almacenamiento de la papa , SUNAT función de fiscalización del comercio de la papa.

Con el apoyo de las entidades tanto públicas y privadas mejoraría las formas de producir la papa en la localidad, mejorando el nivel competitivo de la producción frente a otras producciones de orígenes de otras localidades. A través de los programas de intervención en la localidad se desarrollarían de forma coordinada con la asociación entonces no solo se enfocaría en un solo productor sino en conjunto. Además apoyarían en facilitar nuevos mercados para la comercialización de la papa.

A continuación, se muestra en la figura 43 la forma que estaría constituida la cadena comercial de la papa que se propone en esta investigación.

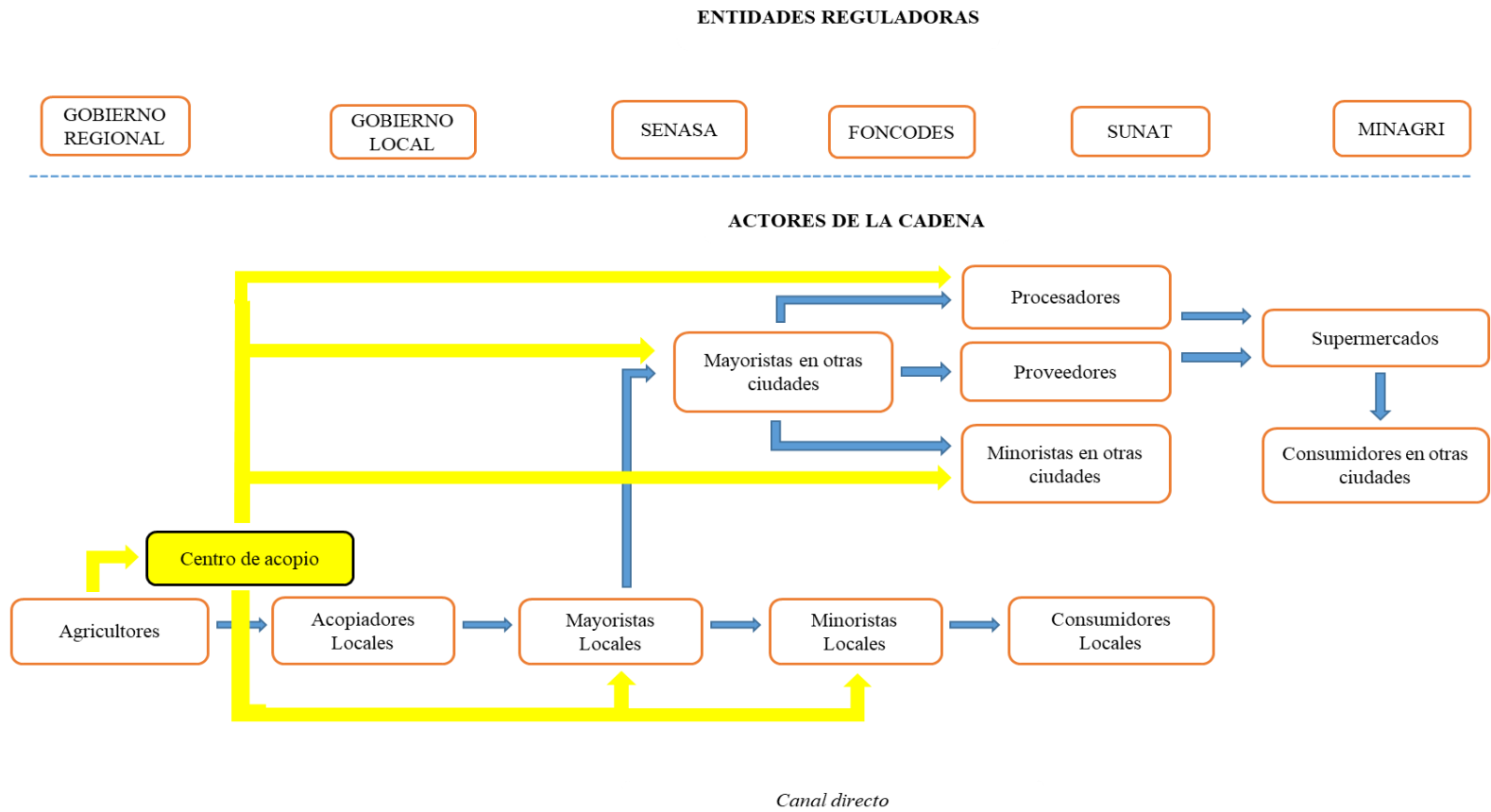


Figura 43. Propuesta de mejora de la cadena comercial de la papa del distrito de Levanto (Fuente: Elaboración propia en base de Alarcón 1994 página 18)

