

# Dar el salto a la exportación de papa

22 de enero de 2018

**Jaime de Althaus**  
**Para Lampadia**

Hace unos días los productores de papa de varias regiones efectuaron un paro de 72 horas debido a que el precio del kilo del tubérculo en chacra había caído a 20 céntimos. Atribuían la caída del precio a la importación de papa, y pedían prohibir tal importación.



La verdad, sin embargo, es que el volumen de importación de papa pre-frita para los *fast food* es mínimo en comparación al consumo total. La producción nacional alcanza a 4.6 millones de toneladas e importamos sólo 30 mil toneladas, apenas el 0.6%.

## **Causas y respuesta del gobierno**

Evidentemente, la causa de la caída del precio en chacra fue la sobreoferta. Según informes, se habría juntado la campaña chica de sierra con la campaña de costa. Pero resulta que a los pocos días el problema se resolvió porque precio subió por sí solo a unos 50 céntimos el kilo. Así, ningún gobierno regional llegó a comprar el tubérculo, tal como lo había dispuesto el Decreto de Urgencia (DU) N° 001-2018, que autorizó a los gobiernos regionales a adquirir el excedente de papa blanca hasta por un millón y medio de soles “a fin de contribuir en la atención de programas sociales y/o asistenciales, conducidos a través de entidades públicas y/o privadas sin fines de lucro”.

Felizmente no lo hicieron. La medida era absurda. Los gobiernos regionales debían empadronar a los campesinos, pero solo podían comprar por un millón y medio de soles, de modo que la mayor parte se quedaría fuera. ¿A quiénes empadronar y a quiénes no? Luego, de los empadronados, ¿a quiénes comprar y a quiénes no? Si el precio se mantenía bajo, todos hubiesen querido que se les compre. Además, el gobierno regional debía fijar el precio de compra según los costos de producción. ¿Cómo haría ese estudio?

## **¿Qué hacer?**

El problema se resolvió por sí solo –por lo menos hasta ahora, aunque los gremios, jaloneados por un par de dirigentes radicales, habrían roto el diálogo con el ministro-, pero el episodio nos obliga a ir al fondo del asunto para ver qué se puede hacer para prevenir caídas abismales del precio y mejorar las condiciones para los paperos. Y tratar de ver cuál es el estado de desarrollo del mercado papero en el Perú para ver hacia donde puede evolucionar.

## **Intenciones de siembra**

Miguel Ordinola, experto del Centro de Internacional de la Papa, nos dice que lo primero es que el Ministerio brinde información a los agricultores acerca de intenciones de siembra y cosecha. Lo increíble es que, según un ex funcionario del Ministerio de Agricultura, esto ya se hacía entre los años 1998 y 2005 aproximadamente, y con cierto grado de eficacia. Se publicaba las intenciones de siembra de los principales cultivos. Lo que pasó luego es que la política de divulgar las intenciones de siembra habría perdido fuerza y, de otro lado, los equipos que generaban información en el campo se debilitaron con la descentralización. Por lo tanto, en el ministerio no hay certeza de que información sea correcta y por eso no la difunden.

Ismael Benavides, ex ministro de Agricultura, agrega que también tienen responsabilidad los comerciantes que habilitan y promueven los cultivos sin evaluar las consecuencias, de modo que al final quien paga los platos rotos es el pobre mal informado productor.

## **Baja productividad, pero subiendo**

El problema de fondo del sector papero, sin embargo, es la baja productividad de los cultivos –aunque esta ha venido subiendo- y la ineficiencia del sistema de comercialización. Si los rendimientos fueran mayores los agricultores tendrían más ingresos, aunque habría que desarrollar mercados externos porque la producción crecería. Esta es la etapa que se viene.



En realidad, la productividad ha venido creciendo de manera sostenida. Según nos refiere Ordinola, **entre los años 2005 y 2015:**

- El área sembrada creció 23%
- La producción se incrementó en un 43%
- Eso significa que el rendimiento creció en 19%
- Y el consumo per cápita 20% (de 60 a 85 kilos)
- Los precios reales, por su parte, crecieron un 22%

Es verdad, **sin embargo, que esas cifras esconden diferencias importantes.** Ismael Benavides apunta que **mientras en la costa los agricultores tienen rendimientos de 36 mil kilos por hectárea, en la sierra están alrededor de 6 mil**, con mayor dificultad de acceso al mercado y costos más altos. “A 50 centavos kilo el ingreso del agricultor en la costa es 18 mil soles ha., y en la sierra apenas 3 mil”.

