

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN - TACNA

Escuela de Posgrado

Maestría en Agronegocios

CADENA DE VALOR DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN - COMERCIALIZACIÓN
DE PLÁTANO BELLACO (*Musa paradisiaca* L.) VAR. *HARTÓN*. PROPUESTA
DE ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD
DEL SECTOR PLATANERO EN EL DISTRITO DE PADRE
ABAD - AGUAYTÍA, AÑO 2013

TESIS

PRESENTADA POR:

ING. ERICA GUISELLA MERINO MAGUIÑA

Para optar el Grado Académico de:

**MAESTRO EN CIENCIAS (*MAGISTER SCIENTIAE*)
CON MENCIÓN EN AGRONEGOCIOS**

TACNA - PERÚ

2014

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN AGRONEGOCIOS

**CADENA DE VALOR DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN-
COMERCIALIZACIÓN DE PLÁTANO BELLACO
(*Musa paradisiaca* L.) VAR. *HARTÓN*. PROPUESTA
DE ESTRATEGIAS DE FORTALECIMIENTO
DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR
PLATANERO EN EL DISTRITO DE
PADRE ABAD – AGUAYTÍA,
AÑO 2013**

Tesis sustentada y aprobada el 06 de enero del 2014; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE :
Dr. Elí Joaquín Espinoza Atencia

SECRETARIO :
Dr. Lucio Walter Valderrama Pérez

MIEMBRO :
Mgr. Nicolás Fidel Calderón Urriola

ASESOR :
Dra. Rina María Álvarez Becerra

DEDICATORIA

A Dios altísimo por ser guía de mis pasos, por regalarme una familia maravillosa, y sobre todo por darme el don de la fortaleza, para lograr cada uno de mis objetivos.

A mis queridos padres, Raúl Eder y Alicia, a mi abuela Isolina “en memoria” por el amor incondicional, sus consejos, el apoyo moral y económico que hicieron posible culminar con éxito esta maestría.

A mis hermanas, Claudia Marilyn, y Caroline Evelyn, a mi sobrina Claudet Raydalicia, a mi cuñado José Alfredo por su apoyo y motivación.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme realizar y culminar con éxito mis estudios; a todas las personas e instituciones que han colaborado en el desarrollo de la presente tesis y obtener el Grado Académico de Maestro con mención en Agronegocios. Especialmente agradezco:

- A mi asesora Dra. Rina Álvarez Becerra, por su amistad y asesoramiento en el desarrollo científico y académico del presente trabajo de investigación.
- A los miembros del Jurado de Tesis: Dr. Eli Joaquín Espinoza, Atencia, Dr. Lucio Walter Valderrama Pérez, Mgr. Nicolás Fidel Calderón Urriola, por el aporte académico, científico y las revisiones de fondo y forma del texto de la presente tesis.
- A la oficina de becas y créditos PRONABEC, por financiarme la maestría.
- A los técnicos del proyecto plátano de la Municipalidad Provincial de Padre Abad – Aguaytía -2013.

CONTENIDO

	Pág.
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS	xix
RESUMEN	xx
ABSTRACT	xxi
INTRODUCCIÓN	01
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	03
1.1 Planteamiento del problema	03
1.1.1 Formulación del problema	07
1.1.2 Problema general	07
1.2 Justificación e importancia	07
1.3 Objetivos	09
1.4 Variables	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 Antecedentes del problema	13

2.1.1 Origen del plátano	14
2.1.2 Análisis de oferta	22
2.1.3 Producción Nacional.....	27
2.1.4 La cadena de valor	32
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	37
3.1 Ubicación geográfica.....	37
3.2 Descripción de las características de la investigación	37
3.2.1 Diseño de la investigación	38
3.2.2 Selección de la muestra.	39
3.2.3 Población en estudio	39
3.2.4 Recolección de datos.....	40
3.2.5 Diseño del instrumento.....	41
3.2.6 Instrumentos utilizados.....	41
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	42
4.1 Resultados e interpretación.....	42
4.1.1 Principales actores en la cadena de valor de plátano bellaco Var. Hartón, para mercado. Canales comerciales.....	43
4.1.2 Logística y distribución	111
4.1.3 Análisis de la oferta y precios del plátano.....	116

4.1.4 Evaluación de la cadena de valor de plátano para consumo fresco, en el distrito de Padre Abad- Aguaytía.....	125
4.2 Estrategias propuestas.....	138
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	143
CONCLUSIONES.....	157
RECOMENDACIONES.....	160
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	163
ANEXOS.....	178

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Equivalencia por variedad de plátano.....	19
Tabla 2. Composición química del fruto del clon Hartón (cifras en porcentajes).....	22
Tabla 3. Área cosechada mundial 2008-2010, en hectáreas...	23
Tabla 4. Producción mundial de plátano 2008-2010 (toneladas)	23
Tabla 5. Área y por región productoras promedio de plátano el 2007	24
Tabla 6. Principales productores mundiales de plátano 2010, (En Toneladas).....	25
Tabla 7. Superficie sembrada (Has.)1/	29
Tabla 8. Producción y superficie cultivada de banano y plátano en el Perú, 2012.....	30
Tabla 9. Producción, área cosechada y rendimientos de plátano (miles de TM, miles de hectáreas), toneladas métricas por ha. 2008-2010.....	31
Tabla 10. Estacionalidad del plátano (meses).....	32
Tabla 11. Diferencia entre cadena de producción y cadena de valor.....	36
Tabla 12. Población en estudio.....	40

Tabla 13. Edad de los productores entrevistados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013.....	44
Tabla 14. Productores plataneros según sexo en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013.....	45
Tabla 15. Actividad laboral de productores entrevistados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013.....	46
Tabla 16. Nivel educativo de los productores plataneros en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013.....	46
Tabla 17. Variedad de plátanos cultivados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013.....	47
Tabla 18. Área total cultivada por los productores entrevistados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013.....	47
Tabla 19. Rendimientos obtenidos del cultivo de plátano en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013.....	48
Tabla 20. Precio de venta del plátano, en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013.....	49
Tabla 21. ¿Por qué se dedica usted al cultivo de plátano?.....	50

Tabla 22. ¿Cuál es el tipo de sistema agrícola que Usted utiliza en su finca de plátano?, Aguaytía, 2013.....	51
Tabla 23. ¿Realiza Usted algún control de plagas y enfermedades?.....	51
Tabla 24. ¿Realiza Usted algún tipo de fertilización a sus cultivos de plátano?.....	52
Tabla 25. ¿Según usted cuál es la principal fuente de mano de obra, en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013?.....	53
Tabla 26. ¿Es el suministro de mano de obra un problema durante producción, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	54
Tabla 27. ¿Según usted es el suministro de mano de obra un problema durante la cosecha?.....	55
Tabla 28. ¿Cómo califica la mano de obra de los empleados que trabajan con usted?.....	56
Tabla 29. ¿De cuál institución recibe usted mayor apoyo para el cultivo de plátano, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?.....	57

Tabla 30. ¿Existe apoyo financiero del sector público específico para los productores de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	58
Tabla 31. ¿Existe apoyo financiero del sector privado específico para los productores de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?.....	58
Tabla 32. ¿Conoce usted si existe tierra disponible en cantidad suficiente para la producción de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?.....	59
Tabla 33. ¿Conoce usted si existe tierra disponible de calidad para la producción de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?.....	60
Tabla 34. ¿Cuál es la situación del terreno que usted destina a la producción de plátanos en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?.....	60
Tabla 35. ¿Según su apreciación cómo considera que son las lluvias en la zona en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?.....	61

Tabla 36. ¿Sufre el área de producción por inundaciones durante la estación de crecimiento en el distrito de Padre Abad 2013, Aguaytía?	62
Tabla 37. ¿Constituyen las altas temperaturas un problema para este producto en esta área en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	62
Tabla 38. ¿Según usted cuál es la mayor limitante que observa para la provisión de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?	65
Tabla 39. ¿En qué etapa de las labores culturales del cultivo encuentra usted la mayor limitante para su producción en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	66
Tabla 40. ¿Según usted a partir de qué tiempo se obtiene la primera cosecha del plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013.....	72
Tabla 41. ¿Cómo toma usted la decisión de cuándo cosechar su cultivo de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?	72

Tabla 42. ¿Según su experiencia cuántas cosechas de plátano realiza usted al año en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?.....	73
Tabla 43. ¿Cuál es sistema que emplea para la cosecha, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?... ..	73
Tabla 44. ¿Cómo calificaría la preparación del producto para su envío al mercado, según calidad del plátano en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013?.....	74
Tabla 45. ¿Cómo calificaría la preparación del producto para su envío al mercado, según tamaño del plátano en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013?.....	75
Tabla 46. ¿Cómo calificaría la presentación del producto para su envío al mercado, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	76
Tabla 47. ¿Cuál es su principal medio transporte que usted Utiliza para vender su producción de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	77
Tabla 48. ¿Considera Usted que la accesibilidad de la zona de producción (condiciones de las carreteras) en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?.....	78

Tabla 49. Los modos de transportes que Usted Utiliza para el traslado del plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía en el 2013.....	79
Tabla 50. ¿Cómo califica el medio de transporte que utiliza para el traslado del plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	80
Tabla 51. ¿Cuál es el costo del transporte que Usted Utiliza para trasladar su producto en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	80
Tabla 52. ¿Cuál es el destino de la producción en el distrito de Padre Abad, 2013, Aguaytía, 2013?.....	81
Tabla 53. ¿Cuál es el canal de distribución más utilizado en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	82
Tabla 54. ¿Cómo obtiene usted la información de mercado?, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	84
Tabla 55. Rendimiento Ha/ año de la producción de plátano...	86
Tabla 56. Rendimiento Ha/año de las Provincias en estudio...	86
Tabla 57. ¿Cómo evalúa usted los costos de producción, comparados con los de otras provincias productoras en Perú y con respecto a los otros	

países productores de plátano del distrito de Padre Abad, Aguaytía en el año 2013?.....	87
Tabla 58. Costo de Instalación de plátano orgánico para consumo fresco (variedad Hartón). Zona de producción: Padre Abad Aguaytía. Valores expresados en soles.....	88
Tabla 59. Costo de mantenimiento de plátano convencional para consumo fresco (variedad Bellaco Hartón). Zona de producción: Padre Abad – Aguaytía. Valores expresados en soles.....	89
Tabla 60. Costo de Instalación de plátano convencional para consumo fresco (variedad Bellaco Hartón). Zona de producción: Padre Abad - Aguaytía. Valores expresados en soles.....	90
Tabla 61. Costo de mantenimiento de plátano convencional para consumo fresco (variedad Bellaco Hartón). Zona de producción: Padre Abad - Aguaytía. Valores expresados en soles.....	91
Tabla 62. Costo de producción total de plátano para consumo fresco (variedad Bellaco Hartón). Zona de	

producción: Padre Abad - Aguaytía. Valores expresados en soles.	92
Tabla 63. Principales rubros del costo total de producción de plátano Var. “Bellaco” Hartón, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía en el 2013.....	93
Tabla 64. ¿Qué expectativa tiene usted a corto plazo (febrero a junio), en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?	95
Tabla 65. ¿Qué expectativa tiene usted a mediano plazo (2014), en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	95
Tabla 66. ¿Para ustedCuál es la asociación de productores más organizados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?.....	100
Tabla 67. Número de agricultores atendidos por extensionistas, por sectores de producción del cultivo de plátano “bellaco” (variedad hartón).....	101
Tabla 68. Ingreso mensual de principales tubérculos Lima metropolitana: y raíces (t), al mercado mayorista N° 1 Período: enero-diciembre 2002 y 2012.....	121

Tabla 69. Precio promedio mínimo de plátano Bellaco, Mercado Coop. Túpac Amaru (S/. x Kg.) mensuales por Kg. (netos de impuestos).....	122
Tabla 70. Sistema de evaluación de los 22 componentes de la cadena de valor de plátano “bellaco” Variedad <i>Hartón</i> del Distrito de Padre Abad - Aguaytía.....	127
Tabla 71. Principales limitantes, propuestas y estrategias de la cadena de valor de plátano para consumo fresco del distrito de Padre Abad- Aguaytía.....	140

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Principales canales de comercialización de plátano Bellaco Var. <i>Hartón</i> . Actores más importantes.....	43
Figura 2. Volumen anual de plátano comercializado en el Mercado Coop. de plátanos. Período 2008/2013.....	118
Figura 3. Ingresos mensuales de plátano al Mercado Mayorista N° 1 de plátano. Promedio del período 2002/2012.....	119

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
9.1 Matriz de consistencia.....	169
9.2 Formatos de entrevistas a los principales actores de la cadena de valor de plátano <i>Var. "Bellaco" Hartón</i>	171

RESUMEN

Se realizó el estudio de la cadena de valor del sistema de producción-comercialización de plátano “bellaco” Variedad *Hartón* en la ciudad de Aguaytía, teniendo como propósito contribuir a la mejora de los precios, calidad y marketing, se tuvo como finalidad incrementar el bienestar de los actores involucrados en cada eslabón de la cadena. Los objetivos específicos fueron describir, analizar los componentes del sistema; asimismo la identificación y evaluación de los problemas prioritarios que surgen en la cadena de valor. Se utilizó la metodología propuesta por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Como resultados se evaluó a quince comunidades productoras de plátano, cuyo rendimiento promedio es de trece toneladas por hectárea, con periodos de cosechas durante los doce meses del año.

Se identificaron las principales limitantes que afectan la competitividad del plátano “bellaco” Var. *Hartón*. Finalmente se plantearon estrategias para mejorar la competitividad del sector y favorecer la distribución equitativa de los ingresos generados a lo largo de la cadena de valor del sector platanero de Aguaytía.

Palabras claves: *Competitividad, estrategias, cadena de valor, Musa paradisiaca.*

ABSTRACT

The study of the chain value of production-marketing of bananas "bellaco" Var. *Hartón* in Aguaytía city, is done with the purpose of increasing the prices, quality and marketing, in order to increase the welfare of the actors involved in each link of the chain. The specific objectives were to describe, analyze system components, also the identification and assessment of the priority problems in the value chain. The methodology proposed by the Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture was used. As results were assessed fifteen banana producing communities whose average is thirteen tons per hectare, with periods of crops during the twelve months of the year.

The main constraints affecting the competitiveness of the "bellaco" banana Var. *Harton*. Finally strategies to improve the sector's competitiveness and promote the equitable distribution of revenues along the value chain of the banana sector in Aguaytía.

Keywords: *Competitiveness , strategy , value chain, Musa paradisiaca.*

INTRODUCCIÓN

El plátano es un cultivo de gran importancia económica, es una fuente de trabajo, y una actividad que genera ingresos económicos al agricultor mediante la venta de los frutos; convirtiéndose como uno de los principales componentes de la canasta familiar de la población amazónica peruana.

En Aguaytía se estima que el área sembrada con plátano abarca una extensión de 2 500 hectáreas de los cuales 1 500 hectáreas abastecen el mercado nacional, cuyo volumen de producción anual se estima en 13 125 t. (35 000 unidades) de las cuales alrededor del 10 % es de consumo local y con el 90 % se destina a las agroindustrias de chifles y mercados mayoristas de Lima.

El cultivo afronta una serie de problemas vinculados con factores climáticos y de suelo, manejo de las plantaciones, y finalmente con los procesos de cosecha, poscosecha, transporte y comercialización, factores que inciden en los bajos rendimientos y la calidad del producto, generando una baja rentabilidad.

Por lo expuesto, el siguiente trabajo de investigación tiene como fin realizar un análisis de cada uno de los actores de la cadena de valor del plátano, donde el aporte será dar una propuesta para buscar soluciones a los problemas actuales vinculados con la producción y comercialización de este cultivo de gran importancia local, regional y nacional.

En el capítulo I, se presenta el problema de investigación, planteamiento del problema, la formulación del problema, la justificación e importancia, los objetivos, los componentes del estudio, como la producción, y la comercialización.

En el capítulo II, se presenta el marco teórico, antecedentes del problema del trabajo de investigación.

En el capítulo III, se describe el marco metodológico, la ubicación geográfica, el diseño de la investigación, la población en estudio, los instrumentos y la recolección de datos.

En el capítulo IV, se describe e interpreta los principales resultados y las estrategias propuestas del estudio.

En el capítulo V, se presenta la discusión de los resultados del estudio.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

EL plátano verde o “Macho” se cultiva en zonas de la selva tropical, siendo la India el país con mayor producción, alcanzando el 23,7 % de la producción mundial, seguido de Ecuador, Brasil, China y Philipinas con el 9,5 %, 9 %, 7,6 % y 7,3 % respectivamente. Asimismo, el autoconsumo llega aproximadamente a un 78 % del total producido en el mundo. Y se estima que el 23 % es objeto del comercio internacional. De otro lado, el número de familias que dependen directamente e indirectamente de este cultivo a través de la cadena productiva es de aproximadamente 147 987,00, y su consumo es preferentemente cocido o frito, en verde o maduro. De tal forma que el plátano es un producto tropical de gran importancia económica y de seguridad alimentaria en la región sudamericana y centroamericana.

También cabe destacar que entre las principales variedades comerciales están el “Bellaco” Var. Hartón, “Bellaco Plantano” Var. Dominico Hartón “Inguiri” (selva), “Bizcocho” (selva), “Isla” (selva), “Manzano” (selva), “Morado” (selva), “Palillo/selva”, “Seda Congo” (costa) y “Seda” (selva), entre otros.

Tal es así que en el país se cultivan alrededor de 152 275,00 ha de plátano y banano, con una producción total anual estimada de 280.000 toneladas entre los años 2010 de 2007. También hay que recalcar que el 71,5 por ciento de las áreas de cultivo se localizan en la región selva, el 22 % en la costa norte (Piura y Tumbes) y un 6,5 por ciento en diferentes departamentos del país; de los cuales el 90% de la producción nacional se destina al autoconsumo. Y la diferencia es para la comercialización local, regional y nacional, donde el principal mercado de consumo es el departamento de Lima, que absorbe el 8 % de la producción total de la selva (MINAG, 2011).

De otro lado el MINAG y DGPA (2003) describe que en el año 2011, la producción de plátano en Ucayali fue de 211 mil toneladas, y que disminuyó en un 17,1 por ciento respecto al año anterior, debido a las menores áreas cosechadas (-26,9 por ciento) como

consecuencia de la pérdida de plantaciones por las inundaciones suscitadas en febrero de 2011. Asimismo manifiesta que el área instalada de plátano durante la campaña 2010-2011 se totalizó en 990 hectáreas, inferior en 9,8 por ciento respecto a la campaña anterior. Por otro lado se observa un deficiente manejo del cultivo, ocasionando la reducción de la productividad entre un 40 % a 50 %; en casos extremos a la pérdida total de las plantaciones. También cabe destacar que la mayor parte de la producción no alcanza los estándares de calidad que demanda el mercado, principalmente para la exportación. Asimismo se estima que únicamente el 30% a 50% está calificado como fruta de primera, esta dificultad hace que su comercialización y consumo nacional se limite solo como fruta fresca a pesar de la gran diversidad de alternativas agroindustriales (chifles, almidón, harina para lácteos, fruta deshidratada, licores, panificación, industria farmacéutica, alimentos para niños, etc.).

Según, la DRSAU (2012) manifiesta que Ucayali posee el 12% de la producción nacional, destacando a Aguaytía como el tercer productor nacional de plátano, que ocupa el 58 % de su superficie agrícola. Del mismo modo se ha observado que la comercialización del plátano ha sido monopolizada históricamente

por pocos comerciantes mayoristas e intermediarios, los que ostentan un elevado poder adquisitivo y de negociación nacional.

En la provincia de Padre Abad, existen 2 950 hectáreas de plátano, de las cuales 2 500 corresponde a la variedad bellaco y las 450 restantes a otras variedades (Moquicho, Isla, guayabo, entre otros). No obstante, el consumo del plátano es preferentemente en fresco y de comercialización inmediata, presentando características especiales de mercadeo comunes a otros productos perecederos que conforman un sistema complejo de producción y distribución, por cuanto en su proceso intervienen muchos productores y pocos mayoristas, quienes son los encargados de distribuir el producto hacia el consumidor final (FONTAGRO, 2011).

En la mayoría de los casos, los productores tienen un bajo conocimiento sobre el proceso de comercialización, lo que no les permite discernir y cuestionar el desarrollo de la cadena de valor del plátano, especialmente el destino de las utilidades y la proporción de utilidades que se genera en cada eslabón de la cadena productiva. Además, en caso de bajo rendimiento o bajos precios de venta, los productores lo atribuyen al mercado, al clima o al valor de la moneda, sin embargo, no se alude a la descoordinación entre los

principales actores de la cadena de valor del plátano, que directamente tienen implicancia en estos problemas. Lo expuesto, indica que la cadena de producción del plátano es emergente y que existiría una deficiente cadena de valor debidamente vinculada con cada uno de los actores, aspecto que limita la productividad del plátano. La situación problemática expuesta, amerita indagar la cadena de valor y el rol de cada uno de los actores, para optimizarla.

1.1.1 Formulación del problema

Actualmente la dinámica de los sistemas alimentarios, particularmente en un contexto de volatilidad de los mercados, lleva a plantearse entre otros interrogantes, los siguientes:

1.1.2 Problema general

¿Cómo es la cadena de valor del sistema de producción, y comercialización del plátano fresco en el sector platanero en el distrito de Aguaytía, en el año 2013?

1.2 Justificación e importancia de la Investigación

La investigación se justifica, porque permitirá identificar los procesos que caracterizan la cadena de valor del plátano como son: la producción, y comercialización; además de aspectos que siempre se han dejado de lado y que no se tomaron en cuenta para mejorar la cadena de valor de este cultivo. Por el lado de la oferta la concentración de la producción, incrementos de los rendimientos productivos y baja de precios del producto, disminución en la rentabilidad por unidad de producción, y por el lado de la demanda el incremento de la participación de la gran distribución minorista y la instalación de empresas industriales procesadoras de plátano. Asimismo el fortalecimiento de lo mencionado podría generar fuertes transformaciones positivas en el sector platanero realizando un cambio de enfoque desde una lógica de la oferta a un enfoque desde la demanda.

Existe abundante información sobre tecnología aplicada a la producción de plátano, es poco frecuente encontrar estudios que realicen un enfoque integral de toda la cadena de valor, desde la producción hasta el consumo. Por ende la presente investigación se propone llevar adelante la misma con una visión global, analizando

las relaciones causales de los problemas a detectarse a lo largo de toda la cadena de valor del plátano en forma fresco. Dado que la zona de producción de la provincia de Padre Abad distrito de Padre Abad - Aguaytía, es la más importante de la región Ucayali, con aproximadamente el 60 % de la producción total, se tomará a la misma como base para el análisis.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar la cadena de valor, los aspectos de producción y comercialización del plátano “bellaco” Var. *Hartón* en el sector platanero del distrito de Padre Abad - Aguaytía, año 2013.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Describir y analizar los componentes del sistema producción-comercialización del plátano.
- b. Identificar y evaluar los problemas prioritarios que surgen en la cadena de valor del plátano.

- c. Proponer estrategias para incrementar la competitividad del plátano (precio, calidad, sanidad, presentación del producto).

1.4 Variables

1.4.1 Componentes en estudio para analizar la cadena de valor del plátano

- **Producción**
 - Preparación de terreno
 - Labores culturales
 - Tratamiento fitosanitario
- **Comercialización**
 - Precios
 - Calidad
 - Costos de producción
 - Márgenes de venta
 - Formas de consumo
 - Mercado interno

1.4.2 Variables aleatorias consideradas para el estudio

- Edad
- Sexo
- Nivel de educación

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del problema

Según Fernando L. (2002), en su tesis titulada “Análisis de la cadena de valor del sistema de producción-comercialización de papa para consumo fresco. Propuesta de estrategias de fortalecimiento de la competitividad del sector.

El trabajo se lleva a cabo teniendo como marco conceptual el análisis de la cadena orientado por el mercado, con una visión enfática de la demanda. Se propone estudiar las articulaciones entre los distintos eslabones que componen la demanda, valorando la incidencia relativa, para poder definir prioridades y estrategias de acción concertadas entre los actores.

La metodología utilizada es la propuesta por el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura), en su “Metodología de Investigación de Sistemas de Productos Básicos”.

En el desarrollo del trabajo, en primera instancia se analiza la producción primaria de papa (regiones de producción, evolución histórica de la producción y rendimientos, variedades y épocas de producción), a continuación se informa sobre los destinos de la papa producida, describiendo el consumo en fresco, tanto para el mercado doméstico como para el externo, la producción de papa semilla y la situación de la industrialización del producto. Luego se describe el planteo tecnológico de la producción de papa, específicamente en el sudeste de Buenos Aires. Seguidamente se analiza cada uno de los principales actores en la cadena de valor y las relaciones que se establecen entre ellos.

Según La Gra (1991) en su trabajo de investigación titulada “Metodología de Investigación de Sistemas de Productos Básicos”. La metodología que se utilizó es la propuesta realizada por el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura).

En abril de 1989, el Proyecto de investigación aplicó la metodología al caso del jengibre en Nepal. De esta forma se han desarrollado cadenas de valor de diversos productos agrarios utilizando esta metodología.

En este trabajo se describe que la utilización de esta metodología permite una evaluación rápida y estudio profundo de casos, la MECA rendirá al usuario los siguientes resultados:

Una descripción de la cadena agro-alimenticia de interés, identificando los principales componentes (preproducción, producción, cosecha, poscosecha y mercadeo) del sistema, los principales participantes y sus respectivos papeles; también la identificación de los problemas prioritarios dentro de cada componente del sistema y sus relaciones de causa; Identificación de posibles soluciones a los problemas y su orden de importancia; una base adecuada de datos para identificar ideas de proyectos y preparar los perfiles de proyecto. De tal manera que mediante el uso de la MECA se logrará formar la cadena de valor del plátano hartón.

2.1.1. Origen del plátano

El origen de la *Musa paradisiaca* (plátano “macho” para cocción) tiene su origen en Asia Meridional, siendo conocida en el Mediterráneo desde el año 650. La especie llegó a Canarias en el siglo XV y desde allí fue llevado a América en el año 1516. El cultivo comercial se inicia en Canarias a finales del siglo XIX y principios del siglo XX (Simmonds, N. W. & K. Shepherd, 1955).

a. Taxonomía del plátano

- Reino : Vegetal
- Clase : Angiospermae
- Subclase : Monocotyledonae
- Orden : Scitaminae
- Familia : Musaceae
- Género : Musa
- Especie : Paradisiaca
- Nombre científico: Musa paradisiaca L.

b. Variedades: Las plantas silvestres de plátano se encuentran hoy en día en la selva de Malasia, su probable lugar de origen. El hombre, al observar que sus frutos

eran comestibles, la fue seleccionando en miles de años, primero a la *M. acuminata*, y la fue propagando por los hijuelos que aparecían. Poco a poco se fue esparciendo por el sudeste Asiático, lugar donde se cruzó con la *M. balbisiana*, dando lugar a genomas diferentes –híbridos-, que se caracterizaban por su resistencia a la sequía y mejores frutos. Simmonds, N. W. & K. Shepherd (1955).

Belalcazar (1991), menciona que todas las variedades de plátano y banano comestibles, son plantas monocotiledóneas pertenecientes a la familia musáceas y que descienden de productos de varios y múltiples cruzamientos de dos especies silvestres, *Musa acuminata* y *Musa balbisiana*. La clasificación de las musáceas se basa en dos especies fundamentales: el primero de ellos se relaciona con la poliploidia fórmula cromosómica de cada material. La familia de las Musáceas comprende 42 especies repartidas en 3 géneros (*Musa*, *Musella*, y *Ensete*).

En general son grandes plantas herbáceas con un pseudo-tronco constituido a partir de la base masiva de

las hojas. Asimismo su hábitat está definido como una familia de las regiones tropicales de Asia, África, de Madagascar y Australia, naturalizada en Centroamérica. Esta es la familia de los bananos o Plataneras (género Musa). Además son plantas herbáceas perennes, generalmente de gran tamaño, a veces parcialmente leñosas. Hojas grandes, simples, enteras, con vaina y normalmente con pecíolo. Flores hermafroditas o unisexuales, con brácteas; perianto cigomorfo, diferenciado a menudo en cáliz y corola; androceo constituido generalmente por cinco estambres y uno estaminodio; ovario ínfero trilocular. Inflorescencias en espiga o en panícula, espatadas. Frutos abayados o capsulares. Comprenden alrededor de 100 especies tropicales (Ministerio de agricultura, 2013).

- **“Ingirí”**: el Ingirí es una variedad cuyo cultivo posee clones con el seudotallo color verde blanquecino, verde amarillento y verde rosado salpicado de manchas oscuras. Las plantas en promedio mide 3.0 metros de altura, con un diámetro en su base de 0.20 m. Por su

forma cilíndrica y disposición de sus manos es el que se parece más al banano.

- **“Bellaco”**: según la clasificación de SIMMONDS y SHEPHERD (1955), tanto la *M. sapientum* como la *M. paradisiaca* de LINNEO corresponden a un mismo grupo de bananas (híbridos) que tienen dos genomas de acuminata y uno de balbisiana. A este mismo grupo pertenece la antigua *M. corniculata* RUMPH. ('*Horn Plantain*' o '*Plátano Hartón*'). Esta variedad también produce racimos con 5 ± 1 manos y 25 ± 5 dedos con pesos de racimo que varía entre 6 y 15 kg, con promedio de 10 kg. Los frutos son de tamaño grande. Se cultiva principalmente en clima cálido entre 0 y 1.000 m.s.n.m

El “bellaco” es una variedad también conocida con los nombres de “hartón” o “barraganeta”. La planta presenta un pseudo-tallo verde rosado alcanzando una altura de 3.0, con un diámetro en su base de 0.24 m. A la madurez comercial el racimo en promedio tiene unos 30 frutos, de unos 30 a 40 cm de largo, con un peso de 400 g por fruto. (En el estudio lo denominamos “bellaco”)

En esta variedad encontramos el clon “bellaco plantano”, este posee seis y ocho manos con un promedio de 50 frutos. Para fines comerciales se cultiva entre el nivel del mar y los 1,320 metros de altura. La duración de su ciclo vegetativo varía entre 11 meses a nivel del mar y de 17 o 18 meses a 1,320 metros de altitud. (En el estudio lo denominamos “bellaco Hartón”).

- **“Moquicho o Bizcochito”**: también conocidos como “plátano de Oro” o Mosquito.
- **“Isla”**: es una variedad de calidad extraordinaria, con gran difusión en el Perú. La planta es resistente a la Sigatoka y al “mal” de Panamá;
- **“Manzano”**: es una variedad bastante rara, con frutos muy pequeños; pulpa suave, dulce pero con una ligera entonación ácida, única en esta especie, característica que le da el apelativo de manzano.
- **“Guayabo o Palillo”**: PRESENTA una planta robusta, tronco grueso de color verde, pero de menor estatura que el de Seda. Fruto grande, transversalmente redondo, cáscara amarilla cuando madura.

- **“Seda”**: se le conoce con diferentes nombres: *Gros Michel*, *Guayaquil*, *Highgate*, *Cocos*, etc. Numerosas mutaciones producidas en plantaciones comerciales y luego propagadas, líneas clonales, procedentes de esta variedad han dado lugar a otras variedades que conservan las excepcionales cualidades de la original variedad.