5.9.8. Implementación de un centro de acopio

Se ha visto que la factibilidad económica de proponer la implementación de un centro de acopio que va ser fundamentalmente para mejor colocación de la papa que se obtiene a través de este mecanismo de organización. De acuerdo a (Thomas Bernet, Oscar Delgado, & Mario Sevilla, 2008). Define. Un centro de acopio es un punto de encuentro que permite juntar la oferta de un producto proveniente de diferentes agricultores con la finalidad de comercializar el producto de forma más organizada y en cantidades interesantes, logrando así mayores ganancias para los productores y empresas involucrados.

Un centro de acopio en el distrito de Levanto permitiría juntar volúmenes de producto de diferentes productores a nivel local para promover su comercialización. La premisa es que este mecanismo de articulación al mercado es más eficiente costo-beneficio y eficaz calidad de resultados que la comercialización directa de cada productor. Unidos tienden a producir volúmenes interesantes que por sí mismos, este tipo de concepto de centro de acopio tendría relevancia para la situación real de comercialización que realizan productores de la localidad de estudiada, organizándose para aprovecharse de este mecanismo.

Para estos pequeños productores, este tipo de centro de acopio ofrece diferentes posibilidades, incluyendo el acceso a mercados y clientes más distantes, ganando más por absorber los márgenes de los actores cuya participación se hace innecesaria a nivel local intermediarios y mayoristas locales. No obstante, para proveer la calidad de producto requerida, el centro de acopio debe cumplir también otras funciones.

5.9.9. Servicios integrados del centro de acopio

Dependiendo de las exigencias de los clientes y del potencial de crear beneficios adicionales a los productores del distrito de Levanto, el centro de acopio que se propone podría incorporar una serie de diferentes servicios, destinados a crear valor para los productores vinculados a este concepto de comercialización. Los siguientes servicios podrían ser parte de las funciones de un centro de acopio.

- **Servicio de pesado:** Muchas veces los productores son perjudicados por no tener acceso a una balanza para pesar su mercadería, dependiendo de la medición no siempre correcta realizada por los acopiadores o mayoristas, con esto se evitaría esas desventajas siendo más justas el peso de la mercadería.
- **Selección y clasificación:** El producto que llega mediante las vías convencionales de comercialización muchas veces es deficiente en su calidad de selección y

clasificación, lo cual se puede hacer una reclasificación de acuerdo a las exigencias de cada cliente, especialmente cuando podrían tener clientes de la agroindustria y supermercados.

- **Lavado y envasado:** Para suplir las necesidades de ciertos clientes que exigen un producto lavado y envasado en recipientes especiales mallas pequeñas, bolsas de plástico, jabas, etc. Que con una logística sofisticada se podría proveer de estos y permitiría dar un valor agregado al producto.
- **Almacenamiento:** La producción estacional de ciertas variedades de papa provoca una caída del precio en la época de cosecha. La posibilidad de almacenar la papa sería interesante para equilibrar la colocación de la oferta, alcanzando precios más altos para la papa almacenada producida en la localidad estudiada.
- **Venta de insumos agrícolas:** Los pequeños productores son los que menos acceso tienen a insumos de alta calidad. Por falta de liquidez, información y contactos de confianza son los primeros perjudicados de la adulteración de insumos, aparte de que siempre pagan precios más altos por la compra de volúmenes pequeños. Con esto, el centro de acopio tendría disponibilidad de todos los insumos agrícolas obtenidos de proveedores confiables al alcance de los productores socios.
- **Capacitación especializada:** El productor tiene el reto de informarse continuamente y capacitarse para mejoramiento de la forma de producir la papa, de forma mejorar sus ingresos. El centro de acopio estaría ubicado en un lugar muy estratégico del distrito de Levanto para poner en práctica esta capacitación, incluyendo no sólo temas productivos sino también de post cosecha y de gestión empresarial y organizativa.
- **Colocación de producto:** Un problema básico del pequeño productor es su poder limitado de acceder a mercados especializados, mayormente por falta de información, volúmenes limitados de oferta y problemas de liquidez. En el contexto del centro de acopio que se propone es el servicio de colocación de producto de manera planificada y organizada, brindando un servicio relevante y beneficioso para los productores involucrados.

