

LAS PAPAS NATIVAS EN EL ECUADOR

**ESTUDIOS CUALITATIVOS SOBRE
OFERTA Y DEMANDA**

**Editores: Cecilia Monteros, Xavier Cuesta,
Javier Jiménez, Gastón López**



Ecuador, 2005

LAS PAPAS NATIVAS EN EL ECUADOR

ESTUDIOS CUALITATIVOS SOBRE OFERTA Y DEMANDA

Equipo de trabajo:

Andrade Lautaro	López Gastón
Andrade Héctor	Lozano María
Castillo Carmen	Monteros Cecilia
Carrera Efrén	Rivadeneira Jorge
Cuesta Xavier	Reinoso Iván
Alexandra Grijalva	Thiele Graham
Hurtado César	Unda José
Jiménez Javier	Vásquez Wilson

Primera edición

Quito, Ecuador, 2005

Contenido

PRESENTACIÓN.....

CAPITULO 1

BIODIVERSIDAD DE LAS PAPAS NATIVAS ECUATORIANAS

1.1 INTRODUCCION.....

1.2 LAS PAPAS NATIVAS EN ECUADOR.....

1.3 PRESERVACION DE LA BIODIVERSIDAD

1.4 DISCUSION.....

CAPITULO 2

SONDEO DE LA OFERTA DE PAPAS NATIVAS EN ECUADOR

2.1 INTRODUCCION.....

2.2 VARIETADES QUE SE COMERCIALIZAN

2.3 PRECIOS

2.4 DISCUSIÓN.....

CAPITULO 3

DIAGNOSTICO CUALITATIVO DE LA CADENA DE PAPA EN QUITO Y OPORTUNIDADES PARA LAS PAPAS NATIVAS

3.1 INTRODUCCIÓN.....

3.2 SECTOR AGRÍCOLA: Productores y Técnicos

3.2.1 Problemas y Soluciones.....

3.2.2 Conocimiento de las Papas Nativas

3.2.3 Ventajas y Desventajas de las Papas Nativas.....

3.2.4 Oportunidades de Negocios con Papas Nativas

3.3 SECTOR COMERCIAL: Mayoristas, Supermercados y Exportadores.....

3.3.1 Problemas y Soluciones.....

3.3.2 Conocimiento de las Papas Nativas

3.3.3 Ventajas y Desventajas de las Papas Nativas.....

3.3.4 Oportunidades de Negocios con Papas Nativas

3.4 SECTOR INDUSTRIAL: Procesadores y Catering

3.4.1 Problemas y Soluciones.....

3.4.2 Conocimiento de las Papas Nativas

3.4.3 Ventajas y Desventajas de las Papas Nativas.....

3.4.4 Oportunidades de Negocios con Papas Nativas

3.5	SECTOR INSTITUCIONAL: Escuelas de Cocina, hoteles y restaurantes.....
3.5.1	Problemas y Soluciones
3.5.2	Conocimiento de las Papas Nativas.....
3.5.3	Ventajas y Desventajas de las Papas Nativas
3.5.4	Oportunidades de Negocios con Papas Nativas.....
3.6	DISCUSIÓN

CAPITULO 4

ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES HACIA LAS PAPAS NATIVAS EN QUITO

4.1	INTRODUCCION
4.2	SITUACIÓN ACTUAL
4.3	LA IMPORTANCIA DEL ROL DE MADRES
4.4	ACTITUDES HACIA LA COCINA
4.5	HABITOS DE COMPRA Y CONSUMO
4.6	SOBRE EL CONSUMO DE PAPA
4.7	IMAGEN DE LA PAPA
4.8	IDENTIFICACIÓN DE PAPAS NATIVAS.....
4.9	DISCUSIÓN

PRESENTACION

Para los países del área andina, especialmente para Ecuador, Bolivia y Perú, las variedades nativas de papa se constituyen en productos que tienen un potencial comercial interesante. En estos tiempos de globalización de los mercados, la diferenciación es una estrategia oportuna para poder competir. Las papas nativas son efectivamente diferentes a las variedades mejoradas en color, sabor, formas y propiedades nutritivas.

Las comunidades altoandinas que han preservado este legado cultural, tienen ahora la posibilidad de incursionar en los mercados urbanos y modernos, tanto locales como internacionales, con variedades de papa únicas en el mundo, siendo necesario identificar las oportunidades, los segmentos de demanda y las formas de presentación donde introducir, posicionar y consolidar su oferta.

En Ecuador las variedades nativas de papa se encuentran en una situación crítica, tanto por el lado de la oferta como de la demanda. Su presencia comercial en los mercados es limitada y su conocimiento y hábito de consumo ha disminuido de manera considerable en la población, siendo necesario desarrollar de manera participativa acciones orientadas a recuperar los espacios perdidos.

El Programa Nacional de Raíces y Tubérculos, rubro papa (PNRT-papa), del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), conjuntamente con el Proyecto Papa Andina del Centro Internacional de la Papa (CIP), están interesados en contribuir a la conservación de las diferentes variedades nativas de papa y al aprovechamiento de estos recursos por parte de las comunidades para aliviar la situación de pobreza económica en la que se encuentran los pequeños agricultores .

