

*Área de Economía y Sociología Rural
INTA - Balcarce*

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

Ing. Agr. Mirna Mosciaro

Febrero de 2004

INTRODUCCIÓN.....	3
1. EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	3
Regiones Productoras.....	4
2. DESTINOS	6
3. CANALES DE COMERCIALIZACION	7
4. PRECIOS MERCADO INTERNO PARA CONSUMO EN FRESCO.....	10
A. Diferenciación de precios según origen.....	11
B. Análisis por Variedad.....	12

INTRODUCCIÓN

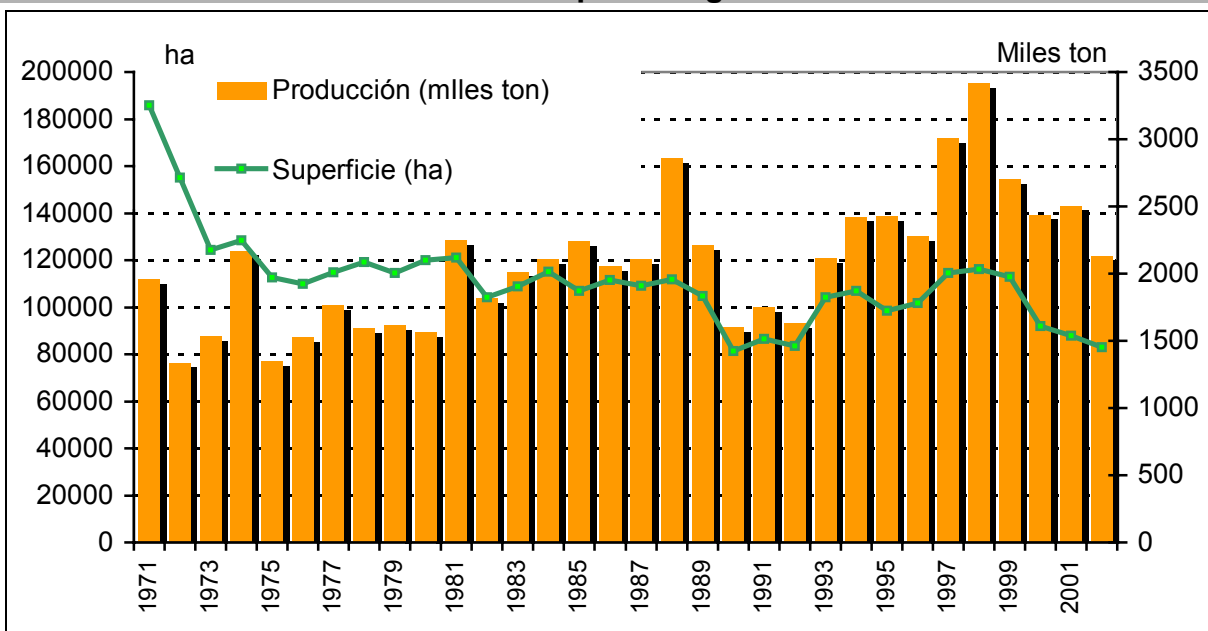
A continuación se describe la evolución y principales características del mercado de papa en Argentina. Primeramente, se señalan los cambios más sobresalientes registrados en la producción durante la última década, poniendo especial atención a la localización del cultivo y épocas de entrada a mercado 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 del '30 la explotación comercial de papa en Argentina alcanzaba aproximadamente las 200.000 ha, superficie alrededor de la cual se mantuvo por cerca de 3 décadas. Sin embargo, desde finales de los '60 el área sembrada siguió una tendencia descendente, llevando a que durante los '90 se ubicara alrededor de las 100.000 ha. Esta contracción de la superficie no afectó la producción que, a pesar de fluctuar en forma importante, aumentó ubicándose alrededor de los 2 - 2,5 millones de toneladas en las últimas campañas¹(Gráfico N°1)

Gráfico N°1. Evolución del Cultivo de Papa en Argentina. 1968/69 - 2001/02.