VI. DISCUSIÓN

- ✓ La realidad sobre el conocimiento técnico sobre el cultivo de papa que puedan tener los productores del distrito de Levanto es precaria, debido a que la mayoría de estos agricultores no reciben ningún tipo asesoramiento técnico siendo esto un 67% , ellos utilizan criterio propio en base a sus costumbres que practican tras generaciones, algunos cuando necesitan algo de asesoramiento acuden a sus vecinos productores y solo un 14% recibe un asesoramiento técnico indirecto por parte de las agroveterinarias, es decir los productores al adquirir sus productos fitosanitarios en estos establecimientos aprovechan para realizar algunas consultas. Por lo tanto, no es un asesoramiento técnico directo y no es lo suficiente para que el productor conozca bien y esté preparado para cultivar sus productos. Según investigación desarrollo agropecuario de la FAO, el principal factor de producción será el conocimiento adecuado y no tanto el recurso abundante. Tendrán más posibilidades de éxito los agricultores que sepan solucionar sus problemas y no tanto los que tengan con qué hacerlo; disponer de recursos materiales no será suficiente si los agricultores no tienen los conocimientos para aprovechar las potencialidades y oportunidades de desarrollo que existen en sus predios. Lo cual afirma que el conocimiento técnico en el productor es importante y esto le permita ser más competitivo porque permanecer con sus mismos conocimientos ancestrales en la actualidad ya no es lo suficiente.
- ✓ Así mismo en la etapa de preparación del suelo del proceso del cultivo de la papa ninguno de los productores utilizan tractor, solo lo realizan con el sistema tradicional que es la yunta, el 43% usan desbrozadora manual para limpiar los arbustos o malezas del terreno, un 34% usa motosierra para derribar arboles desde la raíz en la etapa de acondicionamiento del terreno, eso sucede pocas veces cuando el terreno va ser usado por primera vez, en la etapa del control fitosanitario el 100% utilizan mochilas fumigadoras que es lo básico y necesario para la aplicación de los productos, aparte otras herramientas tecnológicas no utilizan. Según la FAO en América Latina se pierde aproximadamente el 40 por ciento de la producción agrícola potencial, en circunstancias en que gran parte de dichas pérdidas podría ser evitada por medio de tecnologías de reconocido bajo costo y fácil aplicación. Por falta de tecnologías apropiadas y al no estar capacitados para aplicarlas

correctamente, muchos pequeños agricultores adoptan procedimientos productivos rudimentarios.

- ✓ En las encuestas de trabajo de campo se obtuvo, el 46% de la papa que se produce es de la variedad Huayro, el 42% de la papa es de la variedad amarilla, el 9% es de la variedad negra y un 3% corresponden a otras variedades; en tanto que los resultados de los indicadores de competitividad para la producción de papa en Levanto, demuestran su escasa participación en el mercado nacional por su frágil posición en el mercado, los factores pueden ser muchos de acuerdo a la investigación no están conformada por alguna asociación que les permita trabajar en conjunto, por lo que según datos el 74% de las veces lo determina el acopiador el precio de la papa, es con este con lo que la mayoría de las veces realiza la venta. Por otro lado (Gomez A., 2014). Los diferentes aspectos identificados que afectan la cadena productiva de papa son aspectos económicos, sociales, educativos, tecnológicos, legislativos y políticos ya que todos estos conforman un conjunto de posibles oportunidades y amenazas que llegan afectar a la cadena de una forma positiva y negativa, en Colombia de acuerdo con el análisis realizado se presentan muchas oportunidades que pueden cambiar de forma positiva el mercado de la papa tanto nacional como internacionalmente.
- ✓ El número máximo de hectáreas que tienen los productores de Levanto es de 3 hectáreas, la cantidad promedio es de 1.89 hectáreas y la cantidad mínima es de 0.5 hectáreas, es producida por agricultores de mediana escala, que cultivan de una hectárea de papa a más, es un cultivo estratégico para aliviar la pobreza y mejorar la seguridad alimentaria en la zona más vulnerable del Perú, para ello se realiza propuesta de la cadena comercial de la papa en el distrito de Levanto permitirá mejorar la competitividad de los agricultores dedicados a esta actividad.
- ✓ Los actores, eslabones de la cadena productiva de la papa se dividen en productores de productores, acopiadores, mayoristas, procesadores, minoristas y consumidores finales analizando el desempeño competitivo de cada uno de los eslabones en el mercado y el sistema productivo se puede evidenciar que existe una demanda creciente por productos de papa a pesar de esto la cadena existe una falta de coordinación entre distintos eslabones y no se vislumbran procesos de integración tanto en el proceso productivo como en los de mercado y comercialización existiendo un escaso grado de asociatividad y agremiación. En donde los actores de la cadena trabajan de forma individual sin establecer estrategias, por otro lado, los

