



*Área de Economía y Sociología
INTA - Balcarce*

**Caracterización de la
Producción y Comercialización de Papa
en Argentina**

Ing. Agr. Mirna Mosciaro

NOVIEMBRE DE 2011

INDICE

	INTRODUCCIÓN	3
1.	EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN	3
A. REGIONES PRODUCTORAS		4
B. RENDIMIENTOS		5
2.	DESTINO DE LA PRODUCCIÓN	6
3.	CANALES DE COMERCIALIZACION	8
4.	MERCADO INTERNO PARA CONSUMO EN FRESCO	11
A. CALENDARIO DE OFERTA.		11
B. PRECIOS MERCADO INTERNO PARA CONSUMO EN FRESCO		12

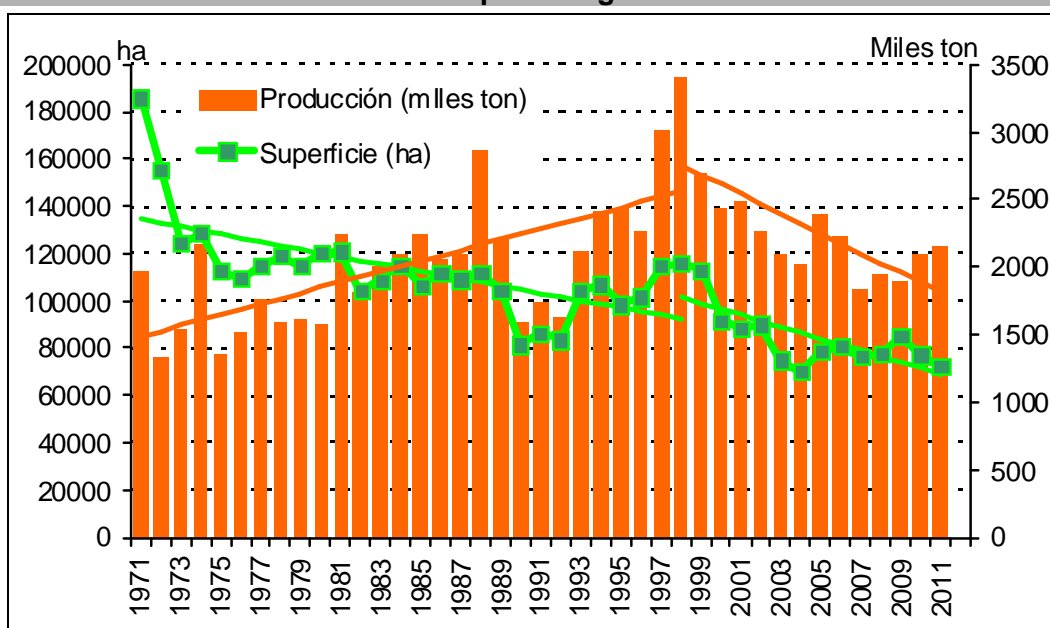
INTRODUCCIÓN

A continuación se describe la evolución y principales características del mercado de papa en Argentina. Primeramente, se pone especial atención a la localización del cultivo y épocas de entrada a mercado de las distintas zonas. En segundo lugar, se examinan los destinos del producto, reseñando las transformaciones observadas tanto en la demanda del producto para consumo en fresco como por parte del sector industrial. Finalmente, se analiza el comportamiento de los precios de la papa destinada al consumo en fresco, y se evalúa la existencia de diferencias de acuerdo a las preferencias del mercado por determinadas zonas de origen y/o variedades, y para los tratamientos post-cosecha.

1. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Hacia finales de la década de 1930 la explotación comercial de papa en Argentina alcanzaba aproximadamente las 200.000 ha, superficie alrededor de la cual se mantuvo por cerca de 30 años. Sin embargo, desde inicios de los '70, el área sembrada siguió una tendencia descendente, hasta ubicarse en las últimas cinco campañas (2006/07 – 2010/2011) entre 72000 y 85000 ha anuales. Hasta finales de los '90, la contracción en la superficie no afectó la producción que, a pesar de fluctuar en forma importante, aumentó llegando a ubicarse alrededor de los 3 millones de toneladas¹. A partir de entonces tiende a estabilizarse el incremento en los rendimientos, siguiendo la producción nacional una tendencia negativa, consistente con la registrada en el área plantada y ubicándose en el último quinquenio alrededor de los 2 millones de toneladas (Gráfico 1).

Gráfico 1. Evolución del Cultivo de Papa en Argentina. 1971/72 – 2010/11



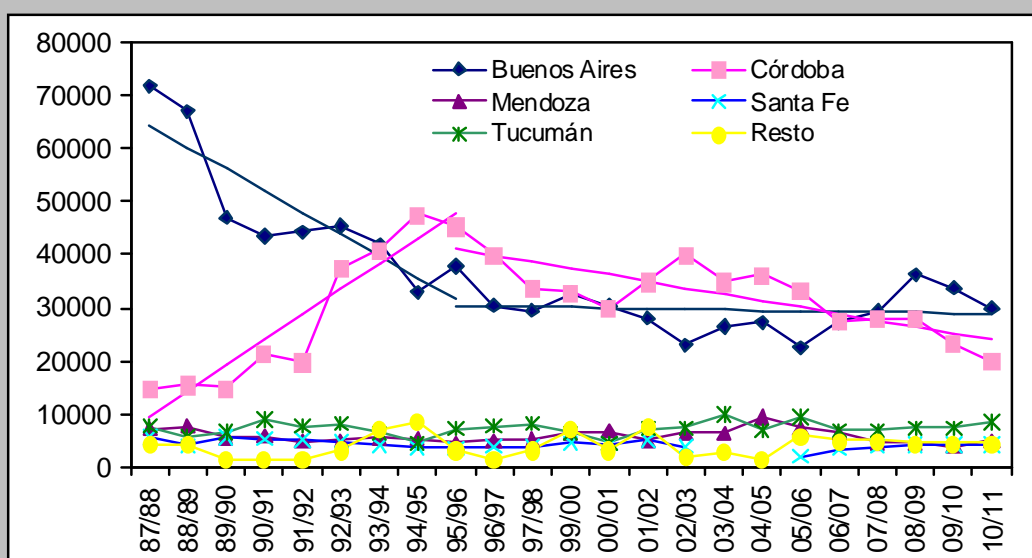
Fuente: Área de Economía Y Sociología Rural – EEA INTA – Balcarce, sobre la base de datos de la Secretaría de (SAGPyA – SIIAP (campañas 1970/71-1996/97); FAO (campañas 1997/98-2003/04) y Argenpapa (campañas 2004/05 en adelante).