En tal sentido, estas entidades vienen impulsando el trabajo colaborativo entre los diferentes actores de la cadena productiva y comercial, para que de manera conjunta se identifiquen las oportunidades de mercado para las papas nativas. Por esta razón, se han realizado investigaciones cualitativas tanto de la oferta como de la demanda de estos productos en el mercado ecuatoriano, especialmente en la ciudad de Quito.

Los resultados de estas investigaciones, servirán como insumo para visualizar y planificar estrategias y tácticas comerciales, desarrollar metodologías de trabajo compartido y emplear tecnologías que permitan revalorizar y rescatar el cultivo de las papas nativas ecuatorianas.

Ivan Reinoso
PNRT-papa

Graham Thiele
CIP-Papa Andina

BIODIVERSIDAD DE LAS PAPAS NATIVAS ECUATORIANAS

Autores: Xavier Cuesta, Carmen Castillo, Cecilia Monteros

1.1 INTRODUCCION

La mayor diversidad genética de papa (*Solanum tuberosum* L.), silvestre y cultivada, se encuentra en las tierras altas de los Andes. En el mundo se cultivan cerca de 5000 variedades de papa. La primera crónica conocida que menciona la papa fue escrita por Pedro Cieza de León en 1538. En su descripción de la larga marcha a través del territorio andino, relata las costumbres alimenticias basadas en la papa.

La papa se desarrollo y cultivó por primera vez en las vecindades del Lago Titicaca, cerca de la frontera actual entre Perú y Bolivia, según los documentos arqueológicos y etnológicos disponibles, las poblaciones andinas empezaron a comer papas silvestres 3.000 a 4.000 años antes de nuestra era.

Las poblaciones preincaicas daban usos diferentes a las papas, las colocaban crudas para sanar los huesos rotos, para prevenir el reumatismo y las comían mezcladas con otros alimentos para mejorar la digestión. Además de lo anterior, se usaban para medir el tiempo relacionándolo con el desarrollo del cultivo.

1.2 LAS PAPAS NATIVAS EN ECUADOR

En Ecuador se encuentran mas de 400 variedades. La gran mayoría de las papas nativas son cultivadas sobre los 3000 metros sobre el nivel del mar, a esta altura la fuerte radiación solar y los suelos orgánicos andinos brindan a estas papas una naturalidad especial, las cuales además son cultivadas generalmente sin el uso de fertilizantes químicos y casi sin aplicación de pesticidas.

Las papas nativas son el resultado de un proceso de domesticación, selección y conservación ancestrales, herencia de los antiguos habitantes de nuestros Andes.

Estas papas son altamente valoradas por científicos y agricultores indígenas, tanto por sus propiedades organolépticas (sabor, color, textura, forma), como por sus propiedades agrícolas, así como por la identidad cultural. Como ejemplos tenemos las siguientes variedades: Puña, Uvilla, Chaucha, Alpargata, Carrizo, Bolona, Coneja, Yema de Huevo, Leona Negra, Pata de Perro, Papa Pera, Calvache, Cacho, Suscaleña, Jubaleña, entre otras.

Las papas nativas ecuatorianas presentan diversidad de formas, colores y tamaños. Existen papas de formas aplanadas, redondas, comprimidas, alargadas, con ojos profundos; de colores de piel amarilla, roja, rosada o morada, que en algunos casos se combinan en diseños vistosos y originales.

A diferencia de las papas mejoradas, las variedades nativas tienen un mayor contenido de sólidos por lo que son más nutritivas y dan un sabor especial a los preparados. El elevado contenido de carotenoides, flavonoides y antocianinas (sustancias antioxidantes naturales) hacen de estas variedades un producto único en el mundo.

1.3 PRESERVACION DE LA BIODIVERSIDAD

Las variedades de papas nativas (*Solanum* spp.) que han sido mantenidas y conservadas por generaciones, están en peligro de extinción debido a los siguientes aspectos:

- Son sustituidas por nuevas variedades mejoradas y de mayor rendimiento.
- La infección de virus.
- La mayor presión de enfermedades y plagas causada por la cercanía de campos con variedades mejoradas.
- La falta de semilla libre de patógenos,
- La falta de oportunidades de mercado.

1.4 DISCUSION

La conservación de las papas nativas no sólo es importante porque representan un banco de diversidad genética para el futuro, sino que permite a los agricultores aprovecharlas en diferentes ambientes, condiciones, tecnologías, usos y mercados para su producción. Además, su mayor uso puede contribuir a la valorización y conservación genética por los mismos agricultores, siendo una excelente alternativa para los bancos de germoplasma 'ex-situ' de los programas internacionales y nacionales de mejoramiento.

SONDEO DE LA OFERTA DE PAPAS NATIVAS EN ECUADOR

Autores:

José Unda, Javier Jiménez, Lautaro Andrade, Cecilia Monteros

2.1 INTRODUCCION

Si bien existe en Ecuador una gran diversidad genética de especies nativas de papas, el área cultivada se ha reducido debido a la introducción de variedades mejoradas, la falta de oportunidades de mercado y la migración de la población rural hacia las ciudades. En la actualidad, la producción de las papas nativas está orientada al autoconsumo y circunscrita al ámbito de las comunidades andinas rurales.

