

# **“PROMOCIÓN DE CULTIVOS ANDINOS: DESARROLLO DE AGROINDUSTRIAS Y MERCADOS PARA LA ARRACACHA”**

## **Resumen Ejecutivo del Proyecto**

Sonia Salas Domínguez  
Coordinadora

### **ANTECEDENTES**

Desde 1993 en el marco de CONDESAN, se ejecuta el Programa Colaborativo de Biodiversidad de Raíces y Tubérculos Andinos para lo cual se cuenta con el apoyo financiero de la Cooperación Técnica del Gobierno Suizo (COSUDE). La aspiración del programa es contribuir a mejorar la calidad de vida de la familia rural andina, logrando la producción competitiva de raíces y tubérculos mediante la conservación y utilización eficiente de la biodiversidad.

Como resultado de la primera etapa de este Programa se seleccionaron microcentros con mayor biodiversidad y potencial productivo, así como productos promisorios. Uno de los productos priorizados fue la arracacha (*Arracacia xanthorrhiza*).

En base a esta prioridad y respondiendo a las señales del mercado se presentó un pequeño proyecto al Fondo de Donaciones Menores que permitió recolectar información en base al cual se elaboró el presente proyecto: “Promoción de Cultivos Andinos: Desarrollo de Agroindustrias y Mercados para la Arracacha”, que cuenta con el apoyo financiero del CIID – Canadá por US\$ 244,306.00.

Este es un proyecto regional que se ejecuta en Ecuador, Perú y Bolivia tendrá una duración de 3 años 1999 – 2001, este es el primer año de su ejecución.

### **IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA DEL PROYECTO**

La arracacha es una raíz de importancia regional (*Seminario, 1995*), la promoción del cultivo y la generación de un mayor valor agregado que quede en manos de los propios productores contribuirá a aliviar la pobreza y generar procesos de desarrollo local en beneficios de muchas familias andinas.

Esto se sustenta en que es un producto con creciente demanda tanto en los países de origen como en otros (Tompson, 1980); por su fácil adaptabilidad a diversas zonas

ecológicas; y, por el grado de interés que demuestran las industrias en la raíz, por que cuenta con mercados factibles de ser desarrollados (*Entrevistas a empresarios de Lima, 1998*), y porque la imagen de la arracacha se asocia con un producto fino y delicado.

En los microcentros priorizados para la ejecución del proyecto de Bolivia, Perú y Ecuador, el cultivo y comercialización de arracacha genera ingresos para aproximadamente 1,700 familias que representan más de 10,000 personas.

En el caso Perú, Súcota (Cutervo - Cajamarca) es uno de los microcentros con mayor biodiversidad de arracacha (hasta el momento se han identificado más de 30 cultivares). Aquí mismo se identificó también una agroindustria tradicional del rallado que corresponde al esquema de: “Los Sistemas Agroalimentarios Localizados”, pues, no se trata de una sola actividad sino de una serie de actividades vinculadas al nivel de las cadenas de producción con diversos actores que se relacionen entre sí a través de una serie de estrategias de carácter económico, comercial, social, etc. que estudiadas y fortalecidas podrían generar procesos de gestión local y desarrollo microregional.

El rallado genera ingresos y empleos para las familias de la microcuenca de Súcota, un grupo de comunidades productoras de arracacha vende el producto a otro grupo de comunidades procesadoras, las que a su vez se vinculan con otras que aprovisionan servicios de comercialización, implementos, etc. El estudio y mejoramiento de este sistema podría servir de modelo para actividades similares a nivel de ecorregión.

El rallado se procesa durante todo el año. Cuenta con mercados locales muy importantes. Sin embargo es una actividad totalmente informal, sin mayores posibilidades de ingresar a otros mercados por la calidad técnica y sanitaria deficiente.

En el presente proyecto se pretende en los 3 países intervenir sobre procesos en marcha bajo un esquema de investigación – acción. Los problemas que se pretenden enfrentar son:

- La falta de competitividad del producto en fresco por la alta perecibilidad del producto que genera pérdida de poscosecha mayor a 40%
- La falta de competitividad del procesado tradicional por problemas técnicos y sanitarios.
- Y el bajo nivel técnico de los productores.

Para este fin se ha previsto el logro de los siguientes objetivos específicos.

## **OBJETIVOS:**

### A nivel de la Ecorregión:

- Sintetizar y generar una metodología, válida para el desarrollo de agroindustrias tradicionales de los Andes.

- Identificar en las zonas piloto de CONDESAN agroindustrias tradicionales o actividades promisorias en marcha factibles de ser potenciadas.
- Fortalecer las capacidades institucionales de los socios a nivel de los países andinos en aspectos técnicos y sociales relacionados con el desarrollo de agroindustrias.

#### A nivel Local:

- Mejorar la competitividad de la agroindustria rural del “Rallado de Arracacha”, en Sucse – Cajamarca – Perú.
- Mejorar la competitividad comercial de la arracacha fresca en San José de Minas (Ecuador), San Juan de La Miel (Bolivia) y Sucse (Perú)
- Fortalecer las capacidades locales mediante la formación de líderes campesinos.