pequeños productores poseen un nivel de vida caracterizado por la reducida escolaridad, escaso acceso a seguridad social y reducidos ingresos. Con respecto a las opiniones anteriores de diferentes autores guarda relación la presente investigación por ser la producción de papa dominada por cientos de pequeños productores, la comercialización de papa en Levanto tiene características que reflejan el comportamiento del pequeño productor en la venta de este cultivo. Es notoria la importancia de intermediarios y ferias locales como canales de distribución, en los resultados se obtuvo que el 72% de los productores encuestados produce papa cada 4 meses, el 15 % produce cada 5 meses, el 11% produce cada seis meses y el 2% en otro periodo de tiempo donde el rendimiento es mayor es necesario un incremento de la productividad y una reducción de los costos de producción para lograr en un plazo mediano, mayores índices de competitividad frente al mercado.

- ✓ En la etapa de comercialización de la papa, el 46% de los productores encuestados afirmaron que el factor que afecta el precio de la producción depende de la calidad de la papa, el 100% dijeron que es la incertidumbre al no saber el precio futuro que tendrá el producto y el 8 % de los productores creen que el precio de la papa es afectado por las políticas gubernamentales que se da por las importaciones de papa extranjera haciendo que la producción nacional no se venda y se compren a precios bajos. Esto tiene relación con (Quispe, 2013) quien en su investigación realizada a los productores de papa nativa de los distritos de Huayana y Pomacochaa firma que el nivel de precios en los mercados locales y regionales son muy bajos, lo que desincentiva a los productores en la comercialización del producto y el acceso a mercados segmentados es muy limitado ante la ausencia estrategias de marketing y adecuados canales que les permita vincularse con potenciales consumidores.

VII. CONCLUSIONES

- ✓ Se logró estructurar la evaluación de la propuesta de la cadena comercial de la papa que esto permitiría incrementar la competitividad del distrito de Levanto, se realizó mediante un modelo de cadena comercial con articulación, interdependencia entre los eslabones y actores participantes, con miras de un solo propósito, trabajo coordinado para lograr la eficiencia y producir la rentabilidad para los pequeños productores involucrados.
- ✓ En relación a la situación actual de la cadena comercial de la papa del distrito de Levanto, se diagnosticó que esta se encuentra desarticulada. Es decir cada agente que lo integra trabaja en forma aislada y busca su propio beneficio. En ese sentido no hay un compartimiento de ganancias, riesgos e información. Tampoco hay un vínculo más allá de lo comercial. No existe un esquema de ganar-ganar y la visión de ellos es a corto plazo, no existiendo ninguna planificación sino más bien esta actividad se hace por tradición y por necesidad.
- ✓ Los agentes que intervienen en la cadena comercial son los productores, acopiadores, mayoristas, minoristas, procesadores, proveedores, supermercados, consumidores y las entidades públicas que lo regulan.
- ✓ La cadena comercial de la papa que se propone para el distrito de Levanto es aquella en la cual los agentes que la integran partan de un esquema de ganar-ganar. Con organización mediante una asociación de productores de este sector, implicaría el compromiso por parte de todos ellos por el buen funcionamiento y la sostenibilidad de esta actividad, generándose espacios en los cuales se concerten las soluciones ante los cambios que se puedan presentar ya sea de precios, tendencias, climatológicas o reglamentarias.
- ✓ Lo que se propone en esta investigación es toda una estructura organizada de comercialización que permitiría mejorar la competitividad del pequeño productor. En este contexto, y para tener un impacto a gran escala, se necesita promover la eficiencia de la cadena y el productor ya no estaría solo sino participando en una asociación, con un enfoque de optimización de los servicios de comercialización que se complementen con otros servicios de información, mejor acceso a insumos, etc.
- ✓ Además adicionalmente también se propone la implementación de un centro de acopio en el distrito de Levanto que permitiría juntar volúmenes interesantes que por sí mismos no podrían, de tal manera promuevan la comercialización global de la

producción a nivel de la localidad. El propósito es que este mecanismo de articulación al mercado es más eficiente costo-beneficio y eficaz calidad de resultados que la comercialización directa de cada productor. Las ventajas que podrían obtener con este centro de acopio, es que les permitiría seleccionar y clasificar la producción de acuerdo a las exigencias de cada cliente, mejor presentación del producto mediante procedimientos de lavado y envasado, almacenamiento de la producción que permitiría equilibrar la colocación de la oferta, alcanzando precios más altos en épocas de menos producción, entre otros beneficios más.