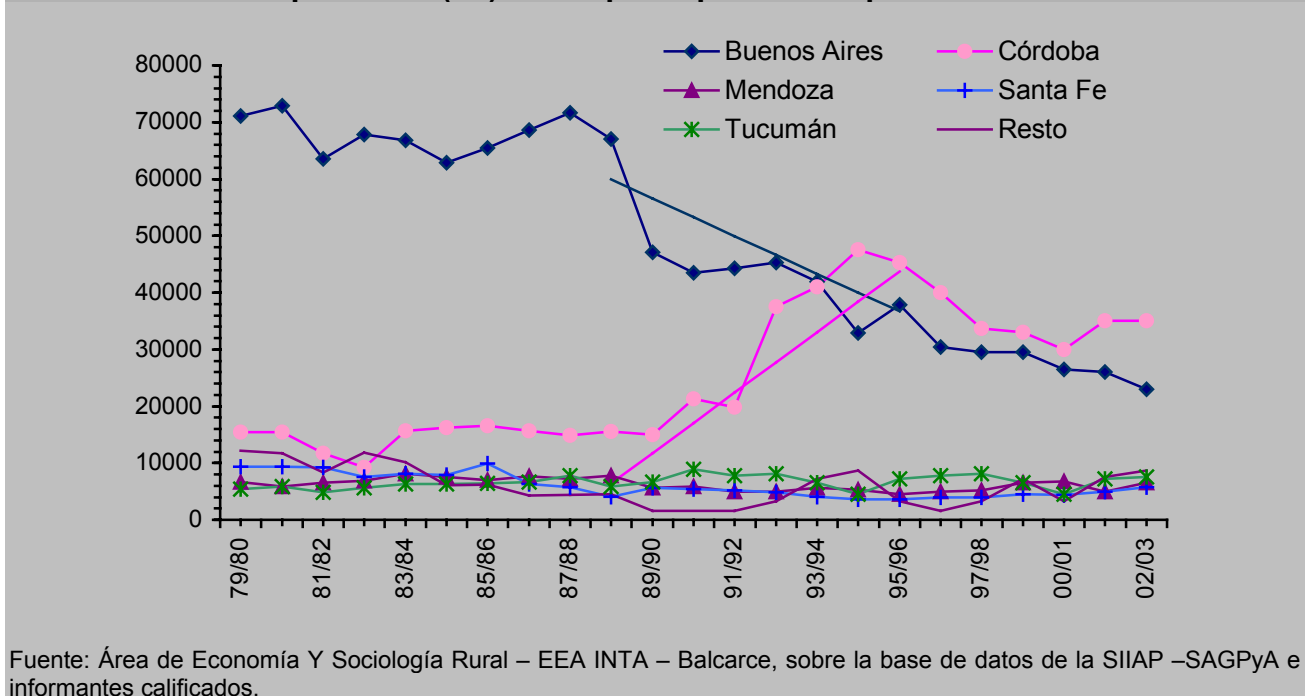
Fuente: Área de Economía Y Sociología Rural – EEA INTA – Balcarce, sobre la base de datos de la Secretaría de (SAGPyA – SIIAP (campañas 1970/71-1996/97) y FAO (campañas 1997/98-200/02).

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

Regiones Productoras

En el transcurso del desarrollo comercial del cultivo, la producción fue desplazándose geográficamente, cambiando la importancia relativa de cada región. El sur de Santa Fe fue la primera zona en desarrollarse. Sin embargo, 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, ante una importante caída en el precio del producto y un aumento en el precio de los cereales y oleaginosas, la superficie plantada con papa en Buenos Aires se contrajo abruptamente. A partir de entonces, el área con papa en esta región inicia un proceso de reducción, al tiempo que se expande en Córdoba. Esta diferente evolución puede observarse claramente en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 2. Área plantada (ha). Principales provincias productoras.



Como resultado de la evolución contrapuesta del cultivo en estas dos provincias, Buenos Aires pasó de concentrar el 62% del área sembrada en la década del '80 a representar el 38% entre 1994/95 - 1996/97; mientras que la participación de Córdoba aumentó del 13% al 45%.