Como un paso previo a la identificación de oportunidades de negocios, se ha realizado una investigación de mercado sobre la oferta de papas nativas, como una herramienta que genere información alrededor de estos tubérculos.

El sondeo tuvo como objetivo tener un registro preliminar de las variedades de papas nativas del Ecuador que se comercializan en el mercado nacional.

El estudio se llevó a cabo en los mercados mayoristas de las provincias de Pichincha (Quito) y Tungurahua (Ambato), así como en mercados locales de Cotopaxi, Bolívar y Chimborazo.

Para recopilar la información de campo, se utilizó la técnica de observación directa, sosteniendo entrevistas con algunos informantes claves (comerciantes).

El trabajo de campo se realizó durante los meses de Mayo y Junio del 2004 y durante el mes de Junio del 2005.

Cuadro 1. Mercados visitados durante el sondeo de mercados

Provincia	Cantón	Tipo de mercado	Día de feria
Cotopaxi	Saquisilí	Mayorista	Jueves / domingo
	Latacunga		Viernes
	Salcedo		Martes / domingo
	Toacaso		Domingo
Tungurahua	Ambato	Mayorista	Martes / jueves
	Quero		Martes / jueves / domingo
	Píllaro		Miércoles
Chimborazo	Riobamba	EMMPA	Toda la semana
		San Francisco	
	Guamote	Mayorista	Jueves
Bolívar	Guaranda	Local	Jueves / domingo
	Simiatug		Jueves
	Guanujo		Jueves

2.2 VARIEDADES QUE SE COMERCIALIZAN

En el Ecuador se cultivan aproximadamente 400 variedades, pero, sólo alrededor de 20 de ellas tienen presencia comercial en los mercados, sobre todo en las provincias de la sierra central del país: Yema de Huevo, Bolona, Uvilla, Leona Negra, Leona Blanca, Pera, Coneja Negra, Coneja Blanca, Cacho, Puña, Pata de Perro, Mora, Chaucha Holandesa (Santa Rosa), Chaucha Negra, Calvache, Alpagata, y Carrizo.

Calvache

Chaucha holandesa

Uvilla

Yema de huevo

Debido al carácter exploratorio de la investigación, es difícil determinar los volúmenes comercializados de cada una de las variedades de papas nativas. Antes bien, el propósito del estudio fue registrar la presencia comercial de las variedades nativas, mas no determinar las cantidades específicas.

En términos generales y considerando todos los mercados visitados, podemos decir que del total de papa comercializada, menos del 5% corresponde a todas las variedades nativas, entre las que destaca la variedad Uvilla.

Una de las razones de la presencia comercial limitada de las variedades nativas en los mercados urbanos, es la amplia cobertura que tienen las variedades mejoradas, debido a los siguientes factores:

- Las variedades nativas tienen una menor productividad frente a las variedades mejoradas.
- Las variedades nativas no engrosan¹ tanto, en comparación a las variedades mejoradas.
- Si bien las papas nativas tienen una oferta permanente, existen determinados meses del año (de Mayo a Julio), donde la oferta se incrementa de manera significativa.

2.3 PRECIOS

Las papas nativas, debido a los volúmenes limitados de comercialización, registran en los mercados visitados mejores precios que las variedades mejoradas, dependiendo del tamaño y calidad de los tubérculos.

Por ejemplo, en el mercado de San Alfonso, en Riobamba, en Mayo del 2005, se pagó por la variedad Uvilla 22 dólares por quintal, mientras que por la variedad I-Fripapa se pagó 14 dólares por quintal.

En contraste las principales desventajas que presentan las papas nativas frente a las variedades mejoradas, son el tamaño y la sanidad de los tubérculos.

1. Es decir, no desarrollan tubérculos superiores a 80 gramos.

2.4 DISCUSIÓN

Las papas nativas tienen una presencia comercial limitada en los mercados mayoristas de las ciudades de Quito, Ambato y Riobamba. Las variedades mejoradas han logrado una amplia cobertura, desplazando a las variedades nativas.

En dichos mercados únicamente se encuentra la variedad Uvilla, es decir que el consumo de variedades nativas de papa se circunscribe a las zonas de producción.

Variedades nativas como la Leona Negra y especialmente la Uvilla reciben en los mercados un mejor precio que las variedades mejoradas. Sin embargo tienen un menor rendimiento que las variedades mejoradas, debido a su naturaleza genética, a la degeneración de la semilla y a la falta de apoyo técnico para su cultivo, cosecha y poscosecha. Es necesario asistir técnicamente al cultivo de las variedades nativas y promover su cultivo y consumo en la población.