VIII. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los productores de papa del distrito de Levanto y autoridades responsables de este sector que el proceso productivo debe mejorarse en cuanto a la adecuación del suelo, el manejo del agua, que se utiliza en exceso, uso de semilla certificada, fertilizaciones mínimas requeridas, manejo integrado de plagas; igualmente, los productores deben tomar mayor participación en la cadena de valor y para ello se requiere apoyo de las entidades del estado, que a través de una política sectorial, financie y apoye infraestructura de almacenamiento o centro de acopio como se propuso en esta investigación, de tal forma que el productor se beneficie en su economía, por consecuencia su calidad de vida y el desarrollo de los pueblos.
- ✓ Mejorar el poder negociación, las condiciones de venta del producto, precios del producto, plazos de pago de mismo y búsqueda de nuevos compradores, mediante la celebración de convenios de compra venta para cada campaña de producción, donde se especifiquen con claridad las condiciones de compra venta e implementación de programa de articulación comercial para la búsqueda de nuevos mercados.
- ✓ Realizar campañas de degustación en ferias, festivales gastronómicos, cadenas de autoservicios, eventos culturales etc. con la finalidad de hacer conocer y familiarizar las variedades de papa que se cultivan en el distrito de Levanto.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGRARIAS, D. G. (2017). *Papa: Características de la Producción Nacional y de la Comercialización en Lima Metropolitana*. Lima, Perú: Copyright.
- Anderson K, P. (2010). *Papa Madre*. Lima: Grafica Biblos.
- Apeco. (lunes de Abril de 2009). *Asociacion peruana para la conservacion de la naturaleza*. Obtenido de Asociacion peruana para la conservacion de la naturaleza: <http://www.apeco.org.pe/web/Chachapoyas>
- Arbonies, A. (2000). Modelo de cooperacion entre empresa, instituciones educativas y organismos publicos. *Nueva revista*, 4.
- Bautista, Z., & Leon, E. (2010). *Evalucion del rendimiento de cultivo de la papa (solanum Tuberosum) variedad chaucha con el manejo fisionutricional (mfn) frente al manejo tradicional en la hacienda " san patricio" ubicada en la parroquia tomebamba del canton paute provincia de Azuay .* Cuenca: Universidad Politecnica Salesiana.
- Bernet, T. (2008). *Participatory Market Chain Approach (PMCA) - User Guide*. Centro Internacional de la Papa (CIP).
- CEI. (5 de octubre de 2017). *Centro de exportaciones e Inversiones Nicaragua*. Obtenido de Centro de exportaciones e Inversiones Nicaragua: http://www.cei.org.ni/images/file/manual_asociativ.pdf
- Chavez. (2014). *Consideraciones para elaborar cadenas de valor con enfoque de mercado y sostenibles en el tiempo (Tesis de Pregrado)*. Lima,Perú: Universidad Nacional Agraria la Molina.
- CICDA, C. (2004). *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas*. Lima: Línea Andina S.A.C. .
- CODEL. (4 de julio de 2017). *Competitividad y Desarrollo Local*. Obtenido de Competitividad y Desarrollo Local: http://www.uptc.edu.co/export/sites/default/facultades/f_economicas/pregrado/administracion/CODEL.PDF
- Ecos, N. Q. (2013). *Analisis de la cadena de valor de la Papa Nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha- Provincia de Andahuaylas- Apurimac*. Lima-Perú: Universidad Agraria la Molina.
- Engel. (1970). *Biodiversidad de papas nativas y conocimiento local*. Lima: GRADE.