Tabla 1

Equivalencia por variedad de plátano

Variedad	Dedos promedio	Peso por dedo (g)
Bellaco 2*	28	375
Bellaco1**	50	350
Inguiri	80	270
Moquicho y Biscocho	180	70
Seda	200	180
Isla	90	180
Manzano	140	120
Palillo	100	240

Bellaco 1 var. *Dominico Hartón*

Bellaco 2 var. *Hartón*

Fuente: Simmonds y Shepherd (1955)

c. Requerimientos edafoclimáticos del cultivo de plátano

La temperatura media óptima para el cultivo es 32 °C, pudiendo oscilar entre 28 °C y 37 °C temperaturas

menores a 20 °C retrasan el desarrollo de la planta. Respecto a la altitud, la mayoría de los clones comestibles de plátano se pueden plantar desde el nivel del mar hasta 800 msnm.

Durante el año deberá existir un promedio mínimo de lluvias de 2,500 mm. En algunas áreas en las cuales se define bien la estación seca de la lluviosa es de primerísima importancia instalar un sistema de riego por aspersión para suplir de agua a la planta durante el período seco, por lo menos la planta de plátano necesita 2,5 pulgadas de agua durante cada semana para poder suplir a cabalidad sus procesos metabólico y fisiológicos, ya que como todos sabemos la planta está conformada en un 85 % de agua (Matute y Guillen, 1992).

El efecto del viento es importante en las plantaciones de plátano, debido a que las altas velocidades pueden ocasionar laceración de los limbos de las hojas y el volcamiento por desenraizamiento y/o ruptura de los pseudo tallos (Matute y Guillen, 1992).

El establecimiento de plantaciones de plátano se debe realizar en terrenos con topografía plana o ligeramente ondulada (hasta un 40%). La topografía determina las prácticas agronómicas y el nivel tecnológico que puede usarse en la intensificación de la producción.

El plátano requiere de una profundidad efectiva de 1,2 mts. sin horizontes limitantes. Los grupos texturales que asegura el desarrollo del sistema radical son el franco arenoso, franco arcilloso, franco arcillo limosos, franco-arcillo-arenosos y franco-limosos (Matute y Guillen, 1992).

A continuación se presenta en la Tabla 2, la composición química del fruto de plátano, donde se demuestra que es rico en proteína y carbohidratos.

Tabla 2

Composición química del fruto del clon Hartón (cifras en porcentajes)

Elemento	Hartón verde	Hartón maduro
Almidón	23,31	3,4
Celulosa	11,12	1,33
Sacarosa	-	0,22
Glucosa.	2,05	30,06
Dextrinas	1,1	1,01
Gomas	0,3	5,7
Grasas	0,02	0,0
Taninos	0,03	0,02
Proteínas	1,8	2,2
Cenizas	0,83	0,85
Agua	62,35	69,00

Fuente: Rincón O. El plátano y su cultivo. Medellín, Colombia (1979)

2.1.2 Análisis de oferta

2.1.2.1 Producción mundial

Los plátanos se producen a lo largo del trópico húmedo, concentradas fundamentalmente en África, América Latina y el Caribe. Constituyen una importante fuente de carbohidratos y contribuyen a la seguridad alimentaria de millones de personas. Las formas de su consumo varían ampliamente entre países, de acuerdo a los hábitos alimenticios. Los sistemas de producción son en su mayoría

tradicionales, y se dan frecuentemente en asocio con otro tipo de productos agrícolas, como el café, cacao, entre otros. En algunos países se da el esquema de monocultivo de plantación. Para el 2007, en el mundo el plátano se cultiva en 5,4 millones de hectáreas y se obtiene 33, 92 millones de toneladas.

Tabla 3

Área cosechada mundial 2008 - 2010, en hectáreas

Área cosechada mundial 2008-2010, en hectárea			
	2008	2009	2010
Mundo	5 335	5 376	5 395

Fuente: FAO (2010)

Tabla 4

Producción mundial de plátano 2008-2010 (toneladas)

Producción mundial de plátano 2008-2010 (toneladas)			
Producto	2008	2009	2010
Plátanos	35 987	36 819	36 562

Fuente: FAO (2010)

De acuerdo con la FAO, la producción de plátano para el 2008 la superficie cultivada de plátano en el mundo fue alrededor de 5

335 hectáreas, con una producción de 35 987 miles de toneladas. En el 2009 el área cosechada fue de 5 376 con una producción mundial de banano de 36 819 toneladas, en tanto que, para el 2010 el área cosechada fue de 5 395 hectáreas, con una producción de 36 562 toneladas

Tabla 5

Área y por región productoras promedio de plátano, en el 2007

Regiones	Área miles Ha	Particip.	Prod. Miles de t	Particip.
Mundo	5 375,11	100%	33 924,86	100%
África	4 308,45	80,60%	24 377,64	71,86%
África del este	2 418,00	44,58%	13 336,00	39,31%
África del centro	614,88	11,44%	3 055,86	9,01%
África del oeste	1 257,57	23,73%	7 985,78	23,54%
América	956,18	17,79%	8 394,38	24,74%
América del centro	57,87	1,08%	785,92	2,32%
caribe	57,87	1,08%	785,92	2,32%
América del sur	175,14	3,26%	1 531,62	4,51%
Asia	109,42	2,04%	1 148,72	3,39%
Asia del sur	49,42	0,92%	518,72	1,53%
Asia del sub este	60,00	1,12%	630,00	1,86%
Oceanía	1,06	0,02%	4,13	0,01%

Fuente: FAO (2010)

En el 2007 casi 34 millones de toneladas de plátano se produjeron en el mundo, de las cuales el 71,86 % se produjo en África, el 24,74 % produjo América, Asia 3,39 % y el 0.01 % produjo Oceanía.

Tabla 6**Principales productores mundiales de plátano en toneladas
(2010)**

País	2010
Uganda	9 550, 000.00 F
Ghana	3 537,730.00
Colombia	2 815,050.00
Rwanda	2 749,150.00
Nigeria	2 733,300.00
Camerún	2 604,100.00
Perú	2 007,280.00
Côte d'Ivoire	1 541,570.00
República Democrática del Congo	1 250,000.00 F
Kenya	791,570.00
Myanmar	785,100.00 F
República Unida de Tanzania	660,000.00 F
Sri Lanka	572,420.00
Ecuador	547,291.00 F
República Dominicana	491,509.00 F
Cuba	485,800.00
Venezuela (República Bolivariana)	477,800.00 F
Guinea	461,700.00 F
Bolivia	338,901.00 F
Malawi	324,900.00 F
Gabón	296,900.00
Haití	238,500.00 F
Guatemala	192,607.00

Fuente: FAOSTAT. 2010
F=Estimaciones FAO. 2010

El principal país productor de plátano para el 2010 según datos de la FAOSTAT fue Uganda, el cual registró una producción de 9,5 millones de toneladas, precedido por Ghana y Colombia con una producción de 3,5 y 2,8 millones de toneladas, respectivamente. Perú para el 2010 se encontraba en el 7^{mo} lugar en la producción del producto en análisis.

2.1.2.2 Producción y Rendimiento

Según reporte de FAO, Colombia, figura como el segundo productor mundial, después de Uganda, alcanzando en el 2004 una producción de 2 950.000 toneladas, con una participación de 9 %, y un rendimiento de 7,8 t/ha. Otros países como Perú (12,3 t/ha), Venezuela (11,9 t/ha) y Sri Lanka (11,7 t/ha), superan significativamente a Colombia en términos de rendimiento. En relación a la dinámica de crecimiento de la producción durante el periodo 1995-2004, Colombia aparece con una tasa anual positiva de 0,7 %, Cuba presenta el mayor dinamismo con 10,4 % seguido por Ghana con 3,9 %.

Los países que más perdieron dinámica de crecimiento en la producción fueron Camerún y Kenia con -1,1 %.

2.1.3 Producción nacional

En Perú se produce en mayor proporción la variedad *Cavendish Valery*, seguida de la variedad *Plantain*, las cuales compiten con la gran oferta de países latinoamericanos, especialmente Ecuador, que cuenta con una industria tradicional, vasta experiencia y sistemas modernos de producción.

En 2006 la producción peruana de plátanos fue de 1,766 mil tm, 4,1 % más que 2005, y sobrepasando el doble de los niveles reportados en 1994 (845 mil tm). En los primeros ocho meses de 2007 la producción continuó avanzando, situándose en 1,21 mil de toneladas 2,3 % más respecto a igual periodo de 2006.

La exportación de plátanos en 2006 alcanzó 57,1 mil toneladas valorizadas en US\$ 27 millones, lo que representó un incremento de 33,3 % en volúmenes y 54,1 % en términos monetarios respecto a 2005. Dicha tendencia ascendente se mantuvo en los primeros nueve meses del 2007, reportándose envíos por 48,5 mil tm (US\$ 22,9

millones), 11,1 % más que igual periodo de 2006. Es importante indicar que el 2006 la variedad de mayor exportación fue Cavendish Valery (98,1 %), seguido de plátanos secos (1,8 %) y en proporción reducida la variedad Plantain. De esta última, en 2006 se reportaron envíos de 3,1 tm (US\$ 3,9 mil), cinco veces el nivel de 2005, mientras en los primeros nueve meses de 2007 se registran envíos de 2,5 tm (US\$ 3,4 mil), con leve mejora en los precios de exportación.

2.1.3.1 Principales zonas productoras

A nivel nacional, según datos del MINAG, la producción de banano y plátanos proviene de una superficie cultivada de 129 566 hectáreas distribuidas de la siguiente manera:

Siendo las principales zonas productoras Loreto (21,57 %), San Martín (14,85 %), Piura (12,73 %), Ucayali (12,65%), Huánuco (8,86 %) y Junín (8,06 %). La Región Piura es la que exporta la mayor cantidad de plátano (banano orgánico) al exterior,

mientras que las regiones de la selva producen más para el mercado interior y autoconsumo.

Tabla 7

Superficie sembrada (Has.) 1/

Cultivo	Marzo		Var.	Campaña Agrícola 2/		Var.
	2011	2012	%	2010/ 2011	2011/ 2012	%
Arroz cáscara	168	163	-3	6 302	6 367	1
Maíz amarillo duro	0	112	50	7 209	8 706	20,8
Algodón	10	5	-50	1 615	5	-99
Plátano	17	417	2 352,9	393	2 271	477,9
Yuca	243	479	97,1	5 882	5 350	-9
Palma aceitera	0	990	0	51	1 265	2 380,4
Plátano	0	101	0	271	536	97,8
Otros	36	982	2 627,8	863	5 353	520,3
TOTAL	474	3 249	-3	1 578	541	-107

1/ Cifras preliminares. 2/ Periodo agosto-marzo 2012.

Fuente: Dirección regional de agricultura de Ucayali.

Elaboración: BCRP. Sucursal Iquitos. Departamento de estudios económicos

Tabla 8**Producción y superficie cultivada de banano y plátano en el Perú, 2012.**

Departamento	Producción (t)	Superficie (has)	% Producción Nacional
Tumbes	2,733	2,733	3,60 %
Piura	198,306	10,216	12,73 %
Lambayeque	874	70	0,06 %
La libertad	10,817	464	0,69 %
Cajamarca	32,980	4,998	2,12 %
Amazonas	74,420	6,838	4,78 %
Ancash	1,255	146	0,08 %
Lima	11,580	597	0,74 %
Ica	3,516	123	0,23 %
Huánuco	138,016	12,042	8,86 %
Pasco	90,703	6,532	5,82 %
Junín	125,517	15,179	8,06 %
Huancavelica	582	81	0,04 %
Arequipa	119	19	0,01 %
Moquegua	48	15	0,00 %
Tacna	178	15	0,01 %
Ayacucho	2,515	279	0,16 %
Apurímac	194	30	0,01 %
Cusco	26,296	3,921	1,69 %
Puno	9,371	1,132	0,69 %
San Martín	231,313	19,030	0,60 %
Loreto	335,950	31,420	14,85 %
Ucayali	197,055	12,740	21,57 %
Madre de dios	10,055	947	12,65 %
Total	1,557,72	129,567	100%

Fuente: MINAG, 2012

2.1.3.2. Evolución de la superficie, producción, área cosechada y rendimientos de plátano

Tabla 9

Producción, área cosechada y rendimientos de plátano (miles de tm, miles de hectáreas), toneladas métricas por hectárea 2008-2010.

Años	Producción Ucayali	Área cosechada		Rendimientos		
		Naciona I	Ucayal Nacional	Ucayal	Naciona I	
2000	201,5	1444,7	22,5	131,4	8,9	11
2001	201,8	1561,9	12,7	129,6	15,8	12,1
2002	193,1	1560,4	12	159,6	16,1	9,8
2003	210,8	1622	12,2	135,4	17,3	12
2004	230,8	1664,1	13,2	139,8	17,5	11,9
2005	235,8	1697,1	13,7	141,9	17,3	12
2006	239,7	1778,2	14	244,4	17,1	12,3
2007	246,5	1834,5	15,4	147,8	16	12,4
2008	240,3	1792,9	15,2	150	15,8	12
2009	251,2	1866,6	18,3	156,5	13,8	11,9
2010	254,3	2007,3	17	156,1	15	2,9
2011	210,7	1904	n.d	n.d	n.d	n.d

Fuente: Ministerio de Agricultura

La producción de plátano representó el 13% de la producción nacional en el período 2008-2010, registrando en este lapso un crecimiento medio anual de solo 1 %.

Tabla 10

Estacionalidad del plátano (meses)

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Total
Vol (t)	21	22	23	22	23	20	22	22	24	24	25	25	276
%	8	8	8	8	8	8	8	8	9	9	9	9	100

Fuente: Elaboración propia con datos del MINAG. 2011

2.1.4 La cadena de valor

El concepto de cadenas productivas surge por primera vez en Francia y es desarrollado por Gereffi (1999), posteriormente es retomado en el sistema de Porter (1991) en su obra, “La Ventaja Competitiva de las Naciones”, con la finalidad de conocer las relaciones que existen entre los diferentes actores y posteriormente agruparlos para analizar la situación de cada eslabón e integrarlos en una cadena. Por su parte Gereffi (1999) define a la cadena productiva como un conjunto de actividades que involucran desde la producción primaria de bienes intermedios hasta la comercialización de un producto en específico, siendo elementos críticos de la cadena los intermediarios que se insertan entre cada eslabón. Basándose en ese concepto,

Bair y Dussel-Peters (2006) mencionan que las cadenas productivas integran a las industrias desde la producción primaria hasta la comercialización, la cual puede ser local o internacional, ya que los acuerdos internacionales han sido un factor que ha fortalecido a la creación de cadenas globales en los sectores productivos de los países. En ese sentido, Giuliani *et al.*, (2005) Establecen que los efectos de la globalización con las políticas de tipo neoliberal y los avances en informática han ocasionado cambios en los sistemas productivos, en los canales de distribución y los mercados financieros, para las firmas pequeñas de los países en desarrollo la participación en las cadenas globales es una vía para obtener información sobre las necesidades y el modo para ganar acceso a nuevos mercados.

Por su parte Acosta (2006) establece que las cadenas productivas son un conjunto de actores que se relacionen en función a un producto específico, para agregar o aumentar su valor a lo largo de los diferentes eslabones, desde su etapa de producción de materias primas hasta el consumo, incluyendo la comercialización, el mercadeo y la distribución del producto terminado, por tal motivo las denomina cadenas

de valor. En el mismo tenor Cilloniz y colaboradores (2003) mencionan que es una concentración de empresas con la misma actividad estrechamente relacionada vertical y horizontalmente, con importantes economías relacionadas, de aglomeración y especialización; y con la posibilidad de llevar a cabo una acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva. Tal concentración en una región atrae a los clientes incrementando así el mercado, la competencia induce especialización, división del trabajo y por lo tanto la competitividad, la interacción de las empresas encadenadas ocasiona mayor aprendizaje productivo, tecnológico y comercial, facilitando la acción colectiva al interior de los eslabones y entre los eslabones de la cadena.

Por otra parte Porter (1991) menciona que las cadenas de valor son todas aquellas actividades que una organización requiere desarrollar para llevar un producto desde el productor primario hasta el comprador final en un sistema de negocios, definiendo valor como la cantidad que un comprador está dispuesto a pagar por lo que una empresa está dispuesta a ofrecer. Asimismo Porter (1985) sugirió que era necesario descomponer cada función en las

actividades individuales que la constituyan como paso clave para distinguir entre los diferentes tipos de actividades y sus relaciones entre sí. Además describe a la cadena de valor empresarial, o cadena de valor, como un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final.

Según Porter (1991) también podemos dividir estas actividades en cinco actividades primarias y cuatro de apoyo. Como actividades primarias se consideran, la logística de entrada de materias primas, la transformación de las mismas (producción); la logística de salida (distribución); la comercialización de las ofertas (proceso de ventas) y los servicios anexos a las mismas. Dentro de las tareas de apoyo encontramos Servicios Generales, Sistemas (IT), Recursos Humanos (RRHH) y Actividades de infraestructura.

Según Humberto (2002) diferencia entre la cadena de producción y cadena de valor:

Tabla 11

Diferencia entre cadena de producción y cadena de valor

Aspecto	Cadena productiva	Cadena de valor
Estructura organizativa	Actores independientes	Actores dependientes
Orientación	Liderado por la oferta	Liderado por la demanda
Identificación del mercado	Potencial del mercado	Nichos y negocios concretos
Elemento principal	Coste/precio	Valor/ calidad
Estrategia	Productos Básicos (commodities, etc)	Productos diferenciados
Relación entre actores	Informal	Formal
Visión de la relación	Corto plazo	Largo plazo
Nivel de confianza	Bajo/medio	Alto
Flujo de información	Escaza o ninguna	Amplia

Fuente: Humberto (2002).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Ubicación geográfica

- Ubicación : Selva
- Región : Ucayali
- Provincia : Padre Abad
- Distrito : Padre Abad
- Caseríos productores de plátano : Nuevo San Martín, Santa Rosa, Los Olivos, Mebañañú, Nuevo Progreso, Mariscal Cáceres, Nuevo Paraíso, Shambo, Centro Yurac, Tangarana, Pampa Hermosa, Nuevas Delicias, Barrio Unido, Primavera y Bellavista.

3.2 Descripción de las características de la investigación

1. Tipo de Estudio : Aplicada
2. Nivel de investigación : Descriptivo y explicativo

- **Descriptivo:** Se busca describir las características del objeto de investigación (finalidad cognoscitiva), el análisis estadístico es univariado, nos permite estimar parámetros (propósito estadístico) en la población de estudio a partir de una muestra (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).
- **Explicativo:** porque su objetivo es responder a las causas de los eventos, sucesos y fenómenos físicos y sociales (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

3.2.1 Diseño de la investigación

El enfoque de la investigación es cualitativo. Por esta razón no es necesario realizar una investigación experimental. Además que la tesis tiene como uno de sus objetivos realizar una propuesta de competitividad de la cadena del plátano en Aguaytía, el estudio no pretende manipular las variables para analizar las consecuencias de esta acción. El análisis se realizó de manera natural, o sea observar las variables en su forma y contexto natural. Se realizó una investigación transeccional descriptivo, no experimental porque no se pueden manipular las variables, realizándose un análisis actual de la cadena de valor del

plátano con los principales actores, los datos se recolectaron en un solo momento y tiempo único. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

3.2.2 Selección de la muestra

Se realizó en la provincia de Padre Abad Aguaytía en todos sectores plataneros de Aguaytía, (río abajo, arriba Carreteras), centros de acopio, mercados mayoristas de lima, industrias chifleras locales y de la capital, agentes de apoyo que brindan servicios de asesoramiento técnico a los agricultores y productores. Esto con el propósito de recolectar la información necesaria de la mayoría de los agentes.

3.2.3 Población en estudio

La población en estudio estuvo constituida por 16 productores (bajo, medio y grande) 03 agentes acopiadores, 02 mayorista, un agente fitosanitario, 05 extensionistas, 02 agroindustrial, 01 minorista, 01 asociación. Tal como se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 12

Población en estudio

Población en estudio	Cantidad
Productores	16
Minoristas(supermercados)	1
Mayoristas	2
Asistentes técnicos (extensionistas)	5
Agente de apoyo (SENASA)	1
Asociación de plataneros	2
Agroindustriales	2
Agentes acopiadores	3
Total	32

Fuente: Elaboración propia, siguiendo la MECA

3.2.4. Recolección de datos

Para nuestro enfoque cualitativo, la recolección de datos es de igual importancia para el enfoque cuantitativo, la única diferencia es que en el primero el propósito no es medir variables sino que busca obtener información, describir eventos, situaciones, percepciones, actitudes, creencias y pensamientos.

3.2.5. Diseño del instrumento

El instrumento para la recolección de datos fue mediante una entrevista dirigida, y encuestas, utilizando el método Delphy.

3.2.6. Instrumentos utilizados

a. Instrumento: Se utilizó un cuestionario (ver Anexo 8.2), la cual se validó mediante prueba de expertos (4) para determinar la validez del contenido. A continuación se expone la ficha técnica detallada de los instrumentos utilizados.

Ficha técnica del cuestionario

Autor : - IICA

Año: 1986

Tiempo de administración: Aproximadamente 15 min.

Ámbito de aplicación: zona platanera de Aguaytía, mercado mayorista de Lima, industria chiflera de lima y Aguaytía.

Tipo de instrumento: Entrevista y Cuestionario

Método de validación: Validez de contenido (mediante juicio de expertos)

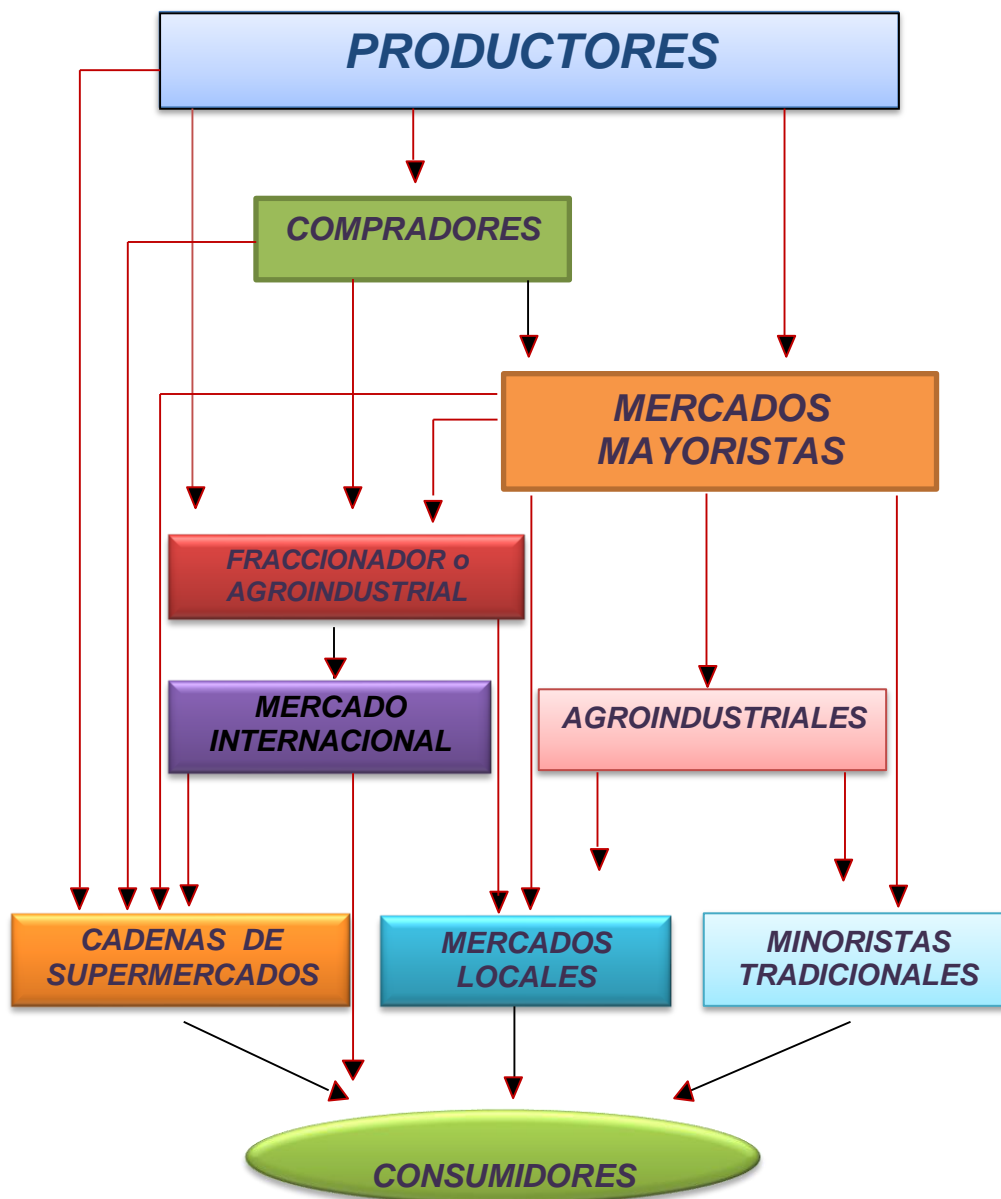
CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados e interpretación

4.1.1 Principales actores en la cadena de valor de plátano bellaco Var. *Hartón*, para mercado. Canales comerciales.

Como se indicó anteriormente el principal mercado del plátano de consumo fresco es el mercado nacional, siendo el destino del 90 % de la producción total. Los principales canales comerciales se pueden ver en el siguiente figura.



Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas.

Figura 1
Principales canales de comercialización de plátano Bellaco Var. Hartón.
Actores más importantes.

Fuente: Elaboración propia en base a las entrevistas

A. Productores

1. Perfil de los productores de plátano del distrito de Padre

2. Abad – Aguaytía, 2013.

En la Tabla 13 se presenta la edad promedio de los agricultores dedicados al cultivo de plátano en Aguaytía.

Tabla 13

Edad de los productores entrevistados, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013

Edad	Frecuencia	Porcentaje
25	1	6,2
26	1	6,3
34	1	6,3
38	2	12,5
46	1	6,2
49	1	6,3
50	2	12,5
52	1	6,2
56	1	6,3
57	1	6,3
58	1	6,3
59	1	6,3
62	1	6,3
64	1	6,3
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista de entrevista

En la Tabla 13 se entrevistaron 16 agricultores con la finalidad de conocer las edades de los productores plataneros, teniendo como resultado que el 25 % tienen entre 38 y 50 años de

edad. Asimismo se puede deducir que la gran mayoría de productores son personas adultas con años de experiencia en el cultivo de plátano.

Tabla 14

Productores plataneros, según Sexo en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013.

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	15	93,8
Femenino	1	6,
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

En la Tabla 14 se muestra los datos estadísticos de productores plataneros según sexo, donde se muestra que de los productores entrevistados 15 son de sexo masculino, esto podemos deducir que el 93,8 % de agricultores son en su mayoría hombres. Se puede decir que esto se debe a que en su gran mayoría de las labores culturales, poscosecha; Asimismo el transporte del plátano desde la chacra hasta el centro de acopio de su parcela requiere de mucho esfuerzo físico.

Tabla 15

Actividad laboral de productores entrevistados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013

Actividad laboral	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	15	93,8
Otros	1	6,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La Tabla 15 detalla los datos estadísticos de las actividades laborales al que se dedica el productor platanero, donde el 93,8 % se dedica exclusivamente a la agricultura, objetivamente a la producción de plátano variedad Hartón, dando crédito a los datos del MINAG, donde detalla que Padre Abad es la una de mayores zonas productoras de plátano fresco representando el 12 % de la producción nacional.

Tabla 16

Nivel educativo de los productores plataneros en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013

Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	6	37,4
Secundaria	7	43,8
Superior	3	18,8
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

Los datos estadísticos relacionados al nivel educativo de los productores de plátano de Aguaytía en la Tabla 16, revelan que el 37,4 % solo han cursado el nivel primario, demostrándose así que el nivel académico de los productores es bajo, y que la única fuente de ingreso económico es la agricultura. Asimismo el 43,8 % han cursado el nivel secundario, y el 18.8 % tiene estudios superiores.

Tabla 17

Variedad de plátanos cultivados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013

Variedad de plátano	Frecuencia	Porcentaje
Bellaco variedad Hartón	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El 100 % de los entrevistados exclusivamente se dedican a cultivar esta variedad, tal como lo indica la Tabla 17.

Tabla 18

Área total cultivada por los productores entrevistados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013

Área cultivada (Ha)	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 Hectáreas	6	37,5
3 a 5 Hectáreas	6	37,5
6 a 10 Hectáreas	4	25,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La Tabla 18 de los datos evaluados a productores plataneros, según área cultivada en el 2013 muestra que el 37,5 % de productores poseen entre 3 a 5 hectáreas, el 4 % poseen entre 6 y 10 hectáreas de terreno con cultivo de plátano, mientras que el 37,5 % de los entrevistados manifestaron que manejan entre 1 a 2 hectáreas de cultivo de plátano.

Tabla 19

Rendimientos obtenidos del cultivo de plátano en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013

Rendimiento/millar	Frecuencia	Porcentaje
1000 -2000	12	75,0
2001-3000	2	12,5
3001-4000	2	12,5
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

En la Tabla 19 de los datos del rendimiento de los productores plataneros, el 75 % de los entrevistados manifiestan que sus rendimientos promedios por hectárea de plátanos son de 1000 a 2000 dedos cada 15 a 21 días, según el tiempo de cosecha, mientras el 12% manifiesta que tiene un rendimiento de 2 000 a 4 000 dedos de plátano cada 15 a 21 días.

La mayoría de productores cultivan en campos de su propiedad, mientras otros alquilan terrenos. Se estima que el 90 %

de la producción se realiza en campos arrendados; la modalidad de pago por el alquiler de la tierra es en base a un monto fijo o estipulado en el contrato.

Tabla 20

Precio de venta del plátano en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013

Previo de venta /millar	Frecuencia	Porcentaje
200 a 250	2	12,5
251 a 300	14	87,5
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La Tabla 20 muestra los precios de venta por dedos de plátanos, donde el 87,5 % de los entrevistados aduce que el costo por venta de producto es de S/. 250.00 en épocas de menor demanda y de S/. 300.00 soles en épocas de mayor demanda del mercado.

Tabla 21

¿Por qué se dedica Usted al cultivo de plátano?

Motivo de cultivo del plátano	Frecuencia	Porcentaje
Por tradición	3	18,8
Por ser la mejor alternativa económica	3	18,8
Otra motivación	10	62,4
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El productor platanero en la provincia de Padre Abad, Aguaytía se dedica al cultivo del plátano porque consideran que es una mejor alternativa económica para ellos, tal como revelan los resultados de la Tabla 21 se observa que el 18,8 % coinciden y afirman que la mejor alternativa. Y el 18,8 % manifiestan que lo practican por tradición familiar, mientras la mayoría (62,4 %) alega que tienen otros motivos para dedicarse al cultivo de plátano.

3. Labores culturales realizadas en el cultivo de plátano

Desarrollo de las principales actividades agrícolas en el cultivo de plátano en Aguaytía.

Tabla 22

¿Cuál es el tipo de sistema agrícola que usted Utiliza en su finca de plátano Aguaytía, 2013?

