

LIMITANTES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS EN LA PRODUCCIÓN DE PAPA EN ARGENTINA¹

**González, Julia²
Rodríguez, Elsa³**

Recibido: 29-04-2011 Revisado: 30-06-2011 Aceptado: 22-07-2011

RESUMEN

El objetivo general de esta investigación ha sido indagar acerca del potencial desarrollo de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en la producción de papa del sudeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina. Este tipo de prácticas, que consisten en la utilización sostenible de los recursos naturales para la producción de productos agrícolas seguros y saludables, son escasamente aplicadas en dicho sector, lo cual puede estar condicionando el acceso a nuevos mercados y poniendo en riesgo la inocuidad y calidad de estos productos. La metodología empleada en este trabajo consistió en técnicas cuantitativas para describir el comportamiento de las principales variables económicas del mercado papero, y técnicas cualitativas de Grupos Focales y Entrevistas en Profundidad para analizar las percepciones y el grado de familiarización de productores, comercializadores y consumidores con estas prácticas. Los resultados indican que las principales limitaciones para la aplicación de BPA son: ciertas características socioculturales y económicas de los productores, la falta de conocimiento de las mismas entre los actores del mercado de papa y la poca participación de Argentina en el mercado de exportación de este producto. Por otro lado, surge como un punto clave la necesidad de educar a los consumidores locales para estimular la demanda de alimentos inocuos y de calidad. Además, la aplicación de BPA puede estar limitada por la capacidad del Estado de proporcionar recursos y capacitación técnica. El apoyo del gobierno por medio de políticas públicas sería esencial para vencer los obstáculos presentes en la implementación de estas prácticas en Argentina.

Palabras clave: Buenas Prácticas Agrícolas, mercado de papa, inocuidad, calidad, cadena agroalimentaria, Argentina.

1 Versiones preliminares de este trabajo fueron expuestas en la *XL Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Agraria* (Bahía Blanca, Argentina, 2009) y en el *15th Triennial International Symposium of the International Society for Tropical Root Crops* (Lima, Perú, 2009).

2 Licenciada en Economía (Universidad Nacional del Mar de Plata, Argentina); estudiante de la Maestría en Economía (Universidad de San Andrés, Argentina). Becaria de Investigación en el Grupo de Economía Agraria y Asistente de Docencia, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina. **Dirección postal:** Funes 3250 (7600). Mar de Plata, Argentina. **Teléfono:** +54-223-4749696 (int. 336); **e-mail:** gonzalezj@mdp.edu.ar; juliagonzalez_mdp@yahoo.com.ar

3 Licenciada en Economía (Universidad del Mar de Plata, Argentina); Master of Science (Cornell University, Estados Unidos). Directora del Grupo de Investigación en Economía Agraria y Profesora Titular, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata; Buenos Aires, Argentina. **Dirección postal:** Funes 3250 (7600). Mar de Plata, Argentina. **Teléfono:** +54-223-4749696 (int. 336); **e-mail:** emrodri@mdp.edu.ar; elsamargaritar@gmail.com

ABSTRACT

The main objective of this study was to investigate the potential implementation of Good Agricultural Practices (GAP) in potato production, in the southeast Province of Buenos Aires, Argentina. This kind of practices, which involves a sustainable utilization of natural resources for production of innocuous and healthy agricultural products, are rarely applied in that sector, and it could be conditioning access to new markets, and risking food quality and safety. The methodology was based on quantitative techniques, which were used to describe the behavior of main economic variables regarding potato market, and Focus Groups and In-depth Interviews qualitative techniques to analyze the perceptions and the level of familiarization of growers, traders and consumers with these practices. The results indicated that the overcoming obstacles in GAP implementation were explained by some of the socio-cultural characteristics of the growers, the weak awareness among the industry stakeholders about these practices and the modest role played by Argentina in the potato export markets. On the other hand, the need to promote consumer education to encourage them to stimulate the demand for safe and quality foods is a key point. The implementation of Good Agricultural Practices could be limited by the ability of government organization to provide resources and technical training. The strong support of government policy makers would be important to overcome obstacles in implementing these practices in our country.

Key words: Good Agricultural Practices, potato market, food safety, quality, agri-food chain, Argentine.