Benavides explica que los rendimientos **en la sierra son pobrísimo** “no solo porque no se ha logrado proteger con tecnología y dar valor a nuestras papas nativas, si no que no se han desarrollado nuevas variedades. Falta investigación. Nuestra papa serrana está llena de virus que la debilita y baja su producción, y el agricultor está sujeto a plagas como la ranca, el gorgojo y las heladas. El INIA saca una variedad a la muerte de un Obispo, cuando hoy la tecnología te permite sacar varias variedades al año. El Centro Internacional de la Papa (con sede en el Perú), ha sacado variedades de papa transgénicas que son resistentes a la ranca, las heladas, etc. Como no se pueden usar en el Perú por la retrógrada y frívola ley que prohíbe transgénicos, esa papa se siembra en África y otros lugares. **Justamente la transgénesis y la biotecnología nos ayudarían a preservar nuestras papas nativas de los virus y plagas que la aquejan, lo que redundaría en mayor productividad y mejores ingresos para los paperos que son los más pobres de nuestros agricultores”.**

Pese a todo ello, la productividad ha venido aumentando y somos ahora el primer productor de papa de Latinoamérica, superando a Brasil. Mejoras en la producción andina como las que propone Benavides harían aún más necesario abrir un buen canal exportador. Es obvio que, **si no exportamos papa, pronto el mercado interno llegará a su límite y los momentos de sobreoferta se repetirán con mayor frecuencia.**

### **Comercialización y mercado internos**

**Vamos a examinar las razones por las que exportamos muy poco, pero antes señalemos que hay mucho que hacer en la comercialización interna para mejorar los precios al productor.** Fernando Cillóniz recuerda que uno de los problemas más serios de la post cosecha son los sacos de 120 kilos en los que se empaqueta la papa, que no solo rompen las espaldas de los estibadores, sino que ocasionan una merma de alrededor del 30%, lo que reduce también el precio en chacra. Lo increíble es que unos ocho años atrás se dio una ley que establece los sacos de 60 kilos, pero no se cumple. Incluso se dio un reglamento y una norma técnica, pero el ministerio no hace nada para implementar estas normas.

Vale la pena aquí hacer notar el contraste entre la pos cosecha de la agro exportación costera, absolutamente tecnificada y sofisticada, con cadena de frío y empaques diferenciados para cada mercado, y la pos cosecha de la papa. ¿No podría aprender algo la comercialización interna de la externa? Es el dualismo de siempre.

**Algo que podría ayudar, sobre todo en momentos de sobreoferta, son campañas que fomenten el consumo de la papa.** Hubo una experiencia muy exitosa en los años 2007-2008, cuando Benavides era ministro. El lema de la campaña fue “Este pechito come papa”. Benavides recuerda que según José Chlimper, a la sazón director del BCR, hubo un aumento del consumo y de precios a los paperos que significó un traslado de recursos de la ciudad al campo del orden de 300 millones de dólares de esa época, según cálculos del BCR (más que los programas sociales). “La idea de nuestro equipo del MINAGRI en esa época fue promover el consumo de nuestro disminuido tubérculo, así como Alicorp y Molitalia promueven el consumo de fideos y harina. Hicimos una campaña en medios, acompañada con degustaciones, eventos y recetas, y el uso de figuras culinarias como Gastón Acurio. Gastamos 4 millones de soles y fíjate el retorno”, relata Benavides.

### **La exportación de papa amarilla**

**De todas maneras, el consumo interno, aunque puede subir, tiene un límite. La producción papera peruana, que se viene incrementando, tendrá cada vez más problemas si no exporta de manera consistente.**



**En la actualidad exportamos, pero muy poco.** Miguel Ordinola explica que hay tres segmentos de papa, y en dos de ellos ya se exporta cantidades pequeñas. El primero es la papa amarilla pre-cocida congelada, cuya exportación no llega a 5 millones dólares al año, aunque viene haciéndose de manera regular. Las variedades son la Peruanita de Andahuaylas y la Tumbay de Huánuco. Se vende la libra a \$3.20 y se cocina en un horno microondas durante 3 minutos.

Pero la cantidad exportada es relativamente pequeña y no crece porque se dirige sólo a los mercados étnicos (de peruanos y colombianos) en Estados Unidos, Japón y España. **Para conquistar los mercados locales de esos países se necesitaría una estrategia de marketing, que tendría que impulsarla el Estado coordinado a los distintos actores, en combinación, por lo demás, con la expansión de la gastronomía peruana. Hay allí una tarea impostergable.**

La pregunta es por qué no se puede exportar papa amarilla fresca, y la respuesta es que la FDA lo impide porque el Perú es considerado un país con mosca de la fruta. Este es un tema que debería poder rebatirse porque dicha plaga es costera, no existe en la sierra. Pero eso supone una negociación de gobierno a gobierno que el nuestro ni se ha planteado realizar. Sería una tarea para el Mincetur.