Sistema agrícola que usa para la siembra	Frecuencia	Porcentaje
Monocultivo	7	43,8
Asociado	8	50,0
Rotación de cultivo	1	6,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El 43,8 % de los productores entrevistados, coinciden que el sistema de siembra que practican es el monocultivo, es decir únicamente se dedican al plátano, mientras el 50 % manifiestan que si asocian su el plátano con otras especies de frutas, asimismo el 6,2 % de los entrevistados realizan la rotación de sus cultivos de plátano, con otras variedades y muchas veces con frutas de estación o árboles forestales.

Tabla 23

¿Realiza usted algún control de plagas y enfermedades?

Control de plagas/enfermedades	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	18,8
A veces	5	31,2
Nunca	8	50,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El 31,2 % realiza “a veces” un control de plagas no continuo, sin embargo el 18,8 % “siempre” brinda un adecuado manejo del control fitosanitario de su cultivo de plátano. Pero la cultura de un manejo eficiente no es practicada en la zona ya que el 50 % no realiza “nunca” el control de plagas y enfermedades del cultivo así como se define en la Tabla 23.

Tabla 24

¿Realiza usted algún tipo de fertilización a sus cultivos de plátano?

Realiza fertilización	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	2	12,5
A veces	8	50,0
Nunca	6	37,5
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La costumbre de los productores plataneros entrevistados el 12,5 % fertiliza “siempre” su chacra, mientras que el 50 % “a veces” fertiliza, y el 37,5 % “nunca” fertiliza su cultivo con ningún tipo de fertilizantes.

4. Principal suministro de mano de obra calificada

Tabla 25

¿Según usted cuál es la principal fuente de mano de obra en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013?

Fuente de mano de obra	Frecuencia	Porcentaje
Familiar	3	18,8
Intercambio con vecinos	5	31,2
Empleado a tiempo completo	4	25,0
Empleado a medio tiempo	4	25,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La mano de obra es uno de los principales problemas para realizar un adecuado manejo técnico del cultivo del plátano, y sobre todo en la realización de las labores de poscosecha, tal como se muestra en la Tabla 25 el 31.2 % de los entrevistados manifiestan que la principal mano de obra que utilizan proviene del intercambio con vecinos y el otro 25 % por la contratación de empleados de medio tiempo; mientras que el 18,8 % proviene de familiares.

Tabla 26

¿Es el suministro de mano de obra un problema durante producción, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Problema de mano de obra para la producción	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	56,2
A veces	3	18,8
Nunca	4	25,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El suministro de la mano de obra en la producción y la poscosecha es un considerado “siempre” un problema para el 56,2 % de los productores entrevistados, mientras que el 18,8 % alega que “a veces” suelen ser un problema para encontrar mano de obra capacitada para el manejo cultural y poscosecha, mientras el 25 % manifiesta que “nunca” tiene problemas para encontrar mano de obra calificada para el manejo y poscosecha del plátano (Tabla 26).

Tabla 27

¿Según usted es el suministro de mano de obra un problema durante la cosecha?

Problemas de suministro de mano Cosecha	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	50,0
A veces	3	18,8
Nunca	5	31,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

También el 50 % de los entrevistados consideran que el suministro de mano de obra altamente calificada es “siempre” un problema más aún con conocimiento de sobre las principales labores culturales de cosecha y poscosecha (18,8 %), mientras que el 18,8 % considera que el suministro es “a veces” un problema; la mayoría cuenta con personal calificado, en la mayoría de los casos considera como “aceptable” (56,2 %) el suministro de mano de obra empleado para realizar las labores de manejo del cultivo. Asimismo el 31,2 % de entrevistados afirman que “nunca” es un problema el suministro de la mano de obra, pero si consideran a estos como poco calificada (25,0 %), para realizar las actividades de manejo y poscosecha del cultivo del plátano.(Ver Tabla 27 y 28).

Tabla 28

¿Cómo califica la mano de obra de los empleados que trabajan con usted?

Calidad de mano de obra	Frecuencia	Porcentaje
Altamente calificados	3	18,8
Aceptable calificación	9	56,2
Pobre calificación	4	25,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

5. Principales fuentes de apoyo para la Instalación y producción de plátano

6.

Tabla 29

¿De cuál institución recibe usted mayor apoyo para el cultivo de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Institución que brinda apoyo	Frecuencia	Porcentaje
MINAG	1	6,2
GRU	2	12,5
MPPAA	2	12,5
NINGUNA	1	6,3
PDA	10	62,5
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La mayoría (62,5 %) de los productores entrevistados reciben apoyo de instituciones públicas y privadas (Programa de desarrollo alternativo- PDA) estas brindan capacitaciones y

talleres, para el manejo del cultivo de plátano; mientras que el resto de productores entrevistados con un menor porcentaje de entrevistados (7,7 %) reciben apoyo de instituciones públicas como la Agencia Agraria (6,2 %), el Gobierno Regional de Ucayali (12,5 %) y la Municipalidad Provincial (12,5 %). Demostrándose así que el mayor apoyo que reciben los agricultores vienen de entidades públicas- privadas asimismo de entidades financieras que brindan créditos agrícolas con altos intereses, sumándose a las exigencias de las garantías mediante títulos de propiedad de sus parcelas y/o viviendas de los productores de plátano, por ello el agricultor muchas veces se niega a mejorar sus cultivos por la falta de economía y los altos interés de los préstamos de las cajas municipales, bancos, asimismo el poco intereses y apoyo de las instituciones involucradas al sector agrario, teniendo como resultado los bajos rendimientos de sus cultivo (Ver Tablas 29, 30 y 31).

Tabla 30

¿Existe apoyo financiero del sector público específico para los productores de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, año 2013?

Apoyo de instituciones públicas	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	1	6,3
No	15	93,7
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

Tabla 31

¿Existe apoyo financiero del sector privado específico para los productores de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Apoyo de instituciones privadas	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	4	25,0
No	12	75,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

5. Principales características edáficas y ambientales para la producción del plátano

Se presenta las principales características ambientales en la producción de plátano.

Tabla 32

¿Conoce usted si existe tierra disponible en cantidad suficiente para la producción de plátano, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Dispone de cantidad de tierras para el cultivo	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	50,0
No	8	50,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

En la Tabla 32, explican los productores de que sí existen tierras en cantidades suficientes para la ampliación de más extensiones de cultivo de plátano así lo manifiestan el 50 % de los entrevistados, asimismo el 50 % manifiesta que ya no existen tierras disponibles en cantidades suficientes para la ampliación de más cultivos de plátano, esto quiere decir que se puede ampliar más hectáreas de cultivos.

Tabla 33

¿Conoce usted si existe tierra disponible de calidad para la producción de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Tierras de calidad para el cultivo	Frecuencia	Porcentaje
Sí	3	18,8
No	13	81,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La siguiente Tabla 33 muestra que el 81,3 % de las tierras cultivadas tienen una “adecuada” calidad para el cultivo, mientras que el 18,2 % califica los suelos utilizados para el cultivo de plátano como “muy buenos”, asimismo un 30 % de los entrevistados considera que los suelos son “deficientes” para instalar dicho cultivo.

Tabla 34

¿Cuál es la situación del terreno que usted destina a la producción de plátanos en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Situación del terreno agrícola	Frecuencia	Porcentaje
Terreno alquilado	2	12,5
Terreno propio adquirido	14	87,5
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La mayoría (87,5 %) de los productores trabajan en terrenos de propios, mientras que el 12,5 % trabaja en terrenos alquilados, esto generando un costo más elevado para el productor platanero.

Tabla 35

¿Según su apreciación como considera que son las lluvias en la zona en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Intensidad de lluvias	Frecuencia	Porcentaje
Lluvia excesiva	9	56,3
Lluvia moderada	7	43,8
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

En las épocas de lluvia en la provincia de Padre Abad, se considera excesivas (56,3 %), por las horas de lluvias y la crecida de los ríos y quebradas, afectando muchas veces al cultivo por las inundaciones, además que el exceso de lluvia genera una maduración más rápida de los frutos del plátano, provocando la madurez prematura de los frutos provocando una aceleración en la cosechas.

Tabla 36

¿Sufre el área de producción por inundaciones durante la estación de crecimiento en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Presencia de inundaciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	3	18,8
A veces	10	62,4
Nunca	3	18,8
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La mayoría (62,4 %) de los productores manifiestan que “a veces” son afectados por inundaciones, debido a las intensas lluvias que provocan el incremento de los ríos y quebradas en la zona de producción (ver Tabla 36).

Tabla 37

¿Constituyen las altas temperaturas un problema para este producto en esta área en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Daños por altas temperaturas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	8	50,0
No	8	50,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

De los entrevistados en la Tabla 37, el 50 %, también manifiestan que una de las causas que afecta a la producción de

plátanos de calidad son las altas temperaturas, factor que causa grandes pérdidas en las diferentes épocas del cultivo y sobre todo en la poscosecha, donde causa quemaduras de los frutos, mientras que por otro lado existen zonas más cercanas al centro de acopio (50 %) que les afecta pero en menor escala, a diferencia entre los productores de zonas más alejadas que son los más perjudicados por la distancia y el traslado de sus plátanos al centro de acopio.

5. Principales limitantes de la provisión y producción del plátano

a. Procedencias y selección de las semillas:

Es importante mencionar que aproximadamente el 63 % de productores obtienen las semillas de sus propios campos, lo que implica que no hay una renovación adecuada de hijuelos. El 32 % de productores obtiene la semilla de sus vecinos, el 3 % se las proporcionan algunas instituciones y un 2 % no sabe.

Este es un problema que influye en la producción, esta deficiencia en la selección de hijuelos influye en la producción de plátano resultando frutos de menor tamaño y menor grosor.

En los que respecta al manejo, una actividad importante en este cultivo es la selección de semilla. Se observa que el 81 % de los productores seleccionan las semillas y el 19 % no realizan este manejo. Sin embargo, la selección en muchos casos no se realiza con criterios técnicos, lo que trae como consecuencia una degeneración de la semilla producto del mal manejo.

Tabla 38

¿Según usted cuál es la mayor limitante que observa para la provisión de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Limitantes de la provisión de plátano	Frecuencia	Porcentaje
Agroquímicos	1	6,0
Semillas	3	18,8
Mano de obra	7	43,8
Tecnología	2	12,6
Asesoramiento técnico	3	18,8
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La principal limitante observada en las Tablas 38 y 39, durante las entrevista a los agricultores fue la adquisición de mano de obra calificada ya que el 43,8 % coincide que no puede acceder a mano de obra calificada, especialmente en épocas de cosecha o al momento de realizar las labores culturales, mientras que un 18,8 % tienen aún problemas para conseguir semillas de calidad y carece de asesoramiento técnico en el campo. El resto 6,3 %, 12,5 % su principal limitante para la provisión de plátanos de calidad es el uso adecuado y eficiente de los agroquímicos y nuevas tecnologías que ayudan a mejorar las labores de manejo cultural y poscosecha.

La principal limitante identificada para la producción de plátano bellaco con un 50 % de afección es la siembra y el control de maleza, labores que implican una serie de trabajo muy laboriosos y de alto costo económico; en menor escala con el 18,8 % y el 12,5 % la limitante para la producción del plátano es la preparación del terreno y en muchos casos todas estas actividades necesitan un gran esfuerzo físico, económico de parte del productor.

Tabla 39.

¿En qué etapa de las labores culturales del cultivo encuentra usted la mayor limitante para su producción en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Limitantes de la producción de plátano	Frecuencia	Porcent aje
Preparación del suelo	3	18,8
Siembra control de malezas	8	50,0
Plagas y enfermedades	2	12,4
T. A.	3	18,8
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

6. Poscosecha del plátano

a. Cosecha

La cosecha es una de las operaciones más importantes del cultivo. Un buen planeamiento de esta actividad representa

un máximo aprovechamiento de la fruta, con calidades que permitan satisfacer los mercados y para realizarla es importante considerar el grado óptimo de corte o de cosecha, el cual representa el estado de madurez fisiológica de la fruta, que permite un máximo aprovechamiento del racimo, sin que exista maduración durante el transporte o almacenamiento, manteniendo la calidad propia de una fruta fresca para mesa. Esta actividad puede realizarse de dos formas:

La cosecha programada que está muy relacionada con la actividad de deshije, la cual permite organizar la cosecha. (Munro, D. 2005)

La cosecha que se realiza de acuerdo a cuando la fruta va alcanzando su estado óptimo de corte, el cual es determinado por un estándar de calidad exigido por quienes comercializan la fruta. El grado de corte lo

determinan factores tales como la demanda de la fruta, la distancia a los mercados de consumo, la cantidad de fruta que hay en las plantaciones, la estación del año y la sanidad de la plantación. Para evitar problemas de maduración de la fruta en tránsito, es necesario controlar su edad para corte. (Munro, D. 2005).

El 100% de las plantaciones de las provincias de Aguaytía, se cosechan sin ningún tipo manejo de poscosecha, la fruta es acarreada de 2 a 3 racimos encimados en sus hombros sin protección de un racimo a otro, en este punto radica el desperdicio en un 10% a 20%, el desmanado se realiza en sus propias chacras, después estos son transportados a la orilla del río, puerto o entrada de las fincas o chacras. El camión que traslada tiene una capacidad de 13 a 20 t, donde se traslada de 40,000 a 50,000 unidades de plátano, para realizar la carga

es necesario contar con seis personas (4 levantadores o cargadores, 2 contadores, y 2 acomodadores), para el llenado del camión.

El destino de esta frutas son las agroindustrias y los mercados “mayoristas N° 1, N° 2” y la “Cooperativa Túpac Amaru”, en su mayoría.

b. Recolección y acopio

Es necesario mencionar, que en el caso del auto-consumo y frente a mercados locales, cercanos, los racimos se pueden recolectar cuando se haya completado la madurez fisiológica, es decir cuando el pigmento verde clorofileano empieza a virar hacia el amarillo caroténico, el tamaño y el grosor del fruto también es un factor importante para tomar en cuenta el tiempo de cosecha signo inconfundible que le quedan pocos días para el corte del plátano.

Si el mercado está a distancia “intermediaria”, se recolecta con el racimo todavía verde, pero cuando los dedos han llenado completamente y están a su mayor tamaño.

Si el mercado es lejano, o el periodo hasta su comercialización es amplio, se debe recolectar cuando los dedos han llenado el $\frac{3}{4}$ del fruto; apreciado al corte transversal. En forma práctica, el promedio de días para la recolección se calcula en función del destino de la producción: si es para exportación, 80 días empezados a contar desde la aparición de la inflorescencia; se le da 10 días más, o sea 90 días para transportes exportables no tan lejanos; y 10 días más, o sea 100 días para consumo en el mercado local, imposibilitado de exportación. En el centro de acopio o sala de manipulación se procede al “desmanado” y se les clasifica en plátanos de primera, segunda, tercera, etc., los que son embalados en sus

respectivas cajas, envases, listos para el transporte y distribución a los mercados. La fruta destinada a mercados lejanos o exportación es lavada en agua durante ocho minutos para la remoción del látex y desinfectada; se le seca, embala, debe ser mantenida en refrigeración a 12° C durante todo el periodo del transporte, hasta su distribución a los respectivos mercados. En el caso para mercados nacionales los productores de plátano cosechan su producto, al día siguiente viene el intermediario a recoger el producto, o son trasladados al centro de acopio de la ciudad de Aguaytía. Este producto puede durar entre 5 a 7 días pasado este tiempo el producto tiende a madurar y malograr, esto también depende del tipo de transporte que se utilice.

Tabla 40.

¿Según su experiencia a partir de que tiempo se obtiene la primera cosecha del plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Primera cosecha	Frecuencia	Porcentaje
12 meses	12	75,0
Otros	4	25,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

Los productores en su gran mayoría (75 %), coinciden que la primera cosecha (Tabla 40) del plátano se realiza a los 12 meses después de la siembra, esto en la variedad hartón, esto varía según las variedades.

Tabla 41

¿Cómo toma Usted la decisión de cuándo cosechar su cultivo de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013?

Decisión para cosechar	Frecuencia	Porcentaje
Madurez fisiológica	15	93,8
Otros	1	6,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La gran mayoría (93,8 %) de productores toma la decisión de cosechas su producto cuando el plátano haya completado la

madurez fisiológica, esto tomando en cuenta características como el color y tamaño del fruto.

Tabla 42

¿Según su experiencia cuántas cosechas de plátano realiza Usted al año?, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013

Número de cosechas al año	Frecuencia	Porcentaje
14 cosechas	13	81,2
Otros	3	18,8
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El 81,2 % de los entrevistados realizan 14 cosechas al año, así como se describe en la Tabla 42, esto se realiza cada 21 días, según lo requiere el mercado o la disponibilidad de la fruta.

Tabla 43

¿Cuál es sistema que emplea para la cosecha en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Sistema de cosecha	Frecuencia	Porcentaje
Manual	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

8. Formas de venta del plátano

El plátano no tiene una presentación definida, ya que la venta se realiza fresco al menudeo, es decir por millares.

Tabla 44

¿Cómo calificaría la preparación del producto para su envío al mercado, según calidad del plátano en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013?

Calidad del plátano	Frecuencia	Porcentaje
Buena	13	81,2
Regular	3	18,8
Total	16	100.0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La cosecha de plátano se realiza manualmente (100 %), y según las experiencias de los entrevistados el 81 % califica al plátano bellaco de “Bueno” (62,5 %), en características como: calidad, tamaño, mientras otros califican como “Regular” (18,8 %) en características como: calidad, y tamaño. (Ver Tabla 44).

Tabla 45

¿Cómo calificaría la preparación del producto para su envío al mercado, según tamaño del plátano, en el distrito de Padre Abad Aguaytía, 2013?

Tamaño del plátano	Frecuencia	Porcentaje
Buena	10	62,5
Regular	6	37,5
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La Tabla 45 muestra que el 62,5 % de los productores califican la preparación de sus productos para la venta como “Buena”. Asimismo el 37,5 % califica la preparación del plátano para la venta final como “Regular”, en cuanto a la presentación, el tamaño del plátano bellaco de Aguaytía en promedio mide de 25 a 30 cm, y tiene un peso por dedo de plátano de 0,375 g. calificándose como el más grande y de mayor peso en su variedad. Estas características hacen que Aguaytía represente en la región como el distrito productor de plátano “bellaco Hartón”.

Tabla 46

¿Cómo calificaría la presentación del producto para su envío al mercado, en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Presentación del plátano	Frecuencia	Porcentaje
Buena	5	31,2
Regular	7	43,8
Mala	4	25,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

La presentación del plátano para su envío al mercado no es la mejor, por las formas de presentación para el mercado mayorista y las agroindustrias de chifle de la ciudad de Lima, así lo demuestra la opinión del 43 % de los entrevistados que califican como “Regular”, actualmente el plátano se vende al menudeo, y por millar de dedos de plátano, no tienen una presentación ni una marca reconocida u otro tipo de valor agregado que identifique la procedencia u otra característica del producto. También el 25 % de los entrevistados lo califica la presentación del plátano como “Mala” y opinan que debería mejorar la presentación para la venta final; sin embargo el 31,2 % está conforme con la forma de presentación actual del plátano y lo califica como “Buena” (Ver Tabla 46).

9. Transporte del plátano

El plátano para llegar al centro de acopio local pasa diferentes tipos de transporte, dependiendo del lugar de procedencia, por ejemplo si su origen son las riveras de los ríos, entonces se utiliza comúnmente como medio de transporte un bote, y si su origen es carretera se trasladan por moto furgones, camionetas o motocarros. Finalmente es clasificado y apilado en el camión cuyo destino tiene la ciudad de Lima a los mercados mayoristas y las agroindustrias.

Tabla 47.

¿Cuál es su principal medio transporte que Usted Utiliza para vender su producción de plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Medio de transporte	Frecuencia	Porcentaje
Fluvial	1	6,2
Terrestre	11	68,8
Ambos	4	25,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El principal medio de transporte que utilizan el 68,8 % de los productores de Aguaytía es el terrestre. También existen un 25 % de agricultores que utilizan ambos medios de transportes el fluvial y terrestre, estos últimos son agricultores de las zonas de río abajo que tienen que tomar ambas vías de transporte para llegar al centro de acopio de Aguaytía. Asimismo el 68 % de los entrevistados manifiestan que las vías de acceso terrestre se encuentran en mal estado, pésimas condiciones para el traslado del plátano hacia el centro de acopio, también los agricultores que trasladan sus productos por vía fluvial tiene problemas en épocas de verano por la merma del río Aguaytía y Yurac, esto genera pérdidas de poscosecha y riesgos para el traslado, provocando el virada de los botes que trasladan los plátanos al centro de acopio (Ver Tabla 47 y 48).

Tabla 48

¿Considera usted que la accesibilidad de la zona de producción (condiciones de las carreteras) en el distrito de Padre Abad, Aguaytía 2013

Accesibilidad	Frecuencia	Porcentaje
Buena	1	6,2
Aceptable	4	25,0
Mala	11	68,8
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

Tabla 49

Los modos de transportes que usted utiliza para el traslado del plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía en el 2013

Modo de transporte	Frecuencia	Porcentaje
Transporte contratado	11	68,8
Transporte propio	4	25,0
Ambos	1	6,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

En cuanto a los modos de transporte del plátano de los productores entrevistados el 68,8 % contrata movilidad para realizar esta actividad, en un 25 % tiene transporte propio y el 6,2 % tiene que usar para trasladar su plátano ambos medios de transportes el fluvial y el terrestre. La mayoría de las veces el transporte utilizado en un 43.8 % tiene regular condición para el traslado de los plátano sin dañar el producto desde el campo al centro de acopio, solo el 25 % de estos medios de transporte cumplen con las características adecuadas para el transporte del plátano al centro de acopio. De los entrevistados el 31 % califica de “malo” o de “pésimas condiciones” los medios de transporte utilizados, sobre todo los que se realizan por vía fluvial y los terrestres donde el centro de producción son más lejanos al centro de acopio, esto amerita un mayor costo de transporte,

actualmente el costo de transporte en promedio es entre 50 y 100 soles, dependiendo de la distancia y el medio de transporte (fluvial o terrestre). (Ver Tabla 49, 50 y 51).

Tabla 50

¿Cómo califica el medio de transporte que utiliza para el traslado del plátano en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Estado del medio de transporte	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	4	25,0
Regular	7	43,8
Malo	5	31,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

Tabla 51

¿Cuál es el costo del transporte que Usted Utiliza para trasladar su producto en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Costo del medio de transporte	Frecuencia	Porcentaje
De 50 a 100	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

10. Principal destino de venta del plátano

El destino final del plátano es la capital-Lima, casi el 90 % se destina a los mercados mayoristas y las agroindustrias, datos que lo

demuestran en las entrevistas realizadas a los comisionistas y productores en los siguientes Tablas:

El 87,5 % de los datos que indica la Tabla 52, del destino de la producción de plátano se destina al mercado local como primera y principal centro de venta.

Tabla 52

¿Cuál es el destino de la producción, en el distrito de Padre Abad, 2013, Aguaytía, 2013?

Destino de la producción del plátano	Frecuencia	Porcentaje
Lima	2	12.5
Local	14	87.5
Total	16	100.0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El destino final de estos productos es la ciudad de Lima, cuyos compradores principales son los mayoristas de la capital y algunas empresas agroindustriales de chifle y harinas de plátano, esta primera venta por millar en que se realiza en el centro de acopio de la ciudad de Aguaytía participan los intermediarios o comisionistas que compran al productor, y ellos destinan la carga

por camiones de 30 a 40 toneladas a la ciudad de Lima, sólo el 12,5 % realiza venta directa al mercado limeño, esto en forma unitaria por dedos, y en cajas de madera, según el destino, estos últimos normalmente tienen como destino los supermercados de la capital.

11. Principales canales de distribución del plátano

Los principales canales de distribución más usados en la zona de Aguaytía son los que se describen en la siguiente tabla.

Tabla 53.

¿Cuál es el canal de distribución más utilizado en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Canal de distribución del plátano	Frecuencia	Porcentaje
Productor-comisionista -transportista- mayorista- detallista- consumidor	15	93.8
Productor-comisionista-mayorista- agroindustrias –detallistas	1	6.2
Total	16	100.0

Fuente: Cuestionario de entrevista

El principal canal de distribución identificado con el 93.8 % en la Tabla 53, donde se observa la participan el productor,

transportista, comisionista, mayorista y el supermercado, actores principales según los entrevistados, que son los que determinan la principal cadena de producción y comercialización del plátano de la ciudad de Aguaytía.

12. Información de mercado

La información de mercado es escasa a nula en para los productores de la Provincia de Padre Abad – Aguaytía, se desconoce las variaciones de los precios, la demanda nacional ya que el plátano se podría considerar que es un monopolio manejado por un pequeño grupo de mayoristas de la capital – Lima.

La mayoría de los entrevistados (43,8 %) no tiene interés en conocer sobre la información de mercado del plátano y por ende no recibe información de mercado sobre los costos del plátano, venta y otra información de mercado que ayuden a conocer del alza o baja de los precios del plátano. El 18,8 % solo tiene conocimiento de los costos por información

local entre agricultores, otro 31,2 % es el comisionista que informa sobre los precios de mercado a los agricultores de manera general, muchas veces esta información es no verídica, y que muchas veces no favorece la economía de los agricultores.

Tabla 54

¿Cómo obtiene usted la información de mercado en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Medio de información del mercado	Frecuencia	Porcentaje
Oral boca a boca entre agricultores	3	18.8
Oral boca a boca entre agricultores e intermediarios	5	31.2
Todos los anteriores	1	6.2
Ninguno de los anteriores	7	43.8
Total	16	100.0

Fuente: Cuestionario de entrevista

Difícilmente los mayoristas informan sobre el movimiento económico del plátano, esto por el monopolio que existe en la ciudad de Lima, donde solo existen un gran y principal mayorista que compra plátano y otros en menor cantidad, cada uno de ellos maneja los precios a su conveniencia, esto posiblemente se debe a que el agricultor desconoce los costos reales de producción de

su cultivo y se conforma con lo que el mercado le ofrece, esto se suma al bajo nivel académico de los productores. De otro lado el 43,8% califica que los costos de producción del plátano Bellaco es “Bueno”, comparado con otros países productores de esta misma variedad de plátano, mientras que un 18,8% califica que los costos de producción son “excelentes”, ya que son mínimos comparados con otras zonas productoras y otro pequeño grupo de 31, 2% lo califica como “regular” los costos de producción de plátano en la zona de Aguaytía. Esto indica que los costos de venta y comercialización de plátano variedad *Hartón*, son mejores comparado con otras zonas productoras del Perú. (Ver Tabla 54, 55, 56, 57).

13. Rendimiento de las zonas productoras de plátano

Rendimientos de las principales zonas productoras de plátano a nivel nacional y provincial en el año 2011.

Tabla 55**Rendimiento Ha/ año de la producción de plátano**

Región	Junín	Huánuco	Ucayali	S. Martín	Piura	Loreto	Tumbes	Amazonas	Cajamarca	Pasco
T	9.5	11.5	15.5	12.4	21.9	10.3	11	9.2	7.1	8.8

Datos: MINAG (2011)

Elaboración: Propia con datos del MINAG (2011)

Tabla 56**Rendimiento Ha/año de las Provincias en estudio**

Provincias	Satipo	Leoncio Prado	Padre Abad	Coronel Portillo	Tocache	Lamas	Sullana
T	9.5	11.5	15.5	12.4	21.9	10.3	11

Fuente: MINAG.(2011)

Elaboración: Propia con datos del MINAG (2011)

14. Costo de producción de plátano

En esta parte, el estudio presenta datos de costos de instalación y mantenimiento de plantaciones de plátano obtenidas en la provincia de Aguaytía, con el fin de determinar la rentabilidad del producto en esta zona.

Es preciso destacar, que las rentabilidades de la inversión (utilidad/costos)

en Aguaytía es positiva, explicado por el mejor rendimiento y principalmente por el mayor precio relativo de venta que se obtiene en Aguaytía. Estos costos del primer año es la inversión que realiza el productor para los tres años posteriores.

Tabla 57.

¿Cómo evalúa usted los costos de venta, y comercialización, comparados con los de otras provincias productoras en Perú y con respecto a los otros países productores de plátano “Bellaco” del distrito de Padre Abad, Aguaytía en el 2013?

Costo de producción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	18.8
Bueno	7	43.8
Regular	5	31.0
Malo	1	6.2
Total	16	100.0

Fuente: Cuestionario de entrevista

En la Tabla 57, se destaca que los mejores precios se pagan en Aguaytía (43.8 %). A continuación se detalla el costo de producción de plátano para el año 2013 de la zona de producción de la Provincia de Padre Abad- Aguaytía.

Se consideró el costo de producción de una hectárea, todos destinan sus producciones al mercado nacional, cuya venta se realiza por millar fresco.

Los costos se calcularon para un rango de rendimientos factibles de obtener en la zona, según el paquete tecnológico utilizado. Se muestran los datos sobre el costo de producción con fertilización y sin fertilización, que incluye los gastos de insumos, labores culturales, deshierbos, conducción y cosecha.

Tabla 58

Costo de Instalación de plátano “Bellaco” orgánico (variedad *hartón*). Zona de producción: Padre Abad Aguaytía. Valores expresados en soles.

Mano de obra	Um	Cantidad	Precio unitario	Total
a. Preparación de Terreno				690.00
Roza, tumba, shunteo	Jornal	15	30.00	450.00
Demarcación	Jornal	4	30.00	120.00
Poceado	Jornal	4	30.00	120.00
b. Labores culturales				1 830.00
Desinfección de semilla	Jornal	1	30.00	30.00
Deshierbo	Jornal	10	30.00	300.00
Cosecha	Millar	50	30.00	1 500.00
c. Materiales e Insumos				1 206.00
Hijuelos	unidad	1111	1.00	1 111.00
Machetes	unidad	2	10.00	20.00
Poceador	unidad	2	20.00	40.00
Wincha	unidad	1	35.00	35.00
TOTAL				3 726.00

Fuente: Elaboración propia con datos del proyecto plátano de la M. P. P. A. A, 2013.

Para llegar al costo operativo se le agregó al costo en chacra, los gastos de comercialización y flete. Finalmente para calcular el costo de producción se le sumó al costo operativo los gastos de estructura y amortizaciones. Este último fue calculado por unidad de superficie (hectárea). La semilla usada no es de categoría “registrada”, se utiliza semillas de los propios agricultores, sin ningún tratamiento fitosanitario. El precio del plátano semilla es de 0.60 soles por unidad, en la variedad “bellaco” *Hartón*. Esta última es provista por la industria.

Tabla 59

Costo de mantenimiento de plátano “Bellaco” orgánico para consumo fresco (variedad *Hartón*). Zona de producción: Padre Abad – Aguaytía. Valores expresados en soles.

Mano de Obra/Insumos	UM	Cantidad	Precio unitario	Total
a. Labores culturales				3 240.00
Deshierbo	Jorn	40	30	1 200.00
Deshoje, deshije, deschipe.	Jorn	16	30	480.00
Cosecha	Millar	50	30	1 500.00
Control sanitario	Jorn	2	30	60.00
b. Materiales e Insumos				0.00
Urea x 50kg	Saco	-	95	-
Cloruro de potasio x 50 kg	Saco	-	100	-
Total				2 620.00

Fuente: Elaboración propia en base a los datos del proyecto plátano de la Municipalidad Provincial de Padre Abad, 2013.