Actualmente, el área plantada en el SE de Buenos Aires continúa en contracción, habiendo descendido a aproximadamente 21.600 ha en 2002/2003. En tanto, en Córdoba la superficie dedicada al cultivo se mantiene alrededor de las 40.000 ha. De esta forma y a pesar que los rendimientos por unidad de superficie resultan sensiblemente más altos en el SE bonaerense (alrededor de las 750 bolsas/ha) que en Córdoba (estimados respectivamente y 500 bolsas/ha), esta última pasa a constituirse en la principal región productora del país, aportando aproximadamente 850.000 toneladas anuales de papa.

Córdoba alcanza esta posición, a través de tres épocas de cosecha, siendo los departamentos más relevantes: Capital, San Javier y San Alberto, los que concentran más del 80% del área provincial. En estos departamentos se ubican el cinturón verde de la

Ciudad de Córdoba (Capital) y las zonas bajo riego de Villa Dolores y localidades cercanas (San Javier y San Alberto).

En Buenos Aires, donde la plantación se concentra en la primavera, la principal zona papera se ubica en la región sudeste, abarcando los partidos de Balcarce, Gral. Pueyrredón, Gral. Alvarado, Lobería y Tandil, representando más del 85% de la superficie sembrada provincialmente con papa. Otros partidos de relativa importancia dentro de la provincia de Buenos Aires son los de General Belgrano, Necochea, Mar Chiquita, Azul y Villarino. Calendario de Oferta.

Tradicionalmente las regiones productoras se clasifican 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 Cuadro N°1.

Cuadro N° 1. Principales provincias productoras diferenciadas según época de plantación y comercialización (en fresco).

Tipo de Producción		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Temprana	Plantación												
	Comercialización												
	Provincias Productoras ⁽¹⁾	Tucumán, Salta, Chaco, Formosa, Misiones, Corrientes, Jujuy											
Semitemprana	Plantación												
	Comercialización												
	Provincias Productoras ⁽¹⁾	Córdoba, Buenos Aires, Mendoza, Santa Fe, Tucumán											
Semitardía	Plantación												
	Comercialización												
	Provincias Productoras ⁽¹⁾	Buenos Aires, Mendoza, Chubut, Neuquén, Río Negro, Tierra del Fuego											
Tardía	Plantación												
	Comercialización												
	Provincias Productoras ⁽¹⁾	Córdoba, Buenos Aires, Santa Fe											

(1) Por orden de importancia según participación en la producción nacional.
Fuente: 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 semitemprana (julio - agosto) y tardía (febrero). En el caso de la provincia de Buenos Aires, más del 96% de la superficie se siembra entre octubre-noviembre, caracterizando a esta provincia como productora básicamente de papa semitardía.

El Cuadro N°2 representa la importancia de cada provincia productora en los ingresos registrados mensualmente en el Mercado Central de Buenos Aires entre 2001 y 2003.

Cuadro N° 2. Origen de los ingresos al MCBA. Promedio mensual 1998-2002 (%)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Córdoba	20%	4%	3%	1%	4%	21%	42%	52%	57%	40%	34%	74%	30%
SE Bs.As	39%	78%	86%	93%	85%	71%	52%	44%	38%	19%	10%	6%	52%
Tucumán	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	38%	51%	4%	9%
Mendoza	12%	6%	8%	6%	10%	7%	3%	1%	2%	1%	0%	4%	5%
otras	28%	11%	3%	1%	1%	1%	3%	3%	3%	2%	5%	13%	5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Área de Economía Y Sociología Rural – EEA INTA – Balcarce, sobre la base de datos del MCBA

2. DESTINOS

El Cuadro N°3, brinda una estimación de los principales destinos de la producción, poniendo en evidencia los cambios registrados a partir de 1991 en la importancia relativa de cada uno de ellos, particularmente la industria.

Cuadro N° 3. Destino de la producción de papa en Argentina

	Producción ton	Sin procesamiento industrial						Industria ton %	
		Mercado Interno				Exportaciones			
		Consumo Fresco ton %		Semilla ton %		Total ton %			
1991	1749890	1486252	85	250225	14	3413	0.2	10000	0.6
1992	1628520	1345576	83	247720	15	5224	0.3	30000	1.8
1993	2114970	1809437	86	245220	12	10313	0.5	50000	2.4
1994	2422600	1961402	81	242720	10	168478	7.0	50000	2.1
1995	2427740	2070500	85	240220	10	47020	1.9	70000	2.9
1996	2275100	1914422	84	225000	10	20678	0.9	115000	5.1
1997	3011328	2504435	83	290423	10	16471	0.5	200000	6.6
1998	3412395	2785921	82	282500	9	128974	3.8	242000	6.3
1999	2700000	2124890	80	282500	10	22610	0.8	270000	10.4
2000	2438000	1923755	79	230000	9	39245	1.6	245000	10.0
2001	2504000	2016050	81	220000	9	16950	0.7	251000	10.0
2002	2200000	1882906	82	200000	9	17094	0.7	200000	9.0

