

El EPCP y la innovación de la cadena de valor de papa en el Perú

Miguel Ordinola, André Devaux, Thomas Bernet, Kurt Manrique, Gastón López, Cristina Fonseca y Douglas Horton

3

La papa es el cultivo más importante en las zonas altas de Perú, donde es especialmente una fuente importante de alimento así como de generación de ingresos para pequeños productores. Se cultivan más de 3,000 variedades de papas nativas principalmente por encima de los 3,500 msnm. Del 2001 al 2010 más de 20 organizaciones públicas, privadas, y no gubernamentales (ONG) trabajaron con la Iniciativa Regional Papa Andina y el Proyecto para la Innovación y Competitividad de la Papa en el Perú (INCOPA) para promover innovaciones en la producción y comercialización de la papa nativa para beneficiar a pequeños productores y hacer más competitiva la cadena de mercado de este producto. Para este fin, se desarrolló y aplicó un enfoque de investigación y desarrollo (I&D) conocido como el Enfoque Participativo de Cadenas Productivas (EPCP). Para aprovechar y revalorizar la biodiversidad de papas nativas y sus atributos culinarios, nutricionales, y culturales, INCOPA trabajó para vincular a los pequeños productores con investigadores, profesionales de desarrollo, y un amplio rango de actores de la cadena de mercado de papa. El EPCP fue utilizado para identificar oportunidades de negocio, promover la colaboración con los actores a lo largo de la cadena de valor, y generar innovaciones para aumentar la competitividad. El EPCP fue complementado con esfuerzos para promover las plataformas de innovación, elevar el conocimiento público sobre las virtudes de las papas nativas, y apoyar la promulgación de políticas basadas en evidencia. Esta mezcla de estrategias disparó procesos de innovación que continúan hasta el día de hoy. Este documento resume algunos de los resultados e implicaciones del proyecto, e identifica áreas que requieren mayor atención.

1. Enfoque Participativo de Cadenas Productivas (EPCP): de los Andes a África y Asia

2. La revolución de la papa nativa en Perú

3. El EPCP y la innovación de la cadena de valor de papa en el Perú

Introducción

La papa es uno de los cultivos más importantes en Perú, tanto económica como socialmente. Cada año, alrededor de un millón de familias cultivan papas en aproximadamente 300,000 hectáreas, cosechando casi 4 millones de toneladas de papas (Horton & Samanamud, 2013: Anexo Tabla 2). La papa es el principal cultivo para la mayoría de productores en las zonas altas, especialmente los pequeños productores para quienes es una fuente estratégica de alimento y de ingresos económicos. El cultivo de papa emplea a más personas y genera más valor económico por hectárea que cualquier otro cultivo. La diversidad de las papas nativas y sus usos también juegan un rol importante en las costumbres ancestrales en las áreas altoandinas.

Pese a la importancia de las papas en las zonas altas del Perú, en los 70s y los 80s, el consumo de papa decayó, en parte debido a la imagen de la papa como un “producto básico rico en almidón” y “un alimento para pobres”. El consumo de papa nativa cayó desproporcionadamente, debido en parte a la migración rural urbana y la inseguridad en la sierra.



Aplicación del EPCP en Perú

En este contexto, se formuló el Proyecto INCOPA para mejorar la competitividad de la cadena de mercado de la papa peruana, con énfasis en papas nativas cultivadas por pequeños productores en las zonas altas. Este objetivo fue perseguido a través de plataformas y desarrollo de innovaciones involucrando actores públicos y privados y las ONG; intercambio de conocimiento, incidencia pública e influencia política; y desarrollo de capacidades, para fortalecer las contribuciones de las organizaciones de I&D en las unidades productivas y cadenas de valor.

