

# **ESTUDIO DE MERCADO PARA CARACTERIZAR Y CUANTIFICAR LA DEMANDA DE PAPAS NATIVAS EN DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO DE QUITO**

Monteros, C., Duque, Montesdeoca F., Reinoso I.

Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, Programa Nacional de Raíces y Tubérculos. Estación Experimental Santa Catalina, Panamericana Sur Km 1, teléf: 300-6142, Quito-Ecuador.

E-mail: [monteros@fpapa.org.ec](mailto:monteros@fpapa.org.ec)

Palabras clave: biodiversidad, cadenas de valor

## **INTRODUCCIÓN**

En el Ecuador se estima que hay alrededor de 350 variedades nativas, son altamente valoradas por científicos y agricultores indígenas por sus propiedades organolépticas agradables (sabor y textura), propiedades nutricionales y por su tolerancia a condiciones adversas de clima, (Cuesta, 2006; Monteros y Reinoso, 2010), sin embargo muchas de estas papas que han sido sembradas generación tras generación están en peligro de desaparecer, debido al reemplazo por variedades mejoradas de mayor rendimiento y a la falta de oportunidades en los mercados de las grandes ciudades por el desconocimiento de su existencia por parte de los consumidores. De un estudio realizado por Papa Andina (Monteros, 2006), se encontró que apenas el 1% de los consumidores urbanos conocen la existencia de las papas nativas. El mejor mecanismo de conservación a largo plazo de las papas nativas es mediante la incorporación de estas papas en cadenas de valor, mediante el desarrollo de productos con valor agregado y la promoción de su cultivo y consumo.

## **OBJETIVO**

Caracterizar y cuantificar la demanda en varios segmentos de mercado de la ciudad de Quito para papa en fresco y procesada (Hojuelas de colores)

## **METODOLOGIA**

El universo de investigación para caracterizar y cuantificar la demanda de papa en fresco fue 50 restaurantes gourmet y 6 supermercados y ferias agroecológicas. Y para chips de colores fue 250 estudiantes y personal docente de 5 colegios de Quito.

Se realizaron encuestas formales y se entregó muestras de papas nativas y chips de papas nativas para medir la impresión visual y percepción organoléptica.

Las variables para caracterizar la demanda fueron presentación, tamaño requerido del tubérculo/funda, precio que pagaría, frecuencia de compra y volúmenes requeridos; mientras que las variables para la aceptación fueron variedades, sabor, color, forma y textura.

## RESULTADOS

El 76% de los **chefs/ administradores** de restaurantes están interesados en trabajar con papas nativas. Los cultivares con mayor acogida fueron: Tushpa, Yana Shungo con el 76% de aceptación, seguidos por Puca Shungo con 74%, Chiwila Roja con 63% y Dolores con 40%; y se determinó una demanda potencial de 2 659 kg/semana.

En cambio, los cultivares nativos con mayores posibilidades de ser comercializados en los **supermercados y ferias agroecológicas** fueron: Tushpa, Yana Shungo, Coneja Negra, Puca Shungo, Chiwila Roja, Uvilla y Yema de Huevo; y se determinó una demanda potencial de 2 290 kg/semana.

El costo de producción promedio de las papas nativas fue de 0.36 USD/kg, y los costos de comercialización fueron de 0.16 USD/kg, dando el costo total de 0.52 USD/kg.

El 64% de los restaurantes gourmet están dispuestos a pagar por una papa lavada, seleccionada, enmallada y puesto en el local entre 0.55 y 0.65 USD/kg y el 36% entre 0.30 y 0.45 USD/kg. Los supermercados por una papa lavada, seleccionada, enmallada/funda están dispuestos a pagar entre 0.60 y 0.67 USD/kg, mientras que las ferias agroecológicas al mismo precio de las papas que ellos venden (0.20 a 0.25 USD/kg).

El 95% de los entrevistados mencionan que ellos mismos concretizan y deciden la compra de los chips, y el 60% compran chips en tiendas y un 13% compra en supermercados. El 73% de los entrevistados prefieren envases pequeños y en promedio compran 3,2 envases a la semana. El 90% de los entrevistados mencionaron que están dispuestos a comprar chips de papas nativas porque son “ricas” (53%) y tienen colores diferentes y llamativos (23%) y solo el 25% estarían dispuestos a pagar un 12 % más.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La comercialización de las papas nativas en fresco debe dirigirse a mercados selectivos como supermercados, se recomienda explotar el concepto de “Producto nuestro “Ecuatoriano”, sanas y nutritivas”.

Con el fin de que este proyecto tenga un retorno social se debe propender que la papa nativa, sea producida por agricultores del CONPAPA, allí se debe hacer las labores de poscosecha como selección, lavado y empacado, para aumentar su valor agregado. Para mercado en fresco es necesario establecer convenios con las grandes empresas, como Supermaxi, Magda, Santa Maria y restaurantes gourmet, que están abiertos a la comercialización de estas papas. Y para chips de colores de papas nativas, fortalecer el contrato que se ha firmado entre INALPROCES S.A y CONPAPA, para el abastecimiento de las variedades **Puca shungo** (corazón rojo) y **Yana shungo** (corazón negro), para la producción de *Papas Nativas Andinas Kiwa* (hojuelas de colores de papa).

Tomando en cuenta que hay demanda e interés por las papas nativas es especial por las de pulpa de color es necesario promover el valor nutritivo de estas papas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Cuesta, X. 2006. "Papas nativas ecuatorianas en proceso de extinción, INIAP trabaja para potenciar su uso." Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador Revista Agromar. N° 1. pp. 30-31
- Monteros C, J, Jiménez, J., López, G. (2006) Conocimiento y percepción de las papas nativas en el Ecuador. Informe de trabajo, INIAP- PNRT-Papa. Proyecto, Papa Andina. 10 p.
- Monteros C.; Reinoso I. 2010. Biodiversidad y oportunidades de mercado para papas nativas ecuatorianas. Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP). Fontagro 353-05 Papas nativas. Quito, Ecuador. 11p.