



PLAN DE NEGOCIOS

“INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE PAPA NATIVA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ENCANTO DE ORO CERONCCATA DEL DISTRITO DE SANTA MARIA DE CHICMO - APEOCED”



Andahuaylas, setiembre 2011

PRESENTACIÓN

El presente Plan de Negocios, Producción, Comercialización y Capacitación en Gestión Empresariales de Papa Nativa, ha sido elaborado con el objetivo fundamental de desarrollar el diagnóstico de la situación actual, en la que se encuentra la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo "APEOCED" identificando sus debilidades, fortalezas con las que cuenta para desarrollar la cadena productiva de papa nativa y las oportunidades, amenazas que debe enfrentar para introducir su producto en el mercado.

Del mismo modo, para poder identificar y describir las características de la demanda y oferta, determinando 2 segmentos en particular que demandan el producto, las exigencias que tienen los consumidores y los atributos que valoran del mismo desde el aspecto de la demanda y en cuanto a la oferta determinando la capacidad productiva de la asociación y de los productores de la provincia.

La realización del presente Plan de Negocios Incremento de la Productividad de Papa Nativa de Pequeños Productores de la Asociación De Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata_ sido llevada a cabo en dos etapas:

En la primera etapa, se llevó a cabo la realización de talleres participativos (03 talleres) y entrevistas a los miembros de la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo "APEOCED", en el distrito de Santa María de Chicmo, con quienes se realizó el diagnóstico de como vienen trabajando en la actualidad, los recursos humanos, naturales, económicos, etc. con que cuenta la asociación, identificación de las dificultades y fortalezas que poseen el mismo que les brinda una ventaja competitiva frente a la competencia y obtención de información relevante sobre la capacidad productiva, sus competidores, sus actuales compradores, las instituciones tanto públicas como privadas que están involucradas con la asociación.

En la segunda etapa, se desarrolló el trabajo en gabinete, consistente en la sistematización de la información recabada de los talleres participativos realizados y la redacción del Plan de Negocios "Incremento de la Productividad de Papa Nativa de Pequeños Productores de la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo "APEOCED"

RESUMEN EJECUTIVO

La Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo “APEOCED” , del distrito de Santa María de Chicmo, provincia Andahuaylas, departamento de Apurímac viene funcionando del año 2007 y formalmente desde el 22 de Agosto del 2011, en la constitución inicial con 25 asociados inscritos en registros públicos, en la actualidad cuenta con 42 asociados activos integrados a la asociación sus socios está integrado por productores de papa nativa de las comunidades campesinas de: Ceronccata (20 integrantes), Rebelde Huayrana (12 integrantes), Nueva Esperanza (10 integrantes).

La asociación es una organización que tiene como actividad principal la producción de papa nativa, que tienen cualidades culinarias e industriales probadas, caracterizándose por su contenido de sólidos, colores, valores nutritivos, valores proteicos y altos contenidos de aminoácidos destacando los carotinoides, flavonoides y antocianinas que es requerido por el mercado nacional e internacional;

Cuentan con terrenos que tienen potencialidades para el cultivo de papa nativa y con conocimientos tecnológicos para la producción de papa nativa es una organización referente que participa en diferentes eventos como son en ferias locales, regionales y nacionales: feria Teja Molino (Andahuaylas), feria San Antonio (Abancay) desde el año 2007; así también comercializa su producción en las ferias dominicales que se realizan en la ciudad de Andahuaylas y a los intermediarios que acopian y comercializan en los mercados regionales del Cusco, Puno y Arequipa y en el mercado nacional de Lima.

“Somos una asociación que fomenta el mejoramiento de la tecnología de producción de papa nativa, mejorando las capacidades técnicas, de gestión y comercialización generando empleo y desarrollando capacidades, promoviendo el el incremento de los ingresos y mejoramiento de la calidad de vida de nuestros asociados y de nuestras comunidades vecinas.”

Los objetivos que desea la asociación son:

- Mejorar producción y productividad de papa nativa ampliando la frontera agrícola y mecanizando la preparación de terreno y la cosecha que se espera alcanzar con el tractor agrícola que será financiado por el programa PROCOMPITE.
- Mejorar la integración y coordinación dentro de la Asociación, ya que se observa que no cuenta no cuentan con instrumentos de gestión y gobernabilidad que se espera resolver mediante la implementación de un programa de fortalecimiento organizacional, obteniendo como resultados

una asociación fortalecida, que conocen los objetivos y fines de la asociación y las funciones de cada integrante de la misma.

- Buscar el mejoramiento del manejo post cosecha con lo que mejorara la calidad del producto de acuerdo a las exigencias de los consumidores de papa fresca y la industria.
- 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.

El mercado para el producto papa nativa es diferenciado, está conformado por la demanda de consumidores locales, considerando la investigación de mercado realizado la demanda promedio en las provincias de Andahuaylas, Aymaraes, Chincheros, Antabamba, Cotabambas, Grau y Abancay es del 95% por las familias de la población rural y en las ciudades de las capitales de provincia encuestadas declaran que si consumen papa nativa mientras que el 5% no la consumen, lo que indica que hay una gran demanda del producto el cual debe ser atendido.

Cuadro: Característica del Segmento de Mercado Local

| Producto | Frecuencia de consumo | Motivo de compra | Precio | Lugar de compra |
|-------------|---|--|---|---|
| Papa nativa | El 39% de los consumidores lo adquieren en cantidades de 10 – 20 Kg. por mes. | El 75% de los que consumen lo adquieren por ser un producto de calidad, alimenticio y nutritivo. | El precio es de S/ 1 a S/ 1.5 Nuevos Soles lo cual el 66% de los consumidores afirman que es costoso. | El lugar de compra frecuente es el mercado de abastos y las feria dominicales y eventualmente las ferias regionales y festivales de papa nativa de cada provincia |

Fuente: Estudio de Mercado de la Papa Nativa en Apurímac (Consultora Cordova Asociados 2010).

El segundo segmento está conformado por las cadenas autoservicios de Lima: Wong, Plaza Veá, Metro y otros para consumo de papa fresca

Cantidad de Papa Nativa enviada al Supermercado Wong - Lima de la Provincia Aymaraes

| VARIETADES PAPAS ANTIVAS | SACOS/50 KG/SEMANA | KILOGRAMOS | TM/SEMANAL | TM/MENSUAL | TM/ANUAL |
|--------------------------|--------------------|------------|------------|------------|----------|
| Pumamaqui | 12 | 600 | 0.6 | 2.7 | 32.4 |
| Pucasoncco | 10 | 500 | 0.5 | 2.25 | 27 |
| Cceccorani | 12 | 600 | 0.6 | 2.7 | 32.4 |
| Ccompis | 7 | 350 | 0.35 | 1.575 | 18.9 |
| Yanasuyto | 4 | 200 | 0.2 | 0.9 | 10.8 |
| Putis | 5 | 250 | 0.25 | 1.125 | 13.5 |
| TOTAL | 50 | 2500 | 2.5 | 11.25 | 135 |

Fuente: Estudio de Mercado de la Papa Nativa en Apurímac (Consultora Cordova Asociados 2010)

El tercer segmento está conformado por las empresas industriales, a los cuales se les ofertará papa nativa a granel debido a que requieren el producto en grandes volúmenes y para la producción de snacks y pures liderado por las empresas y marcas internacionales donde son líderes Pringles, Frito Lay, Savoy Brands Idaho, Maggi, Grupo Gloria y Knorr.

Cuadro de Demanda de las Principales Empresas Industriales (anual)

| EMPRESAS | DEMANDA EN TM. |
|--------------------------------------|-----------------------|
| Snaks América Latina Perú- Frito Lay | 2,000 |
| Grupo Gloria | 1,500 |
| Otros | 1,000 |

Fuente: Proyecto Instalación de variedades promisorias de papas nativas

En el cuarto segmento esta considera los hoteles y restaurants turísticos que han incluido en sus cartas las papas nativas en la cocina gourmet como pures de colores, papas con cascara a las finas hiervas, chip's, galleterías, y postres existiendo una creciente demanda en los mercados de Lima, Cusco y Arequipa, por la sustitución del arroz, fideos y harinas.

Principales Compradores del Mercado Turístico del Cusco

| EMPRESA | CONSUMO ANUAL EN TM. |
|------------------|-----------------------------|
| Hotel Monasterio | 12 |
| Hotel Libertador | 12 |
| Nova Hotel | 7.5 |
| Orient Express | 7.5 |
| Otros | 15 |
| TOTAL | 54 |

Fuente: Estudio de Oportunidades de Negocio de la Región Apurímac-CENFOPAR

Los precios promedio varían entre 1.70 a 2.20 soles por kilo dependiendo de variedad.

La estrategia de posicionamiento del negocio para hacer conocer la papa nativa producida por la Asociación Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo APEOCED” se realizara una campaña de promoción masiva difundiendo las características de la papa producida por la asociación, del mismo modo la presentación del envase será en malla de propileno anti UV (disminuye la infiltración de los rayos solares) con un peso estándar de 25 Kilos por saco, seleccionando por tamaño y forma.

Realizar campañas de degustación en ferias, festivales gastronómicos, cadenas de autoservicios, eventos culturales etc. con la finalidad de hacer conocer y familiarizar la “Papa nativa la Sabrosa”

Difundir las cualidades gastronómicas, composición, diversidad y valor nutritivo en espacios radiales y televisivos y escritos.

Se ofertara a los clientes papas nativas seleccionadas, clasificadas por variedad, tamaño y forma, cumpliendo los requerimientos establecidos por los clientes, siendo

la presentación en sacos de polipropileno de 25 Kg; confección de trípticos con información y recetarios para promocionar la “Papa Nativa la Sabrosa”

El precio de venta de la papa nativa estará bajo la estrategia de Fijación de precios de costo de producción más margen de utilidad.

La estrategia de comercialización será mediante articuladores comerciales con sede en las principales ciudades demandantes de papa nativa con énfasis en la ciudad de Lima y otras ciudades importantes como Cusco, Arequipa etc. con pago a destajo o porcentaje de las ventas de las colocaciones realizadas en los autoservicios, cadenas de restaurants, hoteles y empresas industriales, así también se organizaran campañas de degustación y marketing en los lugares de mayor concentración de consumidores.

La modalidad de organización que se propone es una Cooperativa de Servicios Múltiples que es una sociedad autónoma sin fines de lucro formada por personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones comunes en lo económico, social y cultural, mediante el esfuerzo propio, la ayuda mutua y la solidaridad.

Diferenciándose el modelo cooperativo de las otras formas asociativas y empresariales por su contenido doctrinario profundamente humanista, participativo, democrático y el acto cooperativo..

La inversión que se requiere para la implementación del plan de negocios en una primera etapa, que comprende la implementación del área de procesamiento de harinas y hojuelas se muestra en el siguiente cuadro.

La rentabilidad de la inversión es de:

Cuadro de rentabilidad del plan de Negocios

| INDICADORES DE RENTABILIDAD | VALOR |
|------------------------------------|--------------|
| VAN | 450,443.44 |
| TIR | 47 % |
| B/C | 2.14 |

Lo que indica que el negocio es rentable, se recomienda la inversión con el cofinanciamiento de PROCOMPITE en el desarrollo de la cadena productiva de la Papa nativa en la Provincia de Andahuaylas, para la implementación del plan de negocios “Incremento de la Productividad la Papa Nativa de Pequeños Productores de la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa Maria De Chicmo - APEOCED”, que incluye la implementación de un tractor agrícola con sus implementos de labranza consistente en arado, rastra, surcadora y fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial.

1. IDEA DEL NEGOCIO Y SOCIOS

1.1. Idea de Negocio

“INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE PAPA NATIVA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS ENCANTO DE ORO CERONCCATA DEL DISTRITO DE SANTA MARIA DE CHICMO - APEOCED”

El negocio consiste en el incremento de la productividad, manejo post cosecha y comercialización de variedades promisorias de papa nativa, que tienen cualidades culinarias e industriales probadas, caracterizándose por su contenido de sólidos, colores, valores nutritivos, valores proteicos y altos contenidos de aminoácidos destacando los carotinoides, flavonoides y antocianinas que es requerido por el mercado nacional e internacional; es producida por los agricultores de la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo “APEOCED” de las comunidades campesinas de Ceronccata, Rebelde Huayrana y Nueva Esperanza distrito de Santa María de Chicmo, provincia de Andahuaylas, Región Apurímac.

2.2. Antecedentes

En las provincias altas de la Región Apurímac y en especial en la provincia de Andahuaylas, el cultivo de la papa nativa es uno de los principales cultivos que forma parte de la dieta de la población campesina. Ancestralmente, se han seleccionado, domesticado y cultivado una gran diversidad de papas nativas, las cuales poseen características especiales en su forma, color, sabor y composición nutricional.

Pero en la actualidad, debido a la falta de información sobre el consumo de estos tubérculos principalmente en las áreas urbanas, su cultivo se ha ido reduciendo y se encuentran en peligro de extinción.

Por estas razones se ha identificado la necesidad de trabajar con papas nativas, implementando innovaciones tecnológicas en los actuales sistemas de producción e incorporándolas en cadenas de valor a través del desarrollo de nuevos productos.

Se cuenta con experiencias de Perú, Bolivia y Ecuador, que han trabajado en diversos temas relacionados con papas nativas; entre las experiencias exitosas del Perú tenemos en las regiones de: Huancavelica, Ayacucho, Cusco, Cajamarca etc.

Las provincias alto andinas de la región Apurímac cuentan con los recursos naturales de suelo y clima que permiten un óptimo desarrollo de papa nativa, siendo las comunidades campesinas de la provincia de Andahuaylas las que cuentan con mayor cantidad de tierras con topografías de llanas a onduladas que permiten el fácil acceso para su explotación, suelos ricos en materia orgánica etc., que a la fecha no están siendo explotadas por diversos factores entre los que destacan, la tecnología, mecanización, comercialización y organización de productores etc.

En la provincia de Andahuaylas existen alrededor de 700 agricultores que cultivan en gran escala papa nativa en tierras comunales debido principalmente a que los agricultores de las comunidades campesinas no cuentan con los recursos y medios que les permitan cultivar la papa nativa en condiciones óptimas y de competitividad con los productores elite de la provincia y con productores las otras región del país.

El gobierno regional con la finalidad de optimizar el uso y potencialidades de los recursos naturales con los que cuenta las comunidades campesinas de la región está ejecutando el proyecto regional “Instalación de variedades promisoras de papas nativas para el uso Industrial en la Región” cuyo objetivo General es:

La articulación en la cadena productiva de papa nativa de uso industrial y de consumo en 18 distritos de las provincias de Andahuaylas, Aymaraes, Antabamba, Chincheros, Cotabambas y Grau, Región Apurímac.

Objetivo por cada componente.

- ✓ Capacitar y adiestrar a los Agricultores en un manejo Integrado del cultivo de la papa
- ✓ Incrementar la disponibilidad de semillas de papa de alta calidad fitosanitaria en el ámbito Regional
- ✓ Capacitar y adiestrar a las Juntas Directivas de las Asociaciones y fortalecer sus organizaciones en forma funcional

Con las experiencias, y resultados del proyecto “Instalación de Variedades Promisoras de Papas Nativas para el uso industrial en la Región Apurímac” y considerando las potencialidades de las comunidades campesinas de Ceronccata, Rebelde Huayrana y Nueva Esperanza, para el cultivo de papa nativa el plan de negocios propone desarrollar innovaciones tecnológicas e identificar nuevas oportunidades de mercados para el biocomercio de las variedades promisorias de papas nativas contribuyendo a mejorar la calidad de vida de pequeños productores de las comunidades campesinas.