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

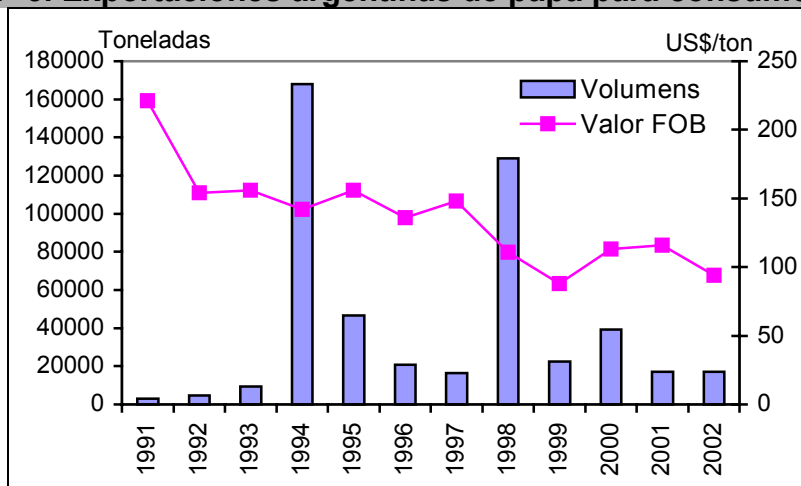
En efecto, la demanda de materia prima para el procesamiento industrial se incrementa rápidamente a partir de la instalación de plantas elaboradoras de papa prefrita con destino al mercado interno y externo. Este destino resulta especialmente importante en el SE bonaerense por la presencia de importantes firmas procesadoras. Sin embargo, la materia prima utilizada proviene de distintas regiones del país acorde a los

requerimientos de papa “nueva” (recientemente cosechada) y las épocas de recolección. De esta forma, el abastecimiento fundamentalmente se realiza a través de papa originaria de: Tucumán (noviembre), Villa Dolores (diciembre), Belgrano y Saladillo (enero) y del SE de Buenos Aires (de febrero a mayo), elaborándose en el resto de los meses papa conservada en instalaciones de las propias empresas procesadoras, bajo condiciones controladas.

Los requerimientos específicos en calidad y cantidad de la materia prima de las empresas procesadoras, explican que éstas se vinculen a la producción primaria básicamente a través de relaciones contractuales (70 a 85 % del volumen procesado). Complementariamente, se abastecen "vía mercado" siendo los oferentes los mismos productores que lo hacen bajo contrato.

Las exportaciones de papa para consumo en fresco (Gráfico N°3) han mostrado un comportamiento errático, con un máximo cercano a las 170.000 toneladas en 1994 y 1998. El principal importador es Brasil.

Gráfico N° 3. Exportaciones argentinas de papa para consumo en fresco



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

Los productores tienen la posibilidad, en cada campaña, de decidir si destinarán su producción totalmente al mercado en fresco (interno o externo), a la industria (de papa prefrita congelada o chips) o combinarán ambos destinos. Ante estas alternativas, el 40% de los productores del SE bonaerense destinan su producción exclusivamente al mercado en fresco (interno o externo), el 10% elige como único destino a la industria y el 50% restante combina ambas alternativas. En términos de volumen, alrededor del 75% de lo producido en la región se deriva al mercado en fresco.