¹ La producción Argentina de papa superó los 3 millones de toneladas en las campañas 1996/97 y 1997/98.

A. Regiones Productoras

En el transcurso del desarrollo comercial del cultivo, la producción fue desplazándose geográficamente, cambiando la importancia relativa de cada región. Las características de fertilidad del suelo y las condiciones climáticas favorables para el almacenamiento a campo convirtieron al Sudeste bonaerense en la región productora por excelencia hasta finales de los '80. En la campaña 88/89, una importante caída en el precio del producto y el aumento en el precio de cereales y oleaginosas, contraen abruptamente la superficie con papa en Buenos Aires, dando inicio a un período de reducción del cultivo en esa provincia, al tiempo que se expande en la provincia de Córdoba: entre 1988/89 y 1995/96, la superficie en la primera se retrae de alrededor de 70000 ha plantadas a casi la mitad al tiempo que en la segunda aumenta de unas 16000 ha a más de 45000 ha. A partir de entonces – con importantes variaciones anuales – el área plantada en Córdoba revierte su tendencia volviendo a reducirse, ubicándose en el último quinquenio (2006/07-2010/11) por debajo de las 28000 ha; mientras, en Buenos Aires – ante el sostenido incremento de la demanda de materia prima por las plantas procesadoras de papa – tiende a estabilizarse alrededor de las 30000 ha (Gráfico 2).

Gráfico 2. Área plantada (ha). Principales provincias productoras 1987/88-2010/11.



Fuente: Área de Economía Y Sociología Rural – EEA INTA – Balcarce, sobre la base de datos SAGPyA y Argenpapa.

La superficie sembrada en Córdoba corresponde a dos épocas de cosecha: tardía (alrededor del 65% de la superficie plantada) y semitemprana (30%) Las zonas más importantes se ubican en el cordón verde de la capital y en Villa Dolores, donde en la época semitemprana, hay una producción importante con destino a la industria.

En Buenos Aires, donde la plantación se concentra en la primavera (papa semitardía), la principal zona papera se ubica en la región sudeste, abarcando los partidos de Balcarce, Gral. Pueyrredón, Gral. Alvarado, Lobería, Tandil y Necochea, representando más del 90% de la superficie sembrada provincialmente con papa. Otros partidos de relativa importancia son: General Belgrano (con alrededor de 2500 ha/año) Azul, Mar Chiquita, Pila, Saladillo y 25 de mayo.

Por otro lado, hasta mediados de la década de 1970, la producción nacional de papa se caracterizaba por depender de importaciones masivas de semilla. La producción de semilla se realizaba en las mismas áreas (especialmente SE de Buenos Aires) en las que se conducían lotes para la producción de papa consumo. Esto, promovía la aparición de problemas fitosanitarios que al transmitirse impedían que la simiente original – importada

– pudiera ser multiplicada por más de dos o tres campañas. Esto motivó que se iniciara la búsqueda de zonas ecológicas que pudieran diferenciarse y en las que la obtención de semiente de calidad no se viera afectada, contando con un marco legal tendiente a asegurar los niveles exigidos de calidad y sanidad para la producción de semilla básica y prebásica. En 1976 en Tafí del valle (Tucumán) se establece la primer área restringida para la producción de semilla fiscalizada, a la que luego se le suman: Las Estancias (Catamarca), Malargüe (Mendoza), el Valle del Río Colorado (Buenos Aires) y durante la década de 1990: Tres Arroyos, San Cayetano (Buenos Aires) y Pampa de los Gigantes (Córdoba).

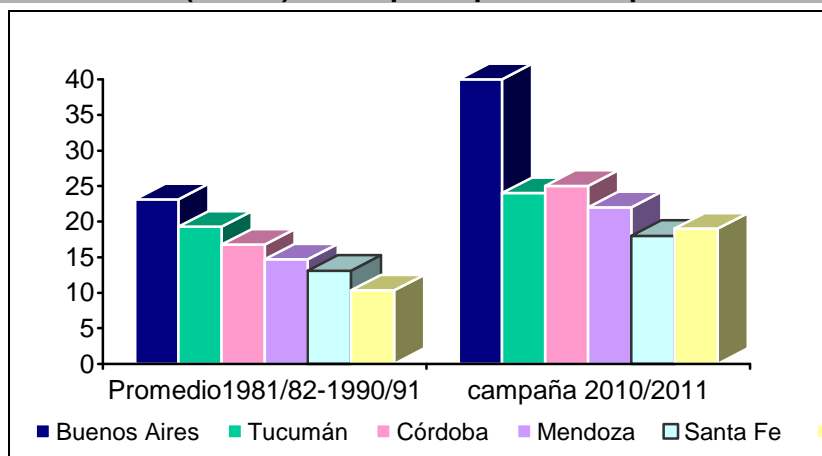
La superficie destinada a la actividad semillera con certificación en 2005/2006 fue de alrededor de 5150 ha, distribuidas entre Mendoza: 1750 ha; Buenos Aires: 2000 ha (500 ha fuera de zona diferenciada); Catamarca: 800 ha; Tucumán: 400 ha; y 200 ha en otras regiones del País. La producción nacional, con un rendimiento promedio de 22 ton/ha, alcanza aproximadamente las 113000 ton de papa semilla.

B. Rendimientos

La disminución de la superficie implantada con papa, con una consecuente selección por las conducciones del cultivo más eficientes en términos físicos y económicos acompañada por un importante mejoramiento tecnológico y su rápida difusión y adopción, lleva a un importante crecimiento de los rendimientos por unidad de superficie.

Mientras que con anterioridad a 1990, los rendimientos promedios por hectárea en el sudeste de Buenos Aires no superaban las 25 toneladas se estima que éstos se ubican actualmente - bajo condiciones agroclimáticas favorables alrededor de las 40-45 toneladas/ha, lo que implica un incremento del 80%. No obstante, en los ciclos 2006/07 y 2008/09, la productividad media de los lotes sembrados en el sudeste bonaerense se vio sensiblemente afectada por condiciones climáticas adversas, ubicándose los rendimientos por debajo de las 30 ton/ha.

Gráfico 3. Rendimientos (ton/ha). Principales provincias productoras.