2.3. Justificación

Los agricultores de la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo “APEOCED” de las comunidades campesinas de Ceronccata, Rebelde Huayrana y Nueva Esperanza, del distrito Santa María de Chicmo, provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, tienen dificultades tecnológicas, de comercialización, organizativas y ambientales que les impide desarrollar sistemas productivos sostenibles y competitivos que les aseguren bienestar a sus familias.

Las comunidades campesinas de Ceronccata, Rebelde Huayrana y Nueva Esperanza, cuenta con áreas de terreno muy ricas en materia orgánica, con accesibilidad para el transporte y maquinaria agrícola, así mismo la asociación ha sido conformada por un grupo de agricultores de la comunidad en el que prima la confianza lo que garantiza la gobernabilidad asociativa.

Con la ejecución del proyecto regional “Instalación de variedades promisoras de papas nativas para el uso Industrial en la Región” se está realizando actividades de capacitación y asesoramiento técnico en la instalación y manejo de papa nativa, estando las socios de la asociación capacitados lo que garantiza el mejoramiento de la producción y productividad de las 11 variedades de papa nativa identificadas con cualidades industriales y culinarias.

La asociación cultiva a la fecha las variedades de papa nativa: Huayro, peruanita y tumbay que son variedades que ya tienen un mercado ganado y las nuevas variedades que se encuentran en proceso de selección y de ingreso al mercado por sus cualidades industriales y para consumo son: Duraznillo, amarilla de Huánuco, putis, sumac soncco, sangre de toro, llama sencca, yana palta, camotillo, Puca lunchuy, Waccrillos y Camotillo.

Por las cualidades culinarias, industriales y por su contenido de sólidos, colores, valores nutritivos, valores proteicos y altos contenidos de aminoácidos destacando los carotenoides, flavonoides y antocianina existe un gran potencial de mercado que a la fecha no está siendo satisfecha debido principalmente a la escasa área de cultivos instalados, bajos rendimientos, principalmente por la poca disponibilidad de semillas de las variedades promisorias seleccionadas que a la fecha se encuentran en proceso de multiplicación.

La poca disponibilidad de maquinaria agrícola para la preparación de terreno es un factor determinante que no permite ampliar la frontera agrícola a pesar de contar con aéreas disponibles para el cultivo de papa nativa, por lo que se considera que la adquisición de un tractor para la de Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo “APEOCED” incrementara en forma considerable las áreas de cultivo con papa nativa.

Socios y equipo empresarial

La asociación cuenta con 42 socios, con la siguiente distribución

| | |
|----------------|----|
| Socios varones | 24 |
| Socias mujeres | 18 |

Equipo Empresarial.

La asociación tiene una Junta Directiva, conformada por:

Presidente

Vicepresidente

Secretario

Tesorero

Fiscal

Vocal

El presidente asume las funciones de gobernabilidad de la asociación, no cuentan con el apoyo de equipo empresarial, lo que no le permite una gobernabilidad eficiente de la asociación.

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1 ANÁLISIS DE LOS FACTORES MACRO AMBIENTALES

3.1.1 FACTORES SOCIALES Y CULTURALES

En las comunidades campesinas de Ceronccata, Rebelde Huayrana y Nueva Esperanza existen las siguientes organizaciones sociales: Club de madres, vaso de leche, asociación de productores de leche, club deportivo, comité de regantes, junta vecinal, seguridad ciudadana, organizaciones religiosas y evangélicas. Son socios de la asociación comuneros calificados de las 3 comunidades que tienen total de 629 comuneros calificados conformado de 446 varones y 183 mujeres que se aprecia en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 01: Población Comunidades

| COMUNIDAD | POBLACION | | |
|------------------|------------|------------|------------|
| | VARONES | MUJERES | TOTAL |
| Ceronccata | 68 | 33 | 101 |
| Rebelde Huayrana | 78 | 20 | 98 |
| Nueva Esperanza | 300 | 130 | 430 |
| TOTAL | 446 | 183 | 629 |

Como en toda comunidad campesina las asambleas comunales se realizan todos los meses en forma regular, la fiesta patronal es la de San Juan que se celebra el 24 de junio, otras fiestas importantes son la fiesta de Virgen del Carmen (16 de julio) y la de Virgen de Asunción (15 de agosto); el aniversario de la comunidad es el 14 de abril, el que celebran con un programa especial, entre los que destacan el campeonato deportivo, concurso de platos típicos y el desfile cívico

La Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo "APEOCED" se ha conformado en base a la confianza que existe entre los asociados, existiendo entre ellos el compromiso de trabajar en forma armónica y organizada..

3.1.2 FACTORES DEMOGRAFICOS

La población total de la provincia de Andahuaylas es 96,064 pobladores según el censo de población del 2007,

Cuadro 02: Población Región Apurímac

| PROVINCIAS | POBLACION | |
|--------------|----------------|----------------|
| | CENSO 1993 | CENSO 2007 |
| Abancay | 95,092 | 96,094 |
| Andahuaylas | 128,390 | 143,846 |
| Antabamba | 12,462 | 12,267 |
| Aymaraes | 28,886 | 29,569 |
| Cotabambas | 42,006 | 45,771 |
| Chincheros | 48,841 | 51,583 |
| Grao | 26,678 | 25,090 |
| TOTAL | 382,355 | 404,220 |

Fuente: INE

La población total del distrito de Santa María de Chicmo es 9,430 habitantes siendo su composición de 4,846 la población rural y 4,584 la población urbana.

Cuadro 03: Población Distrital

| POBLACION CENSADA DISTRITO DE SANTA MARIA DE CHICMO | | | |
|--|------------------|--------------|---------------|
| DISTRITO | POBLACION | | |
| | TOTAL | RURAL | URBANA |
| Santa María de Chicmo | 9,430 | 4846 | 4584 |

Fuente: INE censo población del 2007

La población de las comunidades campesinas de: Ceronccata, Rebelde Huayrana y Nueva Esperanza es de 2,315 habitantes, está compuesta por 1,141 varones y 1,158 mujeres siendo los jefes de familia 629 inscritos en los padrones comunales de las 3 comunidades.

Cuadro 04: Población Comunal

| COMUNIDAD | POBLACION | | |
|--------------------|------------------|----------------|----------------|
| | TOTAL | VARONES | MUJERES |
| Nueva Esperanza | 1,696 | 847 | 849 |
| Rebelde Huayrana | 544 | 258 | 286 |
| Ceronccata | 75 | 36 | 19 |
| Andahuaylas | 2,315 | 1,141 | 1,154 |

Elaboración propia

3.1.3. FACTORES POLITICOS Y LEGALES

La Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo "APEOCED", fue constituida el 07 de marzo del 2007, inscrito en la Oficina Registral de Andahuaylas con la partida N° 11028987 el 22 de agosto del 2011.

Decreto legislativo N° 29337, ley que establece las disposiciones para apoyar la competitividad productiva, Decreto Supremo 192-2009-EF, reglamento de la ley Competitividad Productiva, R.M 465-2009-EF-15 de aprobación de formatos y manual de calificación para la presentación de propuestas productivas, que establecen las disposiciones para apoyar la competitividad productiva en el que determina como una estrategia prioritaria del estado la ejecución de iniciativas de apoyo a la competitividad productiva que tiene como finalidad el de mejorar la competitividad de cadenas productivas; promoviendo el desarrollo productivo, adaptación, mejora o transferencia de tecnologías en beneficio de los agentes económicos organizados exclusivamente en zonas donde la inversión privada sea insuficiente para lograr el desarrollo competitivo y sostenible de la cadena productiva.

El Gobierno Regional en su rol de promotor del desarrollo ha considerado de prioridad apoyar a la competitividad productiva para mejorar la competitividad de las cadenas productivas de la Región.

La papa nativa, originaria de los Andes es considerada como uno de los productos bandera de la Región, por sus cualidades culinarias e industriales, por su contenido de aminoácidos como los carotenoides, flavonoides y antocianinas que es requerido por el mercado nacional e internacional.

El gobierno regional y el gobierno local en su rol el de promover el desarrollo económico viene promoviendo la organización de los productores que sean capaces de abastecer al mercado local, regional, nacional e internacional, a través de proyectos que promueven la cadena productiva de la papa nativa.

3.1.4 FACTORES ECONOMICOS

Las principales actividades económicas de la comunidad son los cultivos de papa, papa nativa, trigo, cebada, haba y en crías de ganado vacuno, aves de corral y cuy etc.

La fuente principal de sus ingresos económicos es la comercialización de sus productos; de acuerdo a la información de los comuneros y socios de la asociación comercializan de un 70 % a 80 % de su producción en forma directa en las ferias dominicales que se realizan en la ciudad de Andahuaylas a los intermediarios, el 20 a 30 % de los productos que no comercializan son para el autoconsumo.

El ingreso promedio mensual per cápita de la comunidad es de S/ 250.00, producto de la comercialización de sus productos.

El nivel tecnológico del cultivo de papa convencional y papa nativa es de medio a bajo, con deficiencias en preparación del terreno (roturación y desterronado o mullido con pico), bajos niveles de fertilización, uso inadecuado de materia orgánica, las principales enfermedades son: "Rancha", "Tizón tardío" o "Hielo fungoso" (*Phytophthora infestans*), seguido de "Alternaria" o "Tizón temprano" (*Alternaria solani*), "Rhizoctoniasis" (*Rhizoctonia solani*), "Pierna negra" (*Erwinia* sp) enfermedades virales con sintomatologías de mosaicos leves y fuertes, enanismos, amarillamientos, encarrujamientos, etc (PVX, PVS, PVY, MOP TOP), enfermedades del suelo principalmente "Nematodo Quiste de la Papa" (*Globodera pallida*), "Verruga" o "Ataracchi" (*Synchytrium endobioticum*), "Roña" o "Sarna" (*Spongospora subterranea*).

Entre las Plagas se tiene principalmente el "Gorgojo de los andes" o "Ccarasaco" (*Prenotrypes* sp.), "Polillas" (*Symetriscema tangolias* y *Phthorimaea operculella*), "Piqui piqui" (*Epitrix* sp), "Lorito verde" (*Diabrotica* sp), "Pulgón o afido" (*Myzus persicae*) principal vector de enfermedades virales del cultivo de papa. El control de enfermedades y plagas se realiza utilizando principalmente agroquímicos sintéticos de diversas categorías toxicológicas, existe déficit de infraestructura de almacenamiento ocasionando el manejo inadecuado post cosecha

El promedio de áreas de cultivo por familia varían de 0.25 ha a 2 ha, con un rendimiento promedio que se obtienen son de 10 t/ha, para la comunidad de Sacclaya, los cuales se distribuyen de la siguiente manera:

Los cultivos de trigo, cebada y haba también son conducidos con un nivel tecnológico medio a bajo, no realizan buena selección de semilla, bajos niveles de fertilización, control deficiente de enfermedades (roya en los cereales y mancha negra, mancha chocolate en el cultivo de haba).

En el manejo de sus crías el nivel es medio a bajo, predomina el ganado criollo mejorado, con deficiencias en la alimentación, control inadecuado de parásitos internos, bajos rendimientos de leche.

3.1.4 FACTORES CLIMATOLÓGICOS

Predomina el clima templado frío, con una temperatura mínima de -10 grados y una temperatura máxima de 30 grados centígrados, con presencia de heladas fuertes en los meses de mayo a julio, fuertes vientos en los meses de agosto y setiembre, granizadas en los meses de enero a abril y algunos años fuertes precipitaciones en los meses de enero a febrero, así también sequías en los meses de octubre a marzo principalmente cuando se presenta el fenómeno del niño.

3.2 ESTRUCTURA COMPETITIVA DE MERCADO

3.2.1 COMPETIDORES ACTUALES

La principal actividad económica en la provincia de Andahuaylas es el cultivo de papa, el 70 % de las comunidades campesinas de la provincia tiene tierras para el cultivo de papa nativa quienes cultivan en pequeña escala, se estima que la producción promedio de papa nativa es de 11.60 Tm por ha.

Se aprecia que del 2006 al 2009 se ha dado el incremento de las áreas de siembra y precio de la papa amarilla, no existen datos estadísticos de producción de papa nativa, en la información proporcionada por la Oficina de Información Agraria considera como papa amarilla las papas de las variedades huayro, peruanita, tumbay etc. variedades que ya tienen un mercado; en este grupo de papas amarillas está considerada las variedades nativas que se cultivan en las comunidades campesinas y las variedades promisorias que son cultivadas para consumo en fresco y para la industria .

Cuadro N° 05 Producción de papa por campaña agrícola Sub Región Andahuaylas

| CULTIVO | VARIABLES | TOTAL EJECUTADO POR CAMPAÑA AGRÍCOLA | | | |
|---------|------------------|--------------------------------------|-----------|------------|------------|
| | | 2006-2007 | 2007-2008 | 2008- 2009 | 2009-2010 |
| PAPA | Siembras Has | 8,698.00 | 7,974.49 | 7,256.55 | 8,885.95 |
| | Sup. Perdida Has | 282.10 | 77.54 | 84.55 | 103.45 |
| | Cosechas Has | 8,264.40 | 7,796.46 | 7,172.00 | 8,782.50 |
| | Rendimiento | 11.31 | 11,957.04 | 12,082.00 | 12,750.00 |
| | Producción | 93,469.17 | 93,222.57 | 86,652.10 | 111,976.88 |
| | Precio Chacra | 0.39 | 0.45 | 0.54 | 0.68 |

| CULTIVO | VARIABLES | TOTAL EJECUTADO POR CAMPAÑA AGRICOLA | | | |
|---------------|------------------|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2006-2007 | 2007-2008 | 2008-2009 | 2009-2010 |
| PAPA AMARILLA | Siembras Has | 5,145.00 | 4,855.50 | 5,703.85 | 5,865.65 |
| | Sup. Perdida Has | 17.75 | 36.00 | 23.85 | 20.15 |
| | Cosechas Has | 5,127.25 | 4,819.50 | 5,680.00 | 5,845.50 |
| | Rendimiento | 10.39 | 11,328.50 | 11,579.00 | 11.60 |
| | Producción | 53,290.19 | 54,597.72 | 65,768.72 | 67.83 |
| | Precio Chacra | 0.50 | 0.56 | 0.64 | 0.70 |

Fuente: Oficina de información Agraria Sub Región Andahuaylas

En la provincia de Andahuaylas existen 32 organizaciones de productores que se dedican a la producción de papa nativa, del mismo modo existen más de 700 Agricultores privados que se dedican a la producción de papa nativa.