### **INSTITUCIONES PARTICIPANTES Y ÁMBITOS DE TRABAJO**

<b>Responsable</b>	<b>Instituciones participantes</b>	<b>Ámbito de trabajo</b>
Andrade, Hector	INIAP (Intituto Nacional de Investigación Agropecuaria) CIP-Quito Ministerio de Agricultura	San José de Minas - Quito - Ecuador
Delgado, Raúl	IESE – UMSS (Instituto de Estudios Sociales y Económicos de la Universidad Mayor de San Simón) Gobiernos Locales	San Juan de la Miel – La Paz – Bolivia
Coronado, Delicia	ESCAES (Escuela Campesina de Educación y Salud) UNC (Universidad Nacional de Cajamarca) Gobiernos Locales	Sucse - Cajamarca - Perú

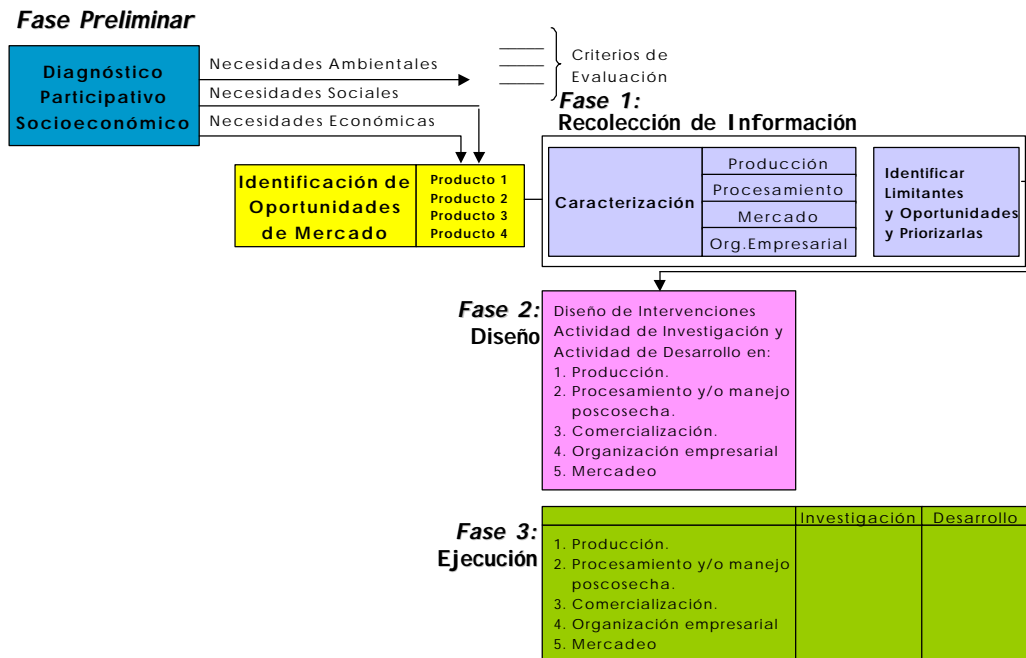
### **METODOLOGÍA**

Los diagnósticos y estudios se efectuaron con la participación activa de los beneficiarios.

En cuanto a la poscosecha y los procesos agroindustriales y de comercialización, se investigan en marcha, es decir se participó en los procesos bajo las condiciones en las que trabajan las familias con ellos se analiza la oferta de materia prima, los procesos, la infraestructura, la calidad de la producción, la organización de la producción, presentación del producto, administración de la producción, análisis financiero, etc.

La comercialización se orienta a un sondeo de oferta y demanda actual y potencial, se efectúan seguimientos de flujos y se efectúan diagnósticos para la identificación de nichos de mercado.

El diseño metodológico que se trabaja es el siguiente:



## RESULTADOS

Los resultados hasta hoy logrados son:

- **En Mejoramiento de la Competitividad de la Arracacha Fresca**
  - Una base de datos de la situación socioeconómica inicial en base a diagnósticos participativos.
  - Se han identificado las limitantes del mercado actual.
  - Se ha sistematizado los avances de investigación en poscosecha.
  - Se ha diseñado una propuesta metodológica para el estudio de la poscosecha.
  - Con la colaboración de EMBRAPA-Brasil se ha capacitado en un curso regional a personal profesional de campo y a líderes campesinos de Perú, Bolivia y Ecuador en Técnicas de Manejo Agronómico, Poscosecha y uso de la arracacha.

- **Arracacha Procesada “Rallado”**

- Se ha caracterizado la agroindustria.
- Se ha caracterizado la oferta y la demanda en los mercados locales y regionales (flujos de comercialización).
- Se han identificado y priorizado las limitantes tecnológicas y de la organización empresarial.
- Se esta fortaleciendo las capacidades locales, mediante cursos locales de organización, gestión y tecnología.
- Se han efectuado balances de materia y se están estandarizando los parámetros tecnológicos.
- Se han determinado los puntos críticos en el proceso del rallado y se ha iniciado el diseño de propuestas para superar los problemas. Ejemplo: El punto critico era el rallado que demandaba de 7 a 8 horas; con la nueva alternativa que fue la implementación de un rallador (con sistema mecánico) se cambio la manera tradicional de rallar disminuyendo este proceso a 15 minutos y mejorando la eficiencia en 100%.
- Se ha identificado nichos de mercado en Lima, arrojando como resultado un mercado potencial 4 veces mayor a la oferta actual del producto procesado, el segmento (Familia) a donde dirigirse y el nicho (Niños en edad escolar, de ambos sexos) al que se debe apuntar.