DIAGNOSTICO CUALITATIVO DE LA CADENA DE PAPA EN QUITO Y OPORTUNIDADES PARA LAS PAPAS NATIVAS

Autores:

Cecilia Monteros, Alexandra Grijalva, Wilson Vásquez, Gastón López

3.1 INTRODUCCIÓN

Considerando la diversidad genética de estos tubérculos presente en el país y el peligro inminente de extinción en el que se encuentran debido a su bajo consumo. **Se realizó un DIAGNOSTICO CUALITATIVO DE LA CADENA DE PAPA para Identificar y conocer los intereses, problemas e ideas de los actores de la cadena productiva de papa, e Identificar oportunidades de negocios para las papas nativas del Ecuador.**

Se pretende desarrollar trabajos colaborativos entre los diferentes actores de la cadena productiva y comercial, para revalorizar las papas nativas y de manera conjunta identificar oportunidades de mercado para las papas nativas.

El estudio se llevó a cabo considerando a diferentes actores de la cadena productiva de la papa de Quito, incluyendo a productores de papa del cantón Quero, provincia de Tungurahua.

El estudio es de naturaleza cualitativa, utilizando la técnica de entrevistas directas y personales, en función a un cuestionario de preguntas abiertas. Se realizó un total de 31 entrevistas efectivas. Las entrevistas se realizaron durante el mes de Marzo del 2005.

3.2 SECTOR AGRÍCOLA: Productores y Técnicos

3.2.1 Problemas y Soluciones

Los productores, mencionan como principales problemas los precios bajos en épocas de sobreproducción o debido al ingreso de papa de Perú y Colombia, así como los precios que pagan los intermediarios. Las soluciones podrían ser la “eliminación de intermediarios”, la asociación de los productores y no importar papa.

Los técnicos observan problemas como la variación de precios, la baja calidad del producto y la falta de planificación de la producción. Las soluciones serían la organización de los productores, la formación de instancias que garanticen calidad y el trabajo en plataformas que guíen la planificación y garanticen la comercialización de productos de calidad.

3.2.2 Conocimiento de las Papas Nativas

Son conocidas por los productores, pero no con ese nombre, las identifican como no mejoradas. Conocen las variedades Leona, Puña, Chaucha, Pera, Uvilla, Santa Rosa, Pata de Perro, Cacho, Mora y Carrizo. Los técnicos debido al trabajo que realizan conocen las papas nativas, identificándolas como originarias del lugar y recuerdan variedades como la Puña, Chaucha, Leona, Uvilla, Yema de Huevo y Cacho.

3.2.3 Ventajas y Desventajas de las Papas Nativas

Los productores atribuyen ventajas intrínsecas como buen sabor, suavidad para cocinar, textura harinosa y su diferenciación. Las desventajas son los bajos rendimientos, el tamaño pequeño de los tubérculos y la susceptibilidad a enfermedades. Consideran que tienen futuro en el mercado, condicionado a la obtención de tamaños más grandes y mejores rendimientos. Dicen que se debe comercializar en mercados especializados y realizar promociones para su venta.

Para los técnicos las ventajas son su buen sabor y textura, así como su alta variabilidad en formas, colores y sabores que las hacen atractivas. Las desventajas serían la dificultad en el almacenamiento (rápida brotación) y en el pelado, el desconocimiento de sus características y que se están extinguiendo.

3.2.4 Oportunidades de Negocios con Papas Nativas

Los productores sugieren ideas de negocios como la elaboración de tortillas de papa, papa cocinada entera en envases para calentar, chips y papas bastón. Los técnicos sugieren negocios como chips de colores y sabores dirigidos a niños y papas nativas enfundadas, lavadas y seleccionadas.

3.3 SECTOR COMERCIAL:

Mayoristas, Supermercados y Exportadores

3.3.1 Problemas y Soluciones

Los problemas que observan los mayoristas son la fluctuación de precios; los intermediarios, el monopolio de algunos de sus colegas y la falta de seriedad de los productores respecto a la calidad. Las soluciones podrían ser la venta directa del productor al mayorista, el control de ingreso de papa peruana y colombiana, estimular la honestidad en la relación comercial y que el Ministerio de Agricultura apoye a los agricultores para mejorar la calidad del producto.

Los problemas que encuentran los supermercados son: el proveedor no se preocupa por entregar un producto de calidad, no existe un sistema de clasificación y que no hay plantas que se encarguen de se-

leccionar, lavar y empaçar la papa. Sugieren soluciones como concientizar a los productores sobre la necesidad de abastecer un producto de calidad y la implementación de centros donde se seleccione, lave y empaque la papa para los diferentes mercados.

Los problemas que perciben los exportadores son la degeneración de variedades, el ingreso ilegal de papa procedente de Perú y Colombia y la falta de una política reguladora de precios. Las soluciones son la promoción del uso de semillas, la agremiación de los productores, la zonificación de las áreas de producción para regular y controlar las siembras y evitar el contrabando.

3.3.2 Conocimiento de las Papas Nativas

No todos los mayoristas conocen las papas nativas, algunos las reconocen pero otros las confunden con las variedades mejoradas. Las papas Chola, Gabriela, Superchola, Catalina, Cecilia, María y Rosita son nombradas como nativas, junto a otras que sí lo son, como la Leona y Uvilla. Al explicarles e indicarles algunas fotos de las papas nativas, recordaron otras variedades como Yema de Huevo, Coneja, Pera, Alpargata y Bolona.