En el distrito de Santa María de Chicmo se aprecia que las áreas de siembra de papa nativa del 2006 al 2009 ha tenido un incremento en un 118 % del mismo modo los precios de papa amarilla se ha incrementado en un 26 %

Cuadro N° 06 Producción de papa por campaña agrícola Distrito Santa María de Chicmo.

| CULTIVO | VARIABLES | TOTAL EJECUTADO POR CAMPAÑA AGRICOLA | | | |
|---------------|-------------------|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2006-2007 | 2007-2008 | 2008-2009 | 2009-2010 |
| PAPA | Siembras Has | 1,190.00 | 913.00 | 394.00 | 883.00 |
| | Sup. Perdida Has. | 84.00 | 68.00 | 0.00 | 15.00 |
| | Cosechas Has | 1,106.00 | 845.00 | 394.00 | 868.00 |
| | Rendimiento | 11.39 | 12,494.15 | 12,622.46 | 11,823.66 |
| | Producción | 12,597.50 | 10,557.56 | 4,973.25 | 10,262.94 |
| | Precio Chacra | 0.40 | 0.46 | 0.56 | 0.49 |
| PAPA AMARILLA | Siembras Has | 370.00 | 493.00 | 810.00 | 895.00 |
| | Cosechas Has | 370.00 | 493.00 | 810.00 | 895.00 |
| | Rendimiento | 12.46 | 12,668.17 | 12,795.00 | 13,511.40 |
| | Producción | 4,610.60 | 6,245.41 | 10,363.95 | 12,092.70 |
| | Precio Chacra | 0.49 | 0.62 | 0.62 | 0.67 |

Fuente: Oficina de información Agraria Sub Región Andahuaylas

Los cuadros estadísticos que anteceden nos demuestran que existe una competencia interna a nivel distrital y una competencia a nivel provincial por la producción de papa nativa

3.2.2 AMENAZAS COMPETITIVAS

3.2.2.1 COMPETIDORES POTENCIALES

Los competidores potenciales de la asociación son las organizaciones de productores y productores privados de las provincias de Chincheros, Aymaraes, Grau, Antabamba y Cotabambas, en estas provincias se cultivan papa nativa, comercializando en los mercados regionales y nacional.

La producción de papa nativa de variedades promisorias de la campaña agrícola 2007- 2008 a la campaña agrícola 2010 - 2011 ha tenido un incremento de 49 Tm a 488 Tm, lo que demuestra la competitividad regional, con respecto a la La Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo “APEOCED”

Haciendo un análisis más profundo de esta aparente competitividad regional, es más bien una fortaleza para la región por que todas estas organizaciones productoras de papa nativa van a ofertar haciendo alianzas entre ellas un volumen de papa nativa para el consumo de papa fresca a los supermercados y a la industria, lo que les permitirá negociar mejores precios y mayor tiempo de oferta del producto.

Cuadro N° 07: Producción Papa Nativa Región Apurímac

| PROVINCIA | NUMERO ASOCIACIONES | PRODUCCION | | | | TOTAL PRODUCCION |
|--------------|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|
| | | 2007-2008 TM | 2008-2009 TM | 2009-2010 TM | 2010-2011 TM | |
| AYMARAES | 5 | 22 | 76 | 67 | 49 | 219 |
| ANTABAMBA | 7 | 4 | 54 | 28 | 26 | 112 |
| GARU | 6 | 29 | 87 | 29 | 14 | 159 |
| COTABAMBAS | 5 | 28 | 72 | 14 | 12 | 131 |
| ANDAHUAYLAS | 22 | - | - | - | 320.71 | 320.71 |
| CHINCHEROS | 4 | - | - | - | 26.29 | 26.29 |
| TOTAL | 49 | 83 | 289 | 138 | 448 | 968 |

Fuente: Proyecto Regional Papa Nativa – Gobierno Regional Apurímac

A nivel nacional son competidores potenciales los agricultores individuales y organizaciones de productores de las regiones de Cusco, Ayacucho, Huancavelica, Junín, Huaraz y Cajamarca de los productores y organizaciones de productores de la Región Apurímac. Son competidores por la calidad de los suelos, proximidad a los mercados, tecnología de cultivo y el apoyo de los gobiernos regionales para la promoción y fomento del cultivo de papa nativa.

3.2.2.3 COMPETENCIA INTERNACIONAL

Son competidores la papa nativa que se cultiva y comercializa en los países vecinos de Ecuador, Bolivia Chile y Colombia; en estos países también los gobiernos están implementando programas de promoción y fomento del cultivo de papa nativa

3.2.2.4COMPETENCIA DE OTROS SECTORES

La principal competencia es la producción de las variedades comerciales convencionales que se producen a nivel nacional

3.2.2.5 SUSTITUTOS

Para el consumo directo

Los principales sustitutos son la variedades de papa convencional en un 90 %, el arroz en un 50 % y los fideos en un 20 %

PARA LA INDUSTRIA

El maíz, el trigo, el camote, plátano etc. que la industria utiliza como insumo para la producción de snakc entre otros.

3.2.3 PODER DE NEGOCIACION CON LOS AGENTES FRONTERA

3.2.3.1 CLIENTES

Los directivos de la asociación y los socios tienen dificultades en el manejo de información de los precios de mercado, por consiguiente su capacidad de negociación es débil, el nivel de gobernabilidad asociativa hace que tengan poca solvencia para negociar con los clientes, del mismo modo tiene escasos conocimientos de la oferta y demanda de papa nativa,

3.2.3.2 Proveedores

Por la experiencia que tienen en el cultivo de papa, estos tienen capacidad de negociación con los proveedores de pesticidas, fertilizantes y semillas.

3.2.3.3 Proveedores públicos

Solicitan a las instituciones públicas y privadas asistencia técnica en tecnología de producción, en gobernabilidad, articulación comercial y capacitación en marketing y competitividad.

3.2.3.4 Poder social

La asociación está conformada por comuneros calificados de la comunidad lo que le da representatividad ante la comunidad.

3.2.3.5 Poder económico de los propietarios

Por los bajos ingresos económicos y bajo ingreso per cápita el poder económico de la asociación y la de sus socios no es relevante.

3.2.4 FODA Análisis Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas (FODA)

- **Análisis de las fortalezas.**

1. Condiciones agroclimáticas favorables para el cultivo de las diferentes variedades de papas nativas que tienen demanda comercial, tanto para consumo fresco como para procesamiento durante todo el año.
2. Se cuenta con germoplasma de variedades de papas nativas que potencialmente pueden ser utilizados en la agroindustria, mercados especiales, programas de mejoramiento genético, etc.
3. Producto de alto valor nutritivo, contenido de aminoácidos existiendo variadas formas de consumo en fresco, industria y cosmetología.
4. Se tienen condiciones suelo, clima y tecnología para la producción de semilla de calidad.
5. Organización de pequeños productores para la producción de papa nativa con socios activos y directivos capaces.

- **Análisis de oportunidades.**

1. Existencia de mercado a nivel local, regional, nacional e internacional de papa nativa orgánica.
2. Incremento de la demanda local, regional, nacional e internacional por el consumo de productos ecológicos y orgánicos.
3. Existencia de empresas que industrializan papa nativa
4. Existencia de supermercados que han incluido la papa nativa entre los productos que ofertan al público consumidor
5. Globalización: apertura de mercados para papa fresca, procesada y semilla.
6. Presencia en el país de entidades internacionales y nacionales de investigación y asistencia técnica (CIP, IICA, INIA etc.)
7. Capacidad para brindar asistencia técnica a nivel local con Agencias del MINAG, presencia de ONG's, Gobierno Regional y otras instituciones involucradas en el agro.

8. Decisión política del Gobierno Regional para priorizar como una cadena productiva a la papa nativa, promoción y fomento ejecutando proyectos para ampliar la frontera agrícola y productividad de la papa nativa.
- **Análisis de las debilidades.**
 1. Débil organización.
 2. Escasa información de precios de mercado
 3. Escaso conocimiento de estrategias de marketing y comercialización
 4. Escaso conocimiento de instrumentos de gestión y gobernabilidad
 5. Limitado acceso al financiamiento
 6. Escaso conocimiento de manejo post-cosecha.
 7. Escasa visión empresarial del productor y baja autoestima.
 8. Deficiente articulación para comercializar la papa nativa.
 9. El analfabetismo de algunos productores.
 - **Análisis de las Amenazas.**
 1. Incremento del consumo de sustitutos a la papa fresca (cambio en hábitos de consumo en el mercado local).
 2. Pérdida de la biodiversidad de papas nativas.
 3. Incremento de la incidencia de plagas y enfermedades.
 4. Ocurrencia de factores abióticos: granizadas, heladas, sequías, inundaciones, Fenómeno del Niño.
 5. No aprobar los análisis de riesgo realizados por países demandantes de papa nativa.
 6. Presencia de intermediarios
 7. Precios inestables.
 8. Políticas de gobierno que permiten la importación de bienes sustitutos

Estrategia Genérica.

ESTRATEGIAS FO

- Identificación de mercados para exportación de papa nativa fresca y procesada.
- Mejorar la gestión de productos con procesamiento primario: marketing, presentación, envases, preparación, etc.
- Producción, comercialización y planificación en forma conjunta de la producción regional y nacional por organizaciones de productores.
- Buscar paquetes tecnológicos para mejorar la rentabilidad de pequeños productores (papas nativas, procesamiento tradicional)
- Establecimiento de convenios entre centros de investigación, MINAG y productores para replicar experiencias de agricultores exitosos.

ESTRATEGIAS FA

- Desarrollo y difusión de variedades con demanda comercial resistentes a condiciones adversas (clima, plagas, enfermedades)
- Capacitación a productores alto andinos para el mejoramiento del cultivo en condiciones ecológicas-orgánicas de papa nativa
- Ejecución de análisis de riesgo para exportación en principales zonas productoras y gestión de certificaciones internacionales.
- Ejecución de campañas de marketing de cualidades nutritivas y culinarias de papa fresca y derivados.
- Instalación de campos pilotos para la experimentación de las variedades promisorias de papa nativa.

ESTRATEGIAS DO

- Buscar financiamiento con bajos intereses, que permitan al agricultor competir dentro de la globalización con firma de contratos de preventa con potenciales clientes.
- Continuar el proceso de organización de productores para superar la falta de visión empresarial y mejorar la asistencia técnica.
- Promoción de la producción y uso de semilla certificada de variedades para consumo e industria.
- Provisión de información a los productores para mejorar su articulación al mercado.
- Capacitación en manejo comercial del cultivo (post-cosecha, financiamiento, ventas, información)
- Elaboración de estudios de mercado para la promoción del consumo y exportación de papa y derivados

4- PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

4.1 Estructura del Plan de Negocios

4.1.2 Visión

La Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo "APEOCED" al 2016 es una organización empresarial consolidada y articulada al mercado, referente en la región, que con una tecnología adecuada de producción, incrementado su productividad en papas nativas de buena calidad que comercializa a la industria y los supermercados

4.1.2 Misión

"Somos una organización empresarial que fomenta el mejoramiento de la tecnología de producción de papa nativa, mejorando las capacidades técnicas, de gestión y comercialización generando empleo, desarrollando las capacidades, promoviendo el incremento de los ingresos y mejoramiento de la calidad de vida de nuestros

asociados, de las comunidades de: Ceronccata, Rebelde Huayrana y Nueva Esperanzaa, provincia de Andahuaylas y Región Apurímac”

4.1.3 Estructura Organizacional

La asociación está conformada por 42 socios, realizan una asamblea general cada mes y asambleas extraordinarias cada vez que sea necesario, la autoridad máxima es la asamblea general de socios, instancia en la que se toman todos los acuerdos que es implementada por la junta directiva que está conformada por;

- Presidente
- Vicepresidente
- Secretario
- Tesorero
- Fiscal
- Vocal

5.- INVESTIGACION DE MERCADO.

5.1 Sondeo De Mercado.

5.1.1 Fuentes de Información Primaria

La información primaria se recogido de los socios de la asociación, de los intermediarios que comercializan papa nativa y de las amas de casa que consumen papa nativa, mediante preguntas realizado en grupos focales, las preguntas que se realizaron fueron:

- A quienes venden
- Como venden
- A qué precios venden
- Donde venden
- Que variedades son las que más consumen

5.1.2 Fuentes de información secundaria

Como fuente de información secundaria el estudio de mercado de la papa nativa realizado el 2010 por el consultor Danilo Cordova Cantero, información de la Dirección Sub Región Agraria Andahuaylas, se cuenta con poca información estadística de papa nativa, proyecto “Instalación de Variedades Promisoras de Papas Nativas para el uso industrial en la Región”.

5.2. Resultados del Sondeo de Mercado

La papa nativa es un producto de alto valor nutritivo por su contenido de vitamina C, potasio, fibra con contenidos de aminoácidos destacando los carotinoides, flavonoides y antocianinas, las papas de piel oscura tienen mayor contenido de polifenoles que son poderosos antioxidantes

Los usos de la papa nativa el 97 % es consumido en forma fresca es decir sancochado por cualidades culinarias y el 3 % se industrializa

El consumo de la papa nativa fresca se da principalmente por el autoconsumo de las comunidades campesinas, las papas nativas más conocidas en el mercado son la: Huayro, peruanita, tumbay, ccompis etc. variedades que tiene un mercado ganado a nivel nacional siendo los principales mercados el Cusco, Lima, Ica y Arequipa, no se cuenta con información estadística específica del volumen de producción ni comercialización de estas variedades, la Dirección Regional Agraria Andahuaylas tiene información estadística de papa en forma genérica en el que incluye a las variedades papa convencionales (híbridas) y papa amarilla en la que están consideradas la papa Huayro, peruanita, tumbay y ccompis, en este mismo grupo de papa está considerada las papas nativas producidas en las comunidades campesinas y las papas nativas promisorias que tienen potencial de mercado.

Cuadro N° 08: Producción papa por Campaña Agrícola Distrito Santa María de Chicmo

| CULTIVO | VARIABLES | TOTAL EJECUTADO POR CAMPAÑA AGRICOLA | | | |
|---------------|-------------------|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| | | 2006-2007 | 2007-2008 | 2008-2009 | 2009-2010 |
| PAPA | Siembras Has | 1,190.00 | 913.00 | 394.00 | 883.00 |
| | Sup. Perdida Has. | 84.00 | 68.00 | 0.00 | 15.00 |
| | Cosechas Has | 1,106.00 | 845.00 | 394.00 | 868.00 |
| | Rendimiento | 11.39 | 12,494.15 | 12,622.46 | 11,823.66 |
| | Producción | 12,597.50 | 10,557.56 | 4,973.25 | 10,262.94 |
| | Precio Chacra | 0.40 | 0.46 | 0.56 | 0.49 |
| PAPA AMARILLA | Siembras Has | 370.00 | 493.00 | 810.00 | 895.00 |
| | Cosechas Has | 370.00 | 493.00 | 810.00 | 895.00 |
| | Rendimiento | 12.46 | 12,668.17 | 12,795.00 | 13,511.40 |
| | Producción | 4,610.60 | 6,245.41 | 10,363.95 | 12,092.70 |
| | Precio Chacra | 0.49 | 0.62 | 0.62 | 0.67 |

Fuente: Oficina de Información Agraria Sub Región Chanca

El INIA producto de las investigaciones a lanzado el 2009 las variedades: Duraznillo, amarilla de Huánuco, putis, sumac soncco, sangre de toro, llama sencca, yana palta, camotillo, puca lunchuy y Waccrillos, Wuenccos, Queqorani, yana suyto, yana ccachun huaccachi, caspas, Puca Soncco destacando por el alto valor nutritivo, contenido de vitamina C, potasio, fibra, el contenido de nutrientes se aprecia en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 09: Contenido de nutrientes de papa nativa

| NUTRIENTES | CONTENIDOS EN 100 gr, DE MUESTRA (base seca) | |
|--------------------|--|--------------|
| | VALOR MAXIMO | VALOR MINIMO |
| Energia (kcal) | 398.56 | 340.88 |
| Proteínas (gr) | 10.62 | 5.59 |
| Fibra (gr) | 6.07 | 1.19 |
| Grasa (gr) | 0.68 | 0.24 |
| Carbohidratos (gr) | 87.49 | 79.09 |
| Potasio (mg) | 2163.33 | 1516.76 |
| Fosforo (mg) | 265 | 116.33 |
| Hierro (mg) | 16.47 | 2.63 |

FUENTE: Estudio de mercado de papa nativa- consultora Cordova Asociados

A la fecha aún es en menor escala la producción de estas variedades promisorias que ya se encuentran comercializándose en los autoservicios de Lima: Wong, Plaza Veá, Metro y otros, para consumo en fresco, del mismo modo en la cadena de restaurantes y hoteles siendo su uso en platos gourmet estas variedades se están cultivando en las provincias de: Andahuaylas, Aymaraes, Chincheros, Antabamba, Cotabambas y Grau, el cultivo de estas variedades está siendo promovida por el proyecto “Instalaciones de Variedades Promisorias de Papas Nativas para uso Industrial en la Región Apurímac” financiado por el Gobierno Regional y ejecutado por Dirección Sub Regional Agraria Andahuaylas.