RÉSUMÉ

L'objectif global de cette recherche était de se renseigner sur le potentiel de développement des Bonnes Pratiques Agricoles (BPA) sur la production de pommes de terre dans la province sud de Buenos Aires en Argentine. Ce genre de pratiques, qui se base sur l'utilisation durable des ressources naturelles pour la production des produits agricoles sains, sont peut appliquer dans ce secteur, constat qui peut conditionner l'accès à de nouveaux marchés et de gardé la sécurité et la qualité de ces produits. La méthodologie utilisée dans cette étude contient des techniques quantitatives pour décrire le comportement des principales variables économiques du marchés de la pomme de terre, et des techniques qualitatives, des groupes de discussion et des interviews en profondeur pour analyser les perceptions et le degré d'engagement des producteurs, commerçants et consommateurs avec ces pratiques. Les résultats indiquent que les principales contraintes à la mise en œuvre de BPA sont certaines caractéristiques socio- culturelles et économiques des producteurs, le manque de connaissance des agriculteurs et des acteurs du marché de pommes de terre ainsi que la faible participation de l'Argentine dans le marché d'exportation ce produit. D'autre part, il est indispensable la nécessité aidé les consommateurs locaux pour stimuler la demande des aliments sains et de bonne qualité. En outre, l'application de BPA peut être limitée par la capacité de l'État à fournir les ressources et la formation technique. Le soutien du gouvernement à travers des politiques publiques est essentiel pour surmonter les obstacles pour la mise en œuvre de ces pratiques dans l'Argentine.

Mots-clé: Bonnes Pratiques Agricoles, le marché de pomme de terre, la sécurité alimentaire, la qualité, chaîne agroalimentaire, l'Argentine.

1. INTRODUCCIÓN

La aparición de consumidores cada vez más preocupados por el origen y composición de los alimentos ha hecho que en las últimas décadas aumenten las exigencias fitosanitarias y de inocuidad para la producción agropecuaria. En este contexto surgen las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), que consisten en la aplicación del conocimiento disponible a la utilización sostenible de los recursos naturales básicos para la producción - en forma benévola-, de bienes agrícolas alimentarios y no alimentarios inocuos y saludables, a la vez que se procura la viabilidad económica y la estabilidad social (FAO, 2002). Así, los tres aspectos principales abordados por estas prácticas son (Niño de Zepeda y Miran-

da, 2004): i) el medio ambiente, ya que promueven el desarrollo de una agricultura sustentable mediante la minimización de su impacto negativo; ii) la inocuidad de los alimentos, ya que tienen por objeto minimizar el riesgo de contaminación; y, iii) la salud, seguridad y bienestar de los trabajadores, ya que pretenden asegurar que se implementen todas las medidas de prevención necesarias. Al mismo tiempo, las BPA mejoran la competitividad ya que permiten al productor rural diferenciar su producto del de los demás oferentes (Bentivegna *et al.*, 2005).

Un estudio realizado por la FAO a nivel mundial revela que existen diversos incentivos y desincentivos para la producción con BPA (Hobbs, 2003), que son

descriptos de la siguiente manera:

Incentivos: i) económicos: abarcan el incremento o estabilización de las ganancias (por precios más elevados, acceso a nuevos mercados, etc.) y la reducción en los costos (por prácticas que reducen los gastos de almacenamiento, disminuyen los desperdicios o resultan en un uso más eficiente del trabajo o de otros insumos); ii) regulatorio-legales: instrumentos con los cuales los gobiernos penalicen las prácticas de producción que causen degradación ambiental; y, iii) implementación de BPA como un medio para desarrollar las habilidades de su capital humano.

Desincentivos: i) las BPA pueden requerir que se adopten nuevas técnicas de producción que incrementen los costos variables, disminuyan los rendimientos por el uso menos intensivo de sustancias químicas o requieran nuevas inversiones de capital; ii) la falta de una infraestructura institucional que sostenga las BPA puede limitar su adopción; y, iii) la implementación de BPA suele estar limitada por restricciones relacionadas con el capital humano, sobre todo en los países con altos niveles de analfabetismo. Los requerimientos de registro y documentación pueden también ser una desventaja en términos de los costos de oportunidad del tiempo del agricultor.

La FAO también indagó estas cuestiones a nivel del MERCOSUR Ampliado (Izquierdo y Rodríguez Fazzone, 2006), mediante una consulta a expertos de Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay y Chile, que reveló las principales fortalezas y debilidades de estos países para la implementación de BPA, sintetizadas en el Cuadro N° 1.