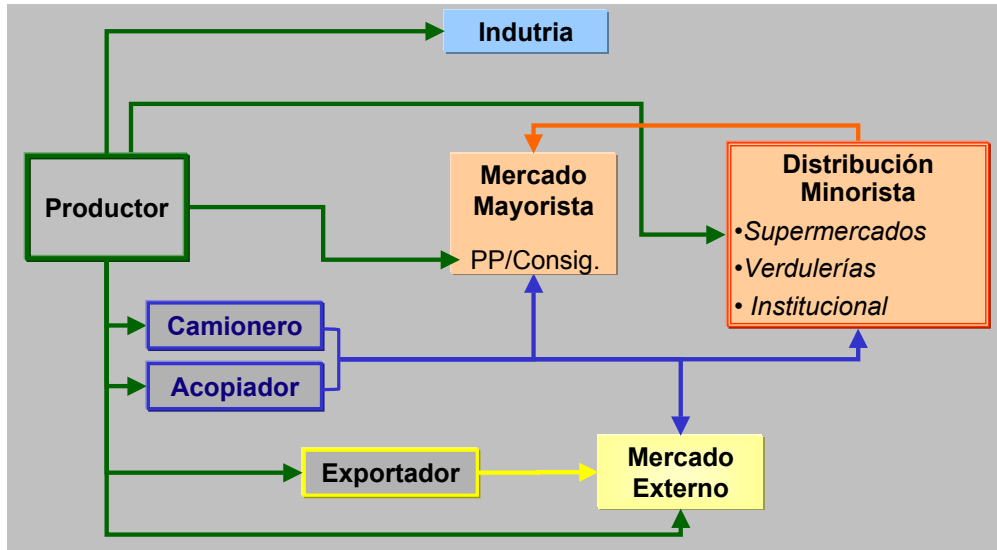
3. CANALES DE COMERCIALIZACION

El diagrama N°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.

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

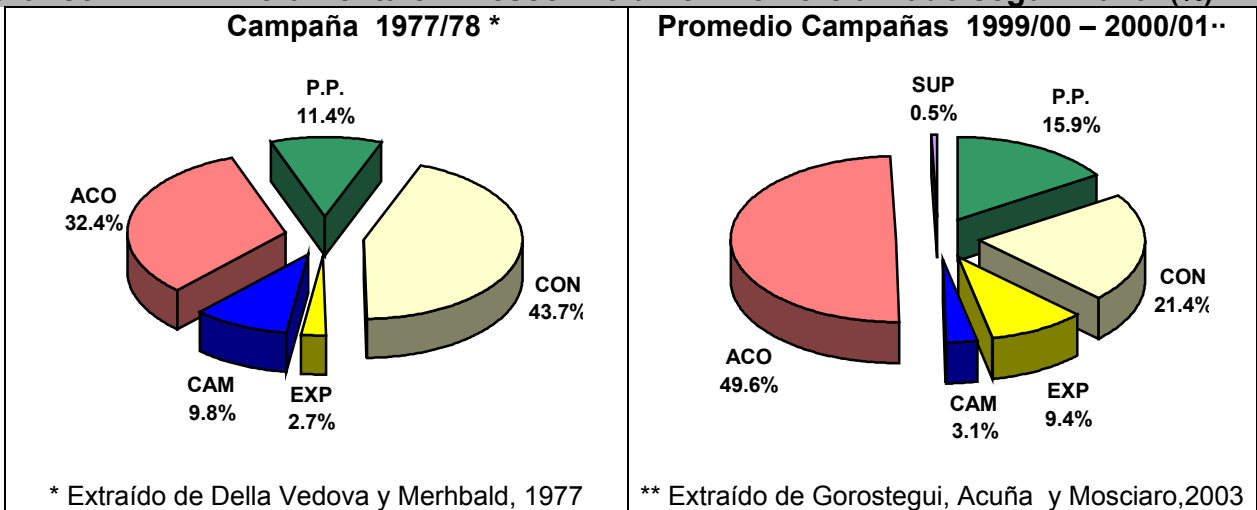
un consignatario; venderle a acopiadores, camioneros o exportadores y realizar ventas directas a supermercados o al mercado externo. Cada alternativa representa distintas condiciones de venta y grados de acercamiento al consumidor final. La estrategia que se observa con mayor frecuencia es la utilización de dos o más canales de venta.