Cuadro N° 10: Producción papa nativa Región Apurímac

| PROVINCIA | DISTRITO | NUMERO ASOCIACIONES | PRODUCCION | | | | TOTAL PRODUCCION |
|--------------|----------------------|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------------|
| | | | 2007-2008 TM | 2008-2009 TM | 2009-2010 TM | 2010-2011 TM | |
| AYMARAES | CAPAYA | 2 | 9 | 31 | 33 | 31 | 104 |
| | CARAYBAMBA | 1 | 5 | 10 | 16 | 8 | 39 |
| | SAÑAYCA | 1 | 4 | 17 | 18 | 10 | 49 |
| | TORAYA | 1 | 4 | 18 | - | - | 22 |
| | SUB TOTAL | 5 | 22 | 76 | 67 | 49 | 214 |
| ANTABAMBA | ANTABAMBA | 1 | - | 14 | 14 | 12 | 40 |
| | JUAN E. MEDRANO | 1 | - | 13 | 14 | 14 | 41 |
| | HUAQUIRCA | 1 | 2 | 13 | - | - | 15 |
| | SABAYNO | 1 | 2 | 14 | - | - | 16 |
| | SUB TOTAL | 4 | 4 | 54 | 28 | 26 | 112 |
| GARU | CURASCO | 1 | 4 | 14 | 14 | 14 | 46 |
| | TURPAY | 1 | 4 | 16 | - | - | 20 |
| | MAMARA | 1 | 4 | 15 | - | - | 19 |
| | PIYAY | 1 | 5 | 12 | - | - | 17 |
| | SAN ANTONIO | 1 | 4 | 13 | - | - | 17 |
| | CURPAHUASI | 1 | 8 | 17 | 15 | | 40 |
| | SUB TOTAL | 6 | 29 | 87 | 29 | 14 | 159 |
| COTABAMBAS | CCOYLLURQUI | 1 | 7 | 14 | 14 | 12 | 47 |
| | CHAHUAHUACHO | 1 | 6 | 15 | - | - | 21 |
| | MARA | 1 | 5 | 15 | - | - | 20 |
| | AQUIRA | 1 | 6 | 16 | - | - | 22 |
| | TAMBOBAMBA | 1 | 4 | 12 | - | - | 16 |
| | SUB TOTAL | 5 | 28 | 72 | 14 | 12 | 126 |
| ANDAHUAYLAS | ANDAHUAYLAS | 6 | - | - | - | 112.84 | 112.84 |
| | KISUJUARA | 7 | - | - | - | 80.91 | 80.91 |
| | PACUCHA | 5 | - | - | - | 43.5 | 43.5 |
| | STA. MARIA DE CHICMU | 4 | - | - | - | 83.46 | 83.46 |
| | SUB TOTAL | 22 | | | | 320.71 | 320.71 |
| CHINCHEROS | OCOBAMBA | 1 | - | - | - | 4.8 | 4.8 |
| | HUACCANA | 1 | - | - | - | 8.44 | 8.44 |
| | CHINCHEROS | 2 | - | - | - | 13.05 | 13.05 |
| | SUB TOTAL | 4 | - | - | - | 26.29 | 26.29 |
| TOTAL | | 46 | 83 | 289 | 138 | 448 | 958 |

Fuente: PROYECTO REGIONAL: PAPAS NATIVAS - GOBIERNO REGIONAL DE APURIMAC

5.3. Análisis del Consumidor:

5.3.1 Ubicación:

Los consumidores de papa nativa se encuentran localizados: en las provincias de Abancay, Andahuaylas, Aymaraes, Chincheros, Antabamba, Cotabambas y Grau que cuenta con un mercado de abastos y en las Ferias dominicales a la cual visitan las familias consumidoras, potenciales de la población urbana, en las comunidades campesinas del ámbito de la Región la papa nativa es la principal fuente de alimentación, constituyendo la base de la seguridad alimentaria de la población rural a partir de los 3,000 msnm, los intermediarios que acopian para los mercados Cusco, Lima, Ica y Arequipa que comercializan en al por mayor (en broza),

Cuadro N° 11: Población Región Apurímac

| POBLACION | RURAL | URBANA | TOTAL |
|-------------|--------|--------|---------|
| Abancay | 35,254 | 60,810 | 96,604 |
| Andahuaylas | 79,142 | 64,704 | 143.846 |
| Antabamba | 3,651 | 8,616 | 12,267 |
| Aymaraes | 16,805 | 12,764 | 29,569 |
| Chincheros | 34,991 | 16,592 | 51,583 |
| Cotambas | 33,566 | 12,205 | 45,771 |
| Grau | 15,110 | 9,980 | 25,090 |

Fuente: INE censo del 2007

Segmentación del mercado:

El mercado para el producto papa nativa es diferenciado, está conformado por la demanda de consumidores locales, considerando la investigación de mercado realizado la demanda promedio en las provincias de Andahuaylas, Aymaraes, Chincheros, Antabamba, Cotabambas, Grau y Abancay es del 95% por las familias de la población rural y en las ciudades de las capitales de provincia encuestadas declaran que si consumen papa nativa mientras que el 5% no la consumen, lo que indica que hay una gran demanda del producto el cual debe ser atendido.

Por otro lado debemos de indicar que el consumo de papa nativa huayro, peruanita, tumbay y ccompis que tiene un mercado ganado a nivel nacional siendo los principales mercados el Cusco, Lima, Ica y Arequipa, información obtenida de los grupos focales realizados con los productores e intermediarios que acopian papa, no se cuenta con información estadística..

Cuadro N° 12: Comercialización de Papa Amarilla en el Mercado lima y Reginal

| VARIEDAD | 2009 | | | 2010 | | | 2011 | | |
|-----------|-----------|--------------|----------------|-----------|--------------|----------------|-----------|--------------|----------------|
| | VENTA TM. | PRECIO PROM. | TOTAL VENTA S/ | VENTA TM. | PRECIO PROM. | TOTAL VENTA S/ | VENTA TM. | PRECIO PROM. | TOTAL VENTA S/ |
| Huyaro | 1350 | 0.8 | 1080000 | 3360 | 0.8 | 2688000 | 3500 | 0.77 | 2695000 |
| Peruanita | 1800 | 0.9 | 1620000 | 2400 | 0.9 | 2160000 | 2500 | 0.9 | 2250000 |
| TOTAL | 3150 | | 2700000 | 5760 | | 4848000 | 6000 | | 4945000 |

Fuente: Sierra exportadora

Se muestra las características de la segmentación del mercado local

Cuadro N° 13 Característica del Segmento de Mercado Local

| Producto | Frecuencia de consumo | Motivo de compra | Precio | Lugar de compra |
|-------------|---|--|---|---|
| Papa nativa | El 39% de los consumidores lo adquieren en cantidades de 10 – 20 Kg. por mes. | El 75% de los que consumen lo adquieren por ser un producto de calidad, alimenticio y nutritivo. | El precio es de S/ 1 a S/ 1.5 Nuevos Soles lo cual el 66% de los consumidores afirman que es costoso. | El lugar de compra frecuente es el mercado de abastos y las feria dominicales y eventualmente las ferias regionales y festivales de papa nativa de cada provincia |

Fuente: Estudio de Mercado de la Papa Nativa en Apurímac (Consultora Cordova Asociados 2010).

El segundo segmento está conformado por las cadenas autoservicios de Lima: Wong, Plaza Veá, Metro y otros para consumo de papa fresca

Cuadro N° 14: Cantidad de Papa Nativa al Supermercado Wong - Lima por la provincia Aymaraes

| VARIETADES PAPAS ANTIVAS | SACOS/50 KG/SEMANA | KILOGRAMOS | TM/SEMANAL | TM/MENSUAL | TM/ANUAL |
|--------------------------|--------------------|-------------|------------|--------------|------------|
| Pumamaqui | 12 | 600 | 0.6 | 2.7 | 32.4 |
| Pucasoncco | 10 | 500 | 0.5 | 2.25 | 27 |
| Cceccorani | 12 | 600 | 0.6 | 2.7 | 32.4 |
| Ccompis | 7 | 350 | 0.35 | 1.575 | 18.9 |
| Yanasuyto | 4 | 200 | 0.2 | 0.9 | 10.8 |
| Putis | 5 | 250 | 0.25 | 1.125 | 13.5 |
| TOTAL | 50 | 2500 | 2.5 | 11.25 | 135 |

Fuente: Estudio de Mercado de la Papa Nativa en Apurímac (Consultora Cordova Asociados 2010)

El tercer segmento está conformado por las empresas industriales, a los cuales se les ofertará papa nativa a granel debido a que requieren el producto en grandes volúmenes y para la producción de saks y pures liderado por las empresas y marcas internacionales donde son líderes Pringales, Frito Lay, Savoy Brandis Idaho, Maggi, Grupo Gloria y Knorr.

Cuadro N° 15: Demanda de las Principales Empresas Industriales (anual)

| EMPRESAS | DEMANDA EN TM. |
|--------------------------------------|----------------|
| Snaks América Latina Perú- Frito Lay | 2,000 |
| Grupo Gloria | 1,500 |
| Otros | 1,000 |

Fuente: Proyecto Instalación de variedades promisorias de papas nativas

En el cuarto segmento esta considera los hoteles y restaurants turísticos que han incluido en sus cartas las papas nativas en la cocina gourmet como pures de colores,

papas con cascara a las finas hiervas, chips, galleterías, y postres existiendo una creciente demanda en los mercados de Lima, Cusco y Arequipa, por la sustitución del arroz, fideos y harinas.

Cuadro N° 16: |Principales Compradores del Mercado Turístico del Cusco

| EMPRESA | CONSUMO ANUAL EN TM. |
|------------------|-----------------------------|
| Hotel Monasterio | 12 |
| Hotel Libertador | 12 |
| Nova Hotel | 7.5 |
| Orient Express | 7.5 |
| Otros | 15 |
| TOTAL | 54 |

Fuente: Estudio de Oportunidades de Negocio de la Región Apurímac-CENFOPAR

Los precios promedio varían entre 1.70 a 2.20 soles por kilo dependiendo de variedad.

Definición de segmentos potenciales:

Los segmentos potenciales definidos considerando los variables de diferenciación: Demográficas y psicológicas como los motivos de compra, frecuencia de consumo, entre otros factores que caracterizan a cada segmento, se han identificado tres segmentos de mercado:

Demanda del mercado local conformado por las familias que consumen el producto, y lo adquieren en las diferentes ferias, mercados y tiendas.

Cuadro 17: Demanda De Mercado Local

| Base de Segmentación | Categorías. |
|--------------------------------|--|
| Sexo | Femenino |
| Edad | Entre 21 – 40 años |
| Ciclo de vida familiar | Con familia |
| Ingresos | Entre 500 – 2500 Nuevos Soles mensual |
| Nivel Educativo | No determinado |
| Ocupación | Empleados de administración pública y privada e independiente. |
| Unidad Geográfica | Mercado Local |
| Tamaño Población | 29519 (zona urbana entre 21 a 40 años) |
| Tipo de Población | Población Urbana |
| Grupo de Referencia | Familia ,Compañeros de trabajo |
| Motivos de consumo | Calidad, coloración y producto orgánico |
| Variables de comportamiento | Costumbre |
| Frecuencia de Consumo | Entre 10 a 20 Kg. por mes |
| Utilización del producto final | Consumo |

Fuente: Estudio de mercado de papa nativa- consultora Corva Asociados

Demanda del mercado nacional Cusco, Lima, Ica, Arequipa etc conformado por las familias que consumen papa nativa, las quintas, restaurants y hoteles turísticos de primer nivel.

La demanda de la industria conformado por las empresas que procesan papa nativa para la producción de snacks y pures principalmente.

Cuadro N° 18: Compradores Cooperativos (Autoservicio E Industria)

| Base de Segmentación | Categorías |
|---------------------------|-------------------------------|
| Tamaño de la empresa | Pequeñas, Medianas y grandes. |
| Tipo de Organización | Mayoristas |
| Tipo de Corporación | Privadas |
| Tipo de objeto social | Entidades con ánimo de lucro |
| Ubicación relativa | Lima, Cusco, Ica, Arequipa |
| Promedio tamaño de pedido | Grandes cantidades |
| Historial crediticio | Bueno |
| Confiabledad | Alta |
| Aplicación de producto | Autoservicios e industria. |

Fuente: Elaboración Propia

5.3.2. Tendencias de la demanda en los segmentos de interés identificados:

5.3.3.1 Fluctuaciones:

El producto ha ido incrementando su consumo en especial por la demanda de los hoteles y restaurants turísticos y la industria como la empresa Frito Lays, Grupo Gloria que han equipado sus plantas industriales para el procesamiento de papa nativa en diferentes formas de presentación, destacando, las hojuelas, chips, purés etc.

El consumo de la papa nativa fresca por su gran potencial gastronómico por la versatilidad en los platos que se pueden obtener tal como atestiguan las diversas escuelas de cocina de lima y del interior del país, lo que ha quedado demostrado en la Feria Internacional Mixtura 2010 y 2011

La inclusión de la papa nativa en la industria farmacéutica como materia prima para la producción de productos de belleza, con alto contenido de antocianinas para prevenir el envejecimiento celular, citando como ejemplo la empresa YANACOSMETICS (estudio de oportunidades de negocio Región Apurímac)

En el mercado local el consumo está en crecimiento debido a las cualidades culinarias y las diversas pigmentaciones que tienen, las formas y la producción natural etc.