Tabla 60

Costo de Instalación de plátano “Bellaco” convencional (variedad *Hartón*). Zona de producción: Padre Abad - Aguaytía. Valores expresados en soles

Mano de obra	UM	Cant.	Precio unitario	Total
a. Preparación de Terreno				690.00
Roza, tumba, shunteo	Jorn	15	30.00	450.00
Demarcación	Jorn	4	30.00	120.00
Poceado	Jorn	4	30.00	120.00
b. Labores culturales				2 730.00
Desinfección de semilla	Jorn	1	30.00	30.00
Deshierbo	Jorn	10	30.00	300.00
Cosecha	Millar	80	30.00	2 400.00
2. Materiales e Insumos				3 750.00
Hijuelos	unidad	1111	1.00	1 111.00
Desinfectante Oncol	LT	1	105.00	105.00
Superfosfato triple de calcio x 50kg	Saco	3	110.00	330.00
Urea x 50kg	Saco	9	95.00	855.00
Cloruro de potasio x 50kg	Saco	12	100.00	1 200.00
Macnocal x 50kg	Saco	5	45.00	225.00
Sulfato de cobre	Kilo	1.8	10.00	18.00
Sulfato de zinc	Kilo	1.8	10.00	18.00
Sulfato de magnesio	Kilo	1.8	10.00	18.00
Machetes	unidad	2	10.00	20.00
Poceador	unidad	2	20.00	40.00
Wincha	unidad	1	35.00	35.00
Costo de instalación				7 170.00

Fuente: Elaboración propia con datos de entrevistas, proyecto plátano de la MPPA, 2013.

Tabla 61

Costo de mantenimiento de plátano “Bellaco” convencional para consumo fresco (variedad *Hartón*). Zona de producción: Padre Abad - Aguaytía. Valores expresados en soles.

MANO DE OBRA	UM	Cantidad	Precio unitario	Total
a. Labores culturales				4 140.00
Deshierbo	Jorn	40	30.00	1 200.00
Deshoje, deshije, deschipe.	Jorn	16	30.00	480.00
Cosecha	Millar	80	30.00	2 400.00
Control sanitario	Jorn	2	30.00	60.00
2. Materiales e Insumos				4 110.00
Urea x 50 kg	Saco	18	95.00	1 710.00
Cloruro de potasio x 50 kg	Saco	24	100.00	2 400.00
TOTAL				8 250.00

Fuente: Elaboración propia con datos de entrevistas, proyecto plátano de la Municipalidad Provincial de Padre Abad, 2013.

En las Tablas 61 y 62 se muestra que el costo de mantener un cultivo convencional es aproximadamente el 17 por ciento más que mantener un cultivo tradicional o orgánico.

Aguaytía casi en su totalidad tiene una producción orgánica el cual involucra un costo de producción de una hectárea de plátano es de S/. 6 346, 00 soles, mientras que el costo con manejo con fertilizantes es de S/. 15 420, 00 soles por hectárea. Además podemos agregar que Aguaytía cumple con las características de suelo, clima y el agua es abundante, y por los altos rendimientos, y esto disminuye los costos de producción, características que en

otros lugares donde se siembra plátano de la misma variedad no tiene beneficios edáficos mayor aun climáticos, por la escasez de agua y los problemas fitosanitarios.

Tabla 62

Costo de producción total de plátano “Bellaco” orgánico para consumo fresco (variedad Hartón). Zona de producción: Padre Abad - Aguaytía. Valores expresados en soles.

Mano de obra	Um	Cantidad	Precio unitario	Total
Costos de mantenimiento/ha				3 220,00
a. Labores culturales				
Deshierbo	Jorn	36	30,00	1 080,00
Deshoje, deshije, deschipe.	Jorn	16	30,00	480,00
Cosecha	Millar	80	20,00	1 600,00
Control sanitario	Jorn	2	30,00	60,00
Costos de comercialización/ha				193,50
Flete al centro de acopio/millar	Millar	1 000	70,00	70,00
Costo de transporte al mercado nacional	Millar	1 000	60,00	60,00
Costo de alzada al carro	Millar	1 000	12,00	12,00
Costo contada	Millar	1 000	5,00	5,00
Costo de acomodada	Millar	1 000	5,00	5,00
Costo de hoja	Paquete	6	7,00	42,00
Otros	Millar	1 000	12,50	12,50
Costo de instalación/ha				3 423,80
Costo total de Producción orgánico/ ha				6 911,30

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas, y datos del proyecto plátano

Asimismo el costo de comercialización involucra los costos de flete al centro de acopio que es de 70 soles por millar, y el costo a la capital es de 60 soles por millar. Asimismo involucra los costos de alzada, donde se necesita tres personas cuyo costo por carga de 40 000 y 50 000 unidades es de 2,5 por millar y también se necesita dos contadores, cuyo costo es de 2,4 soles por millar, sumado el costo de los materiales como hojas y dos personas para la acomodada cuyo costo es de 2,5 por millar.

Analizando los rubros que forman parte del costo total de producción. Para realizar el cálculo se tomó un rendimiento de 1,000 unidades de plátano “Bellaco” variedad *Hartón*. En el Tabla siguiente se resume la incidencia de los principales rubros sobre el costo total.

Tabla 63

Principales rubros sobre el costo total de producción de plátano “Bellaco” Var. Hartón, en del distrito de Padre Abad, Aguaytía en el 2013

Costos Totales	Total
Costos de mantenimiento/ha	3,3%
Costos de comercialización/ha	41,6%
Costo de Producción/ ha	100%
Costo por unidad	0,30 Kg
Costo por hectárea	S/. 6 346,00

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas

Considerando estos costos y teniendo en cuenta los precios de venta obtenidos en el mercado agroindustrial o los que pagan los mayoristas, queda claro que el margen de comercialización que pueden obtener los productores es escaso. Es por este motivo que estos están preocupados en reducir los costos de producción, y comercialización para lograr mayor competitividad.

Las alternativas que están utilizando para lograr esta finalidad son:

- ➡ Reducción de gastos de mano de obra, principalmente mediante el uso de moto guadañas para el cultivo.
- ➡ Adopción de nuevas tecnologías (siembra a alta densidad) para incrementar los rendimientos.
- ➡ Incorporación de valor agregado a través de una mejora en la calidad y presentación del producto.
- ➡ Incrementar la producción orgánica del plátano.

1. Tendencia del productor del futuro (tendencias) inmediato y a mediano plazo para el sector productor platanero en el distrito de Padre Abad – Aguaytía

En las Tablas 64 y 65 se presenta las expectativas que tiene el productor a corto y mediano

plazo, es decir entre los meses de febrero y junio del 2013 y 2014.

Tabla 64.

¿Qué expectativa tiene Usted a corto plazo (febrero a junio), en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Expectativa a corto plazo	Frecuencia	Porcentaje
Mantener la producción	4	25,0
Mejorar el manejo fitosanitario	2	12,5
Capacitación sobre el manejo del cultivo	9	56,2
Otros	1	6,3
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

Tabla 65

¿Qué expectativa tiene Usted a mediano plazo (2014), en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Expectativa a largo plazo	Frecuencia	Porcentaje
Incrementar la producción	3	18,8
Mejorar el manejo técnico	3	18,8
Capacitación sobre el manejo del cultivo	4	25,0
Negociación para mejores precios	4	25,0
Buscar mercados externos	1	6,2
Otros	1	6,2
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

Según la Tabla 65, el 18 % de los productores coinciden en que las mayores expectativas a largo plazo son incrementar la producción, mejorar el manejo técnico del cultivo y recibir

capacitación sobre el manejo del cultivo, sin dejar de lado que el 15 % espera que se negocien y mejoren los precios del producto.

En anteriores secciones de este trabajo se han descrito las características del sector productor de plátano de la provincia de Padre Abad - Aguaytía. La capacidad empresarial de algunas Organizaciones, el volumen producido y las circunstancias particulares del mercado, determinan que los productores utilicen distintas alternativas para interrelacionarse comercialmente con los otros integrantes de la cadena.

Los pequeños productores comercializan la mayor parte o toda su producción directamente a los comisionistas, comúnmente obligados por las deudas que tienen con estos comisionistas o simplemente amistad, los productores hacen entrega de su producto en el centro de acopio local de la ciudad, generándoles un costo muy elevado de transporte desde el campo al centro de acopio. Los comisionistas/acopiadores zonales, que generalmente tienen a su cargo el costo de transporte y envío del plátano al siguiente nivel en el canal comercial.

Desde ya los precios obtenidos por esos productores son menores a los que se obtienen utilizando otros canales, pero debido a su escaso tamaño y falta de información utilizan esta alternativa como válida. Si bien los precios son bajos, los plazos de pago son más largos (una a dos semanas), y hay un mayor riesgo descuentos al agricultor por daños físicos, sobre maduración del producto. Sumándose las huelgas y mal estado de las carreteras.

Otro pequeño grupo de productores se caracteriza poseer grandes áreas de plátano y les permitiéndoles avanzar en el canal comercial y realizar la comercialización de su producción en mercados mayoristas, en forma propia. Al actuar en los mercados, estos productores pueden desempeñarse a su vez como compradores zonales y/o consignatarios de otros productores. Este grupo de productores pertenece a estratos mediano y grande. Se estima que esta forma de comercialización representa para ellos un 5 % de mejora en las ganancias, comparado con la venta a los comisionistas en el centro de acopio.

Otra alternativa que tiene el grupo de productores descripto anteriormente es la venta directa a grandes cadenas de

distribución minorista (supermercados). En este caso el plátano es comercializado, en general, con el agregado de valor, mediante su acondicionamiento de acuerdo a los requerimientos de las cadenas. Esta mejor presentación se refiere al desinfectado, lavado, selección y/o pre empacado en cajas de madera para la venta directa al consumidor final.

El nivel de asociativismo del productor de plátano es muy bajo. Actualmente los que forman parte de asociaciones de productores, la comercialización la pueden efectuar por esa vía. El sector productor, ya sea en forma individual o asociada, no realiza ninguna acción de promoción del producto, si bien en las entrevistas realizadas todos coinciden que es muy importante su implementación.

B. Principales asociaciones de productores de plátano y nivel de asociatividad

1. Asociatividad

La asociatividad, se concibe como una unión voluntaria de personas que se articulan para realizar acciones conjuntas a favor de alcanzar objetivos comunes que no podrían lograr individualmente. Esta es necesaria

para que los pequeños y medianos productores puedan mejorar su eficiencia productiva, incrementar su poder de negociación y lograr una mayor y mejor articulación con el mercado.

La asociatividad en este sector productivo está dividida donde el 50% de productores no forma parte de una asociación y solo el 50% pertenece a una asociación siendo en la provincia de Padre Abad que comprende las siguientes asociaciones (AAZAR, AIIPRO, LOS OLIVOS, CUAPPPAA, APTAA), Según los resultados del estudio del total de productores de la Provincia de Padre Abad en 50% se encuentran asociados obteniéndose un mejor poder de negociación con los intermediarios que se refleja en la rentabilidad como se muestra en el ítem posterior.

En la Tabla 66 se muestra las principales asociaciones de productores de plátano, donde la Asociación de Productores de Plataneros Tecnificados Agropecuarios de Aguaytía – APTAA, se muestra con un 31,3% como la asociación más organizada, esto se demuestra en la comercialización del 20% de la

producción local, cuenta con 75 socios y tiene un mercado de destino para la venta. Además cuenta con un contrato con una empresa agroindustrial de chifles, la Asociación Agroindustrial Progreso - AIIPRO cuenta con el 6,3% de productores asociados y organizados y dedicados a la producción de chifles, por último la Asociación de Plataneros los Olivos y el Centro Único de agricultores plataneros de Aguaytía - CUAPAAA tienen un nivel organizativo de 6,3% cada uno. Actualmente se encuentran en proceso de formalización y fortalecimiento; mientras que un 50% de los entrevistados no pertenece a ninguna asociación.

Tabla 66

¿Para UstedCuál es la asociación de productores más organizados en el distrito de Padre Abad, Aguaytía, 2013?

Pertenencia a asociación organizada	Frecuencia	Porcentaje
Asociación AAIPRO	1	6,1
Asociación APTAA	5	31,3
Asociación CUAPPPAA	1	6,3
Asociación Plataneros Los Olivos	1	6,3
Ninguno	8	50,0
Total	16	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevista

C. Agentes de apoyo

1. Extensionistas

➡ Perspectiva de los técnicos extensionistas

Tabla 67

Número de agricultores atendidos por extensionistas, por sectores de producción del cultivo de plátano “bellaco” (variedad hartón).

Número de agricultores asistidos	Frecuencia	Porcentaje
65 -70	11	20,0
70-75	4	80,0
Total	5	100,0

Fuente: Cuestionario de entrevistas.

En la Tabla 67 se expone el número de agricultores atendidos por los extensionistas en 15 sectores de todo el ámbito del distrito de Aguaytía, donde el 20% de técnicos tienen una carga de 65 a 70 agricultores por mes, y el 80% atiende en promedio de 70 a 75% de agricultores por mes.

2. El servicio nacional de sanidad agraria (SENASA)

El Servicio Nacional de Sanidad Agraria, el ente fiscalizador y evaluador de insumos agrícolas, producción orgánica e inocuidad, indica que los principales problemas

en el cultivo de plátano son las plagas son el picudo negro y rayado (*Cosmopolites sordidus*), seguido del problema de nematodos y la Sigatoka amarilla (*Mycosphaerella musicola* sp.) en menor incidencia, pero que ocasionan pérdidas económicas en menor escala. Las dos primeras plagas son controladas por medio de entomopatogenos. Indica que deberían mejorar la presentación, calidad y rendimiento del plátano.

3. Comisionista o compradores zonales

Son aquellos integrantes de la cadena comercial que adquieren el producto en el campo, a los productores y realizan la comercialización en los mercados mayoristas, en forma directa o a través de consignatarios. Estos intermediarios no empacan o almacenan el plátano en lugares específicos sino que la transfieren directamente desde el campo donde la han adquirido a los centros de venta, teniendo a su cargo los gastos de transporte de los campos más cercanos y de la comercialización.

4. Consignatarios de mercados mayoristas

De todos los intermediarios que actúan en la cadena comercial de plátano, los consignatarios tienen una gran relevancia. Su actividad se desarrolla en los mercados mayoristas, donde reciben el plátano y realizan su comercialización. Por esta función cobran una comisión, la cual se pacta libremente entre el remitente del producto y el propio consignatario. El porcentaje se ubica generalmente entre un 5 % a 7 % del valor de venta, dependiendo de la capacidad negociadora de cada una de las partes.

Esta figura comercial puede recibir plátano para su venta de productores independientes, asociaciones o compradores zonales que tengan la capacidad económica y financiera para hacerse cargo de los gastos de acondicionamiento, transporte y de comercialización.

Es una figura clave en la cadena comercial, debido a su amplio conocimiento sobre la situación diaria del mercado de plátano. Hasta hace algunos años era el

principal coordinador en esta cadena agroalimentaria. Actualmente esa función es compartida con la gran distribución minorista.

Los clientes de los consignatarios, en los mercados mayoristas, son los minoristas tradicionales, supermercados, fraccionadores y distribuidores.

Es quizás la figura comercial más criticada en el sector ya que, debido a la escasa transparencia en la operatoria comercial de los mercados mayoristas, se afirma que estos agentes no liquidan al productor el precio real de venta del producto.

5. Mayoristas

Las firmas comerciales que compran plátano, por ejemplo a un acopiador zonal y luego la venden en un mercado mayorista o a otros integrantes de la cadena comercial, están cumpliendo la función de operadores mayoristas. Asumen el riesgo comercial de comprar plátano a un precio dado y al momento de venderla el precio de mercado puede haber variado.

6. Distribuidores

La figura del distribuidor de plátano tiene una participación importante en la cadena comercial, si bien en los últimos años ha disminuido. Su función básica es la de comprar en un mercado mayorista y vender y distribuir el plátano al sector minorista (comercios tradicionales, pequeños supermercados) o al sector institucional (hospitales, hoteles, restaurantes, catering, etc.). La diferencia entre el precio de compra y de venta tiene por finalidad cubrir los gastos de operación y dejar una ganancia por ofrecer el servicio.

La presencia de esta figura se debe principalmente que el producto plátano es voluminoso y pesado, requiriendo mucho espacio y capacidad de carga del transporte especial a temperatura adecuada para mantener la calidad, por lo cual se hace difícil su traslado en los transportes pequeños o medianos que disponen los minoristas tradicionales.

7. Fraccionadores- acondicionadores

A partir del desarrollo de la gran distribución minorista (supermercados) comenzaron a emerger firmas comerciales que tienen como función principal la de adecuar al plátano, en cuanto a calidad y presentación, a los requerimientos de estos grandes compradores. Su tarea básica consiste en adquirir el plátano en la zona de producción o en un mercado mayorista y luego en una planta de empaque efectuar el acondicionamiento (agregado de valor) del producto, clasificación y envasado en bolsas de diferentes peso, listos para su venta al consumidor final.

Otros clientes de estas firmas pueden ser los compradores institucionales. Se prevé que estas empresas adquirirán en el futuro más importancia, a partir de una mayor participación de los supermercados en la venta minorista y de un incremento en la exigencia de los consumidores por la calidad y presentación de este producto.

8. Comerciantes minoristas tradicionales

Este sector platanero tiene en el Perú, una participación del mercado minorista importante (20%). Estos comercios se abastecen a través de los mercados mayoristas. La misma situación ocurre con los pequeños supermercados, aunque éstos agregan entre sus proveedores a los fraccionadores.

La forma de comercialización del plátano es básicamente a granel (sin preenvasar), encontrándose una gran variación en la calidad del producto, dependiendo del comercio considerado. Se estima que en el área metropolitana (Lima), con 8'500.842 habitantes, hay aproximadamente 309 minoristas tradicionales, algunos de ellos muy pequeños.

9. Supermercados

Como se indicó anteriormente el sector de supermercados está participando en forma creciente en la comercialización minorista de frutas y hortalizas, generando

transformaciones importantes en los canales comerciales y aún en el sector productor.

Las pequeñas cadenas y algunas medianas y grandes se abastecen en los mercados mayoristas o a través de fraccionadores. En cambio los grandes priorizan su abastecimiento a través de canales más directos como es la compra a productores, como así también a fraccionadores.

En términos generales las exigencias de calidad y presentación de estas cadenas son superiores a lo demandado por los comercios tradicionales, sin embargo hay gran variación entre cadenas en cuanto a sus requerimientos. Existen las dos modalidades de presentación del producto, a granel y pre envasado, según el supermercado considerado. En general las dos formas de comercialización se dan en forma conjunta. La calidad del plátano a granel, en general es inferior al preenvasado.

Dado el elevado poder de negociación en las grandes cadenas, como por ejemplo Wong, Metro, plaza vea, Totus,

etc., resulta sencillo para éstas establecer sus condiciones a los oferentes. Es así como establecen descuentos (en algunos casos arbitrarios, según el sector productor) por calidad o deterioro del producto y plazos de pago extendidos entre 30 a 60 días.

En las entrevistas realizadas a esos actores de la cadena se manifiesta claramente la disconformidad de los mismos por la calidad comercial y presentación del plátano proveniente de las zonas productoras, sobre todo de la región San Martín, indicando que esto motiva los bajos precios del producto. Las principales quejas se refieren a:

- Que no se respeta el peso del envase estipulado (p.e. 20 kilos), desconociendo el comprador cuál es el peso real de estos) desuniformidad del tamaño de los dedos) deformaciones de los plátanos, cicatrices y daños en la piel del producto.

La mayoría manifiesta no realizar ninguna acción de promoción del producto en el punto de venta. Por otra parte, no realizan ningún tipo de estudio sobre los requerimientos del consumidor.

10. Mercados mayoristas

Los mercados mayoristas de frutas y hortalizas siguen siendo el principal canal de comercialización para el plátano. Debido a la inexistencia de información sobre los volúmenes comercializados en la mayoría de ellos. Solo en Aguaytía se estima por el número de camiones enviados semanalmente que se distribuye 76 000 dedos de plátano, pero no se puede precisar con exactitud qué porcentaje del total producido de plátano utiliza este canal. Los Mercados de Abasto de Lima, Cooperativa Tupac Amaru y el mercado mayorista N° 1 y N° 2 de Lima, disponen de información confiable. En el área metropolitana también existen otros mercados de menor magnitud

La figura comercial más importante que opera en ellos es el Consignatario, no obstante también realizan comercialización de plátano: Mayoristas, Productores y Compradores zonales. En muchos casos el operador comercial reúne a varias de estas figuras comerciales, es decir, puede ser productor que vende su propio plátano,

pero a su vez compra en zona de producción (acopiador) y también recibe mercadería en consignación.

El plátano no tiene una presentación establecida del producto se comercializa por millares, de 0,375 kg de peso por unidad y una pequeña proporción en cajas de madera de 30 kg. En general al plátano comercializado por este canal no está bien tipificada por calidad y tamaño. Rara vez se puede observar mercadería preenvasada en los mercados mayoristas.

Si bien a través de los mercados mayoristas pasa una proporción importante de la plátano destinada al consumo en fresco, este canal es muy criticado por el sector productor, adjudicándole poca transparencia en la operatoria comercial y alto riesgo de incobrabilidad. Por estos motivos, en los últimos años se ha incrementado la venta en chacra.

4.1.2 Logística y distribución

La logística, en una cadena alimentaria, se refiere al gerenciamiento de los flujos físicos (plátano en nuestro caso)

y de información y también de todas las actividades relacionadas con esos flujos.

Teniendo en cuenta esta definición, se describen a continuación los principales aspectos referidos a la cadena alimentaria de plátano. Si comenzamos con el análisis en el sector productor, podemos verificar que el movimiento de la plátano en el campo se efectúa en general a mano en cortas distancias y con la ayuda de una camioneta, moto furgón, donde el acceso es por carretera o río por bote motor, cuando las distancias son mayores, por ejemplo cuando se traslada la plátano para su almacenamiento. En general, los movimientos se realizan por millar de plátanos hacia el centro de acopio local es enviado en camiones de 15 a 20 t. con una carga de 30 a 50 millares de plátano hacia la industria chiflera, y los mercados mayoristas de la ciudad de Lima.

El plátano se distribuye a granel en menor escala en cajas de madera de 25 a 30 kg. Este último favorece el manejo del producto, ya que con un solo tipo de envase se facilitan las operaciones de transporte y distribución del

mismo. Sin embargo por unidad, debido a los muchos movimientos que se realizan en forma manual, por parte de los trabajadores, influyendo además en la calidad (daños mecánicos) del producto.

La mayor parte del plátano se almacena en el campo de un día para otro. Por este motivo en época de invierno, debido a que la mayoría de los caminos en el campo son de trochas carrozales, se dificulta el ingreso de los medios de transporte como cargos, camionetas, camiones para cargar el plátano, con lo cual suelen generarse algunas restricciones en la oferta en el mercado en esos días. Sumándose a ello el mal estado de la vía nacional la carretera Federico Basadre.

El método de transporte más común desde las zonas de producción son los botes motores y las camionetas o cargos. Debido a que no se cuenta con una presentación y se da la venta por unidad el plátano sufre innumerables golpes en la cosecha, traslado de la chacra al centro de acopio, conteo, acomodada, y finalmente el traslado al centro de procesos estos ocasionan severos daños físicos y

mecánicos al fruto. La capacidad media de estos camiones es de 40 a 50 millares (15 a 20 toneladas). Estos medios de transporte pueden ser de propiedad de los productores o contratados. No existe coordinación entre los productores para contratar fletes y reducir de esta forma los costos.

Cuando los supermercados medianos o grandes son los compradores, están exigiendo cada vez con mayor frecuencia. La adquisición de plátano de los supermercados se realiza en base a cajas de plástico.

La coordinación del abastecimiento de plátano (en cuanto a horarios, días de descarga, acondicionamiento de producto, cantidades) hacia la industria y grandes supermercados es más eficiente que lo que sucede en los mercados mayoristas o minoristas.

En cuanto a los flujos de información, estos son escasos y poco confiables. Esto es limitante para la planificación de las actividades y asignación de recursos de todos los integrantes de la cadena agroalimentaria de plátano, desde los organismos oficiales, los productores,

operadores mayoristas y minoristas, como así también de los consumidores.

Si bien existe una documentación denominada “Guía de remisión” que debe completar el remitente de estos productos cuando se transportan desde zona de producción, no siempre se realiza ni se controla cuando llega a destino o en tránsito, excepto en el Mercado agroindustrial. En esta documentación se describe el producto (variedad, calidad, cantidad, zona de producción, tipo de envase, etc.), como así también se identifica el remitente y el destinatario.

El plátano cuenta con una escasa o nula presentación ya que la venta solo se realiza por unidad tanto en la venta mayorista como en el minorista. Una de las funciones básicas de los consignatarios en los mercados mayoristas, además de comercializar el producto, es mantener muy bien informados a los remitentes sobre las cantidades y precios de la plátano comercializada en el mercado, para que de esta forma se puedan planificar los envíos. Esta función no siempre se cumple con la eficiencia que merece su importancia.

Uno de los elementos que atenta contra la transparencia de las operaciones comerciales y aumenta el costo de las transacciones es la falta de la implementación y control de la tipificación por calidad y tamaño del plátano. Esto genera muchas situaciones de disconformidad de los clientes y rechazos de los envíos, significando un incremento innecesario de costos.

4.1.3. Análisis de la oferta y precios del plátano

1. A nivel mayorista de comercialización

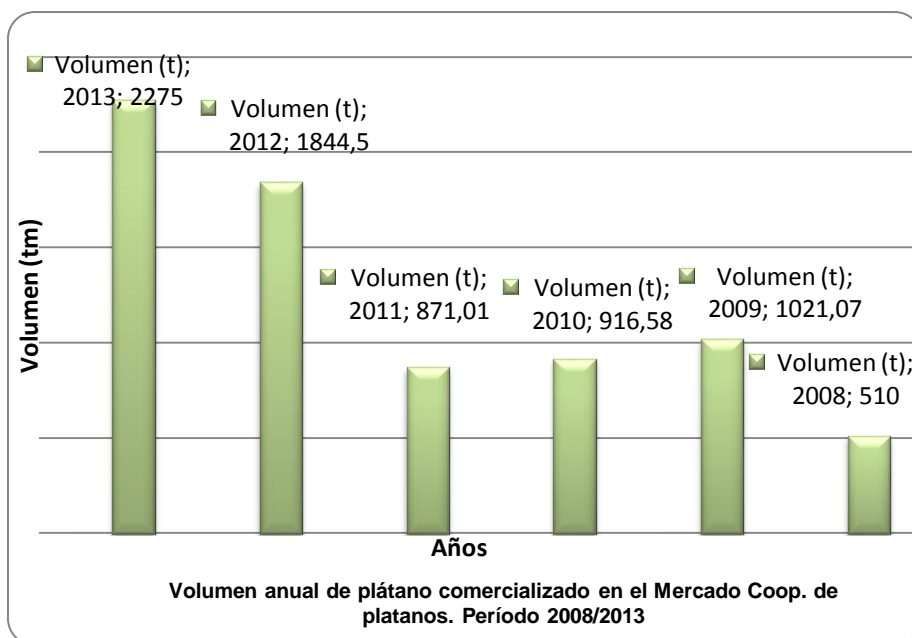
Como se explicó anteriormente la disponibilidad de información estadística de volúmenes comercializados de plátano y precios a nivel mayorista es escasa o nula. Son pocos los mercados que disponen de estos datos.

Debido a que el Mercado Mayorista de plátano N° 1, N° 2, y la cooperativa “Túpac Amaru” de Lima, son los más grande a nivel de Perú, se tomarán los datos de volúmenes y precios de plátano enviados desde la ciudad de Padre Abad – Aguaytía, a este mercado para analizarlos y presentarlos en este informe, como

representativos de las condiciones de oferta y demanda de plátano consumo a nivel nacional.

2. Análisis de la oferta

En el Figura N° 1 se puede observar los ingresos de plátano al Mercado mayorista de Lima, en los últimos 2 años. En los primeros cinco años de la década analizada, se verifica un descenso de los ingresos de plátano al Mercado Central. Esto obedeció a que hubo una dispersión en la comercialización en distintos mercados, situación que se revirtió en la segunda mitad del período, en el cual se observa un crecimiento de la oferta.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del mercado Coop. II de plátanos

Figura 2

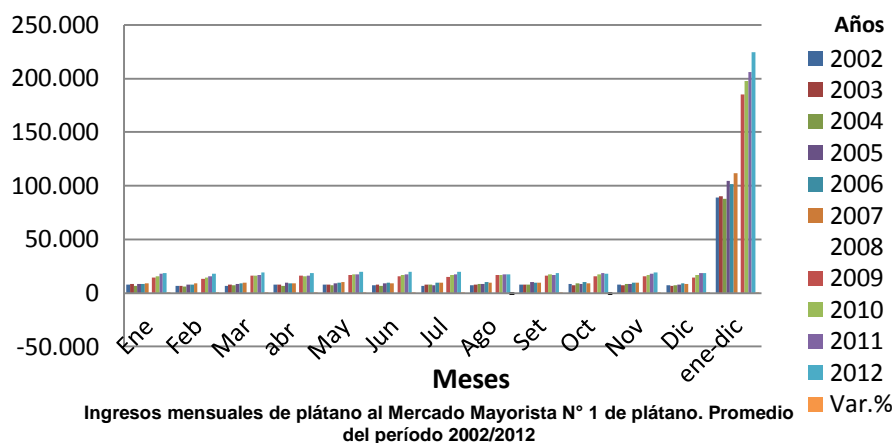
Volumen anual de plátano comercializado en el mercado Coop. de plátanos. Período 2008/2013.

En este Mercado solo se comercializa plátano de todas las variedades y de diferentes zonas de producción. Hay dos sectores en los que se comercializa plátano, uno es el área transaccional y el otro se especializa en la venta de plátano a grandes compradores (por ejemplo distribuidores, supermercados, y agroindustrias). Los datos de la figura anterior se refieren a los ingresos en el primer sector. No se tiene datos estadísticos precisos del ingreso de plátano a este mercado, porque solo se

contabiliza la fruta que ingresa al mercado, lo que se descarga fuera no se registra.

La variación mensual de los ingresos de plátano al Mercado disminuye en los meses de junio y octubre, esto se debe por la menor demanda.

Con respecto a las variedades, existe un claro predominio del plátano “Bellaco” variedad Hartón, representando más del 40 % de la oferta total. En segundo lugar se ubica el dominico hartón, con un 30 % a 35 % y el resto está representado por las variedades “seda”, “moquicho”, “isla”, “morado”, y otras.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del M.M.N°1

Figura 3

Ingresos mensuales de plátano al Mercado Mayorista N° 1 de plátano. Promedio del período 2002/2012.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del M.M.N°1

Las regiones abastecedoras de plátano fresco para cocción y fruta son San Martín (Tocache, Uchiza), Huánuco (Tingo María, Aucayacu) Ucayali (Padre Abad, Curimana, Coronel Portillo) son los principales abastecedores a estos Mercados durante todo el año. La producción de plátano es todo el año.