Implementado en tres fases del 2001 al 2010, INCOPA operó en el Centro Internacional de la Papa (CIP) y fue parte de la Iniciativa Regional Papa Andina. Recibió el generoso apoyo financiero de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE). A lo largo del tiempo, comprometió la participación de más de 20 firmas privadas, agencias públicas, y diferentes ONG, y aproximadamente 2,500 familias de pequeños productores de papa en las zonas altas de Perú.

Básico para el trabajo de INCOPA, fue el desarrollo y aplicación del EPCP, un enfoque flexible para la innovación que reúne a los pequeños productores, agentes de mercado, investigadores, y otros proveedores de servicios en un proceso estructurado, para identificar y aprovechar oportunidades potenciales de negocios que beneficien tanto a productores como a los demás participantes de la cadena de mercado.

Como se detalla en la *Guía de Usuario del EPCP* (Bernet, Thiele & Zschocke, 2006), el enfoque involucra una secuencia de actividades usualmente implementadas a lo largo de 12-18 meses. Inicialmente, los profesionales de I&D juegan roles clave facilitando el proceso. Más adelante, a medida que los actores de la cadena del mercado se vuelven más activamente comprometidos, los profesionales de I&D pasan a apoyar en vez de liderar el proceso.

El EPCP tiene tres fases. Durante la fase 1, los profesionales de I&D llegan a conocer la cadena de mercado, sus principales actores, sus intereses y desafíos. La fase 2 busca generar y evaluar alternativas para mejorar la comercialización e involucra trabajo grupal de los actores de la cadena de mercado y proveedores de servicios. En la fase 3, el trabajo busca desarrollar las innovaciones comerciales prometedoras. Éxitos tempranos pueden motivar a los individuos y grupos a continuar interactuando e innovando en el futuro.

Dos ciclos de EPCP fueron implementados en Perú. El primero estuvo enfocado en innovaciones con variedades de papa mejorada. Basados en un estudio de mercado que indicaba la existencia de una demanda latente de papas nativas; el segundo ciclo se enfocó en el desarrollo de nuevos productos y comercialización de papas nativas¹.

En ambos ciclos, los participantes incluyeron investigadores, productores, representantes del gobierno, especialistas en información del mercado, técnicos alimentarios, transportistas de papa y mayoristas, procesadores, administradores en supermercado, y chefs. Esta diversidad de participantes fue un cambio radical

en relación a los esfuerzos anteriores de I&D que involucraban solo a investigadores, extensionistas, y productores. La diversidad de participantes y de intereses requería una buena facilitación de trabajo en grupos. Los facilitadores necesitaban conocer la cultura local y las sensibilidades políticas y ser capaces de trabajar bien con personas de los sectores públicos y privados, y las ONG. Muchos investigadores sintieron – y algunos todavía sienten – que trabajar con proveedores de servicios y agentes de mercado distrae la investigación del enfoque apropiado de incrementar la disponibilidad de comida al resolver problemas de producción. Sin embargo, los nuevos actores trajeron perspectivas frescas y nuevas, ideas, ayudando a desencadenar procesos de innovación que han continuado a lo largo de los años, a veces con resultados inesperados de amplio alcance.

Es importante darse cuenta que el EPCP no fue implementado de forma aislada. Uno de los supuestos básicos de INCOPA, fue qué sería necesaria una estrategia múltiple para mejorar significativamente la competitividad del sector de papa y generar beneficios significativos para los pequeños productores y los agentes de mercado. Sin trabajo complementario en políticas, incidencia pública, y capacidad de desarrollo, el EPCP no habría generado beneficios sustanciales y a largo plazo por sí mismo. Por esta razón, el EPCP fue apoyado y complementado por otras tres actividades:

- Desarrollo de plataformas multisectoriales
- Incidencia pública e incidencia en políticas
- Motivación para una amplia participación en procesos de innovación