En los supermercados se conocen las papas nativas pero no las han consumido. Al indicarles fotos e indicarles a lo que nos referimos, nombraron variedades como Yema de Huevo, Leona, Uvilla, Violeta

Los exportadores conocen papas nativas como la Chaucha, Yema de Huevo, Uvilla y Leona, las cuales alguna vez han consumido.

3.3.3 Ventajas y Desventajas de las Papas Nativas

Los mayoristas encuentran aspectos positivos como buen sabor, el hecho de ser harinosas y el poco uso de químicos en su cultivo. Señalan desventajas como la susceptibilidad al ataque de plagas, tiempos de almacenamiento cortos, tubérculos pequeños, y que no son útiles para la industria. Consideran que las papas nativas tienen futuro en el mercado, dependiendo del lugar de venta, en ese sentido, sugieren que se comercialice en los supermercados o tiendas especializadas.

Los supermercados indicaron que no conocen las propiedades de las papas nativas para atribuirles ventajas y desventajas. Creen que tienen futuro por las formas exóticas, pero se necesita una gran campaña de divulgación de sus bondades.

Las ventajas que encuentran los exportadores son su buen sabor, textura y exotividad, destacando la variedad Yema de Huevo, la cual presenta una cocción rápida, tiene demanda en el mercado internacional, tiene un tamaño ideal para la exportación. Las desventajas son los bajos rendimientos, la susceptibilidad a enfermedades y la poca uniformidad de los tubérculos. Consideran que algunas de las variedades tienen futuro en el mercado y para impulsar su venta hay que buscar papas similares

a la Yema de Huevo, enviar muestras, hacer una buena selección y dar a conocer sus bondades mediante la publicación de un libro de cocina.

3.3.4 Oportunidades de Negocios con Papas Nativas

Los mayoristas sugieren negocios como papa nativa fresca en fundas y tortillas preelaboradas. Los mayoristas consideran que hay demanda, especialmente de las variedades Leona, Chaucha, Uvilla, Violeta, Yema de Huevo y Coneja.

Los Supermercados, creen que tienen futuro en el mercado tanto en nuevas presentaciones como en fresco. Se recomienda analizar cuáles serían las variedades más demandadas y hacer promoción de sus bondades ya que sus clientes prefieren la Variedad Superchola, Uno de los supermercados menciona que los precios deberían ser menores que la Superchola para que la gente compre

Los exportadores sugieren negocios como papa congelada, venta de papa tipo baby, purés de colores, chulpipapas (papas crocantes por fuera y tipo puré por dentro) y postres.

3.4 SECTOR INDUSTRIAL: Procesadores y Catering

3.4.1 Problemas y Soluciones

Los problemas de la papa son: un sistema de comercialización caduco, el engaño de los intermediarios respecto a la calidad, la ausencia de un sistema de regulación de precios, la dificultad para asegurar constancia en el abastecimiento y el monopolio internacional en chips. Las soluciones son: la organización de los agricultores, la formalización del mercado, la programación de siembras, permitir el ingreso de papa importada en épocas de escasez y la salida en época de sobreoferta, la realización de convenios entre la industria y los proveedores, así como la realización de proyectos de promoción.

3.4.2 Conocimiento de las Papas Nativas

Son pocos los industriales que conocen las papas nativas y la mayoría las confunden con las mejoradas. Algunas de las papas que reconocen como nativas son la Yema de Huevo, la Chaucha, la Uvilla y la Leona.

3.4.3 Ventajas y Desventajas de las Papas Nativas

Tanto los Catering como los Procesadores, consideran que las ventajas son los colores diversos que podrían aprovecharse, pero que habría que hacer pruebas y evaluar costos. Las desventajas son la baja productividad, la escasez en temporadas, sus formas y tamaños no son aptas para su industrialización y que son malas para la fritura.

3.4.4 Oportunidades de Negocios con Papas Nativas

El potencial estaría en productos relacionados con platos gourmet, hojuelas de papas de colores, papa precocida, pero, mencionan que es necesario hacer pruebas. La mitad del total de industriales entrevistados utilizarían papas nativas para la actividad que realizan aprovechando la variedad de formas y colores que presentan, dirigidas a nichos específicos de mercado.

3.5 SECTOR INSTITUCIONAL:

Escuelas de Cocina, hoteles y restaurantes

3.5.1 Problemas y Soluciones

En las escuelas de cocina, los problemas son la poca diversidad de papas en el mercado y el desconocimiento de muchas variedades, fluctuaciones de los precios, encarecimiento por parte de los intermediarios y la mala calidad del producto.

Los hoteles consideran que un problema es la mala calidad de los tubérculos, sugiriendo soluciones como el asesoramiento técnico y el uso de mejor semilla.

Para los restaurantes los problemas son el rechazo del consumidor a los productos andinos, precios fluctuantes y mala calidad del producto. Sugieren la promoción para que los chefs usen la papa, incentivar el consumo, lograr un producto de calidad, la creación de buenos canales de comercialización y centros de acopio.

3.5.2 Conocimiento de las Papas Nativas

Las escuelas de cocina conocen las papas nativas, nombran a la papa Chola, Chaucha, Papa Tempranera, Uvilla, Leona y Yema de Huevo.