1. Análisis de precios

Como se indicó anteriormente el plátano se consume en forma relativamente estable a lo largo del año y es de demanda inelástica, por lo tanto las fluctuaciones de precios dependen del comportamiento de la oferta.

El producto plátano Var. Hartón verde, tal cual se lo comercializa en el Perú actualmente, está en el ciclo de vida, en la etapa de madurez, por lo cual en un mercado interno saturado el aumento de la demanda estará dado sólo por el crecimiento demográfico.

Tabla 68

Ingreso mensual de principales tubérculos Lima metropolitana: y raíces (t), al mercado mayorista N° 1 Período: enero- 2012

Mes	Plátano											
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Var.%
Ene	7,874	8,199	6,488	8,416	8,455	9,078	9,954	14,128	15,426	17,739	18,363	3,52
Feb	6,374	6,528	6,006	7,662	7,835	8,900	10,175	13,178	14,179	15,286	17,767	16,23
Mar	6,747	8,058	7,275	8,555	8,688	9,345	11,917	16,055	15,986	16,598	19,185	15,59
abr	7,724	7,954	6,777	9,292	8,803	9,205	11,480	16,040	15,442	15,958	18,400	15,3
May	7,773	7,551	7,049	8,907	9,609	10,264	14,166	16,689	17,244	17,461	19,897	13,95
Jun	7,156	7,597	6,419	9,037	9,303	9,114	13,487	15,597	16,844	17,412	19,570	12,39
Jul	6,602	7,792	7,525	7,398	9,748	9,707	14,230	14,701	16,997	17,090	20,013	17,1
Ago	7,291	8,005	8,164	8,240	9,956	9,607	15,116	16,573	16,994	17,210	17,124	-0,5
Set	7,841	7,513	8,041	9,988	9,537	9,411	14,982	16,240	17,387	16,467	18,356	11,47
Oct	8,545	7,174	8,899	8,342	9,967	8,957	14,615	15,839	17,245	18,685	17,943	-
Nov	7,791	7,442	8,204	8,413	9,433	9,314	12,779	15,420	16,882	17,864	19,055	3,97
Dic	7,397	6,597	7,171	8,006	8,986	8,605	10,521	14,411	16,934	18,291	18,769	6,67
ene- dic	89,116	90,410	88,018	104,261	101,334	111,507	153,422	184,871	197,560	206,061	224,442	8,92

Fuente: Elaboración propia en base Empresa de Mercados Mayoristas S.A.

Se estima que la tendencia a mediano y largo plazo es la reducción de la demanda por persona para consumo fresco de plátano y un aumento de los productos industrializados, tal como ocurre en otros cultivos, así lo manifiesta (Mosciaro, 2000), en su estudio del cultivo de papa.

Del análisis de la evolución histórica de precios del plátano, a nivel de mercados mayoristas, se puede observar una clara tendencia de alza de los valores medios negociados.

El plátano es un producto perecedero, por lo cual se debe comercializar durante un período relativamente corto de tiempo.

Tabla 69

Precio promedio mínimo de plátano “Bellaco”, Mercado Coop. Túpac Amaru (S/. x Kg.) mensuales por Kg. (netos de impuestos)

Precio promedio plátano Bellaco, Mercado Coop. Tupac Amaru (S/. x Kg.)												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
2007	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,91
2008	0,84	0,83	0,91	1,01	1,01	0,98	1,05	1,05	1,09	1,12	1,10	1,06
2009	1,07	1,06	1,03	1,04	1,06	1,10	1,09	0,99	1,08	1,08	1,06	1,04
2010	1,05	1,05	1,03	1,10	1,10	1,10	1,11	1,79	1,12	1,09	1,11	1,05
2011	1,09	1,17	1,19	1,22	1,27	1,38	1,33	1,20	1,14	1,25	1,46	1,48
2012	1,48	1,45	1,41	1,29	1,45	1,43	1,35	1,36	1,27	1,32	1,40	1,48
2013	1,09	1,34	1,22	1,21	1,22	1,24	1,22	1,27	1,31	1,34	1,33	0,00

Fuente: Elaboración propia en base de datos de la Coop. de Plátanos

Históricamente, dada la relativa regularidad con que ingresa el plátano al mercado y la escasa variación de la demanda a lo largo del año, los precios medios negociados no muestran diferencias estacionales significativas. Este comportamiento es más marcado en la última década. En una comparación anual los registros de precios promedios mínimos del plátano se verifican en el primer trimestre del año, mientras que los máximos se observan a partir del segundo semestre.

Es importante resaltar que el análisis de precios presentado se refiere a valores promedios negociados. En un análisis más detallado se debería analizar cómo inciden los diferentes factores de variación de precios como son: variedad, calidad, tamaño y presentación del producto.

Como se informó en capítulos anteriores el consumidor Limeño y especialmente el ubicado en el área metropolitana, privilegia la compra de plátanos verdes, pintones o maduros, grandes o medianas, alargadas, sin manchas, prestando poca atención a la calidad intrínseca. Por este motivo la variedad “Bellaco Hartón” tiene muy buena aceptación. Esto se evidencia por los precios obtenidos en el mercado, los cuales son más altos para esta variedad. Si bien esta variedad tiene mayor calidad culinaria, esto no se manifiesta en los precios mayoristas, ya que en general logra cotizaciones iguales o inferiores al *Dominico Hartón*, considerando la misma calidad.

Si se analizan los precios teniendo en cuenta la zona de producción, se pueden encontrar diferencias importantes. Estas se explican por la incidencia del clima y suelo de las diferentes zonas de producción, sobre la calidad comercial del producto.

Considerando la misma variedad, el plátano proveniente de Huánuco y San Martín, tiene menor precio que la que tiene como origen las otras zonas de producción (Aguaytía, Curimama y Coronel Portillo). El plátano de estas zonas, en promedio tiene un precio superior en 40 % a 45 % a la oferta de otras zonas.

2. Margen bruto de comercialización

Los márgenes brutos de comercialización en plátano son bastante variables, dependiendo básicamente del canal de comercialización analizado (cantidad de integrantes y agregado de valor en cada eslabón) y de la magnitud de los precios del producto.

El margen total de comercialización, medido como la diferencia entre el precio al consumidor y el precio al productor, varía según los años entre un 70 % a 75 %. Este margen que es captado por el sector mayorista-minorista, es alto si se lo compara con el valor agregado con que llega el producto al consumidor.

El productor recibe, entonces, entre un 35 % al 40 % del precio final que pagan los consumidores. En estos valores están incluidos los gastos de comercialización. El margen mayorista absorbe entre un 3 % a 6 % del precio final, y por último el margen bruto minorista oscila entre el 40 % a 65 %.

4.1.4. Evaluación de la cadena de valor de plátano para consumo fresco, en el distrito de Padre Abad- Aguaytía

A partir de la información disponible y de la generada mediante las entrevistas a los diferentes integrantes de la cadena de valor de plátano para mercado fresco, se analizó cada uno de los principales componentes de esta cadena. Como se indicó en la introducción del presente trabajo, la metodología que fue elegida para el análisis fue tomada del IICA, “Metodología de Evaluación de Sistemas de Productos Básicos”. Este método permitió realizar un enfoque integral para el análisis de los problemas, facilitando la recopilación y análisis de la información en forma ordenada y de fácil comprensión.

Un esquema resumido de la descripción y características principales de los 22 componentes identificados de la cadena de plátano, analizados en el desarrollo de esta investigación, se puede ver en el Tabla 70. A partir del estudio de los componentes de la cadena se definió la importancia relativa de cada uno de éstos y se identificaron y priorizaron las principales limitantes que afectan al conjunto. A tal fin, se evaluó la forma en que las decisiones o acciones tomadas en ese punto pueden afectar la productividad, calidad, rentabilidad, regularidad de abastecimiento y precio del producto, incidiendo positiva o negativamente en la competitividad de la cadena en su conjunto.

Tabla 70

Sistema de evaluación de los 22 componentes de la cadena de valor de plátano “bellaco” Variedad *Hartón* del distrito de Padre Abad - Aguaytía

Sistema de evaluación de los 22 componentes de la cadena de valor de plátano “bellaco” Variedad <i>Hartón</i> del distrito de Padre Abad - Aguaytía.	
COMPONENTES	DESCRIPCIÓN
A. Preproducción	
1. Importancia del cultivo. (generación de ingresos, generación de empleo, rentabilidad)	<p>La producción nacional de plátano en el 2012 fue de 1 963,068 t. La región Ucayali representó en el mismo año el 21,57% de la producción nacional de plátano bellaco Var. <i>Hartón</i>, con una producción de 197 055 t y una superficie de 12 740 has. Aguaytía tiene una producción de 84 067 t, representando un 12% de la producción nacional. El precio por unidad de plátano en el centro de acopio de Aguaytía es de S/.0,30 centavos de soles. Mientras que en el mercado mayorista el precio fluctúa entre S/.1, 28 a S/.1,34 soles/ Kg. El valor bruto de la producción de plátano de esta zona, semanal a nivel mayorista de comercialización es de S/. 39 6000.00 soles. Y el movimiento económico anual solo en Aguaytía es de S/.20´592000.00 soles. En el Perú no se conoce la cifra exacta de agricultores dedicados al cultivo, sin embargo solo en Aguaytía se estima que hay 4000 agricultores productores de plátano. La demanda de mano de obra es importante (promedio de una persona cada dos hectáreas), principalmente en el período de cosecha (Enero a Diciembre).En promedio la rentabilidad del sector platanero es baja.</p>
2. Políticas de gobierno (programas de apoyo, créditos)	<p>No están disponibles para el sector platanero de Aguaytía los programas de apoyo económico, ni desgravaciones, ni subsidios. Los créditos disponibles son los del mercado y las cajas municipales locales. No existe ningún tipo de política de gobierno (nacional, provincial o departamental) destinada a este sector.</p>

<p>3. Instituciones Vinculadas (sector público, sector privado)</p>	<p>INIA es la principal institución pública de investigación de plátano en Aguaytía. Sobre ella recae la función de coordinación del programa nacional de investigación de plátano a nivel nacional. SENASA, brinda asistencia técnica para la prevenir de la incidencia de plagas y enfermedades en el cultivo de plátano.</p> <p>La Municipalidad Provincial de Padre Abad - MPPAA y DEVIDA–Aguaytía con el proyecto plátano procesadoras de plátano localizadas en la zona tienen personal técnico que asesoran a los productores proveedores de plátano a la industria.</p>
<p>4. Servicios (infraestructura, comercialización, sistema informático)</p>	<p>Solo algunas organizaciones de productores disponen de infraestructura para realizar algún proceso clasificación del plátano de almacenamiento para el mercado fresco. Hay una escasa disponibilidad de transporte, este no es especializado para el transporte de plátano.</p> <p>Hay poca o nula disponibilidad de almacenamiento (frigorífico o ventilado) para una adecuada conservación del producto pelado. No hay coordinación adecuada entre los productores para la contratación de fletes ni para la comercialización en conjunto.</p> <p>Existe escasa información de precios de mercado (Mercado Mayorista N° 1 y N° 2, y la Cooperativa de Túpac Amaru), ésta no es totalmente transparente, debido a una inadecuada identificación del producto.</p> <p>Hay limitado asesoramiento privado y también por parte del INIA. No hay disponibles laboratorios oficiales y privados para realizar análisis de sanidad de la semilla o hijuelos de plátano.</p>
<p>5. Condiciones ambientales (suelos, clima, agua, etc.)</p>	<p>Las condiciones ambientales, en algunas zonas (río abajo y río arriba), suelen ser óptimas y son muy buenas para la producción de plátano. En esta zona se obtienen los mayores rendimientos medios del Perú (11 toneladas por hectárea). El promedio nacional es de 15.5 toneladas, por lo cual esta zona logra rendimientos promedios.</p> <p>Aguaytía posee buenas características de suelo para la producción</p>

	<p>de plátano, por ser suelos “aluviales” perfectos para este cultivo, aunque se tiene problemas de inundaciones en épocas de invierno. Esto último puede afectar la calidad comercial del plátano. La práctica del cultivo amigable con el ambiente, con el uso de abonos orgánicos y en muchos casos no se aplica ningún fertilizante, ni abonos. La fertilización se realiza de manera natural con las inundaciones frecuentes de los suelos.</p>
<p>6. Disponibilidad de semilla (abastecimiento, calidad)</p>	<p>En el Perú la única entidad que certifica las semillas de plátano es el SENASA. Pero no existe un centro u institución que ofrezca y distribuya semillas certificadas a los productores de plátano sobre todo la Var. “Bellaco” Hartón.</p> <p>El abastecimiento de plátano semilla es adecuado a la demanda. El origen de la misma proviene de la producción local de plátano. Solo un pequeño grupo (15%) de los productores realizan tratamiento sanitario a las semillas de plátano. El resto no realiza ningún control de sanidad a las semillas.</p>
<p>8. Organizaciones de productores (asociaciones)</p>	<p>Asociación de Plataneros Tecnificados Agropecuarios de Aguaytía – APTAA, y la asociación de agroindustrias progreso AAIPRO son las únicas organizaciones inscritas en los registros públicos y que cumple con todos los requisitos legales. Existen 5 asociaciones de productores de plátano, de los cuales solo 2 tienen partida de inscripción.</p> <p>Existe un débil comportamiento asociativo. Hay pocas organizaciones en la zona y las que existen tienen poca trascendencia. En los últimos años existen asociaciones que están trascendiendo en la comercialización plátano fresco y procesado).</p>
<p>B. Producción</p>	
<p>9. Labores culturales (preparación del suelo, siembra,</p>	<p>La plantación del plátano se efectúa en forma manual. Existen dos prácticas para la instalación de áreas nuevas la primera se realizan las siguientes actividades: (Rozo, tumba, quema, shunteo, poceo y la siembra), la segunda se realizan las siguientes actividades:</p>

tratamientos fitosanitarios)	<p>(Rozo, poceo, siembra y tumba), esta actividad realizan los productores de las comunidades nativas.</p> <p>El productor de plátano de esta zona tiene muy buenos conocimientos sobre las labores culturales. La mayoría de productores usan herbicidas al menos dos veces al año para el control de malezas. Todos los cultivos de la zona incluyendo el plátano se realizan en secano. Aproximadamente el 95% de los productores no fertilizan a pesar que es una actividad fundamental para obtener altos rendimientos. Todas las actividades desde la siembra, hasta la cosecha se realizan de forma manual, incrementándose el uso y costo de mano de obra. Podría decirse que en Aguaytía se tiene una producción de plátano “Bellaco” Var. Hartón orgánico.</p>
11. Plagas y enfermedades (daños y tratamientos para su control)	<p>El plátano es un cultivo que tiene muchas plagas y enfermedades, el productor de Aguaytía solo conoce algunas, por lo que no realiza casi ningún tratamiento fitosanitario requeridos para su control. Se estima que los daños de estos factores inciden en un 10 % a 20 % sobre la producción total. A ello debe agregarse el riesgo humano y ambiental por contaminación. Asimismo no existen estudios ni productos para el control específico de las enfermedades o plagas de plátano.</p> <p>El uso de semilla certificada es un método de control importante. Es muy difícil poder realizar en esta zona producción de plátano orgánica. Las zonas de producción desarrollan este tipo de cultivo por sus condiciones agroclimáticas que no requieren el uso de agroquímicos para el control de plagas y enfermedades.</p>
11. Costos de producción	<p>El costo total de producción de plátano convencional alrededor de 15, 420.00 soles por hectárea. Mientras el costo producción de plátano orgánico es de 6, 346.00 soles. Los márgenes son bajos, ya que a pesar del nivel tecnológico bajo los rendimientos promedio. Los precios de venta han tenido un incremento en los últimos años.</p>

	En Aguaytía es considerado único producto tradicional y con mayor rendimiento económico que solventa a las familias productoras de plátano de esta zona.
12.Cosecha (Manual)	La cosecha se realiza manualmente, el único método de cosecha de plátano en Aguaytía (100 %). Los productores más grandes hacen un mayor uso mano de obra, generando un mayor costo de cosecha por el mayor número de jornales utilizados. La mano de obra para realizar la cosecha manual es poco calificada ya que generalmente proviene de otras provincias (sierra), es transitoria y se desempeña bajo un régimen de contratación de personal, estable (peón), diaria (jornales) y/o mensual (contrato/ ha). Esta actividad representa entre un 48 % del costo total de mantenimiento y el 3.3% del costo total de producción.
C. Posproducción	
13.Preparación para su envío a mercado	Es poco y deficiente el trabajo de clasificación del producto. No se realiza una adecuada selección por calidad y tamaño de los plátanos. Generalmente se eliminan los dedos de plátano maduros, pintones, chicos, muy grandes, gordos, partidos, rotos, con daños físicos, mecánicos y los defectuosos. Y el resto se cuenta y se carga al camión para su envío al mercado nacional. Si se efectúa una buena clasificación se obtiene un 10 % a 20 % de descarte, según la calidad de origen del producto (río o carretera).
Tratamiento poscosecha	En general el manejo poscosecha se realiza directamente en el campo, no se realiza ningún tratamiento fitosanitario. Los productores que destinan su producto a los supermercados, realizan tratamiento fitosanitario. Se observa una debilidad importante en cuanto a la presentación del producto y en la búsqueda de su diferenciación.
Empaque	No se utiliza ningún empaque u envase para como presentación, la venta se realiza como plátano fresco.

<p>16. Almacenamiento (sistemas, pérdidas)</p>	<p>El almacenamiento de plátano para mercado fresco en Aguaytía es deficiente, produciéndose pérdidas que pueden llegar al 20 - 25 %. Este, en general se realiza en los propios medios de transporte, en pilas en el centro de acopio local, cubiertas por hojas de plátano. Hay muy poca difusión de cámaras frigoríficas y de depósitos ventilados para el almacenamiento de plátano para consumo fresco. Esto se debe al desconocimiento y la baja economía y apoyo al producto.</p>
<p>17. Transporte</p>	<p>El plátano es una especie que tiene buen comportamiento durante el transporte, aunque este no es el más eficiente. Sin embargo el mayor daño es producido por un excesivo e inadecuado manipuleo del mismo, prácticamente todos los movimientos se realizan en forma manual con ayuda de canastas elaboradas de sogas.</p> <p>El camión es el medio de transporte excluyente. Se utilizan para tal fin camiones de carga de 10 a 20 t. En general los productores pequeños contratan botes, moto cargos, camionetas para trasladar por vía terrestre o fluvial se producto al centro de acopio, para luego ser contabilizado, seleccionado y finalmente se carga al camión fletero que traslada el plátano hacia los mercados mayoristas de Lima, donde el costo al mercado es de 65 -70 soles por millar de plátano.</p>
<p>D. Comercialización</p>	
<p>18. Procesamiento (formas de consumo)</p>	<p>El destino industrial se ha incrementado a partir del 2012, cuando se instalaron las plantas procesadoras de chifles en la capital (Lima). Ahora se abastece en un 80% de sus demandas mediante contratos con productores asociados, comisionistas y mayoristas. Esto significa una seguridad en la compra para la empresa y también un seguro de venta y sobre todo un precio para el productor.</p> <p>La industria procesadora de plátanos, en sus diversas formas (fritas, harinas, patacones, etc.) están demandando unas 1 957,103 toneladas de plátano fresco en el 2012. Las exigencias particulares de materia prima y su relación con los productores</p>

	<p>están generando cambios en el sector que están repercutiendo sobre la producción para mercado fresco.</p> <p>El precio del plátano para uso industrial se mantiene igual que en el mercado fresco, debido fundamentalmente a la necesidad de la industria de abastecerse de plátano de acuerdo a sus requerimientos. Actualmente se está optando por realizar el proceso de pelado del plátano facilitando el transporte de mayor cantidad de plátano y generando nuevos puestos de trabajo para las mujeres y hombres de la zona. El destino del plátano es principalmente las agroindustrias chifleras.</p>
<p>19. Intermediarios de mercado (mercado interno)</p>	<p>Para mercado fresco los dos principales canales comerciales son:</p> <p>a) venta directa a la agroindustria por intermedio de asociaciones formalizadas de productores.</p> <p>b) Venta en mercado mayorista, por intermedio de los comisionistas, enviada a consignación. En los últimos años se ha incrementado esta modalidad, siendo predominante entre los productores.</p> <p>El canal que se está desarrollando en los últimos años es la venta directa del productor a grandes agroindustrias, y supermercados, evitando intermediarios entre ellos. Ya existen formas organizativas que permitan realizar una gestión comercial más beneficiosa para el sector productor. El plátano Var. "Bellaco" Hartón no tiene un mercado externo como destino final.</p>
<p>20. Información de mercado (precios, estacionalidad, calidad)</p>	<p>El sector productor no dispone de un sistema de información de mercado (superficie plantada, producción, volúmenes comercializados, precios según tipo comercial y plaza, etc.) confiable y en algunos casos la información es casi inexistente.</p> <p>El precio promedio del plátano producido de Aguaytía, para consumo fresco, en los últimos años se ha ubicado en el nivel local a S/. 0.30 a S/. 0,35, y S/. 1.02 a S/. 1.03 nuevo soles por kg. a nivel mayorista. Esta zona abastece al mercado durante un amplio período (enero a diciembre). El período de menor</p>

	<p>demanda y menor precio son los meses de junio a octubre, y los precios más altos y de mayor demanda son los meses de noviembre a marzo.</p> <p>Los precios obtenidos del plátano de Aguaytía son más altos (30 a 40 %) que los obtenidos por otras zonas San Martín (Tocache), Huánuco (Aucayacu, Tingo María), debido a las características propias del producto, dadas por la zona de producción. El plátano Var. <i>Hartón</i> producido en Aguaytía, son superiores a los producidos en la zona de San Martín (Dominico Hartón o “bellaco plantano”, teniendo diferencias significativas en peso, tamaño y diámetro, por ende la diferencia de precios.</p>
<p>21. Demanda del consumidor (estacionalidad, niveles de ingreso, preferencias)</p>	<p>La demanda de plátano es bastante regular a lo largo del año (se incrementa en invierno). Varía poco ante cambios en los precios o en el ingreso del consumidor. Es un mercado poco estable. Se ofrece un producto con pocas innovaciones en cuanto a la presentación. Algunos productores están ofreciendo productos específicos (por ejemplo, el biscochito o moquicho, isla) para determinados segmentos de mercado, aunque su volumen es muy escaso. El consumidor tiene poca información con respecto a usos culinarios adecuados de cada variedad. Esto determina que el consumidor evalúe el producto por sus características externas. La valoración de la calidad es diferente según sea el canal comercial utilizado. El mercado de plátano orgánico es casi inexistente, ya que no se cuenta con la certificación y no se cumplen con algunos requisitos para la certificación.</p>
<p>22. Exportaciones (países demandantes, exigencias, competitividad)</p>	<p>No se realizan exportaciones a ningún país, ya que los volúmenes son variables, el manejo del cultivo es deficiente. Para ingresar al mercado internacional deben realizarse esfuerzos para adaptar el producto a los requerimientos del mercado objetivo (variedades, implementación de las BPAs, presentación de los plátanos, envases, etc.) La producción de plátano aún no es competitiva en costos, producción, comercialización, con respecto a los países</p>

	de los productores de plátano de esta variedad.
23. Costos de comercialización (costos de producción, márgenes)	Faltan estudios de mercado para mejorar la oferta de plátano en el mercado interno y nacional. Por ser un producto de precio bajo, los gastos de comercialización y flete son importantes, ya que inciden en un 41.6 % sobre el costo total. El margen bruto de comercialización, promedio es: Productor: (S/. 0.80 soles/Kg) 25 a 30 %, Intermediario mayorista:(S/. 1.40 soles soles/Kg) 45 a 50 %, y el Intermediario minorista: (S/. 2.40 soles soles/Kg) 30 a 35 %. El costo total por kilo de plátano incluye gastos de comercialización.

Las limitantes priorizadas en este estudio para la cadena de valor de plátano para consumo fresco producida en la Provincia de Padre Abad, Distrito de Padre Abad – Aguaytía son:

1. Escasos recursos financieros para el desarrollo de proyectos productivos, la adquisición de equipos e insumos (manejo, cosecha, clasificación, almacenaje y comercialización).
2. Inexistencia de programas estatales o privados de apoyo directo para el sector platanero.
3. Deficiencias en las actividades de logística en toda la cadena (manejo de producción, manejo poscosecha, clasificación, presentación, almacenamiento y transporte deficientes).

4. Insuficiente desarrollo de la capacidad gerencial empresarial del sector productor y comercializador.
5. Falta de transparencia comercial y elevado riesgo financiero en el canal de comercialización productor-mercado mayorista debido a una información de mercado escasa y poco confiable.
6. Escasa existencia de formas organizativas que permitan realizar una gestión de producción y comercial con mayor capacidad de negociación y coordinación de la cadena.
7. Escasa utilización de las herramientas del marketing, como son: falta de adecuación y mejora del producto a la demanda, en base a estudios de mercado, inexistencia de actividades de promoción del consumo de plátano, tanto a nivel genérico como en el punto de venta minorista, falta de estudio y desarrollo de canales comerciales alternativos.
8. Limitada presencia en los mercados externos y excesiva variabilidad en los volúmenes de plátano.

Por otra parte, el sector platanero presenta fortalezas que lo han mantenido con la competitividad necesaria para seguir siendo la principal zona de producción de plátano de Aguaytía, aunque en los últimos años

esté perdiendo la hegemonía que supo tener en el pasado. Estos factores positivos que presenta la producción de plátano en el distrito de Padre Abad - Aguaytía son:

1. Muy buenas condiciones agroecológicas, lo que permite obtener productos con ausencia de agregados tóxicos, buena calidad y elevados rendimientos en la mayoría de las zonas.
2. Rápido acceso a avances en el conocimiento tecnológico, lo cual genera una mejora continua del nivel técnico del sector productor.
3. Los productores tienen una elevada capacidad de adaptación a los cambios, sobre todo a los climáticos y de mercado.
4. Buen material genético y por ende buena calidad de la semilla producida.
5. Los productores mestizos y miembros de Comunidades Nativas tienen una cultura ambientalistas, y están predispuestos a desarrollar las BPAs, con visión a la certificación orgánica.
6. Continuo desarrollo del sector industrial que en los últimos dos años, representando un factor dinamizador del sector desde el punto de vista tecnológico y comercial.

4.2 ESTRATEGIAS PROPUESTAS

Porter (1991) define a la cadena de valor como el conjunto de actividades estratégicas relevantes, que se desarrollan en una empresa o sector. El estudio de cada una de estas actividades de la cadena de valor nos permite identificar cuáles son las fuentes y ventajas competitivas.

En el presente trabajo de investigación se definieron estas actividades para el sector de la cadena de plátano, teniendo en cuenta la función específica y diferenciable una de otra. De esta forma se determinaron las principales limitantes encontradas a lo largo de la cadena de valor. Posteriormente, se procedió a buscar los “cuellos de botella o inductores”, entendiendo por tales los factores estructurales asociados a cada actividad de valor que afectan o pueden afectar los costos o el potencial de diferenciación de dicha actividad.

Los inductores seleccionados en este trabajo, se han considerado como los más apropiados para generar fuentes de ventajas competitivas para el sector en estudio.

Finalmente, se formularon las estrategias que se consideraron aptas para viabilizar los inductores individualizados y que configuran el conjunto de actividades propuestas.

En la siguiente Tabla sinóptica se puede observar cuáles son los inductores encontrados y las estrategias propuestas para cada una de las limitantes definidas en las actividades de valor de la cadena de plátano para consumo fresco del distrito de Padre Abad-Aguaytía.

Tabla 71

Principales limitantes, propuestas y estrategias de la cadena de valor de plátano para consumo fresco del distrito de Padre Abad- Aguaytía

PRINCIPALES LIMITANTES	PROPUESTAS	ESTRATEGIAS
1) Escasos recursos financieros para el desarrollo de proyectos productivos, la adquisición de equipos e insumos (manejo, cosecha, clasificación, almacenaje y comercialización).	1) Facilitar el financiamiento para la compra de insumos, equipos, y herramientas, especialmente aquellos destinados a mejorar la producción, cosecha y pos cosecha de plátano.	1) Líneas de crédito específicas para la adquisición de determinados insumos, equipos y herramientas.
2) Inexistencia de programas estatales o privados de apoyo directo para el sector platanero.	2) Gestionar la participación de las entidades públicas y privadas involucradas en el cultivo.	2) Coordinación a nivel nacional y regional de un programa global de apoyo al sector platanero.
3) Deficiencias en las actividades de logística en toda la cadena (manejo de producción, manejo poscosecha, clasificación, presentación, almacenamiento y transporte deficientes).	3) Capacitación de la mano de obra a los técnicos, productores y comercializadores; en manejo productivo, manejo poscosecha y calidad, con una visión práctica e integral. Fortalecer el accionar de instituciones de control como el SENASA, MINAG y otras.	3) Programa conjunto (público y privado) de capacitación en manejo poscosecha y control de calidad. Promover y fortalecer asociaciones de productores para la puesta en marcha de plantas de pelado, clasificación y empaque del plátano.
4) Insuficiente desarrollo de la capacidad gerencial empresaria del sector productor y comercializador.	4) Capacitación al sector productor, técnicos y comercializadores, en gestión administrativa y comercial, informática y estrategias de mercado.	4) Programa de capacitación en administración de empresas, informática y logística comercial.

<p>5) Falta de transparencia comercial y elevado riesgo financiero en el canal de comercialización productor-mercado mayorista debido a una información de mercado escasa y poco confiable.</p>	<p>5) Suministro de información oportuna y detallada.</p>	<p>5) Establecimiento de una red de información comercial en los principales mercados mayoristas de Padre Abad - Aguaytía.</p>
<p>6) Escasa existencia de formas organizativas que permitan realizar una gestión de producción y comercial con mayor capacidad de negociación y coordinación de la cadena.</p>	<p>6) Facilitar la formalización y fortalecimiento de formas asociativas con capacidades de gestión, brindar capacitación en temas organizativos.</p>	<p>6) Promover la formalización y fortalecimiento de asociaciones de productores para la adquisición de insumos, y gestión comercial.</p>
<p>7) Escasa utilización de las herramientas del marketing, como son: falta de adecuación y mejora del producto a la demanda, en base a estudios de mercado, inexistencia de actividades de promoción del consumo de plátano, tanto a nivel genérico como en el punto de venta minorista, falta de estudio y desarrollo de canales comerciales alternativos.</p>	<p>7) Suministro de asesoramiento y capacitación sobre marketing de plátano. Generar y suministrar información sobre estudios de mercado (volúmenes, precios, calidades, etc.) y de oportunidades comerciales.</p>	<p>7) Formación de una organización mixta (público/privada) con fuerte participación de todos los integrantes de la cadena, para el estudio y generación de propuestas de marketing, tanto para el mercado interno como externo.</p>

8) Limitada presencia en los mercados externos y excesiva variabilidad en los volúmenes de plátano.	8) Suministrar información integral sobre los requerimientos de los mercados externos y sobre oportunidades comerciales.	8) A través de la organización propuesta en el punto anterior, generar la información necesaria y organizar rondas de negocios y giras técnicas a los mercados meta definidos.
---	--	--

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la Tabla 70

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

Los hallazgos revelan, que el perfil sociodemográfico de los productores entrevistados, se caracteriza por tener edades entre 25 a 64 años de edad (ver Tabla 13, 14 y, 15 y 16), en su mayoría (93.8 %) son de sexo masculino, de otro lado el mismo porcentaje solo se dedican a la agricultura, esto se presume que se debe al limitado nivel de estudios que tienen, en su mayoría(43.8 %) han cursado el nivel secundario incompleto, del mismo modo el primario (37.4 %).