Plataformas multisectoriales. Durante la implementación de los dos ciclos de EPCP, la necesidad de un trabajo en equipo efectivo emergió, entre los miembros de diferentes agencias públicas, compañías privadas, y las ONG. INCOPA apoyó la consolidación y expansión de estas plataformas multisectoriales informales para apoyar el intercambio de experiencias, la concientización pública y la incidencia en políticas. Una de las primeras actividades fue organizar el Día Nacional de la Papa en Perú, celebrado desde el 2005 (el 30 de mayo)². Para organizar este evento, el grupo tomó la forma de una comisión multisectorial para el Día Nacional de la Papa. Inicialmente realizadas en el CIP, las celebraciones ahora se llevan a cabo en Lima y otros lugares del país. En la primera celebración, surgió la idea de que el Perú propusiera a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) que declarase un “Año Internacional de la Papa”. El ministro de Agricultura del Perú movilizó la comisión para que prepare una propuesta que llevó a la declaración del 2008 como

¹ El término “variedades mejoradas”, se refiere a los productos de programas formales de mejoramiento del cultivo de papa; han sido deliberadamente creadas para alcanzar características particulares, como rendimientos mayores y resistencia a plagas o enfermedades. En contraste, las “variedades nativas” son ejemplares o variedades de papa local que han sido desarrolladas en gran parte por procesos naturales, por adaptación al ambiente natural y cultural en dónde crecieron.

² Ver: www.deperu.com/calendario/959/dia-nacional-de-la-papa.

Año Internacional de la Papa.³ Desde entonces, subgrupos de trabajo han liderado o apoyado varias otras iniciativas para mejorar la imagen y competitividad del sector papa, incluyendo:

- Preparación de normas técnicas para papas frescas y procesadas y para papas nativas congeladas y deshidratadas (tunta)
- Estudios del sector papa
- Desarrollo de una visión estratégica para el sector papa peruano (Devaux *et al.*, 2010)
- Desarrollo de estrategias para mejorar el sistema de semillas de papa

Los miembros de la comisión también han jugado roles activos en la *Alianza de Aprendizaje* que fue establecida hace una década como un mecanismo de intercambio de información y lecciones en el desarrollo de cadenas de valor, entre sectores público,



privado y las ONG (Ordinola, 2014). A lo largo del tiempo, la alianza ha ampliado su trabajo en apoyo a discusiones sobre políticas y toma de decisiones relacionadas a temas como alianzas público-privadas, modelos para organizaciones de productores efectivos, y sistemas de innovación agrícolas.

Una organización formal surgió del ejercicio de EPCP peruano: CAPAC (Cadenas Productivas Agrícolas de Calidad en el Perú). Las metas de CAPAC son:

- Promover el sector agrícola andino a pequeña escala mejorando la competitividad del sector papa;
- Estimular el empleo y los ingresos para los individuos involucrados en la cadena de mercado de papa;
- Estimular el consumo de papa al mejorar la calidad del producto que llega al mercado y difundiendo información de los valores culturales, económicos, y nutricionales de la papa; y
- Contribuir a la formulación e implementación de políticas que apoyen el desarrollo del sector papa.

El trabajo de CAPAC se ha concentrado en ayudar a los productores de papa nativa en las zonas altas de la región Apurímac para que se vinculen más efectivamente con los procesadores de papa y supermercados.

CAPAC lidera una “Iniciativa de Papas Andinas”, en donde compañías, diferentes ONG, organizaciones de productores y chefs trabajan juntos para mejorar la comercialización y consumo de papas nativas. La iniciativa trabaja para:

- Revalorizar las papas nativas para los productores, consumidores, y la sociedad como un todo;
- Concientizar a los consumidores y a los negociantes sobre los beneficios de la responsabilidad social corporativa (RSC);
- Promover y publicitar los esfuerzos de RSC que involucra a

³ Ver: www.deperu.com/calendario/959/dia-nacional-de-la-papa.



papas de zonas altas y a comunidades que producen papa; y

- Apoyar los esfuerzos de las organizaciones de productores para desarrollar iniciativas de comercialización viables y sostenibles para sus papas.