5.3.3.2 Estimación del tamaño de la demanda del segmento objetivo:

Considerando los grupos focales realizados en la investigación de mercado realizado en las provincias de Andahuaylas (distritos de Andahuaylas, Pacucha, Santa María de Chicmo y Kisuhuara), Aymaraes (distritos Sañayca, Capaya y Toraya), Antambamba (distritos de Juan Espinoza Medrano.) y la ciudad de Abancay, e información de los actores (productores y clientes) e información secundaria (datos históricos de la producción y comercialización de la papa nativa, las exigencias del mercado que demandan variedades con características para uso industrial y consumo gastronómico, y estando en reciente incursión la papa nativa (variedades promisorias) en el mercado no se cuenta con información estadística, pero si por la información de las organizaciones de productores y comerciantes intermediarios la demanda de la industria, autoservicios, hoteles y restaurantes y consumidores locales no es atendida por las organizaciones de productores de papa nativa por las pocas áreas y bajos rendimientos que aún se tienen; se estima el incremento de la demanda,

5.3.3. Características de la demanda:

De acuerdo a la información obtenida de las organizaciones de productores las principales características de la demanda de papa nativa por las empresas industriales son las siguientes:

- Las variedades que son solicitadas por la industria previa prueba de calidad consistente en el contenido de azúcares (para frituras), porcentaje de sólidos (purés) son: Duraznillo, putis, sumac soncco, sangre de toro, llama sencca, camotillo, puca lunchuy y Waccrillos, Wuenccos, Queqorani, yana suyto, yana ccachun huaccachi, Caspas, Puca Soncco-
- En sanidad: tubérculos libres de daños mecánicos, libre de impurezas, libre de ataque de insectos (polilla, gorgojo y otros), libre de pudriciones, sin corazón vacío.
- Tamaño y forma de tubérculos: de acuerdo a al estándar de la variedad correspondiente que se especifica en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 19 :Grados de calidad de papa nativa

| Especificaciones | Papas esféricas de color | | | Papas alargadas de color | | |
|---------------------------------|--------------------------|--------|-------|--------------------------|--------|-------|
| | 1° | 2° | 3° | 1° | 2° | 3° |
| Peso (gr) | 110-187 | 90-110 | 55-89 | 110-187 | 90-110 | 55-89 |
| Diámetro (mm) | 70 | 56 | 50 | 50 | 45 | 30 |
| Longitud (mm) | 70 | 56 | 50 | 100 | 80 | 75 |
| Perforación Visible de insectos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rajadura y cortes | 0% | 1% | 2% | 0% | 1% | 2% |
| Magulladuras | 0% | 1% | 2% | 0% | 1% | 2% |
| Manchas, insectos | 0% | 0% | 2% | 0% | 0% | 2% |
| Productos químicos | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |

Fuente: Información proporcionada por empresas industriales y organizaciones de productores

- Presentación: envase de malla de polipropileno de color rojo peso estándar de 50 Kg. Por saco
- Altura de apilamiento de 5 sacos como máximo
- El camión debe de ser preferentemente del tipo furgón o en su defecto contar con toldera de lona para proteger la papa de condiciones adversas como insolación y lluvias etc.
- El transporte debe de ser exclusivamente de papa
- Como la demanda es principalmente de los autoservicios que requieren volúmenes constantes (3 a 4 Tm por semana); la industria requieren volúmenes mayores y por un periodo constante, el volumen y la continuidad es un factor principal que determina el precio.
- La demanda del mercado local es insatisfecha, por las pocas áreas de cultivo y la temporalidad de la producción y falta de infraestructura de almacenamiento
- Los consumidores locales de la zona rural son productores en pequeña escala, cuya producción es para el autoconsumo.
- El motivo de compra es por calidad culinaria, formas, pigmentaciones y por ser producto natural lo que justifica la demanda del producto.

5.3.3.1.Tendencias y perspectivas de la demanda:

Es evidente que existe una clara tendencia en los últimos años por el consumo de productos naturales, orgánicos, de alto valor nutritivo y buena calidad culinaria, colores, contenido de antocianina, alto porcentaje de materia seca, siendo la tendencia mundial la de consumir productos naturales y orgánicos, factores cada vez más importantes para la población de mayor poder adquisitivo de los países desarrollados, la creciente demanda en la gastronomía nacional e internacional y la industrialización de la papa nativa, se concluye que la demanda es creciente.

5.3.3.2 Factores que Inciden en la Adquisición de la papa nativa por parte del consumidor:

Los motivos de compra que inciden en la adquisición de la papa nativa determinan que el 90% de las familias encuestadas en las capitales de provincia, manifiestan que la razón principal de consumo es que el producto es de muy buena calidad (arenosa) y alimenticio y el 50 % declaran que además de ser de buena calidad y alimenticio los precios son accesibles al ingreso económico de las familias.

Cuadro N° 20: Principales Factores que Inciden en la adquisición del Producto

| Por qué lo consume papa nativa? | Andahuaylas | % | Abancay | % |
|---------------------------------|-------------|-------------|-----------|-------------|
| Calidad, colores y formas | 25 | 37% | 20 | 32% |
| Precios accesibles | 11 | 17% | 15 | 25% |
| Costumbre | 8 | 12% | 4 | 6% |
| Disponibilidad en el mercado | 10 | 6.5% | 8 | 12% |
| Producto natural | 11 | 17% | 15 | 25% |
| TOTAL | 65 | 100% | 62 | 100% |

Fuente: Estudio de mercado de papa nativa- consultora Corva Asociados

Posición de las Organizaciones de la Competencia en Relación a los Atributos del Producto:

Debido a que el producto (papa nativa) es altamente homogéneo, los productos de la competencia (asociaciones de Productores de las provincias de Andahuaylas, Aymaraes, Antabamba, Grau, Cotabambas y Chincheros) son similares, contienen el mismo componente, calidad, colores y demás características atribuibles a la papa nativa, el grado de satisfacción del producto a los consumidores es el mismo por todos los productores de la competencia, varía solo en el área instalada por cada organización y en la productividad.

Posición competitiva de la asociación:

La Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo “APEOCED” cuenta con una posición competitiva, debido a la producción que ha programado para la campaña 2011 – 2012 en la que instalará 15 hectáreas con un producción de 300 TM, y las asociaciones de productores de la competencia no producen ni el 50% de la producción de la asociación, otro factor es la accesibilidad al mercado cuenta con carretera con buen estado de conservación (20 km de la ciudad Andahuaylas); el centro de producción se encuentra en las proximidades de la pista Andahuaylas Chincheros.

5.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA:

5.4.1 Identificación de la Competencia:

A nivel nacional se cultiva la papa nativa en todo el corredor de los andes, siendo los principales competidores de la Región Apurímac las regiones de: Cusco, Puno, Ayacucho, Huancavelica, Huánuco, Junín, Huaraz y Cajamarca, en estas regiones

al igual que en nuestra región los Gobiernos Regionales vienen implementando proyectos que impulsan una producción competitiva de papas nativas, con se cuenta aun con información estadística por lo que no se puede cuantificar.

A nivel regional existen 40 asociaciones aproximadamente dedicadas a la producción de papa nativa que a la fecha están produciendo papa nativa, del mismo modo también existen productores individuales que siembran entre 5 y 50 hectáreas de papa nativa principalmente la huayro, peruanita y las nuevas variedades promisorias

5.4.2. Análisis de la Competencia:

En el siguiente cuadro se muestra el comportamiento de la competitividad

Cuadro Nº 21: Principales Factores que Inciden en la adquisición del Producto

| Competidores | Estado de las Asociaciones | Fortalezas | Debilidades | Estrategias |
|---|--|--|--|---|
| Asociación de productores Agropecuaria Santa Elena de Pacucha | El cultivo de papa nativa en el distrito de Pacucha viene realizándose desde el año 2004 como producto alternativo de la papa, para la campaña actual ha disminuido su producción a razón del factor climático (carencia de lluvias ya que el mayor porcentaje de suelos de cultivo que posee el distrito son de secano), bajo precio del producto y la demora en el pago del mismo. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Su producto es reconocido por los consumidores. ▪ Reciben asistencia técnica del Proyecto papa nativa y del gobierno local. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bajo poder de negociación para comercializar. ▪ Tienen mayor porcentaje de tierras de secano. | Sus ventas lo realizan aliándose a la asociación de productores de papa en la feria dominical |
| Asociación de Productores de Papa Nativa Andino de Sacclaya | La asociación se encuentra en un buen nivel de organización tanto para la producción y comercialización del producto, aunque la producción es en poca cantidad y la venta de su producto lo realizan en forma conjuntamente a los intermediarios. | El Proyecto papa nativa y el gobierno local. Con asistencia técnica (desde la siembra, manejo y cosecha y pos cosecha del producto) y articulación comercial. | Cuenta con un número de asociados limitado, por lo cual su capacidad de producción es baja. | Sus ventas realizan en forma individual en las ferias dominicales e intermediarios. |

Elaboración propia

5.5 CONCLUSIONES DE SONDEO DE MERCADO (DEMANDA Y OFERTA)

5.5.1. Análisis de la demanda

Por ser un producto reciente en el mercado, no se cuenta con datos estadísticos, no obstante podemos decir que la demanda, para este producto está en incremento, hecho que se ratifica con el incremento de aéreas sembradas y la demanda creciente de la industria principalmente de las nuevas variedades promisorias que se están cultivando a petición de la industria.

Otra conclusión es la demanda creciente de los hoteles y restaurants turísticos de primer nivel y la inclusión en la cocina gourmet que hasta hace unos años no se daba.

Existe mayor demanda en el consumo local por la diversidad de formas, colores y calidad culinaria, principalmente de las nuevas variedades promisorias.

Incremento de la demanda de productos naturales nutritivos y terapéuticos

5.5.2. Análisis de la oferta

Se tiene amplia diversidad genética de papas nativas

Se cuenta con terrenos adecuados con alta fertilidad natural que no están infestados con plaga ni enfermedades para el cultivo de la papa

Las condiciones agro climatológicas favorables para el cultivo de papas nativas, siendo los pisos altitudinales ideales para la producción de semilla, erradicación de plagas y enfermedades

Existencia de organizaciones de productores interesados en preservar y producir papas nativas

5.5.3. Limitaciones para la competitividad

Limitada producción de semillas de calidad

Las variedades nativas tienen menor productividad frente a las variedades mejoradas

El riesgo de las inclemencias climáticas por la presencia de heladas, granizadas y sequías por la altitud en la que se cultivan

La estacionalidad del cultivo (mayo a julio se incrementa la oferta de manera significativa)

El rápido brotamiento que dificulta su almacenamiento y el manejo inadecuado post cosecha

Mala presentación comercial (sucias, picadas, partidas ,verdes, con gusanos) todos estos aspectos relacionados a la post cosecha y conservación

Desconocimiento de los canales de comercialización, limitado acceso de los productores a la información de precios y mercados

La falta de información estadística y estudios de mercado actualizados del potencial de papas nativas

Falta de capitales privados regionales para la producción, transformación y comercialización de la papa nativa

La dependencia de los compradores minoristas y mayoristas que debilitan la capacidad de negociación

Dificultades de interconexión vial a zonas de producción.

Estimaciones de demanda y oferta

Consiste en determinar la demanda potencial, la misma que es calculado teniendo en cuenta el área de influencia del proyecto y considerando el producto para el mercado regional y nacional especialmente en el mercado local de la provincia de Andahuaylas y en un porcentaje mínimo el mercado Regional habitantes con una tasa de crecimiento de 1.02% en promedio para el departamento del Apurímac.

Se asume el consumo per cápita de 20 Kg, a 30 Kg. /familia /mensual, con el que se tiene la proyección para los próximos 5 años

Demanda proyectada

Cuadro Nº 22: Demanda proyectada

| AÑO | POBLACION | DEMANDA DE PAPA NATIVA TM |
|-----|-----------|---------------------------|
| 0 | 25920 | 6,220 |
| 1 | 26438 | 6345.12 |
| 2 | 26967 | 6478.08 |
| 3 | 27507 | 6661.652 |
| 4 | 28057 | 6733.68 |
| 5 | 28618 | 6868.32 |

Fuente: Elaboración propia.

6. PLAN DE MARQUETING

6.1. Objetivos y Marketig

6.1.1 Objetivo corto plazo.

Identificar la papa nativa producida por la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo "APEOCED" con la marca de: "Tu Papa Nativa "

Estrategias para alcanzar el objetivo

Con la finalidad de hacer conocer la papa nativa producida por la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo "APEOCED" se realizara una campaña de promoción masiva difundiendo las características de la papa producida por la asociación, del mismo modo la presentación del envase será en malla de prolipilino anti UV (disminuye la infiltración de los rayos solares) con un peso estándar de 25 Kilos por saco, seleccionando por tamaño y forma.

Realizar campañas de degustación en ferias, festivales gastronómicos, cadenas de autoservicios, eventos culturales etc. con la finalidad de hacer conocer y familiarizar la “Tu Papa Nativa”

Difundir las cualidades gastronómicas, composición, diversidad y valor nutritivo en espacios radiales y televisivos y escritos.

6.1.2. Objetivos de Mediano Plazo

Posesionar a la papa nativa “Tu Papa Nativa” producida por la asociación la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Ceronccata del Distrito de Santa María de Chicmo “APEOCED” en el mercado local, regional y nacional

Estrategias para alcanzar el objetivo

Se realizara convenios con escuelas gastronómicas para generar nuevas recetas del uso de papas nativas, del mismo modo se realizara convenios con las Cámaras de Comercio de Lima, Cusco y Arequipa para articular la comercialización con las cadenas de autoservicios, restaurantes y hoteles turísticos de primer nivel (de tres estrellas a mas)

Mejorar la competitividad de la producción (tamaño, sanidad, variabilidad) para ofertar a la industria, firmando contratos de preventa, garantizando la continuidad, calidad, cantidad y precio justo.

Contratar a un articulador comercial que se encargue del proceso de promoción, difusión y comercialización de la “Tu Papa Nativa”

Dar a conocer las ventajas y beneficios de la papa nativa, con respecto a productos sustitutos y/o similares.

Mantener políticas de relaciones públicas, adecuadas que permitan generar por parte de los clientes una publicidad favorable y la creación de una imagen positiva del producto ofertado por la asociación.

6.2. Marketing Mix

6.2.1 Producto:

Se ofertara a los clientes papas nativas seleccionadas, clasificadas por variedad, tamaño y forma, cumpliendo los requerimientos establecidos por los clientes, siendo la presentación en sacos de polipropileno de 25 Kg; confección de trípticos con información y recetarios para promocionar la “ Tu Papa Nativa”

6.2.2. Plaza o distribución

El articulador comercial de la asociación tendrá un almacén con cadena de frio que permita abastecer en forma oportuna y eficiente a los clientes principalmente en los mercados extra regionales y de Lima (cadenas de autoservicios)

La comercialización a nivel local será en las ferias dominicales, mercados de abastos, ferias regionales, festivales gastronómicos, a nivel extra regional y nacional se comercializará en las cadenas de restaurants, hoteles turísticos y en la industria.

6.2.3. Precio:

El precio será fijado de acuerdo a los costos de producción y en función a la oferta y demanda de la papa nativa, gastos de comercialización, considerando un margen de utilidad que no sea mayor al 30 %

6.2.4. Promoción:

La promoción se realizara organizando programas de degustaciones en los lugares de mayor concentración, del mismo modo se contratara espacios para la promoción de la “Tu Papa Nativa” en los medios radiales, escritos y televisivos

6.3 ESTAREGIAS DE MARKETING

6.3.1. Posesionamiento

Se difundirá el uso del slogan de “Consume Tu Papa Nativa Natural” en medios de difusión masiva como la radio, televisión y escrito.

Se confeccionara afiches, trípticos para difundir las características de la papa nativa, también se diseñara una página Web de la asociación en la que se informara el área sembrada, estimaciones de cosecha, disponibilidad y cualidades culinarias etc.