El perfil de los productores plataneros de Aguaytía se caracterizan por la experiencia y que en su totalidad (100 %) cultivan plátano “bellaco” la variedad *Hartón*, donde el 70 % (ver Tablas 17 y 18), cultivan áreas entre 1 a 5 hectáreas, mientras que el 25 % son considerados grandes productores ya que poseen un área de cultivo mayor a 6 hectáreas.

En esta zona de producción se consideran productores “pequeños” aquellos que producen de 1 a 2 hectáreas (37.5 %) y medianos productores de 3 a 5 hectáreas (37.5 % de los entrevistados), de cinco a más hectáreas se les considera como productores grandes estos representan el 25 % de los productores entrevistados así lo indica el INEI (2012), categoriza a los productores que poseen mayores a 10 hectáreas áreas de cultivos se les denomina unidades agropecuarias grandes (Ver Tabla 18).

A pesar de la difícil situación económica financiera por la que está atravesando el sector productor en los últimos años y el limitado nivel académico alcanzado por los productores limitan la capacidad de adquisición de bienes de capital, y una negociación favorable en cuanto a los precios de venta del plátano. A pesar de esa carencia, la información disponible indica que la tendencia a encontrarse en el futuro con una situación de precio ($< S/. 0,30$), y producción/ha (1000 a 2000 unidades) serán mucho más bajos si se mantiene la dinámica actual, de precios que fluctúan entre S/. 200 a 300 soles / millar tal como se indica en la Tablas 19 y 20.

Este pronóstico de la baja de precios por la ampliación de nuevas áreas en diferentes zonas de la región, esto obligará a todos los productores, mayoristas, agroindustriales y comisionistas que se muevan en un mercado de producto en particular y de poco valor agregado a llevar a cabo todas las acciones necesarias para reducir los costos unitarios.

Sin embargo 36 % de los entrevistados consideran al cultivo como oportuno por considerarse como un cultivo tradicional por su facilidad manejo y adaptación a la zona, tal es así que en su mayoría maneja los diferentes cultivos asociados con plátano (50 %) y en monocultivo (43,8 %) (Ver Tabla 21 y 22). Reducir los costos de producción y comercialización. En este rubro los componentes sobre los que se debería actuar son:

- a) Reducción de mano de obra por día en un 30 % con inversiones para una mayor mecanización de tareas como el uso de moto guadañas para mantener el cultivo, y la instalación de sistema de cables para la cosecha y preparación adecuada del producto para su envío a mercado.
- b) Gestionar para la disminución de los gastos de comercialización que representa actualmente el 41.6 %, del

total de gastos, gastos que en su mayoría se dan para el traslado del plátano (fletes).

- c) Aumentar los rendimientos agronómicos hasta alcanzar los rendimiento promedios de 11.5 t/ha. a 15.5 t/ha. los otros factores sobre los cuales se deberían actuar los productores son múltiples y van desde la sanidad y manejo tecnológico, implementación de semilleros certificados, uso adecuado de agroquímicos y fertilizantes, sistemas de cosecha, pos cosecha y almacenamiento, etc.
- c) Adopción de nuevas tecnologías (siembra a alta densidad (2.5 x 2.5 m) para incrementar los rendimientos.
- d) Incrementación de BPAs para la producción orgánica del plátano que en un a corto plazo.
- e) Implementación de plantas agroindustriales para brindar valor agregado a través de una mejora en la calidad y presentación del producto.

La mitad (50 %) de los productores entrevistados (ver Tabla 23), no realizan ningún control o tratamiento fitosanitario, para controlar las principales plagas gorgojo negro (*cosmopolitus sordidus*, Nematodos (*Radopholus similis* sp), y Sigatoka negra y amarilla (*Mycosphaerella musicola* sp.) y enfermedades como

Moko del plátano, que afectan el cultivo, pero según fuentes del SENASA ninguno afecta económicamente al productor.

Es de considerarse el plátano de Aguaytía como un cultivo orgánico ya que la mitad (50 %) de los entrevistados no aplica ningún tipo de abono o fertilizantes para su producción. A pesar del elevado costo y el difícil suministro de mano de obra que se emplea para las diferentes actividades de la producción, también es de considerar la poca calificación en manejo y deficiente o nula preparación de los trabajadores por este motivo la mayoría prefiere realizar trueques entre vecinos o familiares para realizar las diferentes labores culturales, cosecha y poscosecha, con la finalidad de aminorar los costos, el resto (50%) indica que contratan mano de obra a tiempo (por día) o completo por jornales mensuales.(Ver Tabla 25, 26, 27 y 28).

De otro lado (ver Tabla 29), el poco o escaso apoyo que brindan la institución privada como el PDA (62,5 %), con asistencia técnica, pero que no considera al plátano como un cultivo de importancia ya que estos incitan a cultivos asociados con cultivos alternativos como el cacao. Asimismo el MINAG (6,2 %), MPPAA y GRU (25 %) instituciones públicas que brindan apoyo técnico

mediante el SENASA, y reciben apoyo técnico o créditos de instituciones públicas - privadas, mediante proyectos productivos y visitas personalizadas y grupales agricultores de la zona.

A pesar del apoyo brindado solo el 6.3 % de las instituciones públicas y el 75 % de las instituciones privadas son beneficiados por estos servicios y el 93,7 % y el 75% respectivamente no recibe ningún tipo de apoyo técnico para mejorar el cultivo (Ver Tabla 30, 31).

En cuanto a la percepción sobre la disponibilidad de suelos de calidad y cantidad, la mitad (50 %) coinciden en que existen suelos de calidad y en cantidad suficiente para su cultivo, apreciación que se debería a que la mayoría son lugareños y productores tradicionales, conocedores de la zona y con experiencia en el cultivo. Sin embargo el productor sigue practicando las labores ancestrales para manejar el cultivo, esto presumiblemente se debe a que la mayor zona productora de plátano (50 %), proviene de las comunidades nativas de Santa Rosa, Mariscal y Shambo, productores con amplio conocimiento de la zona y de las labores realizadas y que se encuentran en constate equilibrio con el medio siguiendo las prácticas de sus

ancestros manteniendo el cuidado y equilibrio con el medio ambiente. Estas zonas de vasta áreas con buenas características edáficas (18 %) y climáticas para incrementar nuevas áreas ya que el 87.5 % tiene terrenos propios que facilita esta labor (Ver Tabla 32, 33, 34).

En cuanto a los factores climáticos el cultivo del plátano es afectado por las constantes lluvias, producto de ello causan las inundaciones en épocas de invierno; asimismo en épocas de verano más la mitad (50 %) de los productores es afectado por las altas temperaturas dañando las hojas y quemando los frutos (Ver Tabla 35, 36 y 37).

La mayor limitante que se aprecia según las entrevistas en las Tablas 38 y 39 para la provisión de plátano es la provisión de mano (43 %) de obra, la falta de personal capacitado en estas actividades generan pérdida casi del 5 % del producto, esto se puede corroborar en la cantidad de descarte que tiene cada agricultor al momento de la selección de su fruto en el centro de acopio local, estas pérdidas sobre todo se dan en la cosecha y pos cosecha de plátano, por el excesivo manipuleo del plátano; seguido de la limitante del asesoramiento técnico (18.8 %), en las

principales labores del cultivo. Asimismo según los entrevistados una de las mayores limitantes para la producción de plátano por el elevado costo que implica es el control de control de malezas en el cultivo, seguido de la preparación de suelo (18.8 %) y el control de plagas y enfermedades (18.8 %).

Por el lado de la cosecha en su totalidad se realizó de forma manual los productores entrevistados (75 % y el 81,2 %) indican que los años de experiencia en el cultivo han hecho que se estudie detalladamente de manera empírica el momento exacto de la primera cosecha (12 meses, 14 a 17 cosechas al año), la frecuencia (cada 21 días), el 93 % indica que mediante la observación (madurez fisiológica), decide el día, cantidad que va a cosechar (Ver Tabla 40, 41, 42 y 43). Cabe indicar que la estacionalidad del plátano “Bellaco hartón” es permanente, es decir que la producción se extiende durante los doce meses del año (MINAG (2011)).

El 68.8% de productores trasladó su producto por la única vía terrestre, mientras que el 31,2% utilizó para su traslado de su producto hacia el centro de acopio ambos medios de transporte, el terrestre y el fluvial en bote – motor, muchas veces las pérdidas del

5 % se estima que se deben por las malas condiciones de las carreteras y trochas carrózales y las mermas de los ríos, causando daños físico, por golpes y otros al producto. Sumándose que el productor utiliza contratistas para el traslado de su plátano al centro de acopio local (68 %) lo que implica un alto costo, aproximadamente la distancia es el 20 % a 50 % del costo de venta según la distancia, muchas veces estos servicios (43 %) son deficientes y el agricultor lo considera como “regular”. (Ver Tabla del 43 al 51)

Del lado del destino de venta el agricultor opta por la venta directa al comisionista (venta local 87,5 %), casi en su totalidad (93,8 %) mantiene un sistema de distribución del productor-comisionista- transportista- mayorista- detallista y consumidor y el 6,2 mantienen el mismo sistema pero con la diferencia que el principal comprador es la agroindustria de chifles de Lima. Ninguno (43.8 %) de estos compradores o actores de la cadena de valor brinda una información de mercado real o verídica al productor (Ver Tabla 52, 53 y 54).

Aguytía es la zona con mayor rendimiento ya que ocupa el tercer lugar a nivel nacional con una producción de 11,5 t/ha, sin

embargo se estima elevar esa producción promedio que indica el MINAG a 15.5 t/ha. (Ver tabla 55 y 56).

En cuanto a los costos de producción, venta y comercialización de plátano (Ver Tablas 57,58, 59, 60, 61,62 y 63), es considerada por los productores la mayor limitante por el desconocimiento, de los precios de venta y comercialización, debido posiblemente por la poca o nula información de mercado que se tiene, solo se conoce que Aguaytía tiene los mejores precios (S/. 0,30 céntimos/ unidad) comparado con otras zonas productoras con casi 10 puntos de diferencia. Entonces con estas condiciones es considerada privilegiada por la diferencia de costos y por la adaptabilidad del cultivo, ya que los cultivos de Aguaytía aproximadamente el 5% es convencional, esto posiblemente se debe a que el plátano necesita poco manejo para su producción, por este motivo el plátano de Aguaytía podría considerarse potencialmente como plátano “bellaco orgánico”. Asimismo se reduce los costos de fertilizantes, por ello es considerada con un costo de producción de “bueno”.

Así como se detalla los costos de producción orgánica(Ver Tabla 62) de S/.3 726 00 soles, sumado el costo de mantenimiento

hasta el primer año S/. 2 620.00. Mientras que el costo de plátano convencional es de S/. 8 250.00, sumándose al costo de instalación S/. 6 911. 00 soles. Finalmente se tiene un resumen de los costos de producción total por áreas del plátano “bellaco hartón”, donde el costo de mantenimiento implica el 3.3%, el 41.6% considerado el más alto de todos, eso se estima que es por los fletes que se pagan para el traslado del plátano.

La asociación de Plataneros Tecnificados Agropecuarios de Aguaytía – APTAA es considerado por los productores, técnicos, agroindustriales y fuentes de apoyo con un 31,3% como la asociación más organizada, ya que comercializa el 20% de la producción local, cuenta con 75 socios y tiene un mercado de destino para la venta previo contrato con una empresa agroindustrial de chifles, seguido de la Asociación Agroindustrial Progreso - AIIPRO tiene el un nivel organizativo de 6,3 %, tiene 27 socios productores asociados cuyo objetivo es mejorar la calidad en la producción de chifles para la exportación, por último la Asociación de Plataneros los Olivos y el Centro único de plataneros de la provincia de Padre Abad Aguaytía – CUAPAAA, tienen un nivel organizativo de 6,3% cada uno, este último se encuentra en proceso de formalización y fortalecimiento de sus socios; por otro

lado el 50% de los entrevistados no pertenece a ninguna asociación.(Ver Tabla 64)

Por ende el grado de asociativismo de los productores plataneros en el distrito y provincia de Padre Abad es aún muy baja. Esta característica del sector es vista por ellos como una debilidad muy importante.

La falta de un cronograma apropiado y el excesivo número de visitas programadas de los extensionistas, que varían entre 60 a 75 productores por mes que reciben asistencia técnica personalizada que brindan los proyectos productivos hace que los extensionistas no cumplan con la programación o no lleguen a las parcelas por la falta de tiempo y el difícil acceso de las comunidades, y que el productor no cumpla con el seguimiento de las actividades o tareas programadas en las chacras por desconocimiento. A pesar de estas falencias los técnicos creen que el principal problema que aqueja a las plantaciones de plátano es mal manejo fitosanitario. Así lo describe las entrevistas (ver Tabla 67 y 48) a los técnicos del proyecto plátano ejecutado por la MPPAA Y DEVIDA.

En estas acciones el sector público, a través del SENASA (Servicio Nacional de Sanidad), y Ministerio de Agricultura (MINAG), debe tener una participación activa para la transferencia de nuevas tecnologías e información de mercado, asimismo en la elaboración y/o modificación de las normas de calidad necesarias para que todos los sectores que forman parte de la cadena tengan un lenguaje común a la hora de realizar las transacciones comerciales. Estas normas se deben realizar teniendo en cuenta los intereses del propio sector y el interés general. El organismo de control (SENASA) debe tomar los recaudos para cumplir su función de difusión de estas normas y desde ya fiscalizar su cumplimiento.

A lo largo de toda la cadena de plátano se observa poca utilización de las herramientas del marketing. Al respecto, se hace necesario asesorar y capacitar a toda la cadena sobre la aplicación de estas técnicas al caso particular de este producto. Además, es imprescindible generar y suministrar información sobre estudios de mercado (nacional y externo) y de oportunidades de mercado. Para llevar a cabo estas acciones se propone la formación de una organización mixta (público/privada) con la participación de todos los actores, desde los proveedores de insumos (agroquímicos, equipos, semilla), productores, sector industrial, órganos públicos

de regulación, investigación y extensión, comercializadores mayoristas y minoristas y otros que tengan intereses en el sector. El estudio realizado permitió verificar y definir como otra limitante para la cadena, la escasa capacidad gerencial empresarial y comercial de visión integral, de la mayoría de los participantes de la cadena (excepto la gran distribución minorista, aunque con limitaciones). Par tal fin es necesaria una tarea de capacitación al sector productor, técnicos y comercializadores, en gestión administrativa y comercial, informática y logística comercial.

Consecuencias teóricas

Teniendo en cuenta que Porter (1991) establece tres estrategias genéricas para el logro de ventajas competitivas, como el liderazgo en costo, en diferenciación en enfoque (en costo o diferenciación), los resultados indican que aún el cultivo del plátano no es competitivo para mercados que exigen estándares de calidad, asociatividad y el valor agregado. Asimismo, no encontramos un liderazgo en costo (Ver Tablas 67, 68 y 69).

CONCLUSIONES

PRIMERA: La producción de plátano en el Distrito de Padre Abad - Aguaytía, en el año 2013 se caracterizó por un volumen total de 35 000 unidades año/ha., con 13 t/ha. bajo, en consideración al promedio nacional o el potencial de producción de la variedad “bellaco” *Hartón*, la comercialización es débil ya que no se cuenta con información de mercado para ampliar los puntos de venta, asimismo los más grandes mercados buscan trabajar con asociaciones formalizadas; en cuanto a la distribución se tuvo como destinatario los mayoristas de lima y las agroindustrias de chifles de la capital - Lima. Los estándares de calidad son considerados aún bajos.

SEGUNDA: Los principales problemas que se encontró en la cadena de valor del plátano en Aguaytía son los escasos recursos financieros para el desarrollo de proyectos productivos, inexistencia de programas estatales o privados de apoyo, deficiencias en las actividades de logística en toda la cadena, insuficiente desarrollo de la capacidad gerencial

empresaria del sector productor y comercializador, falta de transparencia comercial y elevado riesgo financiero en el canal de comercialización productor-mercado mayorista, escasa existencia de formas organizativas, escasa utilización de las herramientas del marketing, limitada presencia en los mercados externos.

TERCERA: Las estrategias que se proponen para mejorar la cadena de valor del plátano e incrementar la competitividad mejora de precios, calidad, sanidad, presentación del producto y asociatividad son los siguientes; facilitar y articular líneas de créditos específicos para productores, coordinación a nivel nacional y regional con un programa global de apoyo (público y privado) de capacitación en manejo poscosecha y control de calidad, formalizar y fortalecer las asociaciones de productores para la puesta en marcha la construcción e implementación de la planta de pelado, clasificación y empaque, crear un programa de capacitación en administración de empresas, informática y logística comercial, asimismo el establecimiento de una red de información comercial con los principales mercados, promover la formalización y fortalecimiento de asociaciones.

CUARTA: La cadena de valor del plátano “bellaco” Var. *Hartón*, en los aspectos de producción y comercialización en el sector platanero del distrito de Padre Abad - Aguaytía, año 2013, se caracteriza por la participación de los siguientes actores: los productores con una débil organización, poca capacidad de negociación y compromiso, negativa adaptación a nuevas tecnologías de producción; los comisionistas o compradores locales con intereses propios; los mayoristas son los mayores demandantes de plátano actualmente se encuentra monopolizada por un pequeño grupo de compradores que manejan los precios a su conveniencia; los agroindustriales son empresas exportadoras con gran demanda que brindan valor agregado convirtiéndolo en chifles, actualmente buscan un relación directa con los productores mediante las asociaciones organizadas; los supermercados son compradores de pequeña escala (minoristas); los distribuidores generalmente son los mismos mayoristas; los mercados locales o internos; minoristas tradicionales los que realizan la venta al menudeo (por ciento o sacos); exportadores que su presencia es limitada en la cadena y finalmente los consumidores.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda a los directivos de la Mesa Técnica de la cadena productiva de plátano de Aguaytía, promover la formación de un programa conjunto (público y privado) de capacitación sobre aspectos referidos a técnicas de mercadeo, control de calidad, clasificación, pelado, empaque, manejo poscosecha, gestión administrativa y comercial, tanto a los operadores comerciales como al sector productor.

SEGUNDA: Se recomienda las entidades agrarias vinculadas a la comercialización de plátano establecer de una red nacional de información comercial de plátano "*bellaco Hartón*" en los principales mercados mayoristas (volúmenes, precios, situación de mercado, producción por zonas, etc.).

TERCERA: Se recomienda al Ministerio de Agricultura u otra entidad privada involucrada impulsar en la formalización y fortalecimiento de organizaciones de productores de plátano "*bellaco Hartón*" con el nivel suficiente para encarar

acciones concretas de adecuación del producto a la demanda (plantas de pelado, clasificación, procesamiento y almacenamiento) y puedan negociar con mayor capacidad competitiva las condiciones de comercialización del plátano.

CUARTA: Se recomienda a los investigadores continuar con la línea de investigación sobre la certificación de origen del plátano de Aguaytía.

QUINTA: Se recomienda al Ministerio de Agricultura u otras entidades públicas, privadas de competencia considerar las estrategias planteadas del siguiente trabajo de investigación en los programas a ejecutarse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. (2006): Agro cadenas de valor y alianzas productivas: "*Herramienta de apoyo a la agricultura familiar en el contexto de la globalización*". Oficina regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Santiago de Chile.
- Bair, J., Dussel, P. (2006): *Global commodity chains and endogenous growth: Export dynamism and development in Mexico and Honduras*. World Development. 34:203 – 221.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2012): *Síntesis económica de Ucayali. Perú*. 145 p.
- Belalcázar, S. (1991): *El cultivo del plátano (Musa AAB) en el trópico*. Cali, Colombia. IICA. 376 pp.
- Bouma, J. (2000): *Value Chains: A Strategic Tool for the Canadian Agri-Food Sector*, Toma & Bouma Management Consultants, Alberta presentation, Canada.

- Briones G. (1995): "*Métodos y técnicas de investigación*". Trillas 1995.
- Caldentey, A.; Haro, G. (2004): *Comercialización de productos agrícolas*.
CM. V Edición. Ed. Agrícola Española, S.A. Madrid. 354 pp. 24 p.
- Cilloniz, F., Grozo, J., Riva, L. y Guzmán, A. (2003): *Cadenas productivas y desarrollo empresarial. Banco Interamericano de Desarrollo. Foro Nacional sobre competitividad*. Perú.
- Gobierno Regional de Ucayali Dirección Regional Sectorial Agricultura Ucayali (2012): *Actualización del diagnóstico de la situación actual de la cadena productiva de plátano en Padre Abad*. 27 p.
- Fernández, L. (2002). Universidad de Belgrano Escuela de Economía y Negocios Internacionales. Tesis para optar el grado académico de magister en Agronegocios. "*Análisis de la cadena de valor del sistema de producción-comercialización de papa para consumo fresco. Propuesta de estrategias de fortalecimiento de la competitividad del sector*".112 p.
- FONTAGRO. (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria). (2011). *banano y plátano. Desarrollo y uso de bio productos para el manejo de nematodos y Sigatoka negra en plantaciones de plátano y banano*. Turrialba, Costa Rica. 37 p.

- Gereffi, G. (1999): *International Trade and Industrial Up grading in the Apparel Commodity Chain. Journal of International Economics.* 37-70 p.
- Giuliani, E., Pietrobelli, C. and Rabolletti, R. (2005): *Up grading in global value chains: lessons from Latin America Clusters. World development.* 33: 549-573 p.
- Gobierno Regional de Ucayali. (2012): Informe económico y social. Perú. 99 p.
- Hernández, Fernández y Baptista, (2003): *Metodología de la investigación.* Tercera ed. México D.F. McGraw - Hill Interamericana. p. 896
- Huamán, M. (2005): *Análisis de la cadena de valor del banano orgánico en el valle de Chira.* ONG CODESPA, Piura.66 p.
- Humberto, I. (2002): INTA. *Cadenas de valor como estrategia: las cadenas de valor en el sector agroalimentario.* Estación experimental agropecuaria Anguil Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria- Argentina. 26 p.
- IICA (1993): *Instituto para la poscosecha de productos perecederos.* Facultad de Agricultura. Universidad de Idaho Moscow, Ed. Idaho. 129 p.

La Gra, J. (1991): *“Metodología para la identificación de problemas y proyectos mediante evaluación de sistemas de productos básicos”*.

De: Mercadeo agrícola: metodologías de investigación. Selección de las ponencias presentadas en el taller latinoamericano sobre métodos para estudiar la comercialización agrícola, realizada en Lima, Perú en 1990.171 p.

Matute, V., y A; Guillen, J. (1992): *Manual de producción de plátano*. Lima, Cortes, Honduras, Fundación Hondureña de Investigación Agrícola. 109 p.

Ministerio de Agricultura y Gobierno Regional de Ucayali. (2009): *Plan estratégico Regional del Sector Agrario de Ucayali 2008-2012*. Perú. 41 p.

Ministerio de Agricultura de Perú (2011): *“Estudio del mercado de la cadena de plátano”*. Perú. 101 p.

Ministerio de Agricultura y Gobierno Regional de Ucayali (2003): *Programa nacional de banano orgánico y Ministerio de Agricultura*. Lima.

Munro, D. (2005): *Paquete tecnológico para el cultivo del plátano*. México. 67 p.

Porter, M. (1980): *Competitive strategy techniques for analyzing industries and competitors*. (the free press). New York, 1980. 43-59 p.

Porter, M. (1985): *Competitive advantage creating and sustaining superior performance*. (the free press). New York. 36 p.

Porter, M. (1998): *Clusters and the new economics of competition*. *Harvard Business Review*. New York. 77-90 p.

Simmonds, N. W. and K. Shepherd. (1955): *The taxonomy and origins of the cultivated bananas*. *J. Linn. Soc. S 5*: 302-12 p.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS

CODESPA. 2008. (En línea: codespa@codespa.org. Consultada el 09 de Julio del 2013).

Cooperativa de servicios especiales Túpac Amaru II. (En línea: <http://www.cooptupacamaruii.com>. Consultada el 22 de Junio del 2013).

FAO. (2010). Departamento de estudios económicos: (En línea: http://www.fao.org/index_en.htm. consultada el 12 de diciembre del 2013)

FAO. 2010. (En línea: <http://faostat.fao.org/site/567/default.aspx#ancor>. Consultada en 05 de abril del 2013).

<http://proyectos.inei.gob.pe/cenagro/tabulados/?id=CensosNacionales>

<http://www.inia.gob.pe/platano/resumen.htm>, Consultada el 06 de agosto del 2013).

INEI. Instituto Nacional de Estadísticas e Informática. (2012). *IV Censo Nacional Agropecuario 2012 – Sistema de Consulta de Tablas Estadísticas*. En línea (<http://desa.inei.gob.pe/Cenagro/redatam/>, consultada el 12 noviembre del 2013)

INFOAGRO SYSTEMS, S.L. (2012): Madrid. (En línea http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/platano2.htm revisado el 07 de enero 2013).

INIA. 2012. En línea <http://www.inia.gob.pe/platano/resumen.htm>. Revisado el 02 de febrero del 2014).

Mercado Coop. de plátanos J. Linn. Soc. S5: 302-12. (En línea: <http://www.cooptupacamaruii.com/>. consultado el 10 de noviembre del 2013).

Ministerio de Agricultura. (2013): El plátano. (En línea: <http://www.agricultura.gob.do/Default.aspx?tabid=154>. Consultada el 07 enero 2013). República Dominicana.

Rincón O. *El plátano y su cultivo*. Medellín, Colombia (1979). (En línea: <http://www.codesarrollo.org.co/alianzas/alianzas/caldas/productos/platano/preinversion/preinversion%20platano%20anserma%20risaralda.pdf>. Consultado el 27 de setiembre del 2013).

ANEXO

9.1 Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Variables e indicadores	Metodología
<p>¿Cómo es la cadena de valor del sistema de producción y comercialización del plátano fresco en el sector platanero en el distrito de Aguaytía, en el año 2012?</p>	<p>General Determinar cómo es la cadena de valor, los aspectos de producción, posproducción y comercialización del plátano hartón o bellaco orgánico para el consumo fresco en el sector platanero en Aguaytía, en el año 2012.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir y analizar los componentes del sistema producción- comercialización del plátano. - Identificar y evaluar los problemas prioritarios que surgen en la cadena de valor. - Proponer estrategias para incrementar la competitividad del plátano (precio, calidad, sanidad, presentación del producto). 	<p>Variables : Componentes de la cadena de valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción • Posproducción • Comercialización <p>Variables aleatorias :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Sexo • Tipo de empresa • Nivel de educación • Tipo de agentes • Relación entre empresas y proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de la " Metodología para la identificación de problemas y proyectos mediante evaluación de sistemas de productos básicos". • Aplicación de entrevistas grupales e individuales mediante un taller con los actores de la cadena de valor

9.2 Formatos de entrevistas a los principales actores de la cadena de valor de plátano Var. “Bellaco” Hartón, en la Provincia de Padre Abad, Aguaytía-2013.

Anexo 1a - PRODUCTORES

Me complace saludarlo cordialmente y a la vez comunicarle que la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información básica de producción, y comercialización; con fines exclusivamente académicos, asimismo la información recogida servirá como fuente primaria para la ejecución del trabajo de investigación de la Maestría de Agronegocios de la ESPG – UNJBG- Tacna, agradezco su gentil colaboración y tiempo brindado.

Marque la respuesta con un aspa (x)

1. Datos generales

Sexo	M ()	F ()
Edad		
Actividad laboral		
Estudios realizados		

2. Podría usted realizar una descripción resumida de la organización empresarial en la cual se desempeña.

Nombre de su fundo.....
Área actual de su cultivo de plátano.....
Variedades que cultiva.....
Rendimiento/ha.....
Destino de su producto.....
Costo de transporte al centro de acopio.....
Precio de venta del plátano.....

3. ¿Por qué se dedica Usted cultivo de plátano?
a. Ninguna otra alternativa () b. Tradición () c. Es la mejor alternativa económica ()
d. Otros () (especifique):.....
4. ¿Cuál es el tipo de sistema agrícola que usted utiliza en su finca de plátano?
a. Monocultivo () b. Asociados () c. Rotación () d. Otros (especifique)
5. ¿Realiza usted algún control de plagas y enfermedades en su fundo?
a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
6. ¿Realiza usted algún tipo de fertilización a sus cultivos?
a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
7. ¿Según usted cuál es la principal fuente de mano de obra?
a. Familiar ()
b. Intercambio de mano de obra con vecinos ()
c. Empleado de tiempo completo ()
d. Empleado de medio tiempo ()

8. ¿Según usted es el suministro de mano de obra un problema durante producción?
 a. Siempre () b. A veces () c. Nunca () Explique.....
9. ¿Según usted es el suministro de mano de obra un problema durante la cosecha?
 a. Siempre () b. A veces () c. Nunca () d. otros Explique.....
10. Según usted los empleados que trabajan con Usted son:
 a. Altamente calificados () b. Satisfactorio () c. Pobrementemente calificados ()
11. ¿De cuál institución recibe Usted mayor apoyo para su cultivo de plátano?.
- | | |
|------------|-----|
| a. MINAG | () |
| b. GRU | () |
| c. MPPAA | () |
| d. PDA | () |
| e. Ninguno | () |
12. Existe apoyo financiero del sector público específico para los productores?.
- | | |
|-----------|-----------|
| a. Sí () | b. No () |
|-----------|-----------|
13. Existe apoyo financiero del sector privado específico para los productores de plátano?
- | | |
|-----------|-----------|
| a. Sí () | b. No () |
|-----------|-----------|
14. Conoce usted si existe tierra disponible en cantidad suficiente para la producción de plátano en la zona?
- | | |
|-----------|-----------|
| a. Sí () | b. No () |
|-----------|-----------|
15. Conoce usted Si existe tierra disponible de calidad para la producción de plátano en la zona?
- | | | |
|------------------|-----------------|-------------------|
| a. Muy buena () | b. Adecuada () | c. Deficiente () |
|------------------|-----------------|-------------------|
16. El terreno que usted destina a la producción de plátanos es :
- | | | | |
|------------------|---------------|-----------------|------------------------|
| a. Alquilado () | b. Propia () | c. Heredado () | d. Otros (Especifique) |
|------------------|---------------|-----------------|------------------------|
17. Según su apreciación como considera que son las lluvias en la zona?
- | | | |
|-----------------|-----------------|---------------------|
| a. Excesiva () | b. Adecuada () | c. Insuficiente () |
|-----------------|-----------------|---------------------|
18. ¿Son las lluvias torrenciales tan fuertes que dañan el producto?
- | | | |
|----------------|----------------|--------------|
| a. Siempre () | b. A veces () | c. Nunca () |
|----------------|----------------|--------------|
19. ¿Sufre el área de producción por inundaciones durante la estación de crecimiento?
- | | | |
|----------------|----------------|--------------|
| a. Siempre () | b. A veces () | c. Nunca () |
|----------------|----------------|--------------|
20. ¿Constituyen las altas temperaturas un problema para este producto en esta área?
- | | |
|-----------|-----------|
| a. Si () | b. No () |
|-----------|-----------|
21. ¿Según usted cuál es la mayor limitante que observa para la provisión de plátano?.
- | | |
|--------------------------------|-----|
| a. Agroquímicos | () |
| b. Maquinaria | () |
| c. Semilla (cantidad, calidad) | () |

- d. Mano de obra (costo, disponibilidad, capacitación) ()
 e. Tecnología ()
 f. Asesoramiento técnico (público, privado) ()
 g. Otros (Especifique)
22. ¿En qué etapa de las labores culturales del cultivo encuentra Usted La mayor limitante para su producción?
 a. Preparación del suelo ()
 b. Siembra, Control de malezas ()
 c. Plagas y Enfermedades y su control ()
 d. Fertilización ()
 e. Todas las anteriores ()
 f. Ninguna ()
23. Según su experiencia, ¿a partir de que tiempo se obtiene la primera cosecha del plátano?
 a. 6 meses b. 12 meses c. 18 meses d. otros (especifique)
24. ¿Cómo toma usted la decisión de cuándo cosechar su cultivo de plátano?
 a. Madurez () b. Precio del mercado () c. Peligro de robo ()
 d. Otros (especifique)...
25. ¿Según su experiencia, ¿cuántas cosechas de plátano realiza al año?
 b. a. 5 b. 8 c. 11 d. 14 e. Otro (Especificar)....
26. ¿Cuál es sistema que emplea para la cosecha?
 a. Manual b. semi mecanizado c. Otros (Especificar).....
27. ¿Cómo calificaría la preparación del producto para su envío al mercado (packing) en?:
 1. Clasificación por calidad a. buena () b. regular () c. baja ()
 2. Clasificación tamaño a. buena () b. regular () c. baja ()
 3. Presentación del producto a. buena () b. regular () c. baja ()
28. ¿Cuál es su principal medio transporte que usted utiliza para vender su producción?
 a. Terrestre () b. Fluvial (río) () c. Ambas ()
29. Considera usted que la accesibilidad de la zona de producción (condiciones de las carreteras) es :
 a. Buena () b. Aceptable () c. Mala ()
 Observaciones:.....
30. Los modos de transportes que usted utiliza para el traslado del plátano son:
 a. Transporte contratado ()
 b. Transporte propio ()
 c. Calidad del transporte ()
31. ¿Cómo califica el medio de transporte que utiliza para el traslado del plátano?
 a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()
32. ¿Cuál es el costo del transporte que Usted Utiliza para trasladar su producto?
 Costo del transporte S/.....Soles

33. ¿Cuál es el destino de la producción, y cuál es la ventaja y desventaja más importante?