La iniciativa sirve como una fuente de información y servicios profesionales para negociantes y compañías, organizaciones de productores, y las ONG que deseen expandir el uso de papas nativas de manera que beneficien a todos los miembros de la cadena de mercado, incluyendo a los pequeños productores altoandinos.

Estas actividades han contribuido positivamente a la imagen de la comisión multisectorial como una plataforma para fortalecer la competitividad del sector papa en el Perú y contribuir en los debates de temas políticos más amplios.

Incidencia pública y política. INCOPA ha priorizado actividades en las esferas del intercambio de conocimiento, incidencia pública e influencia en políticas. La incidencia pública fue vista como un medio para promover el consumo de papa directamente y también para influenciar en políticas. La incidencia pública buscó influenciar la formulación e implementación de políticas, en formas que contribuyeran a la competitividad del sector papa.

Información del valor nutricional, económico, y cultural de las papas y como los pequeños productores pueden beneficiarse de la innovación en cadenas de valor ha sido presentada en diferentes formas, incluyendo:

- Publicaciones técnicas escritas por el proyecto;
- Artículos populares en diarios peruanos;
- Información en programas de TV local;
- Publicaciones peruanas especializadas en agricultura, nutrición, y cocina;
- Presentaciones en eventos públicos sobre el valor de la papa como un recurso nacional y sobre la estrategia que busca ser consolidada para la competitividad del sector;
- Campañas de información tales como aquellas asociadas al Día

- Nacional de la Papa y al Año Internacional de la Papa; e
- Información difundida para apoyar el trabajo de líderes de opinión y personas influyentes del sector en el país.

En el frente político, agencias públicas han promovido activamente el apoyo a la modernización de los procesos de comercialización, por ejemplo al formular normas técnicas para la comercialización de papas. La imagen de las papas nativas ha sido promocionada nacional e internacionalmente a través del Día Nacional de la Papa en Perú y el Año Internacional de la Papa, asimismo, con una campaña de promoción conocida como *Papea Perú*. Representantes de los sectores público y privado estuvieron involucrados en la formulación y diseminación de una visión estratégica, para el desarrollo a largo plazo del sector papa (Devaux et al., 2010).

Motivando a más actores del mercado a innovar. El EPCP generalmente atrae a pequeños agentes de mercado y productores. En los ejercicios peruanos, algunos grandes actores del mercado participaron en los eventos iniciales, pero no continuaron, porque vieron pocos beneficios a corto plazo al participar. Como resultado, todas las innovaciones tempranas involucraron a pequeños procesadores. INCOPA y su red de colaboradores apoyaron las iniciativas de pequeños agentes de mercado y motivaron a los grandes actores del mercado a desarrollar nuevos productos basados en papa y nuevos arreglos institucionales para organizar la provisión de papa. Su involucramiento, motivado por los resultados prometedores que observaron en las pequeñas compañías, conllevó a la creación de un número de nuevos productos basados en papa, como se verá en la siguiente sección.



Resultados

El EPCP y las estrategias complementarias empleadas han desencadenado procesos de innovaciones comerciales, institucionales, y tecnológicas que han tenido consecuencias amplias para las familias productoras y el sector papa como un todo.

Innovaciones comerciales

Durante las aplicaciones iniciales del EPCP, varios nuevos productos basados en papa nativa fueron desarrollados, incluyendo:

- Mi Papa*, la primera marca peruana de papas frescas seleccionadas, que se distribuían en el mercado mayorista de Lima en bolsas de 50 kg.
- Tunta empacada y de alta calidad vendida localmente bajo la marca "Los Aymaras", y exportada a Bolivia.
- Puré Andino* el cual era exportado.
- T'ikapapa*, la primera marca de papas frescas de alta calidad vendida en los supermercados limeños. Comercializadas como papas frescas gourmet, con una mezcla de variedades diferentes, T'ikapapa introdujo las papas nativas al supermercado líder en Perú – Wong.
- Papy Boom*, chips de papas nativas amarillas que estaban destinadas a ser comercializadas para niños de familias con menos ingresos.