Diagrama N° 1. Vinculación Oferta - Demanda



Las alternativas de comercialización del producto en fresco comprende tanto a actores tradicionales como nuevos. En el gráfico N°4 se presenta la importancia relativa de canal para la producción del SE de Buenos Aires, según volúmenes a mediados de la década del 70 y a finales de los '90. El cambio más relevante está dado por la alteración de la participación relativa de los canales tradicionales.

Gráfico N° 4. Primera Venta en Fresco: Volumen Comercializado según Canal (%)



En la década del '70, el consignatario constituía la principales alternativa de venta para el productor, canalizando el 44% de las ventas 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 llevo 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 el 32% a cerca del 50% a finales de los '90.

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 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 (Mateos, M; 1998).

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, señala que bajo el mecanismo de contratos además de la utilización variedades adaptadas a los requerimientos del proceso industrial, se proponen otras innovaciones 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 ofrece a los productores incentivos financieros entre los que se destaca 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.

4. PRECIOS MERCADO INTERNO PARA CONSUMO EN FRESCO

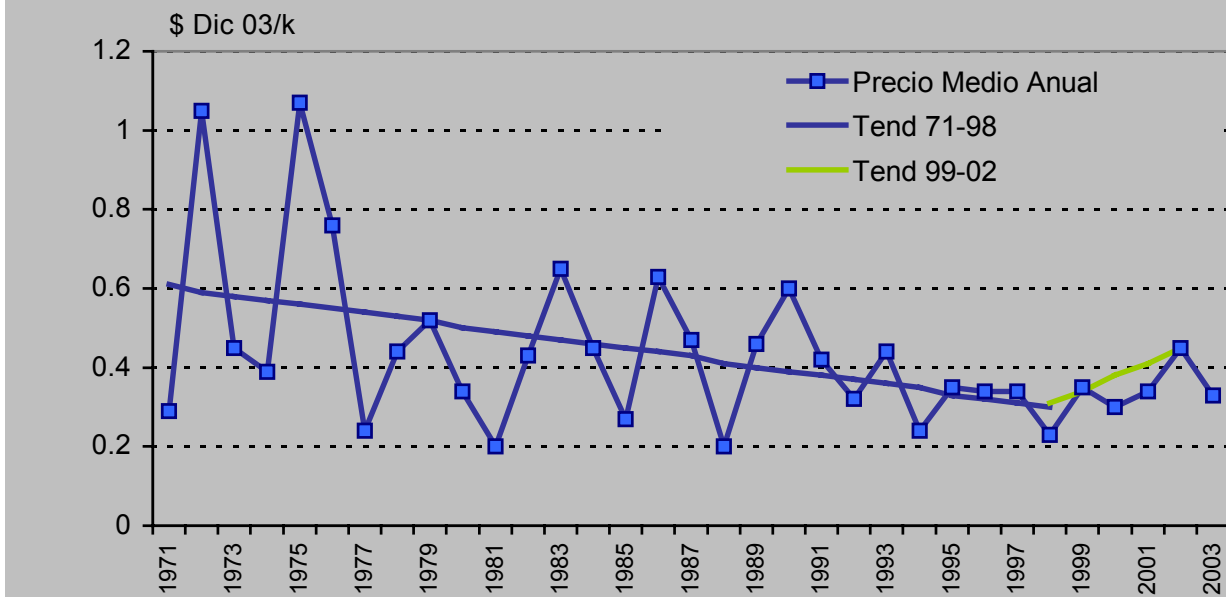
A pesar de la importancia creciente de las ventas directas en chacra y la coexistencia de diversas formas de acopio y mercados concentradores, puede afirmarse que el Mercado Central de Buenos Aires (MCBA)¹ actúa como formador del precio de referencia para la papa destinada al consumo en fresco.

Los precios del producto para consumo en fresco comenzaron a mostrar una marcada tendencia hacia la baja desde mediados de los '70. Este prolongado proceso

¹ Aproximadamente entre un 10% y 12 % de la producción nacional se comercializa vía este centro concentrador.

comienza a revertirse a partir de la campaña 1998/99, mostrando un paulatino aumento en los valores operados hasta la nueva caída de los mismos en 2003 (Gráfico N°5).