Los resultados concretos obtenidos en las investigaciones mencionadas se retoman en las siguientes secciones del trabajo, recurriendo a ellos como guía para la interpretación y discusión de los resultados de esta investigación.

En cuanto al cultivo de papa, el mismo constituye una actividad productiva de gran importancia en mu-

de prácticas en la producción de papa en Argentina puede condicionar el acceso a nuevos mercados y poner en riesgo la inocuidad y calidad de los alimentos, es necesario abordar esta problemática por medio de una investigación exploratoria que dé cuenta del estado de la cuestión y brinde lineamientos para futuras acciones correctivas. En este sentido, se hace indispensable saber cuáles son los factores que condicionan la aplicación de BPA en el sector papero, es decir, aquellos aspectos económicos, sociales y culturales que limitan su adopción. El objetivo general de esta investigación es indagar sobre el desarrollo potencial de estas prácticas en la producción de papa del sudeste de la provincia de Buenos Aires, por considerarse una zona representativa de este cultivo en Argentina. Para ello, se exploran sus condicionantes según surge de las percepciones y actitudes de los actores involucrados.

2. DATOS Y METODOLOGÍA

Para alcanzar los objetivos de esta investigación exploratoria se procedió al uso de diferentes técnicas de investigación. Por un lado, a través de un simple análisis estadístico de algunas variables cuantitativas, se analizó la situación actual del mercado local, nacional e internacional de papa en fresco; se describió así la evolución de las principales magnitudes económicas relevantes y se efectuaron comparaciones entre distintos países y regiones. Las fuentes de información secundaria utilizadas a tal efecto fueron: datos de ArgenPapa⁴ (en Costantino, 2007); de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Pesca y Alimentos (SAGPyA), que en la actualidad es el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos; de la FAO (varios años); del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC); y del Centro de Economía Internacional (CEI) del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto. Los datos fueron procesados mediante planillas de cálculo de Microsoft Excel 2007 y SPSS 13.0.

Cuadro 1

Fortalezas y debilidades de los países del MERCOSUR en la aplicación de BPA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos naturales. - Bajo uso de agroquímicos en comparación con Europa. - Capacidad técnica en base a experiencia, v.g. orgánicos. - Buen nivel educativo de productores medios. - Perfil agroexportador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de capacidad institucional. - Bajo nivel educativo de productores pequeños. - Mala infraestructura y escaso financiamiento. - Falta de marcos normativos. - Bajas exigencias de inocuidad en los mercados internos.

Fuente: elaboración propia, con base en Izquierdo y Rodríguez Fazzone (2006).

chas regiones del país, a la vez que posee una participación significativa en la dieta de los consumidores locales. Considerando que la escasa aplicación de este tipo

4 *ArgenPapa* es un portal relacionado con la producción, comercialización y otras informaciones relevantes sobre el cultivo de papa o patata (disponible en: <http://www.argenpapa.com.ar>).

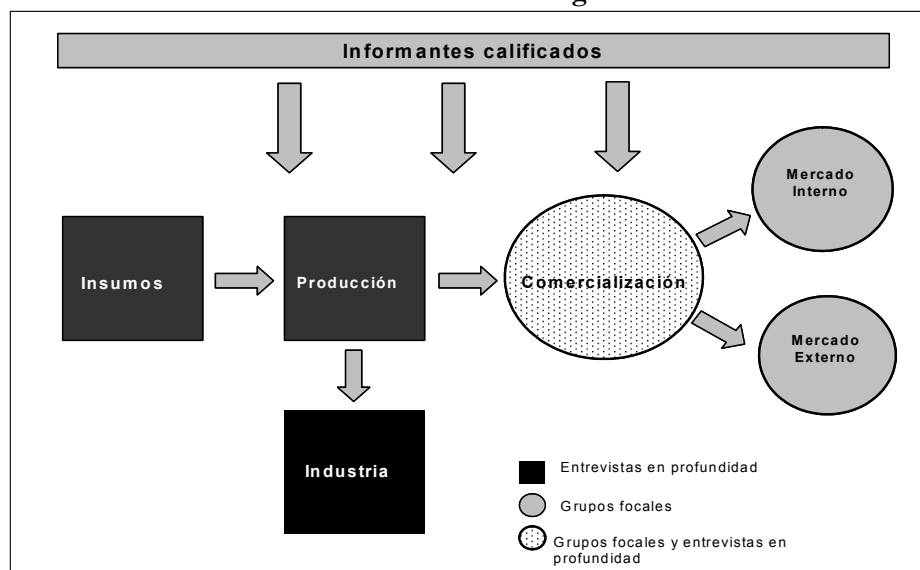
Para indagar aspectos actitudinales y subjetivos respecto del potencial desarrollo de BPA para la producción y consumo de papas diferenciadas por su calidad e inocuidad en el sudeste de la provincia de Buenos Aires, se utilizaron técnicas de investigación cualitativas consistentes en Grupos Focales o de Discusión y Entrevistas en Profundidad, según se describe en la Figura N° 1.