- Jalca Chips, la primera marca de chips de papa nativa de colores vendida en Perú.

Jalca Chips, fue introducida en las tiendas del *duty free* del Aeropuerto Internacional de Lima y fue la primera innovación de mercado que abrió el camino para las papas nativas en mercados de alto valor. Posteriormente, fueron reemplazadas

en el mercado por otras marcas de chips de papas nativas de superior calidad, incluyendo a unas producidas por pequeñas compañías de provincia y otras producidas por gigantes multinacionales como Frito Lay y Gloria.

Los diferentes productos desarrollados a lo largo del tiempo se muestran en la Figura 1.



Figura 1. El EPCP es un desencadenante para el desarrollo de nuevos productos basados en papa en Perú

Innovaciones institucionales

La innovación institucional se refiere a cambios en las normas, regulaciones, y organizaciones que posibilitan y limitan comportamientos e interacciones que influyen en el desarrollo de la cadena de valor. El EPCP desencadenó algunas innovaciones institucionales que mejoraron la coordinación de actividades necesarias para expandir la provisión de papas de alta calidad al mercado. Algunos ejemplos incluyen:

- CAPAC Perú* (Cadenas Productivas Agrícolas de Calidad en el Perú), que emerge como una innovación institucional del ejercicio de EPCP. Originalmente establecida como una asociación para promover "Mi Papa", continuó para apoyar la cadena de valor de las papas nativas, hasta ahora.
- Iniciativa Papas Andinas*, una alianza de compañías, diversas ONG, organizaciones de productores y chefs que reconocen el valor de las papas andinas para sus consumidores, productores y otros actores de la cadena de mercado y promueven el desarrollo del sector a través de los principios de la RSC.
- Alianza Institucional de la Tunta*, que apoya mejoras en la calidad y comercialización de las papas nativas deshidratadas.

- La Alianza de Aprendizaje*, que fue pensada originalmente para las ONG y otros grupos interesados en el intercambio de conocimiento y extracción de lecciones para mejorar su trabajo de apoyar el desarrollo de las cadenas de valor. A lo largo del tiempo, su trabajo se ha expandido para cubrir otros temas, como organización de productores y relaciones públicas-privadas. La alianza ha coordinado la preparación de estudios sugeridos por sus propios miembros así como otros a pedido del gobierno.
- Creación de estándares de calidad para las papas en el mercado mayorista de Lima, comercializados con la marca a "Mi Papa".

Las innovaciones institucionales buscaron hacer palanca política y más apoyo público para el desarrollo de la cadena de papa nativa incluyendo:

- Establecimiento de una comisión multisectorial para organizar el Día Nacional de la Papa en Perú
- Celebración del Día Nacional de la Papa cada año desde el 2005
- Desarrollo de normas técnicas para la tunta
- El borrador de una ley nacional de comercio mayorista de papa en 2008

- Inclusión de papas nativas en el registro peruano de variedades de nacionales de papa

Innovaciones tecnológicas

Las innovaciones tecnológicas son cambios en las prácticas de producción que incrementan la eficiencia o la calidad de producción. La experiencia con el EPCP demuestra que cuando los productores pueden contar con un mercado que les genere ganancias por sus papas, ellos estarán dispuestos a mejorar sus prácticas culturales e invertir en nuevas tecnologías. Sin embargo, los agricultores, particularmente los pequeños productores en regiones aisladas, usualmente carecen de buenas fuentes de información técnica y apoyo para actualizar sus prácticas. En este contexto, INCOPA ha trabajado con entidades públicas de investigación, firmas privada, y las ONG para resolver más efectivamente estas necesidades técnicas de agricultores que desean responder a las nuevas oportunidades del mercado para sus papas. Ejemplos de mejoras incluyen lo siguiente:

- Selección de variedades nativas con atributos apropiados para su comercialización y procesamiento
- Caracterización de cualidades de procesamiento de papas nativas
- Promoción de inhibidores de brotes para aumentar la vida útil de anaquel de las papas nativas
- Mejoras en control de plagas y enfermedades
- Promoción de técnicas de producción de semillas (incluyendo "selección positiva") que mejora el rendimiento y la calidad del producto a la vez que protege el medioambiente

Cambios a nivel del sector

En el contexto de las recientes mejoras en las redes de información y transporte en Perú y el rápido crecimiento de la agricultura y economía como un todo (Webb, 2012), el trabajo estimulado por INCOPA y la red asociada de socios públicos y privados ha contribuido a cambios importantes en el sector papa. Durante la última década, el consumo de papa en Perú ha incrementado de 65 a 85 kilos por persona por año. En América Latina, que ha experimentado un consumo estable o decreciente, el incremento del consumo de la papa peruana representa uno de los más notables eventos en la región, en el sector papa, en los últimos 50 años (Scott, 2011). Durante la última década, la producción de papas nativas ha aumentado en un tercio en Perú. Pero incluso con esta producción aumentada, los precios pagados a los agricultores de papas nativas han incrementado en más del 50% debido al incremento significativo en la demanda del consumidor. Como resultado de mayores ventas y precios más altos, el valor de las papas nativas vendidas por productores ha subido por 150%.

Cambios a nivel de unidades productivas

Un estudio a nivel de la población objetivo directa (Bucheli *et al.*, 2007) muestra que las familias productoras en Cayna (región Huánuco) que participó en el proyecto INCOPA, incrementó su rendimiento de papas amarillas de 10 a 14 toneladas métricas/ha y obtuvo un precio mayor a 20% debido a la mejora de la calidad del producto y mejores prácticas de comercialización. Como resultado el ingreso promedio de una familia por ventas de papas amarillas subió de \$721 a \$2,058. En Andahuaylas (región Apurímac), los productores incrementaron su rendimiento de 9 a 15 toneladas métricas/ha, y recibieron un precio 26% superior al precio recibido por productores en el grupo de control (Maldonado *et al.*, 2011). Más allá de estos avances del proyecto, recientes incrementos en la demanda urbana por papas - particularmente papas nativas- se complementó con mejoras significativas en la información de mercado - vía teléfono celulares- y caminos o carreteras de



las unidades productivas a los mercados, y han estimulado incrementos en la producción y productividad a lo largo de las zonas altas.

Tradicionalmente, las papas nativas eran cultivadas para el consumo propio y eran vendidas solo ocasionalmente, cuando se requería dinero urgentemente. La expansión de la demanda urbana por papas nativas ha creado nuevas oportunidades para los pequeños productores de las zonas altas para expandir su producción de papa, diversificar sus relaciones de mercado, y generar más ingresos económicos. En respuesta a estas nuevas oportunidades, los productores necesitan desarrollar sus habilidades de comercialización y mejorar sus prácticas de producción y post-cosecha para alcanzar estándares más exigentes de sus procesos. Esto queda como un importante desafío que necesita ser atendido cuando el ciclo del EPCP esté completo, para asegurar la sostenibilidad de la intervención. La experiencia muestra que es mejor hacerlo en colaboración con las ONG así como con compañías privadas que desean fortalecer su trabajo en la esfera de la RSC.

Lecciones

La experiencia peruana presenta lecciones importantes para los esfuerzos de I&D aplicados.

El EPCP desencadenó procesos de innovación que conllevaron a impactos significativos, pero no produjo impactos por sí mismo. La reciente expansión del transporte y las comunicaciones en las zonas altas de Perú, las políticas favorables a la economía, y el boom de la cocina peruana jugaron todos roles importantes en la mejora del bienestar de los productores. Una mezcla de medidas complementarias implementadas en un contexto favorable, resultó en los cambios que han sido observados.