Gráfico N°5. Precios Medios Anuales 1971-2003 (\$/kg, Moneda diciembre 2003)



Fuente: Área de Economía y Sociología Rural EEA –INTA Balcarce, sobre la base de datos de SAGPyA, INDEC, MCBA y recopilaciones propias

Por otro lado, la pérdida de hegemonía del SE bonaerense como región productora – y la consecuente menor concentración geográfica de la producción - incide sobre el comportamiento de los precios, implicando un menor grado de variación entre años y el quiebre del comportamiento cíclico (dos años en alza / dos años en baja) que seguían en décadas anteriores.

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. Del mismo modo, tampoco se evidencia una diferenciación varietal. Si bien los precios medios de Spunta¹ son superiores a los registrados para Kennebec, resultan poco diferentes cuando ambas variedades tienen la misma procedencia.

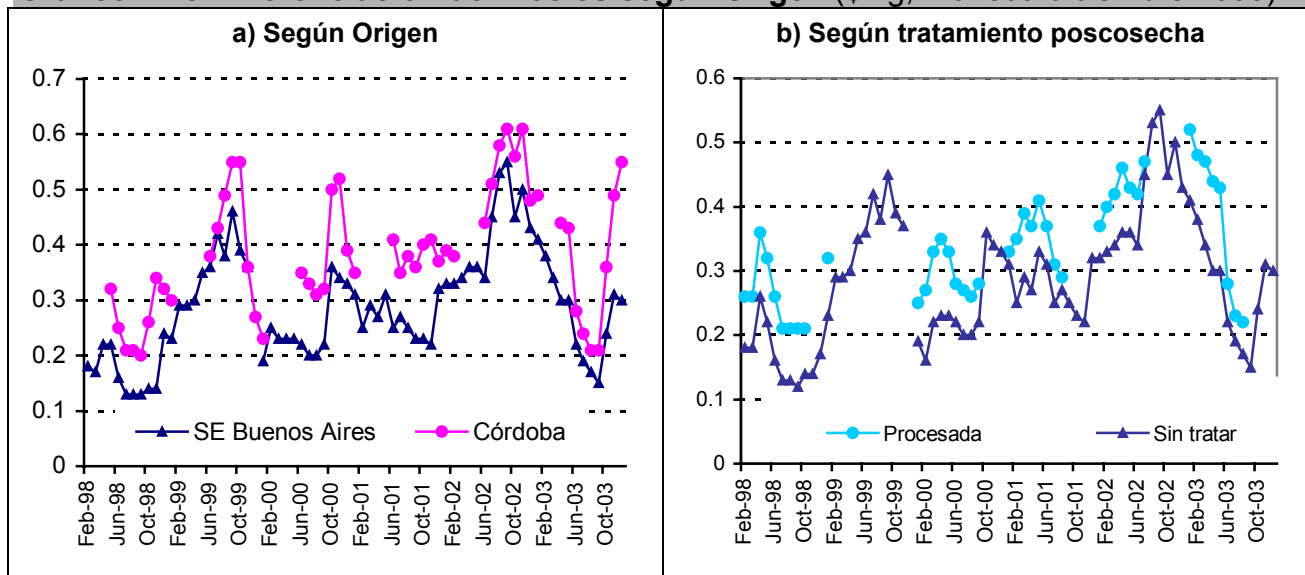
La principal diferenciación de precios se realiza de acuerdo al origen del producto y al agregado de valor a través de tratamientos post-cosecha. El Gráfico N°7a permite observar para una misma variedad (Spunta) la existencia de sobrepuestos de acuerdo a su procedencia, resultando siempre menores los valores obtenidos por la producción proveniente de Buenos Aires. En promedio entre 1998 y 2003, la papa originaria de

¹ Cabe señalar que del total de ingresos anualmente registrados en el Mercado Central de Buenos Aires, aproximadamente el 90% está constituido por la variedad Spunta, sólo un 5% por Kennebec, y en cantidades aún menos significativas por Ballenera, Shepody y Russet (por lo general provenientes de rechazos por parte de la industria elaboradora de papa prefrita congelada).

Córdoba obtuvo sobreprecios del 40% (0.10\$/kg), pero con importantes variaciones que van desde la no existencia de diferencias hasta la obtención de sobreprecios cercanos al 150%.