6.3.2 Segmentación:

Las estrategias de marketing estarán orientadas principalmente a los autoservicios y empresas industriales que procesan papa nativa

6.3.3 Crecimiento:

Sera de acuerdo al incremento de la producción y productividad, teniendo en consideración las estrategias de promoción que será específica para cada segmento de mercado

7. PLAN DE OPERACIONES

7.1 Objetivos de Gestión de Operaciones

Determinar el proceso, implementación y gestión de la Asociación de Productores de Papas Nativas Andino de Sacclaya.

7.2. Estrategias de Operación

Para la determinación de las estrategias de operación se ha considerado en 3 ítems: Aspecto técnicos de producción, comercialización, marketing, capacitación y asistencia técnica gestión y administración

7.2.1. Estrategias Técnicas de Producción

- Contratación de un asesor técnico especialista en producción de papa nativa, a tiempo parcial que tendrá las siguientes funciones: planificar, programar, dirigir, asesorar, la instalación y manejo de los campos de cultivo de papa nativa de la organización y de sus asociados en sus parcelas individuales.
- Instalación de campos de cultivo en forma asociativa con la participación de los asociados
- Adquisición de insumos, herramientas y equipos para los asociados en forma conjunta a fin de abaratar costos
- Asesoramiento técnico permanente en el manejo agronómico de las parcelas instaladas en forma asociativa e individual de los socios de la organización
- Instalar áreas de cultivo que garanticen la productividad y rentabilidad del cultivo de papa nativa por encima del punto de equilibrio.

7.2.2. Estrategias de Gestión y Administración

- Contratación de un asesor administrativo especialista en gestión de organizaciones de productores a tiempo parcial que tendrá las siguientes funciones: consolidar la gobernabilidad de la organización, asesorar y acompañar a los directivos en la implementación y tener información actualizada de los instrumentos de gestión de la organización (libros contables)
- Asesoramiento y acompañamiento en los procesos de adquisición de bienes, servicios e insumos
- Formar a un asistente en gestión y administración de la localidad
- Implementar con normas y reglamentos para la buena gobernabilidad de la organización
- Asesorar en otros aspectos de gestión y administración que sea de necesidad de la organización.

7.3.3. Estrategias de Comercialización y Marketing

- Contratar y/o firmar convenios con articuladores comercial con sede en las principales ciudades demandantes de papa nativa con énfasis en la ciudad de Lima y otras ciudades importantes como Cusco, Arequipa etc. con pago a destajo o porcentaje de las ventas de las colocaciones realizadas en los autoservicios, cadenas de restaurants, hoteles y empresas industriales
- Organizar campañas de marketing en los lugares de mayor concentración de consumidores

7.2.4. Capacitación y Asistencia Técnica en Aspectos Técnicos Productivos y de Gestión Empresarial

7.2.4.1. Técnico Productivo

- El encargado de dar el asesoramiento técnico productivo y acompañamiento será el encargado de programar y organizar capacitaciones técnicas en los aspectos: Manejo y conservación de suelos, Programación de rotación de campos de cultivo, preparación de terreno y siembra, Control fitosanitario y

labores culturales, Cosecha y manejo post cosecha (selección y almacenamiento)

- Para la ejecución de estos programas de capacitación y asesoramiento deberá de firmar alianzas con los gobiernos locales e instituciones públicas y privadas que tienen presencia en el ámbito
- La organización cofinanciará los eventos de capacitación.

7.2.4.2. Gestión Empresarial

- El encargado de dar el asesoramiento y acompañamiento en Gestión y Empresarial será el responsable de programar capacitaciones en los temas de: Organización asociativa empresarial, Gobernabilidad, Instrumentos de Gestión, Elaboración de normas y reglamentos internos y su aplicación y otros que sea de necesidad de la organización.
- Organizar compras corporativas en alianza con otras organizaciones de productores de papa
- Para la ejecución de estos programas de capacitación y asesoramiento la organización deberá de firmar alianzas con los gobiernos locales e instituciones públicas y privadas que tienen presencia en el ámbito
- La organización cofinanciará los eventos de capacitación.

7.3 Diseño del Producto

En los terrenos cedidos por la comunidad a la organización se cultivarán papas nativas orgánicas de las variedades promisorias con demanda comercial e industrial.

7.3.1 Pronósticos y Predicciones

Se estima que la demanda en este proceso de crecimiento sostenible, teniendo a la fecha una demanda insatisfecha, por lo que se estima que el primer año el crecimiento en un 100 % del área instalada en forma asociativa y 50 % del área instalada en forma individual por los socios de la organización, este incremento se justifica con la mecanización que se incorporará en el proceso productivo.

- Los costos de producción bajarán por las compras de los insumos que se realizarán en forma corporativa en alianza con otras organizaciones de productores de papa y por la mecanización en la preparación de terreno para el cultivo de papa nativa.
- Se generará empleo y mejoramiento de capacidades en aspectos técnico productivo y de gestión empresarial
- Se garantizará la seguridad alimentaria de los asociados y en forma indirecta de la comunidad.
- Se incrementará los ingresos económicos de los asociados

7.3.2 Diseño de Instalaciones y Equipos

7.3.2.1 Ubicación

Provincia de Andahuaylas

Distrito de Santa María de Chicmo

Comunidad Ceronccata

Sector Ceronccata.

7.3.2.2 Distribución

En la organización se realizarán dos modalidades de producción papa nativa; una asociativa y otra individual con dos campañas agrícolas consecutivas de uso del mismo terreno como máximo (rotación).

Se construirá un local de resguardo de la máquina agrícola de la organización.

7.3.2.3 Equipos.

La organización cuenta con los siguientes equipos

Mochilas manuales de aspersión maraca solo de capacidad de 15 litros en estado de conservación de regular a bueno

Picos, lampas de diferentes marcas en estado de conservación de regular a bueno

La organización adquirirá las siguientes maquinarias con el cofinanciamiento de PROCOMPITE

Tractor Agrícola: De 90 caballos de fuerza, de doble tracción, con turbo, dirección hidrostática y levante hidráulico

Arado de disco: Número de discos 3, diámetro de los discos : 28"

Rastra de discos de 4 cuerpos de 28 discos, con 22" de diámetro de discos

Surcadora de 3 brazos regulable anclada en un barra.

7.4. Diseño de Procesos

7.4.1. Descripción del Proceso

Selección de terreno: Debe de ser terreno descansado o terreno de roturación

Preparación de terreno: Se arara con tractor utilizando el arado de discos, desmenuzado o mullido con rastra de discos,

Surcado: Con tractor con un distanciamiento entre surcos de 1m entre surcos, con una orientación a curvas de nivel con una pendiente del 10 %.

Desinfección de semilla: se utilizara homai con una dosis de 500 gr por tonelada de semilla

Siembra: Distanciamiento entre plantas 25 a 30 cm entre plantas, peso promedio del tubérculo 60 gr. promedio

Abonamiento: Se utilizara gallinaza o compost 5 Tm. por hectárea y planta, guano de isla 1 Tm. por ha, fosfato di amónico 8 sacos por ha, cloruro de potasio 6 sacos por ha todos estos fertilizantes se mesclaran en forma homogénea y se aplicara en golpes entre planta y planta.

Tapado de semilla: Se realizara con pico cubriendo 10 cm la semilla

Control fitosanitario. Se realizará controles contra plagas y enfermedades de acuerdo a las evaluaciones e incidencias de ataque.

Primer control: Control de epitrax, gorgojo y otras plagas a los 45 días de la siembra o una vez que haya concluido la emergencia, se utilizaran cipermetrinas o piretroides

Segundo control: Se realizara a los 75 días o antes del primer aporque, o previa evaluación del grado de infestación de plagas con cipermetrinas y de acuerdo a las condiciones climatológicas se realizara tratamiento preventivo contra enfermedades fungosas (phythothora y alternaria) con cymoxamil y captan

Tercer control fitosanitario: Tratamiento preventivo y o curativo contra enfermedades fungosas previa evaluación con cymoxamil y captan, se seguirá realizando otros tratamientos de acuerdo a las incidencias de plagas y enfermedades.

Labores culturales:

Segundo abonamiento y primer aporque: Se utilizara nitrato de amonio 4 sacos por ha, el aporque se realiza para estimular el desarrollo radicular, la protección de los estolones y eliminar malezas del campo de cultivo

Segundo aporque: Se realiza para proteger de los estolones y eliminar malezas del campo de cultivo y para contrarrestar el ataque de plagas (gorgojo de los andes) y enfermedades fungosas (phythothora), se realiza formando camellones altos-

Selección masal en campo: Se realiza con la finalidad de eliminar plantas virosicas, plantas con sintomatología de enfermedades fungosas (Ryzoctonia) y plantas que no corresponden a la variedad

Cosecha: Previa evaluación del desarrollo del tubérculo y las condiciones medio ambientales se realiza el corte del follaje 15 a 20 días antes de la cosecha con la finalidad obtener una maduración uniforme y que la cascara no se pelona.

La cosecha se realiza utilizando picos, cuidando de no provocar daños mecánicos en los tubérculos, los tubérculos extraídos se colocan en mantas, las que luego son trasladadas y amontonadas para la selección protegiendo con paja o tolderas para evitar el verdeado

Selección: Consiste en la separación de los tubérculos con daños mecánicos, daños de insectos, con enfermedades, deformes y tubérculos que no son de la variedad, luego se procede a seleccionar por tamaño en 3 categorías de acuerdo a los estándares de cada variedad.

En esta etapa también se selecciona los tubérculos destinados para semilla de acuerdo al plan operativo de la siguiente campaña agrícola.

Almacenamiento: Los tubérculos seleccionados en las categorías primera y segunda se trasladan al centro de acopio para su almacenamiento, el almacén debe reunir las siguientes condiciones: buena ventilación, alto porcentaje de humedad para evitar la deshidratación, cubrir con paja para evitar el verde amiento-

Los tubérculos seleccionados para semilla se almacenan bajo luz difusa, previo tratamiento contra posibles ataques de plagas (polilla), el almacén debe de tener buen ventilación y alto porcentaje de humedad, se debe de evaluar en forma periódica las condiciones en las que se encuentran la semilla.

Comercialización: Se realiza de acuerdo la demanda de los clientes siguiendo el siguiente procedimiento:

El ensacado se realiza en mallas de polipropileno con un peso de 25 kg., luego se realiza el pesado utilizando balanza mecánica de plataforma y finalmente el cocido de los embases,

Para el transporte el vehículo será exclusivo para el transporte de la papa, además debe de estar limpio y contar con toldera o en su defecto será camión de tipo furgón, no debe de transporta personas, animales ni objetos que puedan deteriorar ni contaminar el producto

Condiciones de venta: Las condiciones de venta serán a consignación, el cliente deposita el valor de la venta en la cuenta corriente de la organización.

7.4.2 Personal.

7.4.2.1 Descripción de Puestos-

Para una buena gestión de la organización se implementará con el siguiente personal:

- Un asesor en gestión empresarial a medio tiempo encargado de dar el asesoramiento y acompañamiento en Gestión y Empresarial, quien también cumplirá la función d administrador.
- Un asesor en técnico a tiempo parcial encargado de dar el asesoramiento en la conducción y manejo del cultivo de papa nativa
- Un operador de tractor agrícola a medio tiempo con pago de su remuneración de acuerdo a las horas trabajadas.
- Articuladores comerciales: Ubicados en los centros de mayor concentración de consumidores con pago a destajo o porcentaje de las ventas o colocaciones logradas.
- Los directivos de la organización
- Los socios de la organización quienes trabajaran en todo el proceso productivo en forma organizada de acuerdo a los requerimientos y necesidades, cobrando una remuneración de mercado de acuerdo a los días trabajados.

El asesor será el responsable de programar capacitaciones en los temas de: Organización asociativa empresarial, Gobernabilidad, Instrumentos de Gestión, Elaboración de normas y reglamentos internos y su aplicación y otros que sea de necesidad de la organización.

7.4.2.2 Evaluación de Desempeño.

Previamente a la contratación de personal se realizara la selección del personal de acuerdo al perfil requerido, experiencia y las funciones de cada puesto de trabajo-

Dentro del plan de manejo de personal se debe de incluir un programa de capacitaciones de acuerdo las necesidades y funciones de cada puesto de trabajo

La evaluación de desempeño se realizara después de un periodo desenvolvimiento, el que consistirá en calificar la responsabilidad, cumplimiento de funciones, identificación, pro actividad, logros de metas programadas y resultados obtenidos.

7.5. Capacidad de las Operaciones

Se considera para que sea sostenible la organización las áreas sembradas y los rendimientos obtenidos deben de estar por encima del punto de equilibrio, considerando los costos directos e indirecto de la actividad.

8. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

8.1 Naturaleza y Constitución de la AEO:

8.1.1 Modalidad de organización:

La modalidad de organización que se propone es una Cooperativa de Servicios Múltiples que es una sociedad autónoma sin fines de lucro formada por personas unidas voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones comunes en lo económico, social y cultural, mediante el esfuerzo propio, la ayuda mutua y la solidaridad.

Diferenciándose el modelo cooperativo de las otras formas asociativas y empresariales por su contenido doctrinario profundamente humanista, participativo, democrático y el acto cooperativo..

El sistema orgánico, administrativo se basa en la unión de los socios bajo principios y valores de libertad, solidaridad, equidad, responsabilidad y democracia, los principios básicos del cooperativismo son:

- Adhesión voluntaria y abierta
- Control democrático por los socios
- Participación económica de los socios
- Autonomía e independencia
- Educación cultura
- Cooperación entre cooperativas
- Compromiso con la comunidad

Cada socio deberá de aporta S/ 100.00 como aporte de inscripción, este aporte servirá exclusivamente como capital de trabajo, del mismo modo

mensualmente deberán de aportar el equivalente a un día de jornal de trabajo.

Al finalizar el ejercicio el consejo de administración presentará el balance y la distribución de utilidades de acuerdo a los aportes de cada socio.

Proceso de Constitución de la Cooperativa

- Conformación de un grupo promotor
- El grupo promotor organizará charlas de capacitación y sensibilización en cooperativismo
- Se encargara de la elección, búsqueda y reserva del nombre en la SUNARP
- Mandará confeccionar los estatutos de la cooperativa y pondrá en conocimiento de los socios de la cooperativa, para su posterior discusión y aprobación en asamblea general de socios
- La asamblea general de socios tendrá la siguiente agenda
 - Aprobación de estatutos
 - Determinación del aporte del capital social
 - Determinación del aporte mínimo mensual
 - Elección del comité electoral con 3 miembros
 - Elección de los órganos de gobierno: Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia, Comité de Educación
 - Instalación de órganos de gobierno.