En los hoteles no conocen las papas nativas, confundiéndolas con las mejoradas. Al indicarles fotos y explicarles a qué nos referimos reconocieron como tales a la Chaucha, Yema de Huevo y Leona, las que han consumido en alguna ocasión.

La mayoría de los chefs de los restaurantes no conocen las papas nativas, presentan confusión entre estas y las variedades mejoradas.

3.5.3 Ventajas y Desventajas de las Papas Nativas

En las escuelas de cocina consideran que tienen beneficios como buen sabor, mayor cantidad de azúcares y variedad de formas y colores. Encuentran desventajas como desconocimiento, escasez y que tienen una mala estética. Creen que algunas de estas papas tienen futuro en el mercado gourmet.

En los hoteles atribuyen a las papas nativas ventajas como el buen sabor y textura harinosa. Indicaron desventajas como mala calidad y formas no adecuadas para el pelado con máquinas abrasivas. Creen que las papas nativas tienen futuro en el mercado, recomendando su promoción en platos elaborados para eventos sociales y restaurantes de calidad.

Los restaurantes consideran como ventajas su buen sabor, sus colores, formas, texturas y contenido de almidón. Se mencionan como desventajas la escasez y la presencia de muchas yemas (ojos) que dificulta el pelado y disminuye la durabilidad (germinan rápido). Consideran que las papas nativas tienen futuro en el mercado, especialmente por el auge de la “comida fusión”, donde se usan productos andinos; sin embargo, dicen que es necesario hacer pruebas e investigación culinaria.

3.5.4 Oportunidades de Negocios con Papas Nativas

Las escuelas de cocina sugieren la oferta de productos como puré de papas con cáscara, chips, galletería y postres. En los hoteles proponen negocios con productos como chips y platos gourmet. En los restaurantes sugieren la utilización de las papas nativas en platos gourmet, de comida fusión y comida ecuatoriana, así en productos como papa salteada y papa cocida.

3.6 DISCUSIÓN

Los diferentes agentes involucrados en la cadena de la papa, tienen una cultura limitada respecto a las papas nativas en particular, tanto a nivel de conocimiento como de uso culinario o comercial. Conforme los agentes de la cadena se alejan del proceso de producción, aumenta el desconocimiento de las papas nativas.

La denominación “papas nativas” es desconocida por la mayoría de los agentes de la cadena; sin embargo, cuando se les indico fotos y explica a qué se refiere este término la mayoría de las personas las identifica, siendo las variedades más nombradas la Yema de Huevo, Uvilla y Leona, incluso algunos de los entrevistados han tenido la oportunidad de consumirlas.

Existe una opinión favorable respecto a las cualidades intrínsecas de las papas nativas, destacando el buen sabor que se le atribuye, su textura, formas y colores, sobre todo en los segmentos relacionados con la industria alimenticia, la alta cocina y la exportación. Según la opinión de estos agentes de la cadena, las papas nativas tienen un futuro comercial, básicamente como producto gourmet.

Los agentes de la cadena productiva critican la poca oferta disponible de las papas nativas, la estacionalidad de la producción y la mala calidad de la presentación comercial de estas variedades. Mencionan que no existe información sobre sus beneficios y los usos culinarios que pueden tener, por lo que se recomienda la realización de pruebas gastronómicas e industriales (aptitud para fritura).

Los actores de la cadena mencionan que las oportunidades de negocios para las papas nativas podrían ser los chips de colores y sabores diferentes, las papas nativas frescas envasadas, limpias y seleccionadas para su uso como producto gourmet, la elaboración de tortillas listas para cocinar, papas nativas congeladas tipo baby, purés de colores con cáscara, chulpipapas (crocantes por fuera, suaves por dentro), galletería y postres, entre otros productos.

La mayoría de los agentes de la cadena recomendaron la asociación de los productores, para asegurar una oferta continua y de calidad, así como la realización de campañas de difusión y promoción entre los consumidores intermedios (restaurantes, importadores, chefs) y los consumidores finales, para motivar la compra y consumo de las papas nativas.

ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES HACIA LAS PAPAS NATIVAS EN QUITO

Autores: María Lozano, Cecilia Monteros, José Unda, Gastón López

4.1 INTRODUCCION

Para identificar la demanda actual y potencial de papas nativas a nivel de consumidores, es necesario conocer las actitudes y comportamientos de los consumidores hacia las variedades nativas de papa.

Se utilizó la técnica de Focus Groups o grupos de discusión focalizada entre amas de casa de diferentes niveles socioeconómicos, residentes en la ciudad de Quito, utilizando una guía de pautas previamente elaborada.

Las amas de casa fueron seleccionadas de manera aleatoria, evitando la presencia de comerciantes de papa o personas que se dedicaran a la venta de comida, para que no se presenten sesgos en la información. Participaron en la investigación un total de 46 amas de casa.

El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 8 y el 18 de Octubre del 2004.