La metodología cualitativa de Grupos Focales consiste en una conversación diseñada para indagar un área definida de interés en un ambiente que debe ser permisivo y no directivo para provocar la expresión de las opiniones de los participantes (Krueger, 1991). Esta técnica realiza su principal trabajo de búsqueda por medio de la interacción discursiva y la contrastación de las opiniones de sus miembros, haciéndose un registro riguroso de todos los aspectos observados (verbales, no verbales y contextuales). En este estudio, se utilizó información de Grupos Focales de consumidores domésticos obtenida a partir del trabajo llevado a cabo por el Grupo de Economía Agraria de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCEyS) de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP, Argentina) al cual pertenecen las autoras, en conjunto con el Insti-

papa obtenida bajo Producción Integrada (PI), indagando las opiniones de amas de casa y hombres que prepararan alimentos para toda la familia, con un nivel socioeconómico medio típico y medio alto⁵, así como de los principales agentes de comercialización de este producto. Se conformaron tres Grupos Focales de entre 8 y 10 participantes; uno de ellos estaba constituido por comercializadores y los dos restantes por consumidores. En este último caso, por la heterogeneidad en los tipos de hogares consumidores de papa, se procuró incorporar variabilidad en las características de los participantes, en términos de edad, sexo y composición del hogar (Alfonso, 2008), de manera de contar con un amplio espectro de opiniones y percepciones. La PI consiste principalmente en hacer un uso eficiente de los agroquímicos, por medio del manejo integrado de plagas, entre otros mecanismos. Al igual que las BPA, ofrecen garantías de inocuidad a los consumidores; por ello, un análisis de la factibilidad de comercialización de papa producida bajo PI brinda una aproximación válida respecto de otras prácticas agrícolas amigables, como las BPA.

Para indagar la percepción de aquellos actores de la cadena agroalimentaria de papa no contemplados en

Figura 1
Abordaje de los representantes de la cadena agroalimentaria mediante distintas técnicas cualitativas de investigación



Fuente: elaboración propia.

tuto Nacional de Tecnología Agropecuaria, INTA (Rodríguez *et al.*, 2008). El mismo tuvo como objetivo identificar los aspectos que condicionan el consumo de

5 A efectos de clasificar según niveles socioeconómicos, se ha adoptado el NSE 2006 desarrollado por la Asociación Argentina de Marketing (AAM).

los Grupos Focales, se realizaron Entrevistas en Profundidad. Estas entrevistas son encuentros entre el investigador y los informantes, destinados a la comprensión de sus perspectivas en relación con determinadas situaciones o conceptos, tal como las expresan con sus propias palabras (Taylor y Bogdan, 1984). La información obtenida con las entrevistas realizadas se procesó e interpretó considerando aspectos propuestos por la Teoría Fundamentada (*Grounded Theory*), un método de investigación utilizado ampliamente en trabajos cualitativos. En éste se estudian los fenómenos del mundo real, analizando los datos sin la necesidad de poseer hipótesis marcadamente preconcebidas (Glaser y Strauss, 1967). Dicho método constituye una alternativa a los diseños tradicionales de investigación, principalmente los de tipo cuantitativo, que se basan en un marco teórico bien definido elaborado a partir de la revisión de la literatura y en los que se formulan hipótesis que luego son puestas a prueba con los datos provenientes de la realidad (Allan, 2003). Los procedimientos propuestos por la *Grounded Theory* intentan comprender acabadamente el fenómeno bajo estudio y lograr una explicación lo más exacta posible del mismo, no siendo el objetivo final la generalización de los conceptos e ideas a los que se llega mediante el análisis de los datos. Las estrategias de la Teoría Fundamentada mayormente utilizadas en este estudio son dos: el *método comparativo constante* y el *muestreo teórico*. A través del *método comparativo constante* el investigador simultáneamente codifica y analiza datos para desarrollar conceptos; mediante la comparación continua de incidentes específicos el investigador refina esos conceptos, identifica sus propiedades, explora sus interrelaciones y los integra (Cuñat Giménez, 2006). Por otro lado, el proceso de selección de los casos a estudiar se diferencia de las estrategias de muestreo de los diseños tradicionales de investigación, basadas en la extracción aleatoria de una muestra a partir de una determinada estratificación de la población. En este método, debido a que su finalidad última no consiste en la generalización de los resultados sino en la comprensión de las situaciones analizadas, la selección de nuevos entrevistados depende de su potencial para ayudar a refinar o expandir las ideas ya desarrolladas, por lo que el tamaño de la muestra es una parte más del proceso de recolección de datos y análisis. Esta recolección va configurando el tamaño definitivo de la muestra, que inicialmente no es conocido por el investigador, por lo que la precisión final de los conceptos desarrollados depende menos del tamaño de la muestra que de la riqueza de la información recogida (Glaser, 1967).

