



“ Promoción de la producción competitiva de la papa peruana ”



Proyecto **INCOPA**

Mejorar la competitividad para aprovechar oportunidades de mercado

El Proyecto Promoción de la producción competitiva de la papa peruana para responder a nuevas oportunidades de mercado - INCOPA, ejecutado por el Centro Internacional de la Papa (CIP), tiene como objetivo mejorar la competitividad de la cadena de la papa, con énfasis en pequeños agricultores, aprovechando nuevas oportunidades de mercado y promoviendo el uso de la papa peruana. El proyecto busca aprovechar las ventajas comparativas de la papa peruana y agregar factores que desarrollen las ventajas competitivas.

Instituciones Participantes

Socios estratégicos: PRODUCE (Ministerio de la Producción), MINAG (Ministerio de Agricultura), EMMSA (Empresa de Mercado Mayorista S.A.), INCAGRO (Innovación y Competitividad para el Agro Peruano MINAG-Banco Mundial), PRONAMACHS, Centro Internacional de la Papa (Divisiones), Programa Papa Andina.

Socios locales: PRODECO (Andahuaylas, Cooperación Técnica Belga), ADERS Perú (Huánuco, Cajamarca), Mi Chacra (Lima, Puno), CAPAC Perú (Lima), FOVIDA (Junin), Consorcio Tunta (Puno: Ministerio de la Producción, PRONAMACHS, CIRNMA, PIWANDES), Proyecto UNITEC (Huancavelica).

Duración y Financiamiento

Duración del Proyecto: 01.04.2004 - 31.03.2007 (Fase II)

Financiamiento: El aporte de COSUDE para la presente fase es de US\$730,000.

Objetivo general

Mejorar la competitividad de la cadena de la papa, con énfasis en pequeños agricultores aprovechando nuevas oportunidades de mercado y promoviendo el uso de la papa peruana. Se busca ligar acciones que se orienten a afrontar la situación de pobreza que existe en las zonas de la sierra, aprovechando la amplia biodiversidad existente y dándole un sentido de negocio sostenible.

Proyecto INCOPA
Coordinador: Miguel Ordinola
Centro Internacional de la Papa
Apartado 1558, La Molina
Telf.: 3496017 Fax: 3175326
E-mail: cip-incopa@cgiar.org
LIMA • PERU



Área del Proyecto

Huánuco, Apurímac,
Cajamarca, Huancavelica

Objetivo de la fase actual

En la segunda fase se mantiene lo planteado inicialmente. Mejorar la competitividad de la cadena de la papa, con énfasis en pequeños agricultores aprovechando nuevas oportunidades de mercado y promoviendo el uso de la papa peruana. Se busca ligar acciones que se orienten a afrontar la situación de pobreza que existe en las zonas de la sierra, aprovechando la amplia biodiversidad existente y dándole un sentido de negocio sostenible.

Líneas de acción

- a. Fortalecer plataformas de concertación entre actores de la cadena:
 - . Fortalecimiento gerencial de CAPAC Perú.
 - . Promover plataformas y cadenas regionales.
 - . Fortalecer la participación de organizaciones de productores en las plataformas.
 - . Desarrollo de sistemas de información con valor agregado.
- b. Desarrollar y promover estrategias participativas de intervención en cadenas agroalimentarias aprovechando la biodiversidad y el desarrollo de negocios:
 - . Documentar y difundir los ciclos I y II del EPCO.
 - . Desarrollar nuevos productos en base a EPCP.
 - . Promoción del uso de la biodiversidad de papa a nivel del consumidor.
 - . Promover una instancia para el intercambio de experiencias.
- c. Fortalecer la innovación en las zonas de producción para responder a demandas de mercado:
 - . Establecer alianzas para acciones de innovación con proveedores de servicios.
 - . Fortalecer capacidades de los operadores en temas de organización, gestión y negociación.
 - . Fortalecer capacidades en género y empoderamiento.
 - . Adecuar tecnologías en función a demandas del mercado.

Público objetivo

Total comunidades: 40

Nro. de familias por comunidad: 20

Familias beneficiadas: 400 familias

Población beneficiaria: 1600 personas en total

Resultados relevantes

- a CAPAC Perú brindando servicios de calidad a diferentes actores del sector papa y cubriendo por lo menos 50% de sus costos a través de la venta de servicios y pago por membresía.
- a Por lo menos 3 nuevos productos en base a la papa peruana presentes en el mercado y beneficiando a pequeños productores.
- a Una metodología participativa de intervención en cadena validada y promovida mediante alianzas.
- a 150 productores demandando servicios especializados para responder a demandas identificadas y con criterios de calidad.
- a Al menos 70% de los agricultores vinculados al mercado mediante el proyecto son pequeños y de la sierra.
- a Al menos 50 actores de la cadena de la papa están vinculados a las plataformas de concertación y sistemas de información de los cuáles 20 están ligados a la producción.