8.1.2 Régimen Tributario

La cooperativa estará en el régimen espacial de impuesto a la renta (RER), están comprendidas en este régimen las personas naturales, sociedades conyugales, sucesiones indivisas, y personas jurídicas que generan rentas de tercera categoría provenientes de servicios, comercio o industria, como la venta de bienes que adquieran, produzcan o manufacturen, así como aquellas que extraigan recursos naturales o se dediquen a la cría de animales o al cultivo; las ventas en este régimen es hasta 100 UITs.,

En este régimen se gira facturas, debe de llevar un registro de ventas, registro de compras y planilla electrónica, cada mes deberá de presentar la declaración jurada correspondiente, realizando el pago mediante PDT

En este régimen están obligados a declarar y pagar mensualmente el impuesto a la renta (1.5 %) por los ingresos y el IGV por las ventas que realizan (18%)

8.1.3 Acta de Constitución

El acta de constitución tendrá el siguiente procedimiento: El promotor convocara a asamblea general de socios con la siguiente agenda:

- Aprobación de estatutos
- Determinación del aporte del capital social
- Determinación del aporte mínimo mensual

Elección del comité electoral con 3 miembros
Elección de los órganos de gobierno por tercios: Consejo de Administración, Consejo de Vigilancia, Comité de Educación
Instalación de órganos de gobierno

8.1.4 Minuta.

La Minuta de Constitución, documento que será redactada por un Abogado que establece el pacto social e incluye: Estatutos, designación de representantes, duración de los cargos etc

La escritura pública de la cooperativa, se realizara con un Notario Público en el que se incluye o inserta, la Minuta de Constitución y los Estatutos, se le conoce también como Testimonio de Constitución.

Inscripción en el registro, el Notario, luego de que la Escritura Pública ha sido suscrita por los socios, elabora los partes y envía a los Registros Públicos para su debida inscripción.

8.1.5 ESTATUTO DE LA COOPERATIVA

El estatuto debe de contener lo siguiente:

TITULO I:

GENERALIDADES, DENOMINACION SOCIAL Y DOMICILIO
RADIO DE ACCION, DURACION, RESPONSABILIDAD Y
NATURALEZA

TITULO II:

DE LOS OBJETIVOS Y MEDIOS

TITULO III

DE LOS SOCIOS, DE LAS OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS
SOCISO

TITULO IV: Régimen Administrativo

CAPITULO I: DE LOS ORGANOS DE GOBIERNO Y APOYO

CAPITULO II: DE LA ASMBLEA GENERAL DE SOCIOS

CAPITULO III: CONSEJO D ADMINISTRACION

CAPITULO IV: DEL PRESIDENTE

CAPITULO V: DEL SECRETARIO

CAPITULO VI: LOS VOCALES

CAPITULO VII: DEL CONSEJO DE VIGILANCIA

CAPITULO VIII: DEL COMITÉ DE EDUCACIÓN

CAPITULO IX: DEL COMITÉ ELECTORAL

CAPITULO X: DE LOS DIRIGENTES

CAPPITULO XI: DEL GERENTE

CAPITULO XII: DE LOS LIBROS Y REGISTROS

TITULO V: Régimen Económico

CAPITULO I: DEL PATRIMONIO

CAPITULO II: DEL BALANCE

CAPITULO III: DE LA RESERVA COOPERATIVA

CAPITULO IV: DE LA DISTRIBUCION DE REMANENTES

TITULO VI: Capítulo Único de la Disolución y liquidación
CAPITULO VII: DE LA REFORMA DEL ESTATUTO
TITULO VII: DE LA INTERPRETACION DEL ESTATUTO

8.2 Estructura Organizacional

Los órganos de gobierno de la cooperativa de servicios son: Asamblea General, Consejo de Administración, Consejo de vigilancia, Comité Electoral y Comité de educación y Gerente.

La asamblea general es el órgano máximo y soberano de la cooperativa, en el marco de la ley de cooperativas está conformado por todos los socios y es la encargado de dar las políticas y estrategias de desarrollo.

El Consejo de Administración, se encarga de ejecutar y operativizar los acuerdos de la asamblea general siendo su función la de administrar la cooperativa

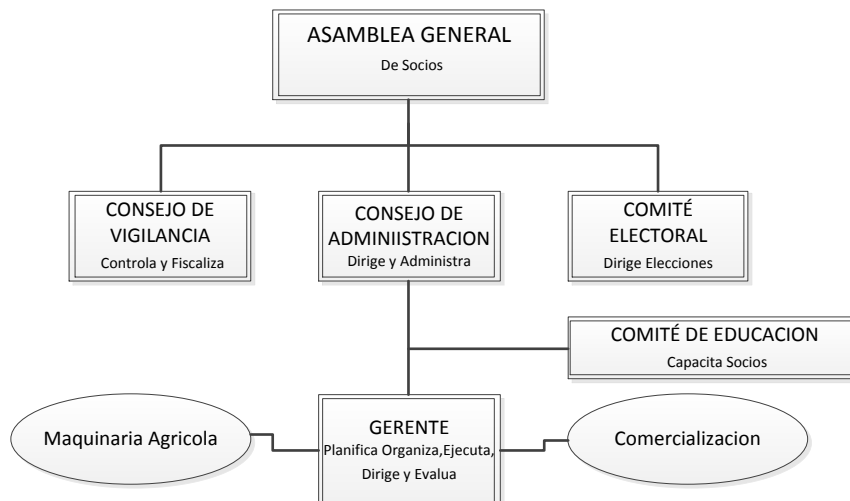
El Consejo de Vigilancia es el órgano de fiscalización privada de la cooperativa, verifica el cumplimiento de la ley, los estatutos, reglamentos y acuerdos de la asamblea en general

Comité Electoral es el encargado de convocar y realizar las elecciones de los diferentes órganos de gobierno de la cooperativa de acuerdo a los estatutos

Comité de Educación es el encargado de formular y ejecutar las acciones de educativas de la cooperativa a los socios.

El Gerente es el representante legal de la cooperativa, encargado de operativizar los acuerdos del consejo de administración y velar por el control de los recursos humanos, materiales y financieros para que la cooperativa brinde productos y servicios de calidad.

El organigrama de la Cooperativa sería el siguiente:



8.3 Responsabilidad Ambiental y Social

Viabilidad Ambiental

La ejecución del proyecto según las políticas de Salvaguarda del Banco Mundial y los resultados de la evaluación, específicamente el cultivo de papa nativa, GENERA IMPACTO NEGATIVO MODERADO sobre los elementos del medio ambiente, por la roturación del terreno en cabecera de cuenca, por el uso de fertilizantes y pesticidas, por estas razones se plantea el uso de dos campañas como máximo en el mismo terreno a fin de favorecer la recuperación natural de la fertilidad, vida microbiana, flora silvestre y la biodiversidad.

Viabilidad Socio Cultural

Los pobladores del centro poblado de Sacclaya están organizados para una mejor conducción de los destinos de su pueblo, tiene autoridades comunales, organizaciones sociales, organizaciones de productores, organizaciones de jóvenes, de madres y de defensa, entre otras organizaciones. También participan, comparten y se benefician de las actividades que desarrollan las instituciones tanto estatales como privadas que intervienen en su ámbito. La producción de papa nativa no alterará los modos de vida, tradiciones y costumbres, que están ligados a la cultura andina que está bien enraizado y lo practican vivencialmente.

Por el contrario, con el fortalecimiento de la organización de los productores y la práctica de la cultura de la asociatividad empresarial, que incorporarán en su modo de vida, organización de la gestión empresarial y articulación al mercado como un excelente mecanismo que les permitirá dar valor agregado a sus productos agropecuarios y generar ingresos con mayor rentabilidad económica, generación de empleo a todos los que participan en la cadena productiva, de transformación y comercialización, para mejorar la calidad de vida de los pobladores centro poblado de Sacclaya en primera instancia y alrededores consecuentemente, porque se logrará mayores beneficios productivos y económicos que les permita acceder al uso de servicios de salud, educación, alimentación y vivienda. Son hechos que justifican la viabilidad socio cultural del proyecto.

9. CONTABILIDAD Y FINANZAS

9.1 Análisis de la Inversión

9.1.1 Proyecciones de la inversión inicial

La inversión es total del negocio asciende a S/. 395,436.00 nuevos soles, que se requiere principalmente para la adquisición de maquinaria y equipos, infraestructura agrícola y servicios de terceros como capacitación y asistencia técnica y seguros.

Cuadro N° 23: Inversión del proyecto.

| RUBRO | ESPECIFICAR TIPO | CANT . | PROVEEDOR | PRECIO REFERENCIAL | MONTO FINANCIADO POR LOS AEO | MONTO COFINANCIADO POR EL GR O GL | INVERSI ON TOTAL | |
|--|-------------------------------|---|-------------------|--|------------------------------|-----------------------------------|------------------|------|
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | Tractor agrícola de 90 HP | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 132,000.00 | | 132,000.00 | 132,000.00 | |
| | Arado de 3 discos de 28" | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 14,720.00 | | 14,720.00 | 14,720.00 | |
| | Rastra de 28 discos 22" | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 13,118.00 | | 13,118.00 | 13,118.00 | |
| | Surcadora | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 11,450.00 | | 11,450.00 | 11,450.00 | |
| | Herramientas | 150 | Asociación | 958.00 | 958.00 | | 958.00 | |
| IN FRAESTRUCTURA | Almacenes rústicos de semilla | 487 m2 | Asociación | 26,746.00 | 26,746.00 | | 26746.00 | |
| | Terreno agrícola | 47,66 has | Asociación | 170,014.00 | 170,014.00 | | 170014.00 | |
| INSUMOS, MATERIALES y BIENES | | | | | | | 0 | |
| | | | | | | | 0 | |
| SERVICIOS (no puede considerar gastos de operación ni mantenimiento) | Estudios Iniciales | | | | | | 0 | |
| | Asistencia Técnica | Capacitación y asistencia técnica en Gestión Empresarial | 16 | Especialista en Gestión Empresarial | 6,800 | | 6,800 | 6800 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Organización Empresarial | 17 | Especialista en Organización Empresarial | 7200 | | 7,200 | 7200 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Comercialización y Marketing | 10 | Especialista en Comercialización y Marketing | 4300 | | 4,300 | 4300 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Manejo de Producción | 11 | Especialista en Producción y Manejo de Papa Nativa | 4700 | | 4,700 | 4700 |
| | Otros servicios | Seguro | 1 | MAFRE | 3430 | | 3430 | 3430 |
| TOTAL | | | | | 197,718 | 197,718 | 395,436 | |
| PORCENTAJE DE COFINANCIAMIENTO | | | | | | 50% | | |
| MONTO DE COFINANCIAMIENTO POR HOGAR | | | | | | 4,707.57 | | |

9.1.2 Proyecciones de ventas

Cuadro N° 24: Has de producción

| RUBRO | AÑOS | | | | |
|-----------|------|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Hectáreas | 25 | 30 | 30 | 30 | 30 |

Se estima que la asociación en el primer año de ejecución del proyecto siembre 25 Has y a partir del segundo al quinto año se cultiven 30 has en toda la asociación.

Cuadro N° 25: Rendimiento por Ha

| | | |
|--------------------|------|-------|
| Rendimiento por HA | 100% | 14000 |
| Consumo Primera | 40% | 5600 |
| Consumo Segunda | 30% | 4200 |
| Consumo Tercera | 20% | 2800 |
| Semilla | 10% | 1400 |

La producción se estima en el siguiente cuadro, tomando en cuenta el numero de Has y el rendimiento por Ha.

Los precios promedio de mercado se estiman se mantendrán durante el horizonte del proyecto, son los siguientes:

Cuadro N° 26: Pronostico de producción en kg.

| PRODUCCION KG. | AÑOS | | | | |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Consumo Primera | 140,000.00 | 168,000.00 | 168,000.00 | 168,000.00 | 168,000.00 |
| Consumo Segunda | 105,000.00 | 126,000.00 | 126,000.00 | 126,000.00 | 126,000.00 |
| Consumo Tercera | 70,000.00 | 84,000.00 | 84,000.00 | 84,000.00 | 84,000.00 |
| Semilla | 35,000.00 | 42,000.00 | 42,000.00 | 42,000.00 | 42,000.00 |
| TOTAL PRODUCCION | 350,000.00 | 420,000.00 | 420,000.00 | 420,000.00 | 420,000.00 |

Cuadro N° 27: Precios

| PRECIOS POR KG. | S/. |
|-----------------|-----|
| Consumo Primera | 1.7 |
| Consumo Segunda | 1.6 |
| Consumo Tercera | 1.4 |
| Semilla | 1.5 |

Tomando en consideración la producción esperada y los precios de venta se calcula los ingresos generados por la venta de papa para consumo y para semilla, como se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 27: Pronostico de ventas S/.

| PRODUCTOS | AÑOS | | | | |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Consumo Primera | 238,000.00 | 285,600.00 | 285,600.00 | 285,600.00 | 285,600.00 |
| Consumo Segunda | 168,000.00 | 201,600.00 | 201,600.00 | 201,600.00 | 201,600.00 |
| Consumo Tercera | 98,000.00 | 117,600.00 | 117,600.00 | 117,600.00 | 117,600.00 |
| Semilla | 52,500.00 | 63,000.00 | 63,000.00 | 63,000.00 | 63,000.00 |
| TOTAL PRODUCCION | 556,500.0 | 667,800.0 | 667,800.0 | 667,800.0 | 667,800.0 |

9.1.3 Análisis de costos unitarios de producción

En el siguiente cuadro se muestra el detalle de los costos unitarios

Cuadro N° 28: Costos de producción por Ha

| N° | DESCRIPCION ACTIVIDADES | UNIDAD MEDIDA | COSTO UNITARIO | 1 HA | |
|----|---------------------------------|---------------|----------------|---------|-----------------|
| | | | | CANTIDA | TOTAL |
| | PREPARACION DE TERRENO | | | | 990,00 |
| | Alquiler de terreno | ha | 400 | 1 | 400,00 |
| 1 | Limpieza de terreno | Jornal | 25 | 2 | 50,00 |
| 2 | Arado terreno | Hora | 45 | 6 | 270,00 |
| 3 | Cruzada con rastra | Hora | 45 | 4 | 180,00 |
| 4 | Surcado | Hora | 45 | 2 | 90,00 |
| | SIEMBRA | | | | 4.940,00 |
| 1 | Desinfección de semilla | Jornal | 25 | 2 | 50,00 |
| 2 | Semilla | kgr. | 1,5 | 1500 | 2.250,00 |
| 3 | Benomil (benlate) | Sobre | 40 | 1 | 40,00 |
| 4 | Abonamiento | Jornal | 25 | 4 | 100,00 |
| 5 | Materia orgánica | Sacos | 20 | 40 | 800,00 |
| 6 | Fosfato diamónico | Sacos | 114 | 8 | 912,00 |
| 7 | Cloruro de potasio | Sacos | 97 | 4 | 388,00 |
| 8 | Puesta de semilla | Jornal | 25 | 8 | 200,00 |
| 9 | Tapado de semilla | Jornal | 25 | 8 | 200,00 |
| | LABORES CULTURALES | | | | 1.486,00 |
| 1 | Control fitosanitario periódico | Jornal | 25 | 16 | 400,00 |
| 2 | Alquiler mochila pulverizadora | día | 5 | 16 | 80,00 |
| 3 | abono foliar nitrogenado | kilo | 12 | 2 | 24,00 |
| 4 | Abono foliar fosforado | kilo | 14 | 2 | 28,00 |
| 5 | Abono foliar potásico | kilo | 13 | 2 | 26,00 |
| 6 | Fipronil(regent) | litro | 350 | 1 | 350,00 |
| 7 | Cipermetrina (sherpa) | litro | 90 | 1 | 90,00 |
| 8 | Propineb (antracol) | kilo | 33 | 2 | 66,00 |
| 9 | Metiran (polyram) | kilo | 35 | 2 | 70,00 |
| 10 | propineb + Cymoxamil (fitoraz) | kilo | 78 | 2 | 156,00 |

| N° | DESCRIPCION ACTIVIDADES | UNIDAD MEDIDA | COSTO UNITARIO | 1 HA | |
|------------------------------|--------------------------------|---------------|----------------|---------|------------------|
| | | | | CANTIDA | TOTAL |
| 11 | Mancozeb + Metalaxyl (ridomil) | kilo | 78 | 2 | 156,00 |
| 12 | Adherente | litro | 40 | 1 | 40,00 |
| | APORQUES | | | | 1.748,00 |
| 1 | Abonamiento | Jornal | 25 | 2 | 50,00 |
| 2 | Alquiler herramientas | dia | 1 | 50 | 50,00 |
| 3 | Primer aporque | Jornal | 25 | 20 | 500,00 |
| 4 | Nitrato de amonio | saco | 74 | 2 | 148,00 |
| 5 | Segundo aporque | Jornal | 25 | 40 | 1.000,00 |
| | COSECHA | | | | 2.130,00 |
| 1 | Escarbe | Jornal | 25 | 35 | 875,00 |
| 2 | Selección y clasificacion | Jornal | 25 | 15 | 375,00 |
| 3 | Ensayado | Jornal | 25 | 10 | 250,00 |
| 4 | Pesado | Jornal | 25 | 3 | 75,00 |
| 5 | Sacos | unidad | 350 | 1,5 | 525,00 |
| 6 | Rafia | madeja | 5 | 1 | 5,00 |
| 7 | Venta | Jornal | 25 | 1 | 25,00 |
| | | | | | |
| TOTAL COSTOS DIRECTOS | | | | | 11.294,00 |

Se estima los costos directos de producción y ventas en S/. 11 294 nuevos soles por Ha.