En el caso particular de este estudio, el análisis de los datos por medio de los procedimientos de la *Grounded Theory* estuvo inicialmente guiado por los distintos aspectos que surgen de la revisión bibliográfica relacionada con las BPA. Si bien no se formularon hipótesis a priori, debido a la ausencia de una teoría estructurada sobre el tema, los resultados obtenidos en las investigaciones anteriores permitieron contar con un marco conceptual que sirvió de base para la configuración inicial de las variables a tener en cuenta en la interpretación de las entrevistas, como se explica en la sección de Resultados. Dicho análisis se realizó utilizando el software *Atlas.ti* versión 5.5, una herramienta informática cuyo objetivo es facilitar el análisis cualitativo de datos textuales. El procesamiento se llevó a cabo de forma interactiva en dos niveles interrelacionados entre sí: un nivel textual, en el que se destacaron fragmentos relevantes de cada entrevista y se establecieron los principales ejes temáticos; y un nivel conceptual, en el que se identificaron relaciones entre los elementos. La aplicación del *método comparativo constante* con el *Atlas.ti* implica un continuo ir y venir entre ambas fases.

La selección de los entrevistados se realizó teniendo en cuenta el procedimiento propuesto por el *método de muestreo teórico* de la *Grounded Theory*, en el sentido de agregar casos a estudiar en la medida que contribuyan significativamente a la explicación y entendimiento del fenómeno en cuestión, en este caso las limitaciones a la implementación de BPA. Desde un enfoque de cadena alimentaria, se reconoce que todos los actores que intervienen en la producción, comercialización, elaboración y consumo de bienes agroalimentarios comparten la responsabilidad del suministro de alimentos inocuos (FAO, 2003), por lo que una comprensión cabal de las posibilidades de aplicar prácticas agrícolas que lo posibiliten debe considerar las percepciones y opiniones de todos ellos. Siguiendo este enfoque, se buscó un representante de cada eslabón interviniente en la producción y procesamiento de papa en la zona considerada (excepto para los consumidores, indagados por medio de Grupos Focales), de modo de obtener un amplio espectro de perspectivas y puntos de vista. En el caso particular de los productores paperos, la heterogeneidad que se presenta en sus características lleva a divergencias en las percepciones sobre el tema, por lo que la selección de los productores tuvo en cuenta los contrastes en sus esquemas de producción y comercialización, lo cual contribuyó significativamente a la comprensión de los conceptos analizados. Adicionalmente, para tener en cuenta la mirada exterior de informantes calificados vinculados con el sec-

tor, se indagó a dos profesionales relacionados con el mercado de papa. A partir de estas consideraciones, en total se realizaron seis entrevistas en profundidad, desarrolladas en un único encuentro con cada entrevistado, con una duración entre una hora y media y dos horas y media. Las entrevistas fueron grabadas para posibilitar su posterior procesamiento con el *software* mencionado. De este modo, los casos seleccionados quedaron compuestos de la manera que se detalla a continuación:

- *Sector de insumos*: se entrevistó conjuntamente a dos representantes de una empresa proveedora de insumos y servicios para productores papeiros, en adelante «Insumos», M y A.