- Escoval, J. (2007). *La agricultura peruana frente al TLC.¿ Oportunidad o maldición?* Lima: Cies / Grade.
- Fals Borda , O. (2006). *Globalización y segunda república*. Bogota: Cooperacion editora chirre S.A.
- FAO, F. (4 de Julio de 2005). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: www.fao.org/farmingsystems/index_es.htm
- Fennelly , D., & Cormicanb, k. (2006). *Value Chain migration from production to product centred operations: an analsis of the Irish medical device industry*. Science Direct Technovation.
- García , W., & Riveros, M. (2014). *Cadenas agroalimentarias: un instrumento para fortalecer la institucionalidad del sector agrícola y rural*. Lima: CENTAURO EDICIONES S.A.C.
- Gereffi, G. (2001). *Las cadenas productivas como marco analitico para la globalizacion*. Mexico: UNAM.
- Gomez, A. (2014). *Analisis de la cadena productiva de la papa criolla en colombia (tesis de pregrado)*. Bogota: Universidad de la Salle.
- Grupo de analisis para el desarrollo. (4 de Junio de 2017). *Grade*. Obtenido de Grade: www.grade.org.pe/
- Hirschman, A. (1958). *The strategy of Economic Development*. New Haven: Yale University Press.
- Hobbs , J., & Fulton, M. (2000). *Value chains in the Agri-Food Sector Specialized Livestock Market Research Group*. Departament of Agricultural Economics. University of saskatchewan.
- INEI. (6 de junio de 2008). *Istituto nacional de estadistica e informatica*. Obtenido de Instituto nacional de estadistica e informatica: <https://www.inei.gob.pe/>
- La Torre, & Zagaceta. (2016). *Modelos Estrategicos para mejorar la competitividad agricola de la papa (Tesis de Pregrado)*. Chachapoyas, Amazonas: Universidad Nacional Toribio Rodriguez de Mendoza de Amazonas.
- Lawler, E. (1996). *La Ventaja Definitiva*. Barcelona: Editorial Granica.
- minagri. (5 de agosto de 2017). *Ministerio de agricultura y riego*. Obtenido de Ministerio de agricultura y riego: <http://www.minagri.gob.pe/portal/38-sector-agrario/pecuaria/308-las-cadenas-productivas?start=2>

- Minagri-Dgesepe. (2016). *Produccion Nacional de la Papa*. Lima, Perú: Copyright.
- Ministerio de agricultura . (3 de mayo de 2017). *minagri.gob.pe*. Obtenido de [minagri.gob.pe: siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/LA-PAPA-NUESTRA-DE-CADA-DIA.pdf](http://minagri.gob.pe/siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/LA-PAPA-NUESTRA-DE-CADA-DIA.pdf)
- Ministerio de,Agricultura . (2003). *Plan Estratégico de la Cadena de la Papa*. Lima.
- Murra, J. V. (1997). *Formaciones economicas y politicas del mundo andino*. Arequipa: Empresa editora macro E.I.R.L.
- Ordinola, M. (2009). *Poniendo en Valor las Papas Nativas en el Perú*. Revista. Lima.
- Papas Andinas. (4 de agosto de 2017). *Consortio Papas Andinas*. Obtenido de [Consortio Papas Andinas: https://www.facebook.com/ConsortioPapasAndinasDelPeru/](https://www.facebook.com/ConsortioPapasAndinasDelPeru/)
- Pelaez, H. M. (2018). *analisis del sistema de informacion y conocimiento sw las familias agricolas para el mejoramiento de la cadna productiva del cafe en Amazonas*. Chachapoyas Perú: Universidad Nacional Toribio Rodriguez de Mendoza de Amazonas.
- Piñones Vázquez, S. (2006). *Alianzas productivas en agrocadenas*. Santiago: Línea Andina S.A.C.
- Porter, M. (1985). *Ventaja Competitiva*. Michigan: Grupo patria cultural Alay Ediciones.
- Pumomo, H. (2009). *Governing the teak fumiture business: A global value chain system dynamic modelling approach*. Environmental Modelling & Software.
- Quispe, E. (2013). *Analisis de la Cadena de Valor de la Papa nativa en los distritos de Huayana y Pomacocha- provincia de Andahuaylas- Apurimac. (tesis de pregrado)*. lima: Pontifica Universidad Catolica del Perú.
- Rivera, V., & Herrera, A. (2011). *Procesamiento de papa criolla precocida y congelada mediante la tecnica de congelacion individual Ciqf), en seis genotipos promisorios de papa criolla (solanum Phureja).(tesis de pregrado)*. colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Schulz, H. (1997). *The change in the automotive industry - a comparison between Europe*. USA: Scielo.
- Thomas Bernet, Oscar Delgado, & Mario Sevilla. (2008). *Centros de acopio de papa: Factibilidad de promover e implementar este concepto en la sierra peruana*. Lima-Perú: CAPAC.

Ugent, D., & Ochoa, C. (2006). *La etnobotánica del Perú*. Lima: onsejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, CONCYTEC.

Venero Farfan, H. (2008). *Las posibilidades de exportacion de la papa*.

Villaret, L. (1993). *El enfoque se sistemas de produccion agropecuarios regionales*. Tijuana: Ediciones antilope.