### **Exportación de Chips de papas nativas de color**

Un segundo segmento es el de las papas nativas de color. Con ellas se elaboran chips que se exportan con certificación orgánica y de comercio justo a Bélgica, Alemania, Francia, y van a un mercado gourmet. Pero **el esfuerzo es muy pequeño.** Sólo lo hace la cooperativa Agropia, en Sapallanga, Huancavelica. Allí tiene su planta desde hace unos 8 años. Son 900 socios, pequeños productores, pero no exportan más de 200 mil dólares al año. Según Ordinola, esta experiencia se podría replicar.



### **Papa blanca pre-frita y congelada**

El tercer segmento es el de la papa blanca, que podría exportarse cortada y pre-frita. Según Ordinola, **aquí el problema es de competitividad.** No podríamos competir con las grandes empresas globales que exportan esa papa y que nuestros fast food precisamente importan. La diferencia radica en que mientras nuestros campos producen 15 TM en promedio, aunque haya algunos que llegan hasta 40 TM, en Estados Unidos están en 60 TM por ha. Si subimos a 20 TM por hectárea podríamos exportar quizá a países latinoamericanos, piensa Ordinola.

Para ello podríamos comenzar modernizando el mercado de pollerías, que consume unas 350 mil toneladas al año de papa nacional. La idea, piensa Ordinola, sería tratar de emular calidad de las importadas. En la actualidad pequeños empresarios compran papa en el mercado mayorista, la pelan y la venden a las pollerías. Sería cuestión de que evolucionen hacia la venta a las pollerías de papa pre-frita refrigerada (no congelada), por ejemplo. Es algo que podría promoverse.

## ¿Exportar al Brasil?

Una pregunta que nos hacemos es por qué no podemos aprovechar la Interoceánica para exportar papa a las regiones interiores de Brasil, que importan la papa de lugares muy lejanos. Según Eduardo Ferreyros, ministro de Comercio Exterior, “no hay ninguna restricción de acceso de la papa a Brasil. El asunto es meramente comercial y de preferencias de consumidor. Al consumidor brasileño no le gusta las papas de cáscara gruesa y muchos agujeros. Se ha identificado que la variedad que podría ingresar es la Canchán, pero en Perú no hay proveedores organizados para el comercio internacional. Promperú y OCEX están conversando con los proveedores a supermercados para incentivar su interés en el mercado internacional”.

Otro problema es el falso flete, es decir, camiones que regresan vacíos. Ferreyros nos informa Mincetur y PROMPERU vienen organizando misiones logísticas para encontrar carga de Brasil (soya, carne, etc.) que vaya al ASIA por puertos peruanos.

Miguel Vega Alvear nos refiere que el Ministro de Agricultura de Brasil estuvo en Lima en noviembre acompañado de 40 empresas compradoras incluyendo las cadenas de Supermercados, pero el Ministro de Agricultura del Perú se excusó de la reunión que Vega Alvear convocó con todos ellos. **Increíble.**



Y según Miguel Ordinola en el Perú hay variedades blancas sin ojos o con muy pocos ojos que podrían ser exportadas a Brasil. Ellas son la Canchán, Unica y Yungay. “Se puede organizar la oferta. El MINAGRI tiene una línea de acción que promueve la asociatividad y con mercado seguro se puede articular estas acciones”, opina. Estas variedades servirían también para hacer papa cortada pre-frita.

## Conclusión

La producción y rendimiento paperos del Perú se vienen incrementando de manera sostenida, de modo que el Perú tiene que dar ya el salto a la exportación si no quiere verse agobiado con sobreproducción y bajos precios cada vez más frecuentemente.

Eso supone una política de Estado, que puede tener varios componentes:

1. Una campaña de marketing en Estados Unidos, Europa y Japón para ampliar el mercado de la papa amarilla pre-cocida más allá del mercado étnico peruano, para llegar al consumidor local.
2. Negociar con Estados Unidos permiso para el ingreso de papa amarilla fresca con el argumento de que la mosca de la fruta no existe en la Sierra del Perú
3. Potenciar la exportación de chips de papa nativa de color
4. Abrir el mercado brasileño para la papa blanca Canchán y otras organizando la oferta y reduciendo el falso flete.
5. Modernizar el abastecimiento a las pollerías nacionales evolucionando a la papa cortada pre-frita refrigerada, como un paso hacia la exportación de papa cortada pre-frita congelada a otros países latinoamericanos.
6. Investigación y acciones para incrementar los rendimientos de la papa en la sierra, introducir nuevas variedades resistentes y modernizar la pos cosecha, a fin de que los productores incrementen sus ganancias.
7. Implementar un sistema de información de intenciones de siembra y llevar a cabo campañas de consumo de papa

## Lampadia