- *Productores*: se entrevistó a dos productores de papa que representan, según la opinión de los informantes calificados consultados, dos típicos perfiles de productor papero de la zona; por un lado un productor grande del partido de Tandil, arrendatario, profesional, dedicado a la producción de papa para dos industrias importantes de la zona, que dedica una porción marginal de la tierra a papa para el mercado fresco, en adelante «Productor 1»; y por otro lado un pequeño productor del partido de General Pueyrredón, propietario, cuya producción de papa es exclusivamente para consumo, en adelante «Productor 2».

- *Sector industrial*: se entrevistó a un representante de una de las industrias más importantes de la zona, en adelante «Industria».

- *Investigadores y técnicos*: se entrevistó a dos profesionales que se desempeñan en un organismo público de investigación (uno de ellos también relacionado con un ente comercializador de papa en fresco), con amplia experiencia de trabajo en la adecuación tecnológica de las BPA y en la generación de variedades de papa y con vinculación -a través de actividades de extensión-, con productores de papa del sudeste de la provincia de Buenos Aires, en adelante «Técnicos 1 y 2».

Los resultados obtenidos a partir de estas entrevistas, junto con los relacionados con los Grupos Focales y el estudio descriptivo del mercado de papa, logran generar un avance en el conocimiento de la potencial implementación de BPA para la producción papera en el sudeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina. Si bien la detección de las percepciones sobre la temática no puede considerarse totalmente representativa de la amplia variedad de agentes de la cadena agroalimentaria, ya que ello requeriría una mayor cantidad de entrevistas, este trabajo de carácter eminentemente exploratorio ofrece un primer acercamiento a dicha problemática y contribuye a dar cuenta del estado de la cuestión y a brindar lineamientos para futuras acciones correctivas.

Cuadro 2

Argentina: Superficie destinada al cultivo de papa, por provincia, campaña 2004/05		
Provincia	Superficie (ha)	% del total
Córdoba	36.182	43,5%
Buenos Aires	25.722	30,9%
Mendoza	9.501	11,4%
Tucumán	6.000	7,2%
San Luis	2.000	2,4%
Salta	500	0,6%
Jujuy	500	0,6%
Río Negro	500	0,6%
Santa Fe	500	0,6%
Total Nacional	83.205	100,0%

Fuente: SAGPyA (varios años).

3. RESULTADOS

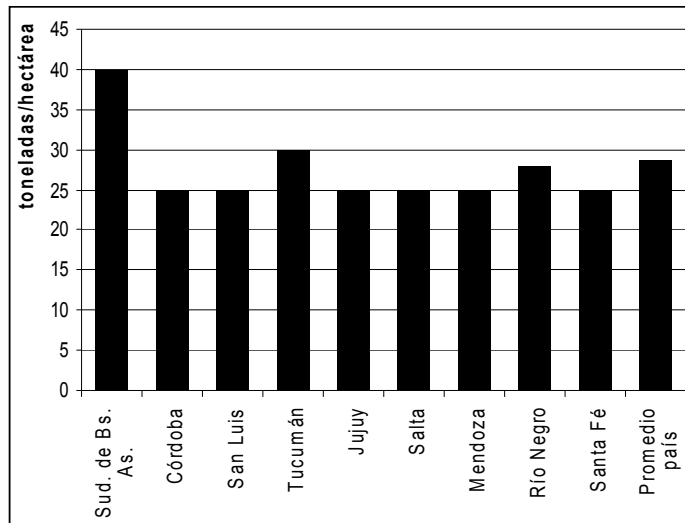
3.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL MERCADO DE PAPA

3.1.1. PRODUCCIÓN, SUPERFICIE Y RENDIMIENTOS

Según datos de la FAO (2009), durante el año 2007 se produjeron 325,3 millones de toneladas de papa a nivel mundial, siendo los principales países productores China, Rusia y la India; Argentina produjo el equivalente al 0,6% del total, con su producción de 1,95 millones de toneladas (t). En cuanto a los rendimientos, el promedio mundial fue de 16,8 t de papa por hectárea (ha), mientras que Argentina superó en un 70% ese valor, alcanzando las 28,7 t/ha en promedio. A su vez, el país ocupa el cuarto lugar en producción y el primero en rendimientos promedio entre los países de América Latina.