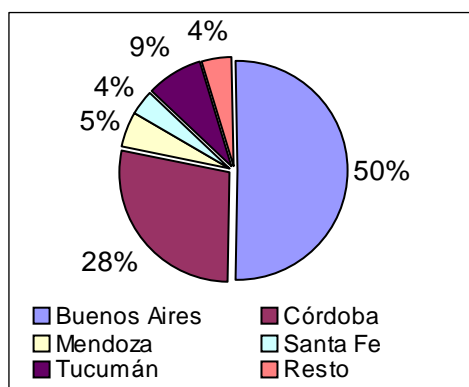


Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos propios, SAGPyA y Argenpapa.

No menos significativos resultan los incrementos registrados en las demás provincias productoras. Se estima un aumento del 47% en Córdoba (de 17 ton/ha a 25 ton/ha); del 44% en Mendoza (de 15 ton/ha a 22 ton/ha) y del 20% en Tucumán (de 20 ton/ha a 24 ton/ha).

La mayor superficie cultivada y mayores rendimientos logrados en el sudeste bonaerense convierten nuevamente a esta zona en la principal región productora. De lo producido a nivel nacional durante el último quinquenio (2006/07 -2010/11), Buenos Aires aportó – en promedio - el 50%, mientras que la participación de Córdoba fue del 28% (Gráfico 4)

Gráfico 4. Producción: Participación provincial. Promedio 2006/07-2010/2011



Fuente. Elaboración propia sobre la base de datos de Argenpapa

2. DESTINO DE LA PRODUCCIÓN

La Tabla 1, brinda una estimación de los principales destinos de la producción, poniendo en evidencia los cambios registrados los últimos 15 años en la importancia relativa de cada uno de ellos, particularmente la industria.

Tabla 1. Destino de la producción de papa en Argentina

	Consumo en Fresco				Industria		Semilla*	
	Interno		Exportaciones		Ton	%	Ton	%
	Ton	%	Ton	%				
1996	1914156	84,1%	20678	0,9%	115000	5,1%	225000	9,9%
2001	2016050	80,5%	16950	0,7%	251000	10,0%	220000	8,8%
2010	1568060	68,8%	29940	1,3%	550000	24,1%	130000	5,7%

* semilla certificada y de propia multiplicación

Fuente: Área de Economía y Sociología Rural. EEA - INTA – Balcarce, sobre la base de datos de SENASA- Comercio Exterior, FAO, INDEC e informantes calificados

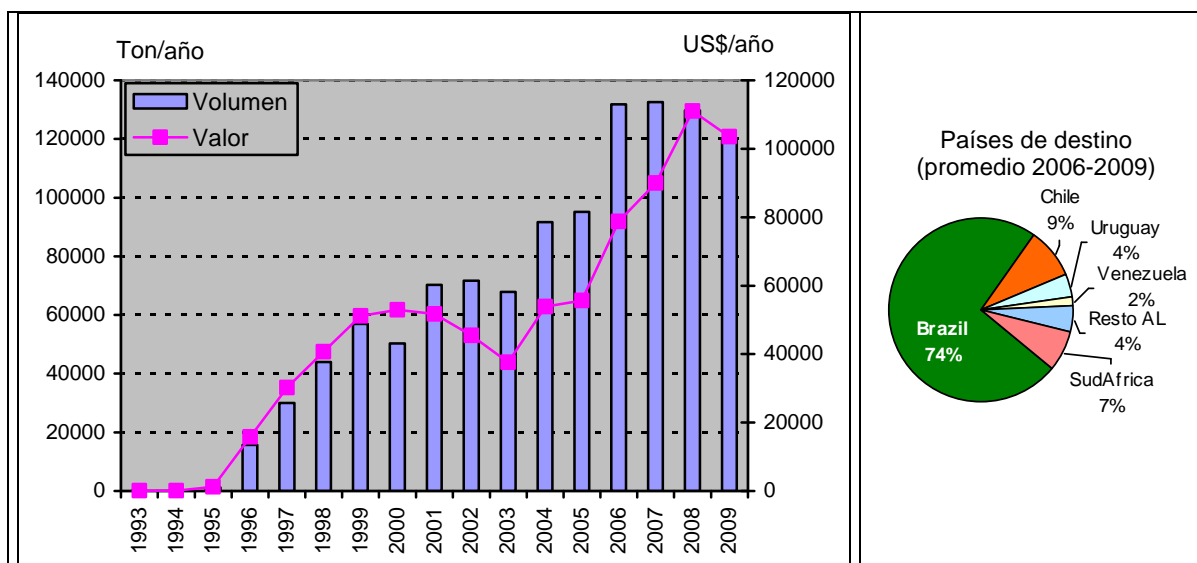
La demanda de materia prima para el **procesamiento industrial** se incrementa rápidamente a partir de 1995 con la instalación, especialmente, de plantas elaboradoras de papa prefrita destinadas a abastecer el mercado interno y externo. Argentina pasa en menos de cinco años de ser importador neto a exportador neto de papa congelada, con ventas externas que alcanzan en promedio para el período 2006-2009 las 128500 toneladas de producto procesado y ubican al País como 8º exportador mundial. El principal destino es Brasil con una participación que oscila alrededor del 74% (Gráfico 5).

Este crecimiento implicó un aumento de la demanda industrial de papa que pasa de sólo 10000 toneladas anuales a comienzos de los '90, a 115000 toneladas en 1996 y a alrededor de 550.000 toneladas en 2010. Aproximadamente el 73% de esta demanda corresponde a la elaboración de papa prefrita, completándose por el procesamiento de papas snack (15%), en escamas (9%) y otras especialidades (3%) (Inchausti, M. ALAP '08).

La presencia de importantes firmas procesadoras en la provincia de Buenos Aires hace que la industria resulte un destino especialmente importante en el SE bonaerense, con aproximadamente el 40% de la superficie plantada zonalmente a esa finalidad. Sin embargo esta zona no es la única proveedora de materia prima para las plantas procesadoras sino que acorde a los requerimientos de papa "nueva" (recientemente cosechada) y épocas de recolección, participan del abastecimiento otras provincias como

Córdoba, Tucumán, Mendoza y Río Negro. En el resto de los meses – fuera de las épocas de cosecha – se utiliza papa conservada bajo condiciones controladas en instalaciones de las propias empresas procesadoras.