4.2 SITUACIÓN ACTUAL

Las participantes indicaron que durante los últimos años, se han registrado una serie de cambios sociales importantes en el rol que desempeña la mujer. Uno de ellos está relacionado con la su presencia el ámbito laboral. Mencionaron que la situación económica por la que atraviesa la población es la principal razón por la cual las mujeres procuran tener un trabajo remunerado, formal o informal, permanente u ocasional, dentro o fuera de la vivienda. Las actividades laborales que realizan son las siguientes:

CONFECCIONES	NEGOCIO DE MICROMERCADO
IMPRESA Y FOTOCOPIAS	COSMETOLOGÍA
VENTA COSMETICOS POR CATALOGO	TEÑIDO DE ROPA Y CUEROS
NEGOCIO DE COMIDA	VENTA DE CALZADO
MOVILIDAD PARTICULAR	MOVILIDAD ESCOLAR
DEPENDIENTE DE TIENDA	AUXILIAR DE EDUCACIÓN
GINECÓLOGA	CONTADORA
ORGANIZACIÓN DE CURSOS Y SEMINARIOS	INGENIERA ALIMENTOS
PROFESORA POST GRADO EN ECONOMIA	PROFESORA UNIVERSITARIA

4.3 LA IMPORTANCIA DEL ROL DE MADRES

La mayoría absoluta afirmó que la función principal que vienen realizando es la de ser Madres de Familia. Todas confirmaron que el rol de ama de casa y madre de familia, continúa siendo el más relevante, aunque se hayan integrado al circuito laboral. Se encargan de velar por la formación integral de los hijos (física, síquica y espiritual), administración del hogar (organizar y hacer tareas de la casa) y atender al esposo.

4.4 ACTITUDES HACIA LA COCINA

Las actitudes que revelan hacia la cocina fueron las siguientes:

- La mayoría reveló tener una actitud poco favorable hacia la tarea de preparar los alimentos para la familia. Cocinar no es una labor que les entusiasma.
- Indicaron que cocinar no implica una satisfacción personal; señalaron que les quita mucho tiempo, no obtienen ingresos económicos y es poco valorada.
- Sólo algunos miembros de la familia, los más pequeños o los abuelos son quienes persuaden a la madre de familia a cocinar.
- Son pocas las mujeres que gustan de las otras tareas domésticas (lavar, planchar, barrer, etc.), prefieren realizar otras actividades.
- Esto implica que se está dando un proceso de modernización en los hogares y en particular en las amas de casa.

Lo expuesto revela que entre las mujeres de los diferentes segmentos sociales, existe poco apego y disposición hacia la cocina. Mantienen la costumbre de cocinar porque consideran que todavía es rol obligatorio del sexo femenino. Cocinan cuando consideran que es necesario, agradable y cuando no tienen a nadie más que cumpla esta función.

4.5 HABITOS DE COMPRA Y CONSUMO

Son las amas de casa quienes realizan la compra de los alimentos que se consumen en el hogar. Pocas delegan esta función en otros miembros de la familia. La mayoría adquiere los alimentos frescos (papa, yuca, plátano, etc.), en los mercados y ferias. La frecuencia de compra es por lo general una vez a la semana. Las entrevistadas del nivel social medio superior, manifestaron que efectúan algunas compras en los centros comerciales y supermercados, sin embargo, no dejan de acudir a los mercados tradicionales, porque según refieren, encuentran los alimentos a menor precio.

Las amas de casa deciden el menú que consumirá la familia. La dieta alimenticia depende de factores como la disponibilidad de dinero en el momento de la compra, del tiempo que dispongan, así como de sus habilidades culinarias. Son diversas las comidas que más gustan, pero existe una preferencia por los platos típicos del Ecuador, entre ellos, los que llevan papa como ingrediente complementario o principal. También prefieren el pescado y el pollo, mientras que el gusto por la carne de vacuno ha disminuido.

Los platos favoritos son:

LLAPINGACHOS	ESTOFADO DE POLLO
MOROCHO	POLLO CON ARROZ Y ENSALADA
LOCROS	POLLO CON NARANJA Y PAPAS
YAGUARLOCRO	LOMO SALTADO CON PAPAS
AJÍ DE CARNE CON PAPA	POLLO FRITO CON PAPAS FRITAS
PAPAS HORNEADAS	CHULETA CON PAPAS FRITAS
CHURRASCO	SOPA DE LENTEJAS
ARROZ DE CEBADA	SOPA DE QUINUA
AJÍ DE CARNE CON PAPA	PARRILLADA CON PAPAS

4.6 SOBRE EL CONSUMO DE PAPA

Casi todas las amas de casa afirmaron consumir papa, solo dos personas del total de entrevistadas mencionaron estar en tratamiento contra el sobrepeso y por

ello, temporalmente, no la incluyen en su dieta alimenticia. Sin embargo, todas las personas manifestaron emplear la papa para el menú diario de la familia. Son diversas las cantidades que compran y consumen.

- Quienes nacieron en la costa, la cantidad de papa que incluyen en su dieta tiende a ser mínima (no más de un kilogramo por semana); quienes proceden de la sierra, consumen más papa (aproximadamente 2 kilogramos por semana).