X. ANEXOS

10.1 ANEXO A Ficha técnica de la encuesta aplicada

Responsables de la encuesta	Jhonan Fernando Barboza Inga David Tafur Tuesta
Fuente de financiamiento	Recursos propios
Objetivo	Obtener información de la estructura productiva, tecnológica y de comercialización de los productores de papa del distrito de Levanto, provincia de Chachapoyas, región Amazonas.
Grupo objetivo	Jefes de familia, hombres y mujeres, mayores de 18 años, que tengan cultivos de papa en producción a la fecha realizada la encuesta o que dediquen a este tipo de agricultura.
Lugar	Distrito de Levanto
Tamaño de la muestra	131 encuestas efectivas
Técnica	Encuesta personal (cara a cara) en hogares con aplicación de un cuestionario estructurado.
Selección	Selección aleatoria de personas
Metodología	Por viviendas
Supervisión	100% del total
Fecha	Del 14 al 28 de octubre del 2017

FICHA DE ENCUESTA DE ESTUDIO

OBJETIVO:

El objetivo de esta encuesta es el de recabar información de los productores de papa del distrito de Levanto, sobre diversos aspectos o características que conciernen a la investigación. Para lo cual, componemos de la siguiente manera.

I. SOCIAL

1. Edad del entrevistado _____
2. Nivel de educación alcanzado:
 - Primaria
 - Secundaria
 - Técnica
 - Universitaria
 - Ninguno
3. Con respecto a la tenencia de la casa que habita:
 - Propia
 - Alquilada
 - Otro
4. Material predominante de la construcción de la casa que habita:
 - Ladrillo
 - Adobe o tapia
 - Quincha
 - Piedra con barro
 - Madera
 - Otro
5. Servicios con los que cuenta la casa habitada:
 - Luz eléctrica
 - Agua potable
 - Desagüe
 - Internet

- Telefonía móvil
- Televisión

6. Instituciones educativas existentes en la comunidad que habita:

- Institución educativa inicial
- Institución educativa primaria
- Institución educativa secundaria
- Institución de educación superior

7. Instituciones de salud existentes en la comunidad que habita:

- Puesto de salud
- Centro de salud
- Hospital
- Ninguna

II. PRODUCCIÓN

8. ¿Cuánto tiempo se dedican a la producción de la papa?

- De 3 a 6 meses
- De 6 meses a un año
- De un año a 3 años
- De 3 a 5 años
- Más de 5 años

9. ¿Cuántas veces se produce la papa al año?

- Cada cuatro meses
- Cada cinco meses
- Cada seis meses
- Otro

10. ¿Cuál es el número promedio de hectáreas que posee cada productor?

11. ¿Cuál es el rendimiento promedio de la producción de papa por hectárea?
(Tn/Ha)

12. A parte de cultivar papa ¿A qué otra actividad agrícola se dedica? Puede marcar más de (01) respuesta.

- Cultivo de zanahoria
- Cultivo de betarraga
- Cultivo de repollo
- Cultivo de olluco
- Cultivo de coliflor
- Cultivo de culantro
- Otros

13. La propiedad agrícola que usted tiene es:

- Propia
- Alquilada
- Comunidad
- Otro

14. ¿La tierra que cultiva tiene título de propiedad?

- Si, inscrito en registros públicos
- No, con documento de compra-venta
- No, con inscripción en asociación comunal
- No cuenta con ningún documento de posesión

15. ¿Qué tipo de sistema de riego utiliza?

- Riego tecnificado
- Gravedad (Agua de lluvia)
- Otro

16. ¿Qué variedad de papa cultiva?

17. ¿Qué tipo de semillas de papa siembra?

- Certificadas
- Convencional

18. ¿De qué forma los adquiere las semillas de papa para sus cultivos?

- Compra de los productores locales que se dedican al cultivo de papa
- Son adquiridas de las anteriores cosechas que han sido seleccionadas por el mismo productor
- Otra forma

19. De comprar las semillas de papa ¿Cuál es el precio promedio que paga por quintal (Saco de 50 kg)?

20. ¿Cuál es la cantidad promedio de quintales de semilla de papa que utiliza por hectárea?

21. Las semillas de papa de ser adquiridas de las anteriores cosechas de la producción seleccionadas por mismo productor ¿Cuál es metodología para seleccionarlas?

