

Institut für Agrar- und Sozialökonomie in den Tropen und Subtropen. Fachgebiet  
Landwirtschaftliche Marktlehre in den Tropen und Subtropen  
Universität Hohenheim

Prof. Dr. Matthias von Oppen

Diplomarbeit von Irina Cachay

**Vermarktung der Kartoffel in den Nordanden  
– Departement Cajamarca, Peru**

Diese Arbeit wurde aus Mitteln der Vater und Sohn Eiselen-Stiftung, Ulm gefördert

Stuttgart Hohenheim, Nov. 1998

# 1. Einleitung

## 1.1 Problemstellung- Zielsetzung

Die Kartoffel ist eine der wichtigsten Kulturpflanzen der Welt. Die Kartoffel stammt aus Peru und wird dort in drei unterschiedlichen Klimaräumen (cf. Kapitel 2.2) angebaut. Konzentriert ist der Kartoffelanbau insbesondere im peruanischen Hochland, wo mehr als 90% der nationalen Produktion erzeugt werden. Die Kartoffel gehört in diesen Regionen nicht nur zu einem der wichtigsten Grundnahrungsmittel, sondern stellt auch eine wichtige Einkommensquelle auf dem Land dar.

Die Vermarktung der Kartoffel (wie auch die Vermarktung anderer Agrarprodukte) auf nationaler Ebene leidet unter strukturellen und funktionellen Mängeln. Einleitend sei bemerkt, daß eine äußerst unzureichende Beteiligung der Produzenten an der Preisbildung erwähnenswert ist, die im weiteren Verlauf der vorliegenden Untersuchung eingehender betrachtet werden soll.

Das Departement Cajamarca ist die zweitwichtigste Agrarregion für Kartoffelproduktion Nordperus. Anhand dieser kann man die Mängel des Vermarktungssystems analysieren. Über diesen Bereich liegen nur wenige Studien vor.

Die vorliegende Arbeit stellt sich die Aufgabe, eine Analyse der Marktstruktur, des Marktverhaltens der verschiedenen Marktteilnehmer und der Leistungsfähigkeit des Vermarktungssystems für die Kartoffel im Departement von Cajamarca herzustellen. Im Mittelpunkt der Betrachtung stehen die Vermarktungsprobleme kleinbäuerlicher Betriebe, von deren Kartoffelproduktion ein gewisser Teil zur Ernährung der Familie dient, darüber hinaus aber Kartoffeln gezielt für den Markt produziert werden. Dabei können folgende Unterziele formuliert werden:

- Die detaillierte Beschreibung und Untersuchung eines großen ländlichen Kartoffelmarktes anhand der "Structure-Conduct-Performance-Methode" soll dazu dienen, die Funktionsweise eines peruanisches Kartoffelmarktes zu veranschaulichen.
- Die Ermittlung der Vermarktungskosten und Profite der Händler anhand einer Handelsspannenzerlegung soll Aufschluß darüber geben, ob die Händler ihre Vermarktungsdienste zu angemessenen Preisen zur Verfügung stellen. Mit Hilfe dieser Untersuchung können Aussagen über die Effizienz des Marktes im Departement Cajamarca abgeleitet werden.

Die Arbeit ordnet sich in folgende übergeordnete Problemstellung ein: Der Landwirtschaft kommt im Rahmen eines Entwicklungsprozesses eine Schlüsselrolle zu. Diese Rolle kann der Agrarsektor nur unter der Voraussetzung eines funktionierenden Vermarktungssystems übernehmen. Viele empirische Studien zeigen, daß landwirtschaftliche Produzenten auf steigende Preise und Sicherheit im Absatz für ihre Erzeugnisse durch eine erhöhte Marktproduktion reagieren.<sup>1</sup> Eine dadurch bewirkte ausreichende Produktions- und Einkommenssteigerung in der Landwirtschaft ist in unterentwickelten agrarischen Volkswirtschaften die Voraussetzung für eine städtisch-industrielle Entwicklung. Länder, in denen die Landwirtschaft rasch expandierte, erzielten auch ein rasches industrielles Wachstum.<sup>2</sup>

Die Expansion der Landwirtschaft ist die treibende Kraft einer echten ländlichen Entwicklung, die wiederum die Grundlage schafft für ein breit angelegtes Wachstum, das die Armut verringert. Zudem besteht in Ländern mit niedrigem Einkommen und in ländlichen Regionen ein enger Zusammenhang zwischen einem Wachstum der landwirtschaftlichen Kaufkraft und den Lebensbedingungen der sonstigen armen Landbevölkerung.