Del mismo modo se han estimado los costos indirectos, que se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 29: Costos Indirectos.

| N° | RUBROS | Para 1 ha |
|--------------------------------|-----------------------------------|-----------------|
| 1 | Gastos Generales 5 % C.D. | 564.70 |
| 2 | Gastos de Administración 5 % C.D. | 564.70 |
| 3 | Gastos Financieros 16 % C.D. | 1,045.82 |
| TOTAL COSTOS INDIRECTOS | | 2,175.22 |

Se estima que la producción de una Ha de papa nativa se incurre en S/. 13,469.22 nuevos soles.

Cuadro N° 30: Resumen de costos

| DESCRIPCION | 1 HA |
|-----------------------------------|------------------|
| Costo directo | 11,294.00 |
| Costos indirectos | 2,175.22 |
| TOTAL COSTOS DE PRODUCCION | 13,469.22 |

9.2 Estructura de financiamiento

9.2.1 Financiamiento interno

Cuadro N° 31: Financiamiento Interno

| RUBRO | ESPECIFICAR TIPO | CAN T. | PROVEEDOR | PRECIO REFERENCIAL | MONTO FINANCIADO POR LOS AEO | INVERSIÓN TOTAL | |
|--|-------------------------------|---|-------------------|--|------------------------------|-----------------|------|
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | Tractor agrícola de 90 HP | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 132,000.00 | | 132,000.00 | |
| | Arado de 3 discos de 28" | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 14,720.00 | | 14,720.00 | |
| | Rastra de 28 discos 22" | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 13,118.00 | | 13,118.00 | |
| | Surcadora | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 11,450.00 | | 11,450.00 | |
| | Herramientas | 150 | Asociación | 958.00 | 958.00 | 958.00 | |
| IN FRAESTRUCTURA | Almacenes rústicos de semilla | 487 m2 | Asociación | 26,746.00 | 26,746.00 | 26746.00 | |
| | Terreno agrícola | 47,66 has | Asociación | 170,014.00 | 170,014.00 | 170014.00 | |
| INSUMOS, MATERIALES y BIENES | | | | | | 0 | |
| | | | | | | 0 | |
| SERVICIOS (no puede considerar gastos de operación ni mantenimiento) | Estudios Iniciales | | | | | 0 | |
| | Asistencia Técnica | Capacitación y asistencia técnica en Gestión Empresarial | 16 | Especialista en Gestión Empresarial | 6,800 | | 6800 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Organización Empresarial | 17 | Especialista en Organización Empresarial | 7200 | | 7200 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Comercialización y Marketing | 10 | Especialista en Comercialización y Marketing | 4300 | | 4300 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Manejo de Producción | 11 | Especialista en Producción y Manejo de Papa Nativa | 4700 | | 4700 |
| | Otros servicios | Seguro | 1 | MAFRE | 3430 | | 3430 |
| TOTAL | | | | | 197,718 | 395,436 | |

El financiamiento interno se estima en S/. 197,718 nuevos soles, destinados principalmente para infraestructura consistente en construcción de almacén, terreno agrícola y herramientas.

9.2.2 Financiamiento externo

Cuadro N° 32: Financiamiento externo

| RUBRO | ESPECIFICAR TIPO | CANT. | PROVEEDOR | PRECIO REFERENCIAL | MONTO COFINANCIADO POR EL GR O GL | INVERSION TOTAL | |
|--|-------------------------------|---|-------------------|--|-----------------------------------|-----------------|------|
| MAQUINARIAS Y EQUIPOS | Tractor agrícola de 90 HP | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 132,000.00 | 132,000.00 | 132,000.00 | |
| | Arado de 3 discos de 28" | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 14,720.00 | 14,720.00 | 14,720.00 | |
| | Rastra de 28 discos 22" | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 13,118.00 | 13,118.00 | 13,118.00 | |
| | Surcadora | 1 | UNIMAQ CAT RENTAL | 11,450.00 | 11,450.00 | 11,450.00 | |
| | Herramientas | 150 | Asociación | 958.00 | | 958.00 | |
| INFRAESTRUCTURA | Almacenes rústicos de semilla | 487 m2 | Asociación | 26,746.00 | | 26746.00 | |
| | Terreno agrícola | 47,66 has | Asociación | 170,014.00 | | 170014.00 | |
| INSUMOS, MATERIALES y BIENES | | | | | | 0 | |
| | | | | | | 0 | |
| SERVICIOS (no puede considerar gastos de operación ni mantenimiento) | Estudios Iniciales | | | | | 0 | |
| | Asistencia Técnica | Capacitación y asistencia técnica en Gestión Empresarial | 16 | Especialista en Gestión Empresarial | 6,800 | 6,800 | 6800 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Organización Empresarial | 17 | Especialista en Organización Empresarial | 7200 | 7,200 | 7200 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Comercialización y Marketing | 10 | Especialista en Comercialización y Marketing | 4300 | 4,300 | 4300 |
| | | Capacitación y asistencia técnica en Manejo de Producción | 11 | Especialista en Producción y Manejo de Papa Nativa | 4700 | 4,700 | 4700 |
| | Otros servicios | Seguro | 1 | MAFRE | 3430 | 3430 | 3430 |
| TOTAL | | | | | 197,718 | 395,436 | |

El financiamiento solicitado externamente asciende a S/. 197,718 nuevos soles, que representa el 50% de la inversión destinada principalmente para la adquisición de tractor agrícola, arado, rastra, surcadora, seguros de la maquinaria y capacitación y asistencia técnica.

9.3 Evaluación Económica

9.3.1 Proyección de estados financieros

Para el estado de ganancias y pérdidas se ha estimado ingresos por la venta de papa nativa para consumo y para semilla, así mismo se ha considerado el ingresos que se pueda generar el alquiler del tractor a diferentes agricultores, fuera del servicio que preste a la asociación

Cuadro N° 33: Estado de Ganancias y pérdidas proyectado (nuevos soles / año)

| DESCRIPCION | AÑOS | | | | |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ventas | 556,500 | 667,800 | 667,800 | 667,800 | 667,800 |
| Alquiler de tractor | 32,400.00 | 32,400.00 | 32,400.00 | 32,400.00 | 32,400.00 |
| Costos directos de producción | 282,350.00 | 338,820.00 | 338,820.00 | 338,820.00 | 338,820.00 |
| Gastos generales | 54,380.60 | 65,256.72 | 65,256.72 | 65,256.72 | 65,256.72 |
| Depreciación | 77,837.13 | 77,837.13 | 77,837.13 | 76,693.80 | 76,693.80 |
| Utilidad bruta | 174,332.27 | 218,286.15 | 218,286.15 | 219,429.48 | 219,429.48 |
| Impuestos | 52,299.68 | 65,485.84 | 65,485.84 | 65,828.84 | 65,828.84 |
| UTILIDAD NETA | 122,032.59 | 152,800.30 | 152,800.30 | 153,600.64 | 153,600.64 |

Para el estado de ganancias y pérdidas se ha estimado ingresos por la venta de papa nativa para consumo y para semilla, así mismo se ha considerado el ingresos que se pueda generar el alquiler del tractor a diferentes agricultores, fuera del servicio que preste a la asociación.

Cuadro N° 34: Flujo de caja simplificado

| FLUJO DE CAJA SIMPLIFICADO | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| CONCEPTO | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| (A) Ingresos totales | | 588,900.0 0 | 700,200.0 0 | 700,200.0 0 | 700,200.0 0 | 700,200.0 0 |
| (B) Egresos totales | 395,436.00 | 414,567.7 3 | 481,913.8 5 | 481,913.8 5 | 480,770.5 2 | 480,770.5 2 |
| (C) flujo antes de impuestos | -395,436.00 | 174,332.2 7 | 218,286.1 5 | 218,286.1 5 | 219,429.4 8 | 219,429.4 8 |
| IMPUESTOS | | 52,299.68 | 65,485.84 | 65,485.84 | 65,828.84 | 65,828.84 |
| UTILIDADES NETAS | | 122,032.5 9 | 152,800.3 0 | 152,800.3 0 | 153,600.6 4 | 153,600.6 4 |
| DEPRECIACION | | 77,837.13 | 77,837.13 | 77,837.13 | 76,693.80 | 76,693.80 |
| FLUJO DE CAJA NETO | -395,436.00 | 199,869.7 2 | 230,637.4 4 | 230,637.4 4 | 230,294.4 4 | 230,294.4 4 |

En el flujo de caja se ha considerado la inversión inicial en el año 0, y los flujos netos del año 1 hasta el año 5. En los flujos se ha considerado tanto las utilidades netas como la depreciación de los activos fijos tangibles e intangibles.

9.3.2 Evaluación de la rentabilidad económica

9.3.2.1 Período de recuperación de capital

Tomando en cuenta los resultados del flujo de caja, se ha calculado el periodo de recuperación en 1 año y 10 meses o 03 campañas.

9.3.2.2 Tasa interna de Rentabilidad TIR

El valor de la TIR se ha calculado en 47%, lo que indica que el proyecto es rentable.

9.3.2.3 Ratio Beneficio costo

El ratio beneficio costo se ha calculado en 2.14, lo que nos confirma que el proyecto es rentable.

9.3.2.4 Valor Actual Neto VAN

El VAN se ha calculado en S/. 450,443.44 nuevos soles, lo que nos indica una rentabilidad monetaria del proyecto, para este cálculo se ha utilizado una tasa de descuento $K=10\%$.

9.3.2.5 Análisis del punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se ha determinado los costos fijos totales, el costo variable unitario y el precio de venta promedio. Se ha obtenido un punto de equilibrio de 189.6 TM para el primer año, 208 TM para el segundo y tercer año.

Cuadro Nº 35:

| DESCRIPCION | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 |
|--------------------------|------------|------------|------------|
| COSTOS FIJOS TOTALES | 151,217.73 | 165,893.85 | 165,893.85 |
| PRECIO DE VENTA UNITARIO | 1.55 | 1.55 | 1.55 |
| COSTO VARIABLE UNITARIO | 0.752 | 0.75242857 | 0.75242857 |
| | | | |
| Punto de Equilibrio | 189,597.73 | 207,998.74 | 207,998.74 |
| HA | 13.54 | 14.86 | 14.86 |
| NUEVOS SOLES | 293,876.48 | 322,398.05 | 322,398.05 |

9.3.3 Análisis de sensibilidad por escenarios

9.3.3.1 Escenario optimista

Para determinar los valores del escenario optimista, se ha estimado que los ingresos producto de un mayor rendimiento se puedan incrementar en 20%, lo que arrojaría como indicadores de evaluación los siguientes.

Cuadro N° 36:

| Indicadores | Resultados |
|-------------|-------------------------------|
| K | 0.10 |
| VAN | 807,881.23 |
| TIR | 73% |
| B/C | 3.04 |
| PR | 1 AÑO 4 MESES (2 CAMPAÑAS) |

9.3.3.2 Escenario conservador

El escenario conservador es el que se ha estimado de forma normal en el negocio, cuyos resultados de la evaluación son los siguientes:

Cuadro N° 37:

| Indicadores | Resultados |
|-------------|--------------------------------|
| K | 0.10 |
| VAN | 450,443.44 |
| TIR | 47% |
| B/C | 2.14 |
| PR | 1 AÑO 10 MESES (3 CAMPAÑAS) |

9.3.3.3 Escenario pesimista

En el escenario pesimista se estima que los ingresos pueden bajar hasta un 70% debido principalmente por efecto del bajo rendimiento de la producción que puede ser por heladas o sequías que afectan directamente en la producción de papa. Los resultados obtenidos se muestran en el siguiente cuadro.

| Indicadores | Resultados |
|-------------|-------------------|
| K | 0.10 |
| VAN | -85,713.25 |
| TIR | 1% |
| B/C | 0.78 |
| PR | 4 años y 10 meses |

10 CONCLUSIONES

- De acuerdo al análisis financiero desarrollado el presente Plan de Negocios es rentable, sustentados por los indicadores de rentabilidad: VAN = 450,443.44 TIR = 47 % B/C =2.14. lo que indica que se debe invertir en la implementación en el plan de negocios para la Asociación de Productores Agropecuarios Encanto de Oro Cerocata del Distrito de Santa María de Chicmo, que incluye con la implementación de un tractor agrícola, equipada con implementos de arado, rastra, surcadora y los costos intangibles (capacitación y seguro por 3 años) que asciende a S/. 25,430 Nuevos Soles.
- El producto papa nativa cuenta con una alta demanda tanto del mercado externo como del mercado interno, siendo un producto bandera de la región. Esta demanda creciente por el producto se debe a una clara tendencia en los últimos años por el consumo de productos naturales, orgánicos, de alto de aminoácidos como las antocianinas que son recomendados para el cuidado personal y de la salud, porque el siglo XXI, sin lugar a dudas, será el siglo de los productos naturales y orgánicos. Por el creciente interés mundial por la salud.
- Los productores de la Asociación cuentan con condiciones de suelo, clima y áreas de terreno para ampliar la frontera agrícola con buena capacidad de producción y conocimientos técnicos.
- La asociación esta formalizada y tiene vida Institucional, con algunos conflictos como toda organización productiva, tiene un total de integrantes 50 asociados que participan activamente en la actividad de cultivo de papa nativa y con actitud proactiva para trabajar con las entidades públicas y privadas involucradas en el desarrollo de la cadena productiva de la papa nativa en la Provincia de Andahuaylas.

11 RECOMENDACIONES

Se recomienda el cofinanciamiento con los fondos concursables de PROCOMPITE que está siendo promovido por el Gobierno Regional que promoverá la consolidación de la Cadena Productiva de Papa Nativa en la provincia de Andahuaylas y en la Región.