Los beneficios del EPCP han emergido a lo largo del tiempo, muchas veces como resultado de imitaciones creativas. Durante la implementación del EPCP había relativamente pocos beneficiarios directos. Pero a lo largo del tiempo, el número de beneficiarios indirectos aumentó exponencialmente, a medida que más personas se dieron cuenta de los nuevos productos desarrollados y a medida que más personas comenzaron a innovar por su cuenta - muchas veces copiando las innovaciones originales o mejorándolas de manera creativa. Como resultado del amplio número de innovaciones promovidas por el EPCP, los actores de la cadena de mercado, incluyendo a los pequeños productores, se beneficiaron de la expansión de la producción y uso de las papas - particularmente papas nativas.

El apoyo a largo plazo financiero e institucional, provista en este caso por COSUDE y el CIP, fue esencial para alcanzar resultados significativos. El desarrollo de capacidades toma tiempo y las innovaciones emergen a lo largo del tiempo de maneras impredecibles. Estos procesos se pueden beneficiar si se cuenta con apoyo externo en un periodo de tiempo que permita madurar los resultados, en este caso en más de una década. En la mayoría de casos, es poco probable que un proyecto de desarrollo de dos o tres años pueda proveer del apoyo necesario para construir capacidades de innovación de una manera que produzcan resultados significativos y duraderos.

La ciencia moderna puede jugar un rol útil en expandir la utilización de cultivos ancestrales. Generalmente se piensa que la principal contribución de los centros internacionales de investigación agrícola al desarrollo agrícola es a través de la generación de nuevas variedades de cultivos. El trabajo reportado en este documento ilustra como el CIP ha sido capaz de contribuir a una utilización mayor de variedades de cultivos nativos, a través de un programa complementario de intervenciones que incluían no solo investigación sino también incidencia pública, influencia en políticas, y construcción de capacidades. También muestra como un centro de investigación puede trabajar efectivamente no solo en temas relacionados a la producción agrícola sino también en el procesamiento, comercialización y consumo.

Nuevos enfoques de I&D, como el EPCP, no pueden "escalarsse" o "transferirse" fácilmente a otros escenarios. Sin embargo, pueden ser adaptados y aplicados en otros lugares si se presta atención al contexto local. El EPCP fue desarrollado para responder un grupo particular de problemas con un cultivo específico en una región específica. Sin embargo, a través de los esfuerzos de construcción de capacidades, el EPCP también ha sido aplicado exitosamente en otros países y regiones. Cómo demuestran otras experiencias, el EPCP no fue simplemente "transferido" de un lugar a otro, en cada caso fue necesario crear un enfoque a la medida y fortalecer las capacidades locales para encajar en las circunstancias y necesidades locales. El EPCP ha contribuido más al desarrollo en donde ha sido usado como una parte de un grupo de intervenciones mayores que han incluido investigación, fortalecimiento de plataformas multisectoriales, influencia en políticas, e incidencia pública.

Agradecimientos

Queremos agradecer a las siguientes personas por su colaboración durante el trabajo reportado en este documento: Graham Thiele, Giancarlo de Picciotto, Cesarina Quintana, Miguel Quevedo, Celfia Obregón, Mario Sevilla, Rocío Cruz Saco, y Ana María Vela. El documento fue editado por Verónica Valcarcel.

✔ Lecturas complementarias

Bernet, T., G. Thiele and T. Zschocke. 2006. Participatory Market Chain Approach (PMCA) – User Guide. Lima, Peru, International Potato Center (CIP).

Bucheli, B., M. Ordinola, I. Antezana, L. Maldonado y C. Obregón. 2007. Estudio de caso: Evaluación de impacto de la intervención del Proyecto INCOPA/ADERS en Huánuco. Lima, Perú, CIP.

