

Valoración de la papa agroecológica producida en el Sudeste Bonaerense

Por Julieta A. Rodríguez¹, Beatriz Lupín¹, Miriam Berges¹, Guillermina Mujica¹, Ariana Adami¹, Franco Taddeo Giménez¹, Gianluca Cutrera¹, Agustina Agulló¹, Carla Brillanti¹ y Martín Ignacio Capeccio²

¹Grupo de Investigación "Economía Agraria", FCEyS-UNMDP

²Grupo de Investigación "Indicadores Socioeconómicos", FCEyS-UNMDP

Contacto: jarodriguez@mdp.edu.ar

En la actualidad, según datos de la FAO, la papa constituye uno de los cinco cultivos más relevantes del mundo, con una superficie ocupada total de, aproximadamente, 21 millones de ha. Asimismo, es consumida, habitualmente, por miles de millones de personas. La papa contribuye a la seguridad alimentaria no solo por sus propiedades nutritivas sino, también, porque genera ingresos a pequeños productores, propiciando la equidad social y el cuidado ambiental.

Particularmente, en Argentina, el Sudeste de la Provincia de Buenos Aires (SEB) es una de las principales regiones donde se cultiva el producto: 30.000 ha, promedio, por año. La importancia productiva de la Región se debe a varios factores: propicias condiciones ambientales, calidad de los suelos, disponibilidad de insumos y servicios vinculados al agro y presencia de industrias procesadoras que traccionan la actividad. En el SEB, se produce papa para consumo en fresco y para industria, lo que conlleva la siembra de diferentes variedades (Spunta, Innovator, Royal y Daisy, entre otras).

Según estudios realizados por investigadores de la FCA-UNMDP, el 67% de la producción de papa se destina a consumo en fresco, siendo el consumo promedio anual de 41 kg/per cápita/año. A pesar de que la papa está arraigada en la alimentación de los argentinos, el consumidor tiene un escaso conocimiento de este alimento. Estudios propios previos revelan que, en general, los consumidores asocian el concepto de "variedad" a la forma, al color de la piel o de la pulpa, al tratamiento post cosecha y a la procedencia. Este desconocimiento puede atribuirse a la falta de información y a la presencia dominante en el mercado local de una variedad que concentra el 90% de la superficie destinada al consumo en fresco (Spunta). Asimismo, desconocen las propiedades nutritivas del producto.

En los últimos años, cada vez más consumidores, conscientes del cuidado del ambiente y de la salud, eligen alimentos producidos sustentablemente, entre ellos, los agroecológicos. La agroecología es un modo de interpretar y de proponer alternativas integrales y sustentables, sin emplear fertilizantes ni plaguicidas de síntesis química, respetando las interacciones que se dan entre los diversos factores de los agroecosistemas, incluyendo condiciones sociales de producción y de distribución. Este tipo de producción se realiza, por lo general, a pequeña escala y se comercializa, principalmente, mediante ferias verdes y ventas a domicilio o en los propios establecimientos.

Con el objetivo de explorar las valoraciones de los atributos de la papa para consumo en fresco y la disposición a pagar un precio adicional por una papa agroecológica, durante marzo de este año, se desarrolló una Subasta Experimental-Segundo Precio de Vickrey (SE). La misma asume que la utilidad esperada del participante se maximiza cuando su apuesta es igual a la valoración que realiza del producto. Esta SE es una de las más empleadas en el estudio del consumo de alimentos y



consiste en que los participantes emitan simultáneamente una apuesta que corresponde al precio que pagarían por un producto en particular. Las apuestas son individuales y no deben ser conocidas por el resto de los participantes. El ganador es el que realiza la apuesta más alta, pero el precio que tendrá que abonar para quedarse con el producto es el precio de la segunda apuesta más alta. Es oportuno mencionar que, a medida que se avanza en la experiencia, se brindan diferentes estímulos –información–. Finalmente, una vez concluido el proceso de apuestas, se implementa una encuesta complementaria donde se relevan las preferencias y elecciones respecto al producto en cuestión y las características demográficas y socioeconómicas de los participantes, entre otros aspectos vinculados a la problemática tratada.

En la experiencia llevada a cabo, participaron 156 consumidores de papa, de 18 años y más, residentes en el Partido de General Pueyrredon, presentando diferentes características demográficas y socioeconómicas. Los mismos fueron reunidos en 10 grupos y se realizaron 5 rondas de apuestas en cada uno de los mismos. En cada ronda, se apostó por dos papas: Spunta convencional y Spunta agroecológica, ambas producidas en el SEB. Durante la primera ronda, a los participantes se les presentaron los dos tipos de papa con la identificación A y B. La letra A correspondía a Spunta convencional y la letra B, a Spunta agroecoló-

gica. Toda la información disponible para realizar las apuestas provenía solo de la observación visual y táctil. En la segunda ronda, las letras A y B fueron reemplazadas por el nombre del método de producción correspondiente –convencional y agroecológica, respectivamente–, solicitando una nueva apuesta. Por su parte, previo a las apuestas correspondientes a la tercera ronda, los participantes recibieron información sobre el precio de referencia –precio promedio de 1 kg de papa Spunta convencional, disponible comúnmente en el mercado local–, valor que ascendía a \$ 200/kg a la fecha señalada. Finalmente, en las dos últimas rondas, todos los grupos recibieron información sobre la importancia de la producción regional de papa y las características de la práctica agroecológica. Así, en la cuarta ronda, la mitad de los grupos recibió información mediante un folleto impreso y la otra mitad a través de un video, modalidades que fueron intercambiadas en la quinta ronda. El folleto y el video contenían información similar a fin de analizar la misma, pero, también, el canal de comunicación.

Los resultados preliminares, provenientes tanto de la SE como de la encuesta complementaria, indican que, con independencia del método de producción, el 57% de los participantes consume semanalmente papa 1-2 veces mientras que el 30%, 3-4 veces. Adicionalmente, es posible señalar que el 59% declara que no ha variado su consumo durante los últimos 5 años. Respecto a los atributos de calidad valorados al momento de la compra, se destacan: aspecto externo general (75%), tamaño (61%) y forma (38%). En cuanto a las razones por las que se consume papa, se prioriza el gusto que produce (83%) y, en menor medida, la facilidad de cocción (38%). También se hace referencia a la versatilidad de la papa como alimento y a su precio, relativamente bajo en comparación a otros alimentos. Por su parte, el 35% conoce fehacientemente alguna variedad y el 40%, al menos, un nutriente que aporta el consumo de papa, siendo el más mencionado el “hidrato de carbono”.

Se advierte una marcada tendencia hacia la papa agroecológica pues el 95% de los participantes declara que pagaría más por 1 kg de la misma respecto a la convencional. Asimismo, en todas las rondas de la SE, los participantes apuestan, en promedio, un valor superior por la Spunta agroecológica. Conforme reciben información, se amplía cada vez más la diferencia entre las apuestas por las dos papas contrastadas, pasando del 7% al 91%, desde la primera a la quinta ronda, a favor de la Spunta agroecológica. Resta aclarar que para el 67% de los participantes es clave que esta última tenga una certificación –sello– que garantice su condición de tal.



Radio Universidad

Comunicando desde
hace más de 15 años

 Radio Universidad de Mar del Plata

 @universidad957

 radioarg.com/embed/universidad/