Gráfico 5. Exportaciones de papa prefrita congelada. 1993-2009



Fuente: Área de Economía y Sociología Rural. EEA - INTA – Balcarce, sobre la base de datos de FAO

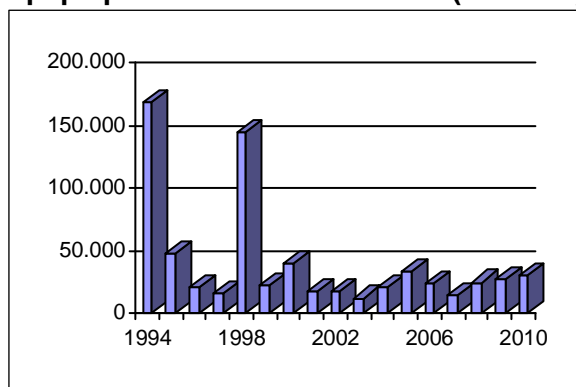
Los requerimientos específicos en calidad y cantidad de la materia prima de las empresas procesadoras, explican que éstas se abastezcan a través de relaciones contractuales y/o con producción propia. Complementariamente, se abastecen "vía mercado" siendo frecuentemente los oferentes los mismos productores que lo hacen bajo contrato.

La producción de **semilla** tiene como principal destino las necesidades de plantación nacional, siendo de escasa relevancia los volúmenes exportados, dada la existencia de barreras sanitarias para su ingreso en los países importadores y subsidios de exportación de los principales exportadores mundiales. La demanda interna, en correspondencia con la tendencia decreciente seguida por la superficie plantada y las mejoras técnicas, disminuyó de aproximadamente 225000 toneladas en 1996 a alrededor de 130.000 toneladas en 2010/2011. Este requerimiento es cubierto al complementarse lo producido como semilla certificada con papa proveniente de cultivos destinados al consumo que – entre campañas - es apartada por los productores para ser usada como semilla. Según estimaciones de Argenpapa, la producción de semilla fiscalizada, es inferior en un 20 % a las necesidades de consumo de semilla fiscalizada, las cuales se cubren con semillas sin fiscalizar y algunas variedades no tradicionales importadas.

Las **exportaciones** de papa en fresco, a pesar de las expectativas que creó la consolidación del Mercosur de un mayor intercambio comercial con los países miembros, llegando a ubicarse en valores cercanos a las 170.000 toneladas en 1994 y 1998, no logran superar las 30.000 toneladas desde entonces (Gráfico 5).

Buenos Aires, se ubica como la principal provincia exportadora representando más del 60% del volumen exportado en 2009 y 2010. Con variaciones de acuerdo a los años, los principales destinos son los países limítrofes (Brasil; Paraguay, Chile, Uruguay)

Gráfico 6. Exportaciones argentinas de papa para consumo en fresco (Ton/año)



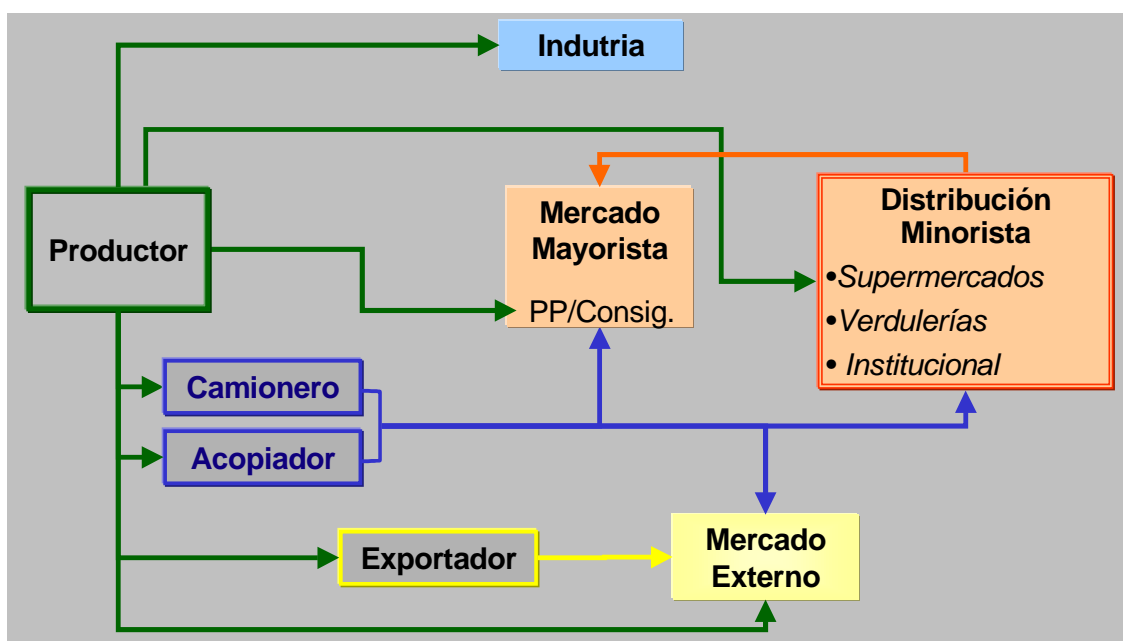
Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de FAO; INDEC y SENASA-Comercio Exterior

A pesar del crecimiento registrado en otros destinos, el mercado interno para consumo en fresco interno sigue mostrando su hegemonía al absorber aproximadamente el 68% de la producción nacional de papa.

3. CANALES DE COMERCIALIZACION

El Diagrama 1 esquematiza los canales y participantes que integran el mercado de papa. Las alternativas comerciales de los productores no se circunscriben a optar por uno a más destinos sino pueden hacerlo a través de uno o más participantes.

Diagrama 1. Vinculación Oferta - Demanda



En la primera venta en el mercado en fresco, el productor se enfrenta con distintas vías para colocar su producto: puede integrar la introducción mayorista (productor integrado) a través de un puesto propio en algún mercado concentrador u operando con un consignatario; venderle a acopiadores, camioneros o exportadores y realizar ventas directas a supermercados o al mercado externo. Cada alternativa representa distintas condiciones de venta y grados de acercamiento al consumidor final.

Existe una estrecha relación entre escala productiva y estrategia de comercialización. Cuanto mayor es el volumen a colocar en el mercado mayor es el número de canales utilizados y más frecuente es la integración de otras funciones comerciales. En este sentido, la venta en chacra, tanto a través de camioneros como de acopiadores resulta más adaptable para pequeños y medianos productores, tanto por los volúmenes requeridos como por su simplicidad. Los productores grandes diversifican los canales de venta al tiempo que la escala productiva les permite, en algunos casos, integrar la distribución mayorista a través de puestos propios en el mercado. Un umbral de superficie plantada también parece determinante en el caso de las relaciones comerciales con la industria (Grana et al, 2008).