- Sólo criterio personal, conocimientos adquiridos por tradición
- Se utiliza técnicas de laboratorio
- Otra metodología

22. Para el manejo y acondicionamiento del suelo para el sembrío de papa ¿Cuáles son los sistemas que utiliza?

- Labranza manual/ Trabajo del hombre y la tracción animal mediante métodos tradicionales de aradura.
- Labranza mecánica/ trabajo realizado utilizando tractor e implementos como arados de disco y vertedera, rastras y surcadoras.
- Otro tipo de sistema

23. En el cuadro que está a continuación, indique la cantidad de días promedio por hectárea que utiliza para el acondicionamiento del terreno, según el tipo de sistema de arado que hace uso, y también el costo diario del servicio.

SISTEMA	CANT.DIAS/HA	COST/X DIA
Labranza manual		
Labranza mecánica		
Otro tipo de sistema		

24. ¿Realiza el control de plagas y enfermedades de sus cultivos?

- Si
- No

25. Si realiza el control de plagas y enfermedades de los cultivos. ¿Cuál es el costo promedio en los productos que utiliza por hectárea?

26. En la realización del abono del cultivo de papa en las diferentes etapas que usted cree conveniente ¿Cuántos quintales en promedio utiliza por hectárea? y ¿Cuál es el costo por quintal?

Abono	Cant.qq/ Ha	Cost/qq

27. ¿Recibe financiamiento de alguna entidad financiera?

- Si
- No

28. ¿Su producción se encuentra asegurada?

- Seguro sobre rendimientos
- Seguro contra robos
- Seguro contra desastres naturales
- Ningún Seguro
- Otro

29. ¿Según su criterio que factores afectarían el rendimiento de la producción? Puede marcar más de (01) respuesta.

- Factores climáticos
- Selección de semillas inadecuadas
- Imposibilidad de acceso a tecnología
- Imposibilidad de acceso a capacitaciones

30. ¿Cuál es el número promedio de trabajadores que utiliza por hectárea para producir la papa, desde la preparación del suelo hasta la puesta en venta del producto?

31. ¿Cuánto es el precio que paga por el servicio de jornal diario por trabajador?

III. TECNOLÓGICO

32. En los últimos años ¿Ha introducido alguna innovación en la forma de cultivar la papa?

- Si
- No

33. ¿A quién recurre para asesoramiento técnico?

- Agro veterinaria
- Vecinos/conocidos
- Ingenieros agrónomos/ Técnicos especialistas
- Instituciones del gobierno/Públicas
- Nadie
- Otro

34. Para las actividades del cultivo de papa ¿Qué herramientas, equipos o maquinarias tecnológicas utiliza? Puede marcar más de (01) respuesta.

- Moto cierra
- Desbrozadora manual
- Tractor
- Mochilas fumigadoras
- Otros

IV. COMERCIALIZACIÓN

35. Según su criterio ¿Qué factores afectarían el precio de la producción? Puede marcar más de (01) respuesta.

- Baja calidad de producción
- Incertidumbre de los precios futuros
- Políticas gubernamentales

36. ¿Cuál es el precio que se paga por la papa en chacra (soles/ kg)?

37. ¿Cuál es la forma de comercializar la papa?

- A granel
- Empaques de un (01) kilo
- Sacos de 50 kilos
- Otro

38. ¿Quién determina el precio de la papa?

- Productor
- Acopiador
- Mayorista
- Minorista
- Otro

39. ¿Cuáles son los canales de comercialización para la papa?

- Acopiador
- Mayorista
- Minorista
- Directo
- Otro

40. ¿Existe una marca para la papa que se produce en la localidad de Levanto?

- Si
- No

41. ¿Existe una asociación en la comercialización de la papa?

- Si
- No

42. Del volumen total de la producción de la papa ¿Cuánto es la cantidad promedio de la producción total que destina para el consumo del hogar?

- De 01 a 02 quintales
- De 03 a 04 quintales
- De 05 a más
- Nada

43. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza para trasladar su cosecha de papa desde la tierra de cultivo hasta el lugar de acopio?

- Vehículos de carga
- Acémila
- Otro

44. De acuerdo al medio de transporte que usa ¿Cuánto es el tiempo promedio para transportar su cosecha desde su cultivo hasta el lugar de acopio?

- De 0 a 60 minutos
- De 61 a 120 minutos
- De 121 a 180 minutos
- Más de 180 minutos

45. De acuerdo al medio de transporte que usa para trasladar su producción, desde sus cultivos hasta el lugar de acopio ¿Cuál es el precio promedio que paga por ello?

46. ¿Conoce usted a qué mercado está dirigido su producción de papa? ¿A cuál mercado está dirigido su producción?

- Local
- Nacional
- Internacional
- No conoce

10.2 ANEXO B Panel fotográfico

Paneles fotográficos de encuestas realizadas a algunos productores de la localidad de Levanto.