Son pocas las variedades de papa que conocen: Gabriela, Esperanza, Chacha, Chola y Catalina. La mayoría compran y prefieren la “Chola/Superchola”² y “Semichola”, las participantes desconocían si se trataba de una misma variedad o de variedades distintas. Las amas de casa mencionaron que los comerciantes de papa tienden a mezclar el producto y a ofrecerlo con nombres distintos, razón por la cual les resulta muy difícil reconocer el tipo y la variedad de papa que compran. Prefieren las variedades que tengan piel rosácea y pulpa amarilla (tienen buen sabor y son harinosas).

Solo tres del total de participantes, recordó que existen papas provenientes de la sierra y que acostumbran consumirlas ocasionalmente, cuando las encuentran en el mercado o cuando algún familiar les envía a la casa. Manifestaron que estas papas les gustan por su sabor, pero que es muy difícil encontrarlas en los mercados y tiendas de Quito. Entre estas papas mencionaron a las Leonas (blanca o negra), Uvilla y Puña. Esto implica que las “papas nativas” no están presentes en la mente de las consumidoras.

4.7 IMAGEN DE LA PAPA

Para conocer las actitudes existentes en la amas de casa hacia la papa, se utilizó la técnica proyectiva denominada “PERSONIFICACIÓN”. Esta técnica invita a humanizar un producto, para ver que grado de valoración tiene a nivel inconsciente, reconociéndose tanto aspectos positivos como negativos. Veamos:

PERSONIFICACIÓN DE LA PAPA
◦ Sexo: Femenino
◦ Edad: De 14 a 40 años
◦ Características: Mujer Joven, de bonita cara y buena presencia. Gordita, lletita y robusta, Limpia, sana, saludable. De buen tamaño (porte alto). Cabello largo, trenzado y recogido.
◦ Cualidades: Amable, sociable, atenta. Alegre, graciosa, trabajadora, cariñosa. Tranquila y suave, pero con carácter.
◦ Instrucción: Primaria o Secundaria Completa, no Superior
◦ Vive: en el campo o en zonas periféricas de Quito.
◦ Vestimenta: Sencilla, deportiva, usa ropa de campo.
◦ Defectos: No cuida mucho su higiene, es lenta para actuar, un poco perezosa, sube muy rápido de peso, tiene granitos en la cara y en el cuerpo, puede estar enferma y no se atiende, a veces lleva los pies y el cabello sucios. Desordenado. Le gusta vivir en el campo pero no se moderniza, puede ser guapa y amorosa, pero guarda algo que la hace estar poco contenta.
◦ Presencia: No es perfecta, porque no se arregla y tiene la piel dañada por el sol y la tierra del campo.

2. La papa “Chola” nativa, ya no está en el mercado; realmente es la “Superchola” que es una variedad mejorada.

4.8 IDENTIFICACIÓN DE PAPAS NATIVAS

Como parte de la investigación, se presentaron tres muestras de papas nativas, la Uvilla, Puña y Leona negra. Casi todas las personas fueron incapaces de identificar las variedades presentadas. Solo una ama de casa (60 años) de clase social media baja de la zona sur acertó con el nombre de las tres muestras; todas las demás participantes no pudieron reconocerlas.

Más aún, la mayoría de participantes confundió las variedades y señaló, por ejemplo, que la Puña era la que ellas adquirirían como la Gabriela, Chola; la papa Uvilla se confundió con la Esperanza; la Leona Negra, con Chaucha, Catalina , entre otros nombres. Esto revela que las amas de casa no pueden identificar las variedades que consumen, los comerciantes de papa tienden a mezclar el producto y a ofrecerlo con nombres distintos

Entre las tres variedades de papas nativas, prefirieron la papa puña, por las siguientes características:

RAZONES PARA PREFERIR LA PUÑA
Es una papa de tamaño mediano
De piel color rosáceo
De carne color entre blanco y amarillento
De cáscara lisa
Sin muchos ojos
De forma entre redonda y ovalada

4.9 DISCUSIÓN

El proceso de modernización por el que está atravesando la mujer, particularmente las amas de casa, en ciudades como Quito, lleva a la búsqueda de sistemas de comercialización más eficientes, pensando en la comodidad y rapidez de la mujer frente a las actividades domésticas, en especial las culinarias.

En este contexto, la papa debe incluirse dentro del proceso de modernización y experimentar cambios mercadológicos para que no se quede al margen de los avances de la sociedad. Es necesario que la papa cambie su presentación comercial, que venga limpia, seleccionada, con marcas y proyecte una imagen actualizada en el mercado. Existen competidores como el arroz, el plátano o la yuca dispuestos a sustituirla. Actualmente la papa está arraigada en la comida típica ecuatoriana, como los llapingachos.

La variedad Chola es la que destaca en preferencias, constituyéndose en la variedad que lidera el mercado de la papa en Ecuador. En lo que respecta a las papas nativas, se pudo observar que existe en las amas de casa, un fuerte desconocimiento de estas variedades. Sólo algunas personas las identificaron. En este sentido, una de las primeras acciones que se debe desarrollar en la promoción del consumo de las papas nativas en Ecuador, es la difusión y conocimiento estas variedades, destacando sus atributos alimenticios y cualidades culinarias.