Tradicionalmente el consignatario constituía la principal alternativa de venta para el mercado en fresco. Con el correr de los años, se produjeron desgastes en las relaciones entre las partes, motivado por la falta de conocimiento cierto del productor sobre el precio al que se realizaba la venta de su producto en el mercado (riesgo moral). Esto llevó a que muchos consignatarios para poder mantenerse en el mercado se convirtieran en acopiadores, es decir, el mismo productor que antes les enviaba su mercadería en consignación, pasó a vendérsela. Así en la actualidad el consignatario canaliza menos del 22% de lo comercializado. Esta pérdida de participación se da a favor del acopiador, que pasa de manejar cerca del 50% del volumen comercializado para venta en fresco

El acopiador compra directamente al productor, vendiendo posteriormente en mercados mayoristas o a otros intermediarios (otros acopiadores, supermercados, minoristas). Como ventaja de este tipo de venta, los productores destacan la posibilidad de negociar en forma directa el valor de su producto, desde el momento en que las condiciones en que se realizan las operaciones (con cargo o no de la bolsa, puesta o no sobre camión, etc.) varían, estableciéndose de mutuo acuerdo entre acopiador y productor. Estas negociaciones incluyen las formas de pago que abarcan desde el contado a plazos de 15, 30 y 60 días. La entrega del producto y cambio de titularidad, se realiza en la tranquera misma del campo del productor. A partir de allí, el acopiador resulta responsable del transporte y posterior destino de la mercadería. En esta relación generalmente existe continuidad en las transacciones, lo que establece un conocimiento entre las partes.

A diferencia del acopiador, el consignatario opera en los mercados concentradores sin hacerse de la propiedad efectiva del producto, ya que vende por cuenta y riesgo del productor cobrando una comisión por el trabajo que realiza, dando a esta relación un fuerte componente de confianza entre las partes. Los gastos de colocación del producto en el mercado (comercialización y flete) quedan a cargo del productor. En la mayoría de los casos, el plazo de pago convenido no supera los 30 días.

El camionero se comporta como un comprador ocasional, no generando una relación comercial duradera con el productor. Se trata generalmente de agentes cuya función principal es la de transportar distintos tipos de mercadería de un punto a otro del país. Compran directamente al productor y revenden en los centros de consumo a mayoristas y/o minoristas. Casi la totalidad de las operaciones son de contado, en concordancia con su condición de comprador de paso. Esta situación determina que los productores resalten como mayor ventaja de esta alternativa la de poder realizar ventas de contado y como mayor desventaja la de ser una opción inconstante y que no permite planificar las ventas.

El productor que posee puesto en algún mercado de concentración, logra a través de este sistema, defender las condiciones de calidad del producto y obtener así mejores precios. En general, cumple con la función de introducción mayorista de su mercadería y actúa como consignatario para otros productores. A pesar que las ventas se realizan totalmente de contado, esta alternativa no es mayormente utilizada al no ser de fácil implementación, no sólo por la inversión que implica sino, fundamentalmente, por que no

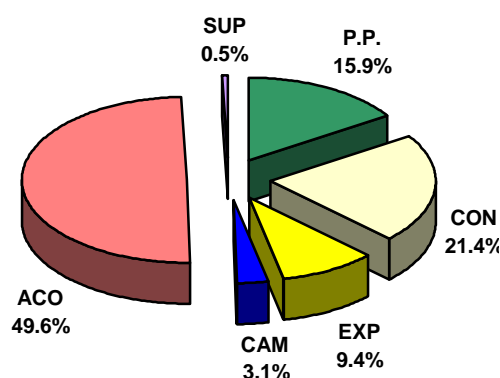
les es fácil encontrar la persona adecuada para atender el puesto. De los casos encuestados, sólo 20% integra la introducción mayorista a partir de un puesto propio.

Los supermercados son participantes de reciente aparición, siendo los únicos actores que se vinculan directamente con el productor y el consumidor. Sin embargo, en el caso de la papa, su articulación con el sector de la producción es escasa. Las razones de esta conducta, según opinión de los productores que incursionaron en esta alternativa, obedecen a plazos de cobro sumamente extensos así como también al traslado a los precios pagados al productor de los descuentos por ofertas.

La exportación representa para el productor una opción poco significativa. La voluminosidad del producto asociado a su bajo precio, que lo hace antieconómico para su transporte, la calidad que no se adecua a las exigencias de los consumidores externos – fundamentalmente por un problema varietal -, sumado al carácter coyuntural de la demanda externa, hacen de ésta una alternativa de alta inestabilidad en el tiempo. En efecto, sólo esporádicamente este destino ofrece precios superiores a los del mercado interno de forma que compensen las exigencias de calidad y los mayores gastos de comercialización.

En el Gráfico 7 se presenta la importancia relativa de los canales de venta para la producción en fresco, según volúmenes, para la producción del SE de Buenos Aires.

Gráfico 7. Primera Venta en Fresco: Volumen Comercializado según Canal (%)



Fuente: Extraído de Gorostegui, 2003¹

En el caso de la industria, como ya se mencionara, las demandas en calidad, cantidad y momento de entrega de la materia prima de las plantas procesadoras hacen que éstas busquen asegurar su abastecimiento estableciendo contratos con la producción primaria. Si bien este es el mecanismo dominante de vinculación entre un sector y otro, dependiendo de la campaña se abastecen realizando compras complementarias en las que no media una relación contractual previa. Dependiendo de las necesidades de la industria y los precios del mercado en fresco, son las fábricas quienes salen a comprar o los productores quienes salen a ofrecer a la empresa.

En los contratos se establece en forma previa no sólo la cantidad demandada sino también los precios de venta que son fijados considerando un determinado margen por sobre costos de producción estimados por la misma empresa, reduciéndose los riesgos de mercado que usualmente enfrentan los productores papeiros. Mateos (1998), ha señalado que bajo el mecanismo de contratos además de la utilización variedades adaptadas a los requerimientos del proceso industrial, se proponen otras innovaciones

¹ Grana et al (2008) a través de una encuesta realizada en la misma región, encuentran que los productores de papa para consumo en fresco no registraron cambios significativos en los canales utilizados para comercializar el producto entre 2001 y 2006.

tecnológicas (diferentes sistemas de riego, cosecha mecanizada y entrega a granel del producto), y organizacionales (reorganizar la producción para cumplir con las condiciones de época, cantidad y calidad), que impactan directamente sobre la producción primaria. Por otro lado, es importante resaltar que la relación contractual acostumbró ofrecer a los productores incentivos financieros entre los que se destacó la posibilidad de obtener financiamiento para la adquisición de insumos y equipamiento. Bajo este tipo de acuerdos, se han entregado en *leasing* equipos de riego, cosechadoras, etc. En la actualidad es escaso este tipo de apoyo de las empresas hacia los productores

4. MERCADO INTERNO PARA CONSUMO EN FRESCO

A. Calendario de Oferta.

Tradicionalmente, la producción de papa en Argentina se clasifica de acuerdo a la época de siembra y de comercialización del producto en fresco en: temprana, semitemprana, semitardía y tardía. Un resumen de las principales provincias productoras de papa, diferenciadas según este criterio, se presenta en el Tabla 2.