Según un informe de la SAGPyA (Corvo Dolcet y Ottone, 2006), en la campaña 2004/05 las provincias argentinas en las cuales el cultivo de papa fue significativamente importante fueron Córdoba, Buenos Aires, Mendoza, Tucumán, San Luis, Salta, Jujuy, Río Negro y Santa Fe, concentrándose el 95,2% de la producción en las primeras cuatro. La provincia de Buenos Aires se constituyó en la segunda (luego de Córdoba) con mayor superficie dedicada a este cultivo (Cuadro N° 2), con un 92% de la misma en la zona del sudeste. En cuanto a los rendimientos, existe una gran variabilidad. El mencionado informe de la SAGPyA indica que fluctúan entre un mínimo de 25 t/ha hasta un máximo de 40 t/ha registrado en el sudeste de Buenos Aires (Figura N° 2). Estas variables permiten identificar que dicha región representa una de las zonas clave del cultivo de papa en el país.

Figura 2
Argentina: Rendimientos físicos de las distintas provincias productoras, campaña 2004/05



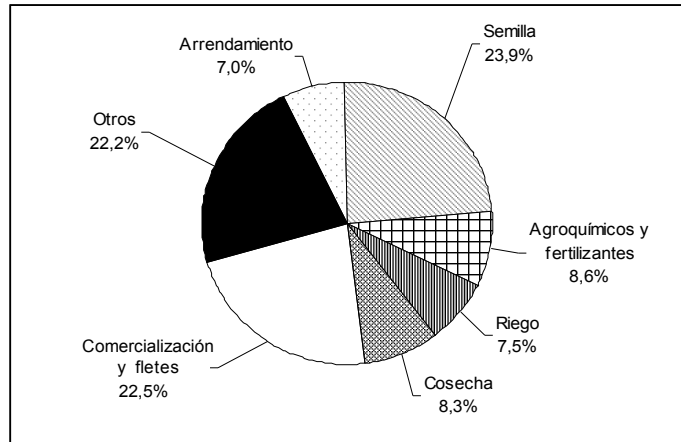
Fuente: elaboración propia, con base en datos de SAGPyA.

Argentina cuenta con cuatro épocas de plantación de papa: temprana, semitemprana, semitardía y tardía. Durante la campaña 2004/05 se destinaron 5.500 hectáreas a la implantación en fecha temprana (7% de la superficie nacional), 19.050 a semitemprana (23%), 37.222 a semitardía (44%) y 21.432 a tardía (26%). Esto hace que el abastecimiento del producto y sus precios sean relativamente estables a lo largo del año.

3.1.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción y comercialización de papa en el sudeste de la provincia de Buenos Aires estimados para la campaña 2006/07 (Costantino, 2007) indican que el gasto en papa para semilla es el de mayor peso relativo dentro de los costos en chacra, sobre todo para la variedad Spunta. Le siguen en importancia los gastos incurridos para la cosecha, el riego y el arrendamiento. Por otro lado, si se calcula el gasto conjunto en agroquímicos y fertilizantes, éste queda segundo en importancia dentro de los costos en chacra, lo que implica que la eventual disminución de estos gastos gracias a la implementación de BPA podría significar un importante incentivo para su aplicación. Es de destacar la fuerte participación que poseen los costos de comercialización en ambas estructuras, sobre todo en el caso de la papa para industria donde incluso supera el porcentaje del gasto en el insumo semilla (Figuras N° 3 y N° 4).

Figura 3
Variedad Spunta: Estructura de costos de producción, campaña 2007/08

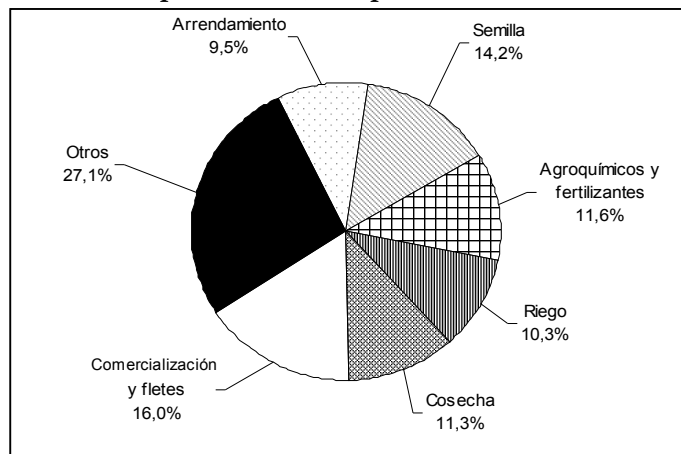


Fuente: elaboración propia, con base en Costantino (2007).

3.1.3. PRECIOS MAYORISTAS