Devaux, A., M. Ordinola, A. Hibon y R. Flores, 2010b. El sector papa en la región andina: Diagnóstico y elementos para una visión estratégica. Lima, Perú, CIP.

Devaux, A.; M. Ordinola and D. Horton (Eds.). 2011. Innovation for Development: The Papa Andina Experience. Lima, Peru, CIP.

Horton, D and K. Samanamud. 2013. Peru's native potato revolution. Papa Andina Innovation Brief 2. Lima, Peru, CIP.

Maldonado, L; M. Ordinola, K. Manrique, C. Fonseca, M. Sevilla y O. Delgado. 2011. Estudio de caso: Evaluación de impacto de la intervención del proyecto INCOPA/CAPAC en Andahuaylas. Lima, Perú, CIP.

MINAG (Ministerio de Agricultura). 2009. Papa: Cadena agroproductiva. Boletín No. 3. Lima, Perú.

Ordinola, M; T. Bernet, K. Manrique y C. Fonseca. 2007. Promoviendo innovaciones con los actores de la cadena de la papa y revalorizar la biodiversidad de la papa. Lima, Perú. CIP.

Ordinola, M, A. Devaux, K. Manrique, C. Fonseca and A. Thomann, A. 2009. Generando innovaciones para el desarrollo competitivo de la papa en el Perú. Lima, Peru.

Ordinola, M. 2014. Estudio de caso: Gestión del conocimiento e incidencia de políticas: La experiencia de la Alianza de Aprendizaje Perú. Knowledge Management for Development Journal 10(1): 80-90.

Proexpansión. 2011. Cambios del sector papa en el Perú en la última década: Los aportes del proyecto INCOPA. Lima, Perú, CIP.

Proexpansión. 2012. Efectos de INCOPA en la cadena de la papa. Insumos para el informe de cierre de COSUDE. Lima, Perú.

Scott, G. 2011. Tendencias cruzadas: El consumo y utilización de la papa en América Latina entre 1961 y 2007 y sus implicancias para la industria. Revista Latinoamericana de la Papa 16 (1): 1-38.

Webb, R. 2012 Pobreza y dispersión poblacional. Informe final, Proyecto mediano CIES PM01-2008. Consorcio de Investigación Económica y Social. Lima: Universidad San Martín de Porras.

✔ Apoyo para Papa Andina e INCOPA

Papa Andina e INCOPA fueron implementados en el Centro Internacional de la Papa (CIP) y han sido generosamente apoyados por subvenciones de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE).

✔ Sobre los autores

Miguel Ordinola lideró el proyecto INCOPA y es ahora es Coordinador de Proyectos LAC en el Perú (CIP, Lima-Perú). **André Devaux** coordinó Papa Andina y es actualmente líder regional del CIP para América Latina y el Caribe. **Thomas Bernet**, quien abogó por el desarrollo de EPCP en el CIP y facilitó su aplicación en varios casos, ahora trabaja para el Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) en Suiza. **Kurt Manrique**, perteneció al equipo de Proyecto INCOPA, y ahora trabaja en el IICA. **Cristina Fonseca**, del Departamento de Ciencias Sociales del CIP, trabajó con INCOPA y Papa Andina, durante varios años, apoyando el trabajo con el EPCP. **Gastón López**, un consultor independiente en mercadeo, basado en Lima, Perú, trabajó con INCOPA y Papa Andina en el desarrollo y aplicación del EPCP, y facilitó varios ejercicios de EPCP. **Douglas Horton** es un investigador y evaluador independiente que ha colaborado con la Iniciativa Papa Andina desde el 2004.

✔ Cita correcta

Ordinola, M., Devaux, A., Bernet, T., Manrique, K., López, G., Fonseca, C., Horton, D. 2017. El EPCP y la innovación de cadena de mercado de papa en el Perú. Resumen de innovación 3 de Papa Andina. Centro Internacional de la Papa, Lima, Perú. 8 pp.