Tabla 2. Provincias productoras por época de plantación y comercialización

Tipo de Producción		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Temprana	Plantación						■	■					
	Comercialización									■	■		
	Provincias Productoras	Tucumán, Salta, Chaco, Formosa, Misiones, Corrientes, Jujuy											
Semitemprana	Plantación							■	■				
	Comercialización										■	■	■
	Provincias Productoras	Córdoba, Buenos Aires, Mendoza, Santa Fe, Tucumán											
Semitardía	Plantación										■	■	
	Comercialización	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
	Provincias Productoras	Buenos Aires, Mendoza, Córdoba, Chubut, Neuquén, Río Negro, Tierra del Fuego											
Tardía	Plantación		■										
	Comercialización						■	■	■	■	■	■	
	Provincias Productoras	Córdoba, Buenos Aires, Santa Fe											

Adaptado de Huarte, M.A. e Inchausti, M.H., 1994.

Al participar en la producción nacional regiones que abarcan una amplia gama de condiciones agroclimáticas, el mercado es abastecido en forma relativamente estable a lo largo del año. Córdoba contribuye principalmente a través de sus producciones tardía (febrero), semitemprana (julio - agosto) y – en mucha menor proporción - semitardía. En el caso de la provincia de Buenos Aires, más del 90% de la superficie se siembra entre octubre-noviembre, caracterizando a esta provincia como productora básicamente de papa semitardía.

La Tabla 3 representa la importancia relativa de zona/provincia productora en los ingresos registrados mensualmente en el Mercado Central de Buenos Aires entre 2008 y 2010. En promedio para esos tres años, la producción originada en Buenos Aires domina el mercado representando aproximadamente el 75% de los ingresos anuales, con una presencia casi exclusiva (con más el 92% de los ingresos) de febrero a junio. Su participación disminuye paulatinamente de julio a septiembre ante la entrada de papa tardía proveniente de Córdoba para disminuir notoriamente de octubre a noviembre ante el ingreso de papa temprana “nueva”, particularmente, de Tucumán.

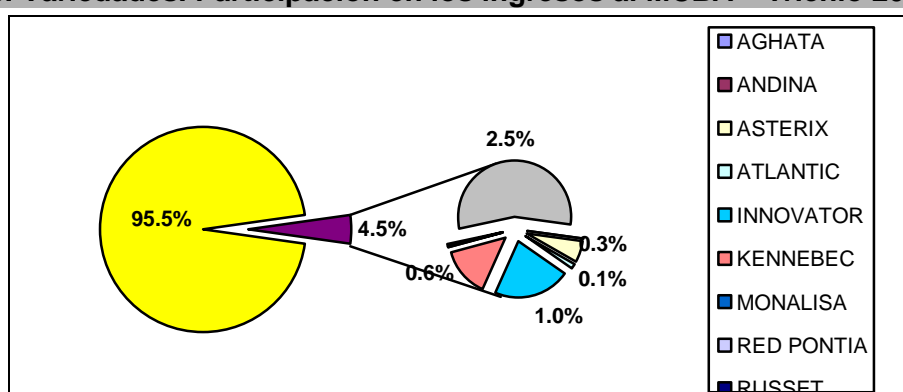
Tabla 3. Origen de los ingresos al MCBA – Promedio Trienio 2008 -2010 (%)

Procedencia	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total	
Buenos Aires	87%	95%	95%	99%	98%	92%	76%	73%	62%	23%	7%	44%	75%	
Córdoba	6%	1%	1%	0%	0%	6%	21%	25%	34%	25%	25%	36%	13%	
Tucumán									1%	49%	63%	11%	8%	
Mendoza	5%	3%	3%	1%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	4%	2%	
Resto	2%	1%	1%				1%	1%	2%	2%	4%	5%	2%	
Total	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Volumen promedio 2008-2010	26324	24892	27282	30323	26659	30816	29186	19578	18965	19934	18320	18762	291041

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos del MCBA y Argenpapa

Si bien existe la gama de variedades existente es amplia, la variedad Spunta tiene hegemonía sobre el total de ingresos al mercado. El 95% del total de ingresos registrados en el MCBA entre 2008 y 2010, correspondió a esta variedad (Gráfico 8)

Gráfico 8. Variedades. Participación en los ingresos al MCBA – Trienio 2008-2010



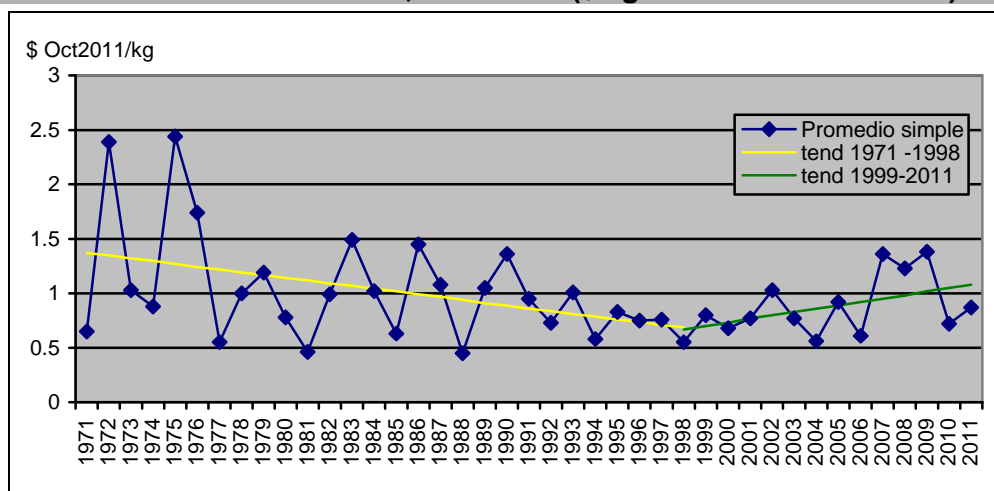
Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos del MCBA

B. Precios Mercado Interno para Consumo En Fresco

El carácter fundamentalmente interno del mercado de papa y la escasa elasticidad de la demanda a la variación en los precios, hace que éstos sean notoriamente sensibles a las variaciones en la producción doméstica. Es decir, un aumento (disminución) en las cantidades producidas provoca una disminución (aumento) en los valores negociados.