Destino de la producción	Ventaja más importante	Desventajas más importante
- Lima ()	- Mejores precios () - Venta rápida () - Muchos productores () - Otros especifique).....	- Monopolio de precios () - Dificultades en el transporte() - Pocos mayoristas () - Otros (especifique)...
- Mercado local ()	- Menor gasto de transporte () - Venta rápida () - Otros (especifique).....	- Bajos precios de venta () - Otros (especifique).....
- Otros (Especifique)	- -	- -

34. ¿Marque usted el canal de distribución más utilizado?

1. Acopiador – Transportista - mayorista – detallista ()
2. Proveedor – transportista - mayorista – supermercado ()
3. Productor - supermercado – consumidor ()
4. Mayorista – agroindustria ()
5. Productor – agroindustria ()

35. ¿Cómo obtiene usted la información de mercado?

1. Internet ()
2. Periódico ()
3. Boletines ()
4. Agricultor ()
5. Intermediarios ()
6. Todas la anteriores ()
7. Ninguna ()

36. ¿Cómo evalúa usted los costos de producción, comparados con los de otras provincias productoras en Perú y con respecto a los otros países productores de plátano?

- a. Excelente () b. bueno () c. regular () d. malo ()

37. ¿Para UstedCuál es la asociación de productores más organizados en la ciudad de Aguaytía?

1. Asociación Agropecuaria de Santa Rosa (AASAR) ()
2. Asociación Agro Industrias de Progreso (AAIPRO) ()
3. Asociación de Productores de Bajo Yurac ()
4. Asociación Multisectorial de gestión y Desarrollo Agropecuario de la CC.NN Santa Rosa ()
5. Asociación de Plataneros tecnificados agropecuarios de Aguaytía (APTTA) ()
6. Centro único de Agricultores Plataneros de la Provincia de Padre Abad (CUAPPPA) ()
7. Asociación de plataneros del caserío los olivos ()
8. Otro (Especifique)

¿Por qué?.....

38. Recibe Usted algún tipo de apoyo de las organizaciones gubernamentales?
 a. Sí () b. No (). **Si su respuesta es Sí pase a la siguiente (Pg. N° 39), si es No pase a la pregunta 40.**
39. ¿Qué tipo de apoyo está recibiendo de organizaciones gubernamentales?
1. Nacionales ()
 a. Crédito () b. Asesoramiento () c. Investigación () d. Comercial ()
 e. Otro (especificar).....
- 2. Provinciales o municipales ()**
 a. Crédito () b. Asesoramiento () c. Investigación () d. Comercial ()
 e. Otro (especificar).....
- 3. Otras entidades ().....**
40. ¿Cómo observa el futuro (tendencias) inmediato y a mediano plazo para el sector productor platanero en el distrito de Padre Abad - Aguaytía?
1. ¿Qué expectativa tiene Usted a corto plazo (febrero a junio)?
- | | |
|--|-----|
| a. Mantener la producción | () |
| b. Mejorar el manejo fitosanitario | () |
| c. Capacitación sobre manejo del cultivo | () |
| d. Otros (especifique)..... | |
2. ¿Qué expectativa tiene Usted a mediano plazo (2014)?
- | | |
|--|-----|
| a. Incrementar su producción | () |
| b. Mejor manejo técnico | () |
| c. Capacitación sobre el manejo del cultivo | () |
| d. Negociar mejores precios | () |
| e. Buscar mercados externos | () |
| f. Exportar la producción Incrementar áreas de cultivo | () |
| g. Otros(especifique)..... | |

6. ¿Podría decirme usted dónde es el principal centro de acopio del plátano?

Locales de almacenamiento	Marque (x)	Duración del almacenamiento (días)
1. En la finca		
2. Centro rural de acopio		
3. Empacadora		
4. Mercado mayorista		
5. Mercado detallista		
6. Agro-industria		
7. Supermercado		
8. Otros:		

7. ¿En cuánto a las modalidades de presentación del producto, cuál es la que más utiliza usted y cuál es la ventaja y desventaja más importante para usted?

Presentación del producto en:	Ventaja más importante	Desventaja más importante
1. Cajas de madera ()	- Son más baratas () - Capacidad hasta para 40 kg. () - Otros (especifique).....	- No brindan protección plena al producto () - No reutilizable () - Otros (especifique).....
2. Cajas de plástico ()	- Brindan mayor protección () - Resistentes () - Fácil manejo () - Reutilizables () - Lavables () - Controlan el volumen de carga () - Disminuye pérdidas por daños. () - Otros (especifique).....	- Son costosos () - Otros (especifique).....
3. Cajas de cartón ()	- Utilizados para la exportación () - Facilitan el arrugue y transporte () - Protegen al producto de daños mecánicos () - Capacidad 20 kg. () - Otros (especifique).....	- Costosos () - No son reutilizables () - Pierden resistencia con la humedad () - Otros (especifique).....
4. Costales ()	- Tiene capacidad de 70 – 80 kg () - Son baratos () - Otros (especifique).....	- No ofrece protección al producto de daos mecánicos () - No se puede almacenar () - Es fuente de contaminación () - Otros (especifique).....
5. Otros (especifique)	-	-

8. ¿Cree usted que las características de la oferta actual se adecua a lo solicitado por los clientes? en:

1. Clasificación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
2. Presentación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
3. Envases a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
4. Otros (Especifique).....

9. ¿Cree usted que las características de la oferta actual se adecua a lo requerido por los consumidores? en:

- 1. Clasificación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
- 2. Presentación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
- 3. Envases a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
- 4. Otros (Especifique).....

10. ¿Cuáles son los principales problemas de calidad que manifiestan los clientes?

- a. Mala conservación del producto ()
- b. Productos con daños mecánicos (heridas, golpes, etc) ()
- c. Productos sobre maduros ()
- d. Frutos partidos ()
- e. Frutos con enfermedades ()
- f. Otros (especifique).....

11. ¿Considera usted que la operatoria comercial mayorista es transparente?

- a. Siempre () b. Casi siempre () c. Nunca ()

Qué cambiaría para mejorar?.....

12. ¿Cómo evalúa Usted la relación comercial con los proveedores de plátano?

- a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()

13. ¿Cómo evalúa la relación comercial con los clientes?.

- a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()

14. ¿Cree usted que le brinda a los proveedores la suficiente información de mercado?.

- a. Si () b. No ()

15. ¿Qué calificación daría usted sobre el nivel de precios actual, pasado y futuro, y cuáles son sus expectativas?.

- 1. Actual a. Optimo () b. regular () c. deficiente ()
- 2. Pasado a. Optimo () b. regular () c. deficiente ()
- 3. Futuro a. Optimo () b. regular () c. deficiente ()

Cuáles son sus expectativas?.....

16. ¿Conoce usted Si existe preparado un índice (lista)de precios estacionales para este producto?

a. Si () b. No (). Si su respuesta es **Sí**, pase a la sig. pg. N° 17. Si es **NO**, pase a la pg. N° 18.

17. ¿Cuáles son los meses del año en que los precios son ¿más bajos?y los más altos?.....

18. ¿Conoce usted quién determina el precio del plátano?

- a. El mercado b. Cliente c. Proveedor d. Mayorista e. Otros (especifique)...

19. Según usted durante los meses en que los precios son los más bajos, esto se debe

Usas de bajos precios	Marcar (X)
1. Disminución de la demanda	
2. Condiciones favorables de crecimiento/exceso de oferta	
3. Mala planificación de producción/exceso de oferta	
4. Incremento de las importaciones	
5. Reducción de las exportaciones	
6. Regulaciones de comercio	
7. Incremento en la oferta de sustitutos	
8. Otros (especifique)	

20. Según usted durante los meses en que los precios son los más altos, esto se debe a:
: **(Marcar con una aspa (x) la respuesta más importante)**

Causas de alza de precios	Marcar (X)
1. Incremento en la demanda	
2. Malas condiciones de crecimiento/escasez	
3. Mala planificación de producción/escasez	
4. Reducción de las importaciones	
5. Incremento de las exportaciones	
6. Regulaciones de comercio	
7. Disminución en la oferta de sustitutos	
8. Otros (especifique)	

21 Podría usted proporcionarme la siguiente información de precios por año:

	Precio bajo		Precio alto	
	S/. por unidad	mes	S/. por unidad	mes
1. En la finca				
2. Mercado local				
3. Mayoreo				
4. Detalle				
5. Exportación				
6. Otros:				

22 Según su apreciación, ¿es la calidad del producto un problema?

a. siempre () b. a veces () c. Nunca ()

23d. ¿Para usted, ¿es un problema obtener un volumen suficiente de plátano?

a. siempre () b. a veces () c. Nunca ()

24. Según Usted Cuáles son las modalidades de provisión de plátano más comunes? **Marcar con un aspa(x) solo una respuesta.**

Modo de provisión	Aspectos positivos	Aspectos Negativos
1. Productor ()		
2. Distribuidor Mayorista ()		
3. Intermediario ()		
4. Otros especificar).....		

25. Según usted ¿qué tipo de consumidores que más compran plátano en el mercado interno?

Tipo de consumidores	Mercado Interno
1. Consumidores de bajos	%
2. Consumidores de ingresos	%
3. Consumidores de ingresos	%
Total (%)	100

26. Según usted ¿qué tipo de consumidores que más compran plátano en los mercados de exportación?

Tipo de consumidores	Mercado de Exportación
1. Consumidores de bajos	%
2. Consumidores de ingresos	%
3. Consumidores de ingresos	%
Total (%)	100

27. Según usted ¿cuál es el movimiento principal del producto desde el lugar de cosecha hasta el punto final de venta fuera de la localidad?

Donde se efectúa transporte	Método de transporte
a. de a	

28. Podría usted proporcionar la siguiente información, respecto al movimiento del producto en la pregunta anterior (N° 27)

- De..... a.....
- ¿Quién es responsable por el transporte?
 - Agricultor ()
 - Intermediario ()
 - Mayorista ()
 - Detallista ()
- ¿Cuál es el método de transporte más usado?
 - Auto ()
 - Camioneta ()
 - Motocicleta ()
 - Camión ()
 - Bote ()
- ¿Cómo se transporta el plátano hacia el punto de venta final fuera de la localidad?
 - En jivas ()
 - Apilado ()
 - Costales ()
 - Otros (especifique).....

Anexo 3b - AGENTES COMERCIALES MAYORISTAS LOCALES. (Intermediarios)

Me complace saludarlo cordialmente y a la vez comunicarle que la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información básica de producción, y comercialización; con fines exclusivamente académicos, asimismo la información recogida servirá como fuente primaria para la ejecución del trabajo de investigación de la Maestría de Agronegocios de la ESPG – UNJBG- Tacna, agradezco su gentil colaboración y tiempo brindado.

Marque la respuesta con un aspa (x)

1. Datos generales

2. ¿Podría usted realizar una caracterización de la empresa en la cual desarrolla su función?

Sexo	M ()	F ()
Edad		
Actividad laboral		
Estudios realizados		
Nombre de la empresa que trabaja.....		
Cargo que desempeña y tiempo que trabaja en la empresa.....		
Profesión.....		
Actividades que desarrolla.....		
Lugar donde se lleva a cabo estas actividades.....		
Principales clientes de plátano bellaco.....		
Formas de venta de plátano (directa/indirecta).....		
Variedades con mayor demanda.....		
Principales problemas de la distribución del plátano.....		
Precios de venta al por mayor/ Kg.....al por menor/ kg.		
Precios de compra / kg. de plátano		
Zonas donde realiza mayores compras de plátano bellaco.....		
Cada cuanto tiempo compra plátano bellaco?.....		

3. ¿Cuál es el tamaño promedio en toneladas de producto que maneja usted al año?
a. 10 t b. 20 t c. 30 t d. 40 t e. Otros (Especificar).....

4. ¿Cuáles son las principales limitaciones que pueden afectar el manejo eficiente del producto?

1. Ineficiente mano de obra calificada
2. Altos costos de transporte
3. Precios altos de plátano
4. Otros (Especifique).....
- 5.

5. Cómo observa usted al sector proveedor (productor de plátano) en cuanto a:

- | | | | |
|----------------------|--------------|----------------|-------------|
| 1. Nivel tecnológico | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
| 2. Competitividad | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
| 3. Rendimientos | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
| 4. Calidad | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
| 5. Costos | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |

Qué deberían mejorar?

6. ¿Podría decirme usted dónde es el principal centro de acopio del plátano?

Locales de almacenamiento	Sí	No	Duración del almacenamiento (días)
1. En la finca			
2. Centro rural de acopio			
3. Empacadora			
4. Mercado mayorista			
5. Mercado detallista			
6. Agro-industria			
7. Supermercado			
8. Otros:			

7. ¿En cuánto a las modalidades de presentación del producto, cual es la que más utiliza usted, y cuál es la ventaja y desventaja más importante para usted?

Presentación del producto en:	Ventaja más importante	Desventaja más importante
1. Cajas de madera ()	Son más baratas () Capacidad hasta para 40 kg. () Otros (especifique).....	No brindan protección plena al producto () No reutilizable () Otros (especifique).....
2. Cajas de plástico ()	Brindan mayor protección () Resistentes () Fácil manejo () Reutilizables () Lavables () Controlan el volumen de carga () Disminuye perdidas por daños () Otros (especifique).....	Son costosos () Otros (especifique).....
3. Cajas de cartón ()	Utilizados para la exportación () Facilitan el arrugue y transporte () Protegen al producto de daños mecánicos () Capacidad 20 kg. () Otros (especifique).....	Costosos () No son reutilizables () Pierden resistencia con la humedad () Otros (especifique).....
4. Costales ()	Tiene capacidad de 70 – 80 kg () Son baratos () Otros (especifique).....	No ofrece protección al producto de daos mecánicos () No se puede almacenar () Es fuente de contaminación () Otros (especifique)
5. Otros (especifique)	-	-

8. ¿Cuál crees usted que es la características más importante de la oferta actual de plátano que se adecua a lo solicitado por los clientes?

- | | | | |
|-----------------------------|----------------|----------------|--------------|
| 1. Clasificación | a. Siempre () | b. A veces () | c. Nunca () |
| 2. Presentación | a. Siempre () | b. A veces () | c. Nunca () |
| 3. Envases | a. Siempre () | b. A veces () | c. Nunca () |
| 4. Otros (Especifique)..... | | | |

9. ¿Cuál crees usted que es la características más importante de la oferta actual de plátano que se adecua a lo solicitado por los consumidores?
- | | | | |
|-----------------------------|----------------|----------------|--------------|
| 1. Clasificación | a. Siempre () | b. A veces () | c. Nunca () |
| 2. Presentación | a. Siempre () | b. A veces () | c. Nunca () |
| 3. Envases | a. Siempre () | b. A veces () | c. Nunca () |
| 4. Otros (Especifique)..... | | | |
10. ¿Cuál es el problemas de calidad más importante que manifiestan los clientes?
- | | |
|---|-----|
| 1. Mala conservación del producto | () |
| 2. Plátanos deteriorados, con quemaduras, daños fitosanitarios y mecánicos() | () |
| 3. Falta de Homogeneidad del producto | () |
| 4. Inadecuada presentación | () |
| 5. Empaque inadecuado (Venta a granel) | () |
11. ¿Considera usted que la operatoria comercial mayorista es transparente?
- | | | |
|----------------|---------------------|--------------|
| a. Siempre () | b. Casi Siempre () | c. Nunca () |
|----------------|---------------------|--------------|
- Y qué cambiaría para mejorar?.....
12. ¿Cómo evalúa Usted la relación comercial con los proveedores de plátano?
- | | | |
|--------------|----------------|-------------|
| a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
|--------------|----------------|-------------|
13. ¿Cómo evalúa la relación comercial con los clientes?
- | | | |
|--------------|----------------|-------------|
| a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
|--------------|----------------|-------------|
14. ¿Cree Usted que le brinda a los proveedores la suficiente información de mercado?
- | | |
|------------|-----------|
| a. Sí (), | b. No () |
|------------|-----------|
15. ¿Qué calificación daría Usted sobre el nivel de precios actual, pasado y futuro, y cuáles son sus expectativas?
- | | | | |
|-----------|---------------|----------------|-------------------|
| 1. Actual | a. Optimo () | b. regular () | c. deficiente () |
| 2. Pasado | a. Optimo () | b. regular () | c. deficiente () |
| 3. Futuro | a. Optimo () | b. regular () | c. deficiente () |
- Cuáles son sus expectativas?**.....
16. ¿Conoce usted sí existe preparado un índice (lista) de precios estacionales para el plátano?
- | | |
|-----------|-----------|
| a. Sí () | b. No () |
|-----------|-----------|
- Sí su respuesta es **Sí**, pase a la sig. Pg. N° 17, Sí es **NO**, pase a la Pg. N° 18
17. ¿Cuáles son los meses del año en que los precios son ¿más bajos?y los más altos?.....
18. ¿Conoce usted cómo se determina el precio del plátano?
- | | | |
|-----------|------------|-----------------------------|
| a. oferta | b. demanda | c. otros(especifique)..... |
|-----------|------------|-----------------------------|
19. ¿Conoce usted quién determina el precio del plátano?
- | | | | | |
|---------------|------------|--------------|--------------|------------------------|
| a. El mercado | b. Cliente | c. Proveedor | d. Mayorista | e. Otros (especifique) |
|---------------|------------|--------------|--------------|------------------------|

20. ¿Según su apreciación es la calidad del producto un problema?

a. siempre () b. a veces () c. Nunca ()

21. ¿Para usted es un problema obtener un volumen suficiente de plátano?

a. siempre () b. a veces () c. Nunca ()

22. Según usted, durante los meses en que los precios son los más bajos, esto se debe a: **(Marcar con una aspa (x) la respuesta más importante)**

Usas de bajos precios	Marcar
1. Disminución de la demanda	
2. Condiciones favorables de crecimiento/exceso de oferta	
3. Mala planificación de producción/exceso de oferta	
4. Incremento de las importaciones	
5. Reducción de las exportaciones	
6. Regulaciones de comercio	
7. Incremento en la oferta de sustitutos	
8. Otros (especifique)	

23. Según usted durante los meses en que los precios son los más altos, esto se debe a: **(Marcar con una aspa (x) la respuesta más importante)**

Causas de alza de precios	Marcar (x)
1. Incremento en la demanda	
2. Malas condiciones de crecimiento/escasez	
3. Mala planificación de producción/escasez	
4. Reducción de las importaciones	
5. Incremento de las exportaciones	
6. Regulaciones de comercio	
7. Disminución en la oferta de sustitutos	
8. Otros (especifique)	

24. Podría usted, ¿proporcionarme la siguiente información de precios por año?

	Precio bajo		Precio alto	
	S/. por	mes	S/. por	mes
1. En la finca				
2. Mercado local				
3. Mayoreo				
4. Detalle				
5. Exportación				
6. Otros:				

25. Según usted, ¿cuáles son las modalidades de provisión de plátano más comunes? **Marcar con un aspa(x) solo una respuesta.**

Modo de provisión	Aspectos positivos	Aspectos Negativos
1. Productor ()		
2. Distribuidor Mayorista ()		
3. Intermediario ()		
4. Otros especificar).....		

26. ¿Según usted ¿qué tipo de consumidores que más compran plátano en el mercado interno?

Tipo de consumidores	Mercado Interno
1. Consumidores de bajos	%
2. Consumidores de ingresos	%
3. Consumidores de ingresos	%
4. Total (%)	100

27. ¿Según usted ¿qué tipo de consumidores que más compran plátano en los mercados de exportación?

Tipo de consumidores	Mercado de Exportación
1. Consumidores de bajos ingresos	%
2. Consumidores de ingresos medios	%
3. Consumidores de ingresos altos	%
4. Total (%)	100

28. ¿Según usted ¿cuál es el movimiento principal del producto desde el lugar de cosecha hasta el punto final de venta fuera de la localidad?

Donde se efectúa transporte	Método de transporte
a. de a	

29. Podría usted proporcionar la siguiente información, respecto al movimiento del producto en la pregunta anterior (N° 13)

1. De..... a.....
2. ¿Quién es responsable por el transporte?
a. Agricultor () b. Intermediario () c. Mayorista () d. Detallista ()
3. ¿Cuál es el método de transporte más usado?
a. Auto () b. Camioneta ()
c. Motocicleta () d. Camión ()
e. Bote ()
4. ¿Cómo se transporta el plátano hacia el punto de venta final fuera de la localidad?
a. En javas () b. Apilado ()
c. Costales () d. Otros (especifique).....

30. Identifique usted los costos relacionados con esta etapa del transporte:

Tipo de costos	Si	No	Tipo de unidad	Costo/unidad
1. Mano de obra				
2. Empaque				
3. Alquiler de animales				
4. Servicio de vehículo				
5. Contenedores				
6. Otros:				

31. Cuál es la duración de esta etapa del transporte? Horas... días.....

32. ¿Actualmente conoce usted si existe algún tipo de planificación para el abastecimiento de plátano?

- a. Sí (), b. No ()

33. ¿Considera usted adecuados los actuales costos de comercialización?

- a. Sí b. No ()

34. ¿Cuál es el tipo de servicios le ofrece usted a los proveedores?

1. Asesoramiento técnico ()
 2. Transporte de la finca al centro de acopio ()
 3. Información de mercado ()
 4. Otros(especifique).....

35. ¿Cuál es el tipo de servicios le ofrece usted a los clientes?

1. Producto de calidad ()
 2. Buenos precios ()
 3. Productos diferenciados ()
 4. Otros (especifique).....

36. Podría decirme usted ¿de qué forma piensa que se podría mejorar la actividad comercial de plátano, desde el sector productor, comercializador mayorista y minorista?

Sector productor	Comercializador mayorista	Comercializador minorista (supermercados)
a. Mayor capacitación en manejo del cultivo ()	a. Productos de calidad ()	a. Productos de calidad ()
b. Mayor capacitación en pos cosecha ()	b. Nuevos mercados ()	b. Productos procesados ()
c. Productos orgánicos ()	c. Productos diferenciados ()	c. Diferentes presentaciones ()
d. Investigación en manejo fitosanitario ()	d. Exportación ()	d. Productos orgánicos ()

ANEXO 4b - AGENTES COMERCIALES MINORISTAS (Supermercados)

Me complace saludarlo cordialmente y a la vez comunicarle que la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información básica de producción, y comercialización; con fines exclusivamente académicos, asimismo la información recogida servirá como fuente primaria para la ejecución del trabajo de investigación de la Maestría de Agronegocios de la ESPG – UNJBG- Tacna, agradezco su gentil colaboración y tiempo brindado.

1. Datos generales

Sexo	M ()	F ()
Edad		
Actividad laboral		
Estudios realizados		

2. Podría

Usted realizar una caracterización de la empresa en la cual desarrolla su función.

Nombre de la empresa que trabaja..... Cargo que desempeña y tiempo que trabaja en la empresa..... Actividades que desarrolla..... Formas de venta de plátano (directa/indirecta)..... Principales problemas de la distribución del plátano..... Precios de venta al por mayor/ Kg.....al por menor/ kg. Precios de compra / kg. de plátano Zonas donde realiza mayores compras de plátano bellaco..... Cada cuanto tiempo compra plátano bellaco?.....
--

3. ¿Cuál es el tamaño promedio en toneladas de producto que maneja Usted al año?
 - a. 5 t b. 10 t c. 15 t d. 20 t e. Otros (Especificar)

4. ¿Cuáles son las principales limitaciones que afectan el manejo eficiente poscosecha del producto?
 1. Ineficiente mano de obra calificada
 2. Altos costos de transporte
 3. Precios altos de plátano
 4. deficiente desinfección
 5. mala maduración
 6. Otros (Especifique).....

5. ¿Cómo observa usted al sector proveedor (productor de plátano)? en cuanto a:
 1. Nivel tecnológico a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()
 2. Competitividad a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()
 3. Rendimientos a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()
 4. Calidad a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()
 5. Costos a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()

Qué deberían mejorar?

6. ¿Podría decirme usted cuáles es el principal centro de acopio del plátano?

Locales de almacenamiento	Sí	No	Duración del almacenamiento (días)
1. En la finca			
2. Centro rural de acopio			
3. Empacadora			
4. Mercado mayorista			
5. Mercado detallista			
6. Agro-industria			
7. Supermercado			
8. Otros:			

7. En cuánto a las modalidades de presentación del plátano, ¿Cuál es la que más utiliza usted, y cuál es la ventaja y desventaja más importante para usted?

Presentación del producto en:	Ventaja más importante	Desventaja más importante
1. Cajas de madera ()	<ul style="list-style-type: none"> - Son más baratas () - Capacidad hasta para 40 kg. () - Otros (especifique)..... 	<ul style="list-style-type: none"> - No brindan protección plena al pro - No reutilizable - Otros (especifique).....
2. Cajas de plástico ()	<ul style="list-style-type: none"> - Brindan mayor protección () - Resistentes () - Fácil manejo () - Reutilizables () - Lavables () - Controlan el volumen de carga () - Disminuye perdidas por daños () - Otros (especifique)..... 	<ul style="list-style-type: none"> - Son costosos () - Otros (especifique).....
3. Cajas de cartón ()	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizados para la exportación () - Facilitan el arrugue y transporte () - Protegen al producto de daños mecánicos () - Capacidad 20 kg. () - Otros (especifique)..... 	<ul style="list-style-type: none"> - Costosos () - No son reutilizables () - Pierden resistencia con la humedad () - Otros (especifique).....
4. Costales ()	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene capacidad de 70 – 80 kg () - Son baratos () - Otros (especifique)..... 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece protección al producto de daos mecánicos () - No se puede almacenar () - Es fuente de contaminación () - Otros (especifique).....

8. ¿Cree usted que las características de la oferta actual se adecua a lo solicitado por los consumidores? en:

1. Clasificación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
2. Presentación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
3. Envases a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
4. Otros (Especifique).....

9. ¿Cuáles son los principales problemas de calidad que manifiestan los clientes?.
1. Mala conservación del producto ()
 2. Productos con daños mecánicos (heridas, golpes, etc) ()
 3. Productos sobre maduros ()
 4. Frutos partidos ()
 5. Frutos con enfermedades ()
 6. Otros (especifique).....
10. ¿Considera usted que la operatoria comercial mayorista es transparente?
- a. Siempre () b. Casi siempre () c. Nunca ()
- Qué cambiaría para mejorar?.....
11. ¿Cómo evalúa usted la relación comercial con los proveedores de plátano?
- a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()
12. ¿Cómo evalúa la relación comercial con los clientes?.
- a. Bueno () b. Regular () c. Malo ()
13. ¿Cree usted que le brinda a los proveedores la suficiente información de mercado?.
- a. Si () b. No ()
14. ¿Qué calificación daría usted sobre el nivel de precios actual, pasado y futuro, y cuáles son sus expectativas?.
1. Actual a. Optimo () b. Regular () c. Deficiente ()
 2. Pasado a. Optimo () b. Regular () c. Deficiente ()
 3. Futuro a. Optimo () b. Regular () c. Deficiente ()
- Cuáles son sus expectativas?.....**
16. ¿Conoce usted cómo se determina el precio del plátano?
- a. oferta () b. demanda () c. otros (especifique).....
17. ¿Conoce usted quién determina el precio del plátano?
- a. El mercado () b. Cliente () c. Proveedor..() d. Mayorista ()
- e. Otros (especifique).....
18. ¿Según su apreciación es la calidad del producto un problema?
- a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
- d. ¿Para usted es un problema obtener un volumen suficiente de plátano?
- a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
19. ¿Conoce usted si existe preparado un índice de precios estacionales para este producto?
- a. Si () b. No (). Si su respuesta es **Sí**, pase a la sig. pg. N° 20, Si es **NO**, pase a la pg. N° 21.
20. ¿Cuáles son los meses del año en que los precios son ¿más bajos?y los más altos?.....

21. Según usted, ¿durante los meses en que los precios son los más bajos, esto se debe a?: **(Marcar con una aspa (x) la respuesta más importante)**

Usas de bajos precios	Marcar
1. Disminución de la demanda	
2. Condiciones favorables de crecimiento/exceso de oferta	
3. Mala planificación de producción/exceso de oferta	
4. Incremento de las importaciones	
5. Reducción de las exportaciones	
6. Regulaciones de comercio	
7. Incremento en la oferta de sustitutos	
8. Otros (especifique)	

22. Según usted, ¿durante los meses en que los precios son los más altos, esto se debe a?: **(Marcar con una aspa (x) la respuesta más importante)**

Causas de alza de precios	Marcar
1. Incremento en la demanda	
2. Malas condiciones de crecimiento/escasez	
3. Mala planificación de producción/escasez	
4. Reducción de las importaciones	
5. Incremento de las exportaciones	
6. Regulaciones de comercio	
7. Disminución en la oferta de sustitutos	
8. Otros (especifique)	

23. Podría usted proporcionarme la siguiente información de precios por año:

	Precio bajo		Precio alto	
	S/. por unidad	mes	S/. por unidad	mes
1. En la finca				
2. Mercado				
3. Mayoreo				
4. Detalle				
5. Exportación				
6. Otros:				

24. Según usted, ¿cuáles son las modalidades de provisión de plátano más comunes?
Marcar con un aspa(x) solo una respuesta.