En el mismo período, los precios no presentan diferencias importantes entre tratamientos pos-cosecha, pero sí entre el producto tratado y el no (Gráfico N°7b). Así, el precio recibido por la mercadería procesada fue en promedio un 35% superior (0,08 \$/kg) al correspondiente al producto sin tratar de igual variedad y procedencia. Sin embargo, este sobreprecio presenta también variaciones importantes, pudiendo fluctuar entre un 5% y 70%

Gráfico N° 6. Diferenciación de Precios según Origen (\$/kg, Moneda diciembre 2003)



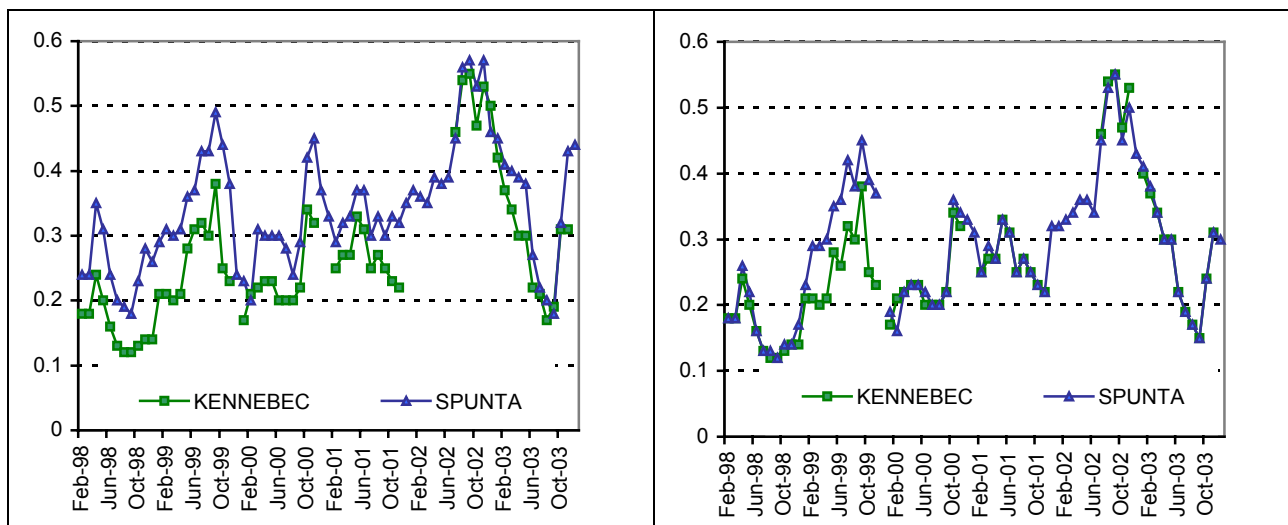
B. Análisis por Variedad

Del total de ingresos registrados en el Mercado Central de Buenos Aires entre 1998 y 2003, aproximadamente el 90% estuvo constituido por la variedad Spunta, representando Kennebec entre el 4% y 7%. Otras variedades presentes, pero en cantidades poco significativas, fueron: Ballenera, Shepody y Russet (estas dos últimas, por lo general provenientes de rechazos por parte de la industria elaboradora de papa prefrita congelada).

Si bien los valores obtenidos para Kennebec resultan siempre menores a los registrados en promedio para los envíos de Spunta desde distintas zonas del país (Gráfico N°8a), resultan poco diferentes cuando la procedencia de ambas variedades es el SE de Buenos Aires (Gráfico N°8b). Una excepción a este comportamiento se observó durante 1999 cuando en términos relativos disminuyeron los envíos de Spunta y se incrementó la presencia de Kennebec en el mercado. Cabe destacar que en el mismo año, variedades como Monalisa y Mondial procedentes de Brasil y Uruguay alcanzaron precios muy superiores (entre 0,25\$/kg y 0,37\$/kg) a los registrados por la producción nacional.

Gráfico N° 7. Diferenciación por variedad (\$/kg, Moneda diciembre 2003)

a) Promedio diferentes orígenes	b) Promedio origen SE Buenos Aires
---------------------------------	------------------------------------



Fuente: Área de Economía y Sociología Rural EEA –INTA Balcarce, sobre la base de datos del MCBA e INDEC