Consistentemente con lo esperable al observar la diferente evolución del volumen producido a escala nacional, los precios del producto para consumo en fresco mostraron una marcada tendencia hacia la baja desde mediados de los ´70 hasta finales de los ´90, a partir de cuando este prolongado proceso comienza a revertirse, mostrando un paulatino aumento en los valores operados (Gráfico 9)

Gráfico 9. Precios Medios Anuales, 1971-2011 (\$/kg Moneda octubre 2011)¹

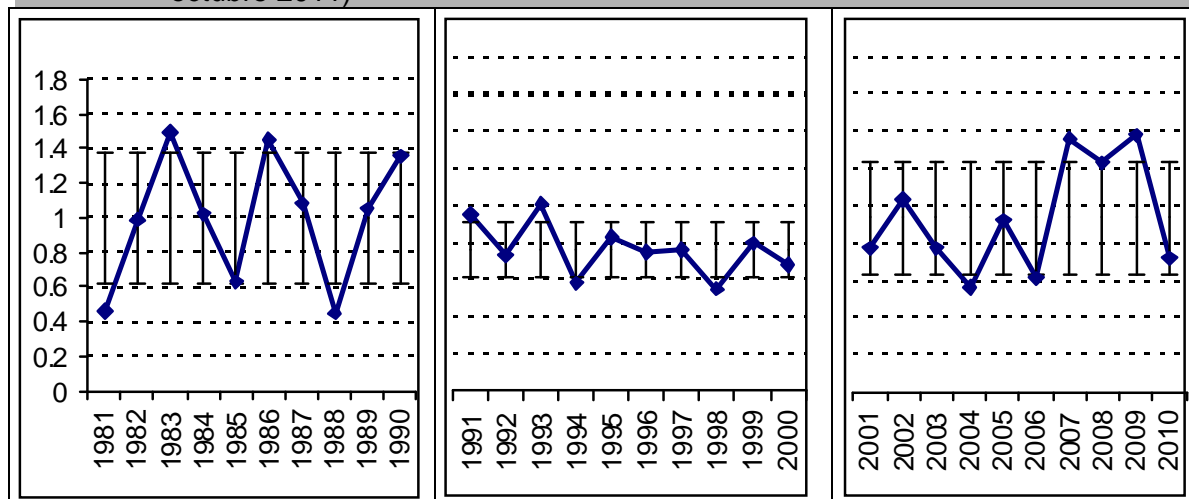


Fuente: Elaboración propia, sobre la base de datos de SAGPyA, INDEC, MCBA , Argenpapa y recopilaciones propias

Por otro lado, la pérdida de hegemonía del SE bonaerense como región productora durante la década de 1990– y la consecuente menor concentración geográfica de la producción - tiende a estabilizar los volúmenes producidos anualmente incidiendo sobre el comportamiento de los precios. Durante la vigencia del Plan de Convertibilidad (1992-2001), esto se tradujo en una fuerte reducción de las fluctuaciones de precios entre años, característica que fue propia del mercado de papa hasta inicios de finales de los '80.

La amplitud de las variaciones interanuales vuelve a ampliarse en la post -convertibilidad, y la recuperación del nivel de participación en la producción de papa de Buenos Aires, tal como puede visualizarse en el Gráfico 10 en el que las barras verticales representan los desvíos de cada año con respecto al precio promedio correspondiente a cada período.

Gráfico 10. Precios medios: Variación interanual diferentes períodos (\$/kg Moneda octubre 2011)

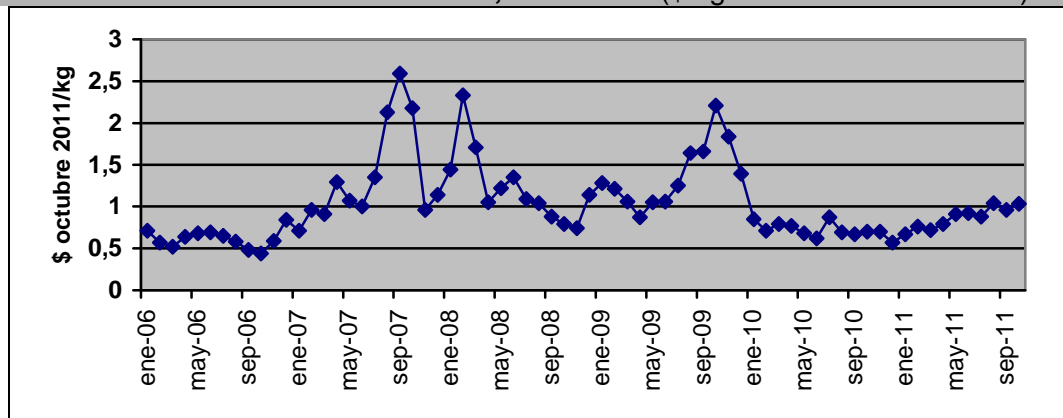


Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de INDEC, MCBA y Argenpapa

¹ A fin de comparar su comportamiento, aislando el factor inflacionario, los precios están expresados a moneda de valor constante de octubre de 2011 actualizados por el Índice de Precios Internos Mayoristas (IPIM) Nivel General estimado por el INDEC (base 1993 =100)

El Gráfico 11 permite observar la evolución de los precios mensuales registrados en el MCBA desde enero de 2006 a octubre de 2011. Los mismos muestran un comportamiento errático, sin tendencia definida. Las condiciones climáticas adversas que afectaron la oferta en las primaveras de 2007, 2009 y verano de 2008, posicionaron los precios dentro de los máximos precios registrados desde 1980 a la fecha.

Gráfico 11. Precios Medios mensuales, 2006-2011 (\$/kg Moneda octubre 2011)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de INDEC, MCBA y Argenpapa

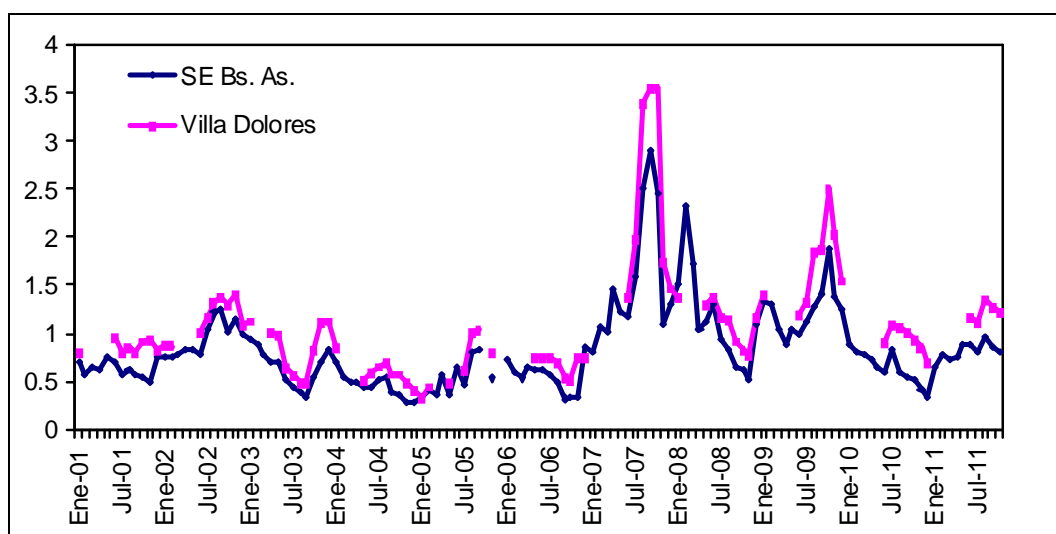
a) Diferenciación de precios según origen

Si bien existe una tipificación reglamentada para la comercialización - consistente en una clasificación por grados de calidad y clase de tamaño - no existe una clara discriminación de precios en este sentido.

La principal diferenciación de precios se realiza de acuerdo al origen del producto. El Gráfico 12 permite observar para una misma variedad (Spunta) la existencia de sobrepagos de acuerdo a su procedencia, resultando siempre menores los valores obtenidos por la producción proveniente de Buenos Aires.

En promedio en el último decenio (enero 2001 y octubre 2011), la papa originaria de Villa Dolores obtuvo sobrepagos del 37% (0.26\$ de octubre 2011/kg) con respecto a la producción del SE bonaerense para la misma variedad y condiciones del producto, pero con importantes variaciones que van desde la no existencia de diferencias hasta la obtención de sobrepagos cercanos al 130%.

Gráfico 12. Precios según Origen (\$/kg, Moneda constante octubre 2011)



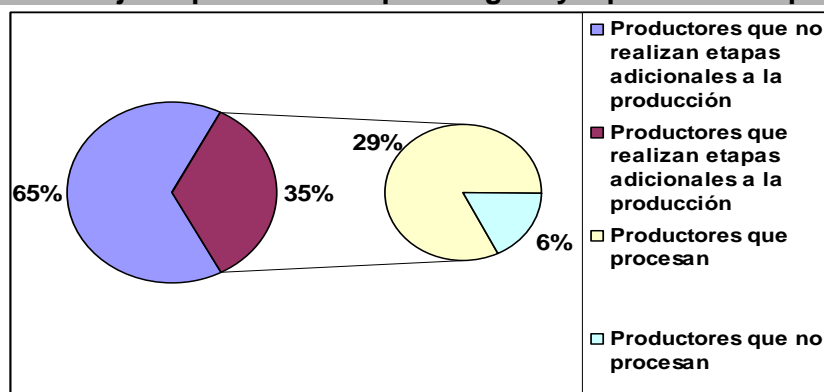
Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de INDEC, MCBA y Argenpapa

Una diferenciación similar se observa con respecto al producto proveniente de Tucumán, con la obtención de sobrepuestos fuertemente ligados a la época del año. Cuanto más se aleja de la época de cosecha correspondiente al SE bonaerense, la menor calidad del producto de esa zona en contraposición con la condición de “papa nueva” de la procedente de otras regiones y los mayores precios por disminución de oferta, se traducen un mayores diferenciales de precios.

b) Tratamientos post-cosecha

El 29% de los productores encuestados por Grana et al (2009) en el SE de Buenos Aires diferencia su producción a través de tratamiento post cosecha del cultivo (procesado y cepillado). De ellos, el 60% son grandes productores y el 40% restante medianos. El 6% realizan estrategias de integración como el puesto propio, pero no procesan (Gráfico 13). Según el mismo estudio, solo el 7% del volumen producido recibe algún tipo de procesamiento

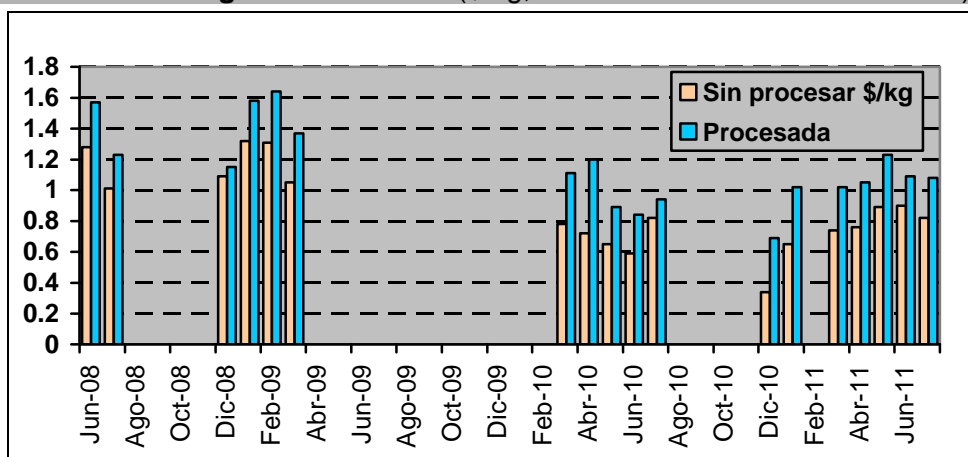
Gráfico 13. Porcentaje de productores que integran y/o procesan su producción



Fuente: Extraído de Grana, 2008

Los precios no presentan diferencias importantes entre tratamientos pos-cosecha, pero sí entre el producto tratado y el no (Gráfico 9). Así, entre junio de 2008 y julio de 2011, el precio recibido por la mercadería procesada fue en promedio un 36% superior (0,28 \$ de octubre de 2011/kg) al correspondiente al producto sin tratar de igual variedad y procedencia (sudeste de Buenos Aires). Sin embargo, este sobrepuesto presenta también variaciones importantes, registrándose diferencias a favor del producto procesado de solo el 6% (diciembre 2008) hasta el 100% (diciembre 2010). El Gráfico 14 permite observar estas diferencias al mismo tiempo que remarcar la estacionalidad de la entrada de papa procesada al mercado.

Gráfico 14. Precios según Tratamiento (\$/kg, Moneda constante octubre 2011)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos de INDEC, MCBA y Argenpapa