Modo de provisión	Aspectos positivos	Aspectos Negativos
1. Productor ()		
2. Distribuidor Mayorista ()		
3. Intermediario ()		
4. Otros especificar).....		

25. ¿Según usted, ¿qué tipo de consumidores que más compran plátano en el mercado interno?

Tipo de consumidores	Mercado Interno
1. Consumidores de bajos	%
2. Consumidores de ingresos	%
3. Consumidores de ingresos	%
Total (%)	100

26. ¿Según usted, ¿qué tipo de consumidores que más compran plátano en los mercados de exportación?

Tipo de consumidores	Mercado de Exportación
1. Consumidores de bajos	%
2. Consumidores de ingresos	%
3. Consumidores de ingresos	%
Total (%)	100

27. ¿Según usted, ¿cual es el movimiento principal del producto desde el lugar de cosecha hasta el punto final de venta fuera de la localidad?

Donde se efectúa transporte	Método de transporte
a. de a	

28. Podría usted, proporcionar la siguiente información, respecto al movimiento del producto en la pregunta anterior (N° 13)

7. De..... a.....
8. ¿Quién es responsable por el transporte?
 a. Agricultor () b. Intermediario () c. Mayorista () d. Detallista ()
9. ¿Cuál es el método de transporte más usado?
 a. Auto () b. Camioneta () c. Motocicleta () d. Camión () e. Bote ()
10. ¿Cómo se transporta el plátano hacia el punto de venta final fuera de la localidad?
 a. En jivas () b. Apilado () c. Costales () d. Otros (especifique).....

29. Identifique usted los costos relacionados con esta etapa del transporte:

Tipo de costos	Si	No	Tipo de unidad	Costo/unidad
1. Mano de obra				
2. Empaque				
3. Alquiler de animales				
4. Servicio de vehículo				
5. Contenedores				

30. ¿Podría decirme usted cuál es la duración de esta etapa del transporte?
Horas.....días.....

31. ¿Actualmente conoce usted Si existe algún tipo de planificación para el abastecimiento de plátano?.

- a. Sí () b. No ()

32. ¿Considera usted adecuados los actuales costos de comercialización?

- a. Sí () b. No ()

33. ¿Cuál es el tipo de servicios le ofrece usted a los proveedores?

1. Asesoramiento técnico ()
2. Transporte de la finca al centro de acopio ()
3. Información de mercado ()
4. Otros(especifique).....

34. ¿Cuál es el tipo de servicios le ofrece usted a los clientes?

1. Producto de calidad ()
2. Buenos precios ()
3. Productos diferenciados ()
4. Otros (especifique).....

35. Podría decirme usted, ¿de qué forma piensa que se podría mejorar la actividad comercial de plátano, desde el sector productor, comercializador mayorista y minorista?.

Sector productor	Comercializador mayorista	Comercializador minorista (supermercados)
a. Mayor capacitación en manejo del cultivo ()	a. Productos de calidad ()	a. Productos de calidad ()
b. Mayor capacitación en pos cosecha ()	b. Nuevos mercados ()	b. Productos procesados ()
c. Productos orgánicos ()	c. Productos diferenciados ()	c. Diferentes presentaciones ()
d. Investigación en manejo fitosanitario ()	d. Exportación ()	d. Productos orgánicos ()

Anexo 1c - ASESORES TÉCNICOS

Me complace saludarlo cordialmente y a la vez comunicarle que la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información básica de producción, y comercialización; con fines exclusivamente académicos, asimismo la información recogida servirá como fuente primaria para la ejecución del trabajo de investigación de la Maestría de Agronegocios de la ESPG – UNJBG- Tacna, agradezco su gentil colaboración y tiempo brindado.

1. Datos generales

Sexo	M ()	F ()
Edad		
Actividad laboral		
Estudios realizados		

2. ¿Podría Usted realizar una descripción resumida de la organización empresarial en la cual se desempeña?

Nombre de la empresa que trabaja.....
Cargo que desempeña y tiempo que trabaja en la empresa.....
Profesión.....
Actividades que desarrolla.....
N° de agricultores que asesora.....
Formas de producción de plátano (orgánico/ convencional).....
Sistemas de producción.....
Variedades más comerciales.....
Principales problemas de manejo de los agricultores.....
Limitantes para el cultivo de plátano.....
Zonas de mayor producción.....

3. ¿Identifique usted cuál de los programas brinda mayor apoyo al sector platanero?

1. MINAG ()
2. GRU ()
3. MPPAA ()
4. PDA ()
5. Ninguno ()

4. ¿Conoce usted, ¿ si existe apoyo financiero del sector público específico para los productores?

- a. Si () b. No ()

5. ¿Existe apoyo financiero del sector privado específico para los productores de plátano?

- a. Si () b. No ()

6. ¿Conoce usted, ¿si existe tierra disponible en cantidad suficiente para la producción de plátano en la zona?

- a. Si () b. No ()

7. Conoce usted, ¿si existe tierra disponible de calidad para la producción de plátano en la zona?

- a. Si () b. No ()

8. Según usted, ¿cuál es la mayor limitante que observa para la provisión de plátano?.
1. Agroquímicos ()
 2. Maquinaria ()
 3. Semilla (cantidad, calidad) ()
 4. Mano de Obra (costo, disponibilidad, capacitación) ()
 5. Tecnología ()
 6. Asesoramiento técnico (público, privado) ()
 7. Otros (Especifique)
9. ¿En qué etapa de las labores culturales del cultivo encuentra usted la mayor limitante para su producción?
1. Preparación del suelo ()
 2. Siembra, Control de malezas ()
 3. Plagas y Enfermedades y su control ()
 4. Fertilización ()
 5. Todas las anteriores ()
 6. Ninguna ()
10. ¿Conoce usted cada cuánto tiempo se realiza la cosecha, después de la primera cosecha de plátano?
- a. Cada 7 días ()
 - b. Cada 10 días ()
 - c. Cada 15 días ()
 - d. Cada 20 días ()
 - e. Otro (especifique) ()
11. ¿Cuál es sistema que emplea para la cosecha?
- b. Manual b. semi mecanizado c. Otros (Especificar).....
12. ¿Cuál es el sistema de preparación que se realiza al plátano antes de su envío al mercado (packing), y cuál es la mayor ventaja y desventaja del sistema utilizado?

Sistemas utilizados	Ventaja más importante	Desventaja más importante
1. Clasificación por calidad ()	- Tamaño del producto () - Color () - Peso del producto () - Forma del producto ()	- Daño por plagas/enfermedades() - Daño físico () - Madurez ()
2. Clasificación tamaño del producto ()	- < 25 cm () - 22 - 25 cm () - 20 - 21.9 cm () - < 20 cm ()	- Daño por plagas/enfermedades() - Daño físico ()
3. Diferenciación del producto ()	- Forma del producto () - Peso del producto () - Limpieza () - Envasado () - Formas de presentación()	- Daño por plagas/enfermedades() - Daño físico () -

13. ¿Cuál es el destino de la producción, y cuál es la ventaja y desventaja más importante?

Destino de la producción	Ventaja más importante	Desventajas más importante
-Lima ()	- Mejores precios () - Venta rápida () - Muchos productores () - Otros especifique).....	- Monopolio de precios () - Dificultades en el transporte () - Pocos mayoristas () - Otros (especifique).....
- Mercado local ()	- Menor gasto de transporte () - Venta rápida () - Otros (especifique).....	- Bajos precios de venta () - Otros (especifique).....
- Otros (Especifique)...	- -	- -

14. ¿Marque usted el canal de distribución más utilizado?

1. Acopiador – Transportista - mayorista – detallista ()
2. Proveedor – transportista - mayorista – supermercado ()
3. Productor - supermercado – consumidor ()
4. Mayorista – agroindustria ()
5. Productor – agroindustria ()

15. ¿Cómo obtiene usted la información de mercado?

1. Internet ()
2. Periódico ()
3. Boletines ()
4. Agricultor ()
5. Intermediarios ()
6. Todas la anteriores ()
7. Ninguna ()

16. ¿Cómo evalúa usted los costos de producción, comparados con los de otras provincias productoras en Perú y con respecto a los otros países productores de plátano?

- a. Excelente () b. bueno () c. regular () d. malo ()

17. Para usted, ¿cuál es la asociación de productores más organizados en la ciudad de Aguaytía?

1. Asociación Agropecuaria de Santa Rosa (AASAR) ()
2. Asociación Agro Industrias de Progreso (AAIPRO) ()
3. Asociación de Productores de Bajo Yurac ()
4. Asociación Multisectorial de gestión y Desarrollo Agropecuario de la CC.NN Santa Rosa ()
5. Asociación de Plataneros tecnificados agropecuarios de Aguaytia(APTTA) ()
6. Centro único de Agricultores Plataneros de la Provincia de Padre Abad (CUAPPPA) ()
7. Asociación de plataneros del caserío los olivos ()
8. Otro (Especifique)

¿Por qué?.....

18. ¿Recibe usted algún tipo de apoyo de las organizaciones gubernamentales?
 a. Sí () b. No (), Si su respuesta es **Sí** pase a la siguiente (Pregunta. N° 19), si es **No** pase a la pregunta 20.
19. ¿Qué tipo de apoyo está recibiendo de organizaciones gubernamentales?
1. Nacionales ()
 a. Crédito () b. Asesoramiento () c. Investigación () d. Comercial ()
 e. Otro (especificar).....
- 2. Provinciales o municipales ()**
 a. Crédito () b. Asesoramiento () c. Investigación () d. Comercial ()
 e. Otro (especificar).....
- 3. Otras entidades ()**.....
20. ¿Cómo observa el futuro (tendencias) inmediato y a mediano plazo para el sector productor platanero en el distrito de Padre Abad - Aguaytía?
 a. ¿Qué expectativa tiene a corto plazo (febrero a junio)?
 1. Mantener la producción ()
 2. Mejorar el manejo fitosanitario ()
 3. Capacitación sobre manejo del cultivo ()
 4. Otros (especifique).....
- b. ¿Qué expectativa tiene a mediano plazo (2014)?
 1. Incrementar su producción ()
 2. Mejor manejo técnico ()
 3. Capacitación sobre el manejo del cultivo ()
 4. Negociar mejores precios ()
 5. Buscar mercados externos ()
 6. Exportar la producción Incrementar áreas de cultivo ()
 7. Otros(especifique).....

Anexo 5b - AGENTES AGROINDUSTRIALES

Me complace saludarlo cordialmente y a la vez comunicarle que la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información básica de producción, y comercialización; con fines exclusivamente académicos, asimismo la información recogida servirá como fuente primaria para la ejecución del trabajo de investigación de la Maestría de Agronegocios de la ESPG – UNJBG- Tacna, agradezco su gentil colaboración y tiempo brindado.

1. Datos generales

Sexo	M ()	F ()
Edad		
Actividad laboral		
Estudios realizados		

2. ¿Podría Usted realizar una caracterización de la empresa en la cual desarrolla su función?

Nombre de la empresa que trabaja..... Cargo que desempeña y tiempo que trabaja en la empresa..... Profesión..... Actividades que desarrolla..... Principales clientes de plátano bellaco..... Formas de venta de plátano (directa/indirecta)..... Formas de venta de plátano..... Variedades más comerciales..... Principales problemas de la distribución del plátano..... Precios de venta al por mayor/ Kg.....al por menor/ kg. Precios de compra / kg. de plátano..... Zonas de mayor provisión..... Cada cuanto tiempo se provee de plátano bellaco?.....
--

3. ¿Cómo observa usted al sector proveedor (productores de plátano)? en cuanto a:

- | | | | |
|----------------------|--------------|----------------|-------------|
| 1. Nivel tecnológico | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
| 2. Competitividad | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
| 3. Rendimientos | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
| 4. Calidad | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |
| 5. Costos | a. Bueno () | b. Regular () | c. Malo () |

Qué deberían mejorar?

4. En cuánto a las modalidades de presentación del producto, ¿cuál es la que utiliza usted, y cuál es la ventaja y desventaja más importante para usted?

Presentación del producto en:	Ventaja más importante	Desventaja más importante
5. Cajas de madera ()	- Son más baratas () - Capacidad hasta para 40 kg.() - Otros (especifique).....	- No brindan protección plena al proc - No reutilizable - Otros (especifique).....
6. Cajas de plástico ()	- Brindan mayor protección () - Resistentes ()	- Son costosos ()

	<ul style="list-style-type: none"> - Fácil manejo () - Reutilizables () - Lavables () - Controlan el volumen de carga () - Disminuye perdidas por daños () - Otros (especifique)..... 	- Otros (especifique).....
7. Cajas de cartón ()	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizados para la exportación () - Facilitan el arrugue y transporte () - Protegen al producto de daños mecánicos () - Capacidad 20 kg. () - Otros (especifique)..... 	<ul style="list-style-type: none"> - Costosos () - No son reutilizables () - Pierden resistencia con la humedad () - Otros (especifique).....
8. Costales ()	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene capacidad de 70 – 80 kg () - Son baratos () - Otros (especifique)..... 	<ul style="list-style-type: none"> - No ofrece protección al producto de daos mecánicos () - No se puede almacenar () - Es fuente de contaminación () - Otros (especifique).....

5. ¿De las características de la oferta actual, ¿cuál cree usted que se adecua mejor a lo requerido por los clientes/consumidores?

36. Clasificación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
37. Presentación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
38. Envases a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
39. Otros () (Especifique).....

6. ¿De las características de la oferta actual, ¿cuál cree usted que se adecua mejor a lo requerido por los consumidores?

1. La clasificación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
2. La presentación a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
3. Los envases a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
4. Otros (Especifique).....

7. ¿Qué calificación daría usted sobre el nivel de precios actual, pasado y futuro, y cuáles son sus expectativas?

1. Actual () a. Altos () b. regular () c. bajos ()
2. Pasado () a. Optimo () b. regular () c. eficiente ()
3. Futuro () a. Optimo () b. regular () c. deficiente ()
Cuáles son sus expectativas?.....

8. ¿Cuál es la modalidad de provisión de plátano más común?

1. Productor ()
2. Distribuidor Mayorista ()
3. Intermediario ()
4. Otros (especificar).....

9. ¿Considera usted que la operatoria comercial mayorista es transparente?
 a. Siempre () b. Casi siempre () c. Nunca ()

Qué cambiaría para mejorar?.....

10. ¿Cómo califica usted la relación comercial sus proveedores de plátano?
 a. Muy bueno () b. bueno () c. Regular () d. Malo ()

11. ¿Cómo califica usted la relación comercial con sus los clientes?.
 a. Muy Bueno () b. bueno () c. Regular () d. Malo ()

12. Cree usted, ¿qué le brinda a los proveedores la suficiente información de mercado?.
 a. Siempre () b. A veces () c. Nunca

13. Según usted, ¿cuál es el movimiento principal del producto desde el lugar de cosecha hasta el punto final de venta fuera de la localidad?

Donde se efectúa transporte		Método de transporte
a.	de	

14. Podría usted, proporcionar la siguiente información, respecto al movimiento del producto en la pregunta anterior (N° 13)

1. De..... a.....

2. ¿Quién es responsable por el transporte?

- a. Agricultor () b. Intermediario () c. Mayorista ()
 d. Detallista ()

4. ¿cuál es el método de transporte más usado?

- a. Auto () b. Camioneta ()
 c. Motocicleta () d. Camión ()
 e. Bote ()

5. ¿Cómo se transporta el plátano hacia el punto de venta final fuera de la localidad?

- a. En javas () b. Apilado () c. Costales () d. Otros (especifique)

7. Identifique usted los costos relacionados con esta etapa del transporte:

Tipo de costos	Si	No	Tipo de unidad	Costo/unidad
1. Mano de obra				
2. Empaque				
3. Alquiler de animales				
4. Servicio de vehículo				
5. Contenedores				
6. Otros:				

8. ¿Cuál es la duración de esta etapa del transporte? Horas..... días.....

15. ¿Aplica usted algún componente químico al producto durante la etapa de post-cosecha?

a. Sí () b. No (). En caso afirmativo, haga una lista de los productos:

Nombre genérico:	Nombre de marca:
a.	a.

16. ¿Actualmente existe algún tipo de planificación para el abastecimiento de plátano?

a. Si (), b. No ()

17. ¿Se somete el producto a algún tipo de procesamiento o semi-procesamiento en cualquier punto del sistema de poscosecha?

a. Si (), b. No (). En caso negativo, responda la siguiente pregunta en caso afirmativo, siga a la pregunta n° 19.

18. ¿Hay alguna posibilidad a mediano o largo plazo para desarrollar una industria procesadora para este producto?

a. Si () b. No ().

19. ¿Dónde tiene lugar el procesamiento?

a. En la finca () b. Industria casera () c. Industria tipo planta ()
d. Mercado () e. Supermercado () f. Otros(especifique)

20. ¿Qué porcentaje del producto que llega al punto de procesamiento se rechaza antes de comenzar el procesamiento? ____%. ¿Qué sucede con el producto rechazado?

21. ¿Qué tipo de procesamiento se lleva a cabo usted en la planta?

Tipo de procesamiento	Si	No	Observaciones
1. Envasado en frascos de			a. Nuevos() b.
2. Chifles			
3. Deshidratación/secado			
4. Jaleas/mermeladas			
5. Confites			
6. Patacones			
7. Jugos			
8. Harina			
9. Congelado			
10. Otros:			

22. Sabe usted, ¿qué porcentaje de la producción nacional se procesan en esta forma?
.....%

23. Conoce usted, ¿qué porcentaje de la producción de Aguaytía se procesa en esta forma?

24. ¿Dígame usted ¿de qué manera el procesado facilita el mercadeo?

a. Mayores ingresos ()
b. Mayor valor agregado ()
c. Nuevos clientes ()
d. Otros (especifique).....

25. ¿Según usted, ¿es la demanda por el producto procesado mayor que (), igual a (), o menor que () la oferta?
 a. Mayor que () b. Igual a. () c. Menor que ()
26. Conoce usted, ¿cuál es el mercado propuesto para el producto procesado: ____% exportación ____ % mercado interno?
27. ¿Sabe usted por qué se procesa el plátano?
 1. Para satisfacer la demanda (sustitución de importaciones) ()
 2. Para reducir pérdidas de post-cosecha ()
 3. Para extender la vida útil del producto ()
 4. Otros (especifique)
28. ¿Realiza usted contratos para obtener las materias primas para el procesamiento?
 a. Siempre () b. A veces () c. Nunca ()
29. Según su experiencia puede decirme usted, ¿cuál es la principal limitante para el procesamiento?
 1. Materias primas insuficientes ()
 2. Falta de materiales de empaque ()
 3. Alto costo de las materias primas ()
 4. Alto costo de otros insumos () (especifique).....
 5. Energía insuficiente ()
 6. Elevado costo de energía ()
 7. Falta de mano de obra calificada ()
 8. Equipo/maquinaria anticuados ()
 9. Otros (especifique) ()
30. ¿Considera usted adecuados los actuales costos de comercialización del plátano?
 a. Sí () b. No ()
31. ¿Cuál es el servicio más importante que usted le ofrece a los proveedores?
 a. Capacitación () b. Transporte () c. Mercado () d. Ninguno ()
32. ¿Cuál es el servicio más importante que usted le ofrece a los clientes?
 a. Productos de calidad b. productos con valor agregado
 c. otro (especifique)
33. ¿De qué forma piensa que se podría mejorar la actividad comercial de plátano, desde el sector productor, comercializador mayorista y minorista?.

Sector productor	Comercializador mayorista	Comercializador minorista (supermercados)
a. Mayor capacitación en manejo del cultivo	a. Productos de calidad	a. Productos de calidad
b. Mayor capacitación en pos cosecha	b. Nuevos mercados	b. Productos procesados
c. Productos orgánicos	c. Productos diferenciados	c. Diferentes presentaciones
d. Mayor investigación en manejo fitosanitario	d. Exportación	d. Productos orgánicos
e. Otro(especifique)	e. Otro(especifique)	e. Otro(especifique)

Anexo 2c - AGENTES DE APOYO (Investigadores)

Me complace saludarlo cordialmente y a la vez comunicarle que la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información básica de producción, y comercialización; con fines exclusivamente académicos, asimismo la información recogida servirá como fuente primaria para la ejecución del trabajo de investigación de la Maestría de Agronegocios de la ESPG – UNJBG- Tacna, agradezco su gentil colaboración y tiempo brindado.

1. Datos generales

Sexo	M	()	F	()
Edad				
Actividad laboral				
Estudios realizados				

2. ¿Podría usted

realizar una descripción resumida de la organización empresarial en la cual se desempeña?

Nombre de la empresa que trabaja.....
Cargo que desempeña y tiempo que trabaja en la empresa.....
Profesión.....
Actividades que desarrolla.....
N° de agricultores que asesora.....
Formas de producción de plátano (orgánico/ convencional).....
Sistemas de producción.....
Variedades más comerciales.....
Principales problemas de manejo de los agricultores.....
Limitantes para el cultivo de plátano.....
Zonas de mayor producción.....

3. Enumere usted el programa que más apoyo brinda el sector platanero.

1. MINAG ()
2. GRU ()
3. MPPAA ()
4. PDA ()
5. Ninguno ()

4. ¿Conoce usted la empresa y el área donde se brinda mayor asistencia técnica (AT)?

Área	Empresa de AT	AT es suficiente	
		Si	No
Producción			
Post-cosecha			
Mercadeo			
Procesamiento			

5. ¿Según usted, ¿cuál es la principal limitante con respecto a la asistencia técnica?

- a. Bajo presupuesto ()
- b. Poco interés de los productores ()
- c. Pocos extensionistas ()
- d. otro (especifique).....

6. ¿Existe apoyo financiero del sector público específico para los productores de plátano?
 a. Sí () b. No ()
7. ¿Existe apoyo financiero del sector privado específico para los productores de plátano?
 a. Si () b. No ()
8. Conoce usted, ¿si existe tierra disponible en cantidad suficiente para la producción de plátano en la zona?
 a. Sí () b. No ()
9. Conoce usted, ¿si existe tierra disponible de calidad para la producción de plátano en la zona?
 a. Muy buena ()
 b. Adecuada ()
 c. Deficiente ()
10. Según usted, ¿cuál es la principal limitante que observa para provisión de plátano?
 1. Agroquímicos ()
 2. Semilla (cantidad, calidad) ()
 3. Mano de Obra (costo, disponibilidad, capacitación) ()
 4. Tecnología ()
 5. Asesoramiento técnico (público, privado) ()
 6. Todas las anteriores ()
 7. Ninguno de las anteriores ()
11. ¿En qué etapa de las labores culturales del cultivo de plátano encuentra Usted la principal limitante para su producción?
 1. Preparación del suelo ()
 2. Siembra, Control de malezas ()
 3. Plagas y Enfermedades y su control ()
 4. Fertilización ()
 5. Todas la anteriores ()
 6. Ninguna de las anteriores ()
12. Realice usted una lista de las principales plagas y enfermedades que conoce y que afectan la productividad o la calidad del producto en orden de importancia. En cada caso, indique la significancia económica o de cuarentena.

	<u>Nombre de plaga</u>	<u>Significanc</u>	<u>Nombre de Enf.</u>	<u>Significancia</u>
		<u>(Econ. o</u>		<u>(Econ. o cuar.)</u>
1.				
2.				

13. ¿Cuál es el principal daño causado por la plaga o enfermedad identificada (pregunta 12) de que afecta al cultivo de plátano?

Daños	Si	No
1. Cantidad disponible para el mercado		
2. Calidad del producto		
3. Precio del producto		
4. Otro:		

Porque?.....

14. ¿Los costos de control de plagas y enfermedades son económicamente viables?
 a. Sí () b. No ()
15. ¿Según su experiencia qué método de control utiliza para esta plaga o enfermedad en :
 • **Pre-cosecha:**
 a. Químico ()
 b. Orgánico ()
 d. Ambas ()
 c. Ninguno ()
16. ¿Según su experiencia qué método de control utiliza para esta plaga o enfermedad en :
 • **Post-cosecha:**
 a. Químico ()
 b. Orgánico ()
 d. Ambas ()
 c. Ninguno ()
17. ¿Conoce usted, si los agricultores aplican algún tipo de control fitosanitario?
 a. Si () b. No ()
18. ¿Conoce usted, ¿cada cuánto tiempo se realiza la cosecha, después de la primera cosecha de plátano?
 a. Cada 7 días ()
 b. Cada 10 días ()
 c. Cada 15 días ()
 d. Cada 20 días ()
 e. Otro (especifique) ()

19. ¿Cuál es el destino de la producción? Y cuál es la ventaja y desventaja más importante?

Destino de la producción	Ventaja más importante	Desventaja más importante
-Lima	- Mejores precios - Venta rápida - Otros especifique)..... - Muchos productores	- Monopolio de precios - Dificultades en el transporte - Pocos mayoristas - Otros (especifique).....
- Mercado local	- Menor gasto de transporte - Venta rápida - Otros (especifique).....	- Bajos precios de venta - Otros (especifique).....

20. Marque usted el canal de distribución más utilizado

6. Acopiador – Transportista - mayorista – detallista ()
 7. Proveedor – transportista - mayorista – supermercado ()
 8. Productor - supermercado – consumidor ()
 9. Mayorista – agroindustria ()
 10. Productor – agroindustria ()

21. ¿Cómo obtiene usted la información de mercado?

8. Internet ()
 9. Periódico ()
 10. Boletines ()
 11. Agricultor ()
 12. Intermediarios ()
 13. Todas la anteriores ()
 14. Ninguna ()

22. ¿En relación a la pregunta 21, ¿cómo considera usted la información obtenida?

- a. Excelente () b. bueno () c. regular () d. malo ()

23. ¿Cómo evalúa usted los costos de producción, comparados con los de otras provincias productoras en Perú y con respecto a los otros países productores de plátano?

- a. Excelente () b. bueno () c. regular () d. malo ()

24. ¿Para usted, ¿Cuál es la asociación de productores más organizados en la ciudad de Aguaytía?

1. Asociación Agropecuaria de Santa Rosa (AASAR)	()
2. Asociación Agro Industrias de Progreso (AAIPRO)	()
3. Asociación de Productores de Bajo Yurac	()
4. Asociación Multisectorial de gestión y Desarrollo Agropecuario de la CC.NN Santa Rosa	()
5. Asociación de Plataneros tecnificados agropecuarios de Aguaytia(APTTA)	()
6. Centro único de Agricultores Plataneros de la Provincia de Padre Abad (CUAPPPA)	()
7. Asociación de plataneros del caserío los olivos	()
8. Otro (Especifique)	()

¿Por qué?.....

25. ¿Recibe Usted algún tipo de apoyo de las organizaciones gubernamentales?
 a. Si () b. No (). Si su respuesta es **Sí** pase a la siguiente (Pregunta. N° 25),
 si es **No** pase a la pregunta 27.
26. ¿Qué tipo de apoyo está recibiendo de organizaciones gubernamentales?
- 1. Nacionales ()**
- a. Crédito (), b. Asesoramiento (), c. Investigación (), d. Comercial (),
 e. Otro ()
- 2. Provinciales o municipales ()**
- a. Crédito (), b. Asesoramiento (), c. Investigación (),
 d. Comercial () e. Otro ()
- 3. Otras entidades ()**.....
27. ¿Cómo observa el futuro (tendencias) inmediato y a mediano plazo para el sector
 productor platanero en el distrito de Padre Abad - Aguaytía?
- a. ¿Cuáles son las expectativas inmediatas (febrero a Junio)?**
1. Mantener la producción ()
 2. Mejorar el manejo fitosanitario ()
 3. Capacitación sobre manejo del cultivo ()
 4. Otros (especifique).....
- b. ¿Cuáles son las expectativas a mediano plazo (2014)?**
1. Incrementar su producción ()
 2. Mejor manejo técnico ()
 3. Capacitación sobre el manejo del cultivo ()
 4. Negociar mejores precios ()
 5. Buscar mercados externos ()
 6. Exportar la producción Incrementar áreas de cultivo ()
 7. Otros(especifique).....

Anexo 1d - ORGANIZACIONES AGROPECUARIAS

Me complace saludarlo cordialmente y a la vez comunicarle que la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información básica de producción, y comercialización; con fines exclusivamente académicos, asimismo la información recogida servirá como fuente primaria para la ejecución del trabajo de investigación de la Maestría de Agronegocios de la ESPG – UNJBG- Tacna, agradezco su gentil colaboración y tiempo brindado.

1. Datos generales

2. Referente a la organización que usted Pertenece, dé la siguiente información:

Sexo	M ()	F ()
Edad		
Actividad laboral		
Estudios realizados		

- a. ¿Cuál es el nombre de la organización?.....
- b. ¿Cuál es el Nombre de la persona encargada de la organización?.....
- c. ¿Cuál es la localidad, y la dirección de funcionamiento?.....
- d. ¿Cuántos miembros activos tiene la organización?.....
- e. Tipos de productos manejados:.....

3. ¿Cuáles son los servicios que ofrece a sus miembros? (**marque la más importante**)

- a. Información ()
- b. Asistencia técnica ()
- c. Crédito d. Transporte ()
- d. Almacenamiento ()
- e. Clasificación de productos ()
- f. suministro de insumos agrícolas ()
- g. Oferta ()
- h. Mercadeo, ()
- i. Otros (Especifique):.....

4. Dígame usted las experiencias más importantes de la organización fueron:

1. En producción

- a. Buena () b. Regular () c. Malas ()
Porque?.....

2. Manejo de poscosecha

- a. Buena () b. Regular () c. Malas ()
Porque?.....

3. Mercadeo:

- a. Buena () b. Regular () c. Malas ()
Porque?

5. La organización cuenta con recursos como:
 1. Recursos humanos (), (cuantifique).....
 2. Recursos financieros (), (cuantifique).....
 3. Vehículos (), (cuantifique).....
 4. Equipos de oficina (), (cuantifique).....
 5. Local propio, etc.): (), (cuantifique).....
6. ¿Cómo considera usted el manejo/administración de la organización?
 - a. Muy bueno ()
 - b. Bueno ()
 - d. Malo ()
 - e. Muy malo ()
7. ¿Tiene su asociación un sistema de contabilidad financiera establecido?
 - a. Sí () b. No ()
8. ¿Qué tan importante es el plátano para la asociación?
 - a. Muy importante ()
 - b. Importancia promedio ()
 - c. No importante ()
9. ¿Según su apreciación la política gubernamental favorece o desfavorece fortalecimiento de las organizaciones agropecuarias?
 - a. Favorece () b. Desfavorece ()
10. Describa usted los principales problemas identificados por la organización platanera
 - a. Desorganización de los socios
 - b. Falta de apoyo financiero de las empresas gubernamentales
 - c. Baja producción de la producción de plátano
 - d. Bajos costos de venta del plátano
 - e. Muchos intermediarios
 - f. Falta de mercado
 - g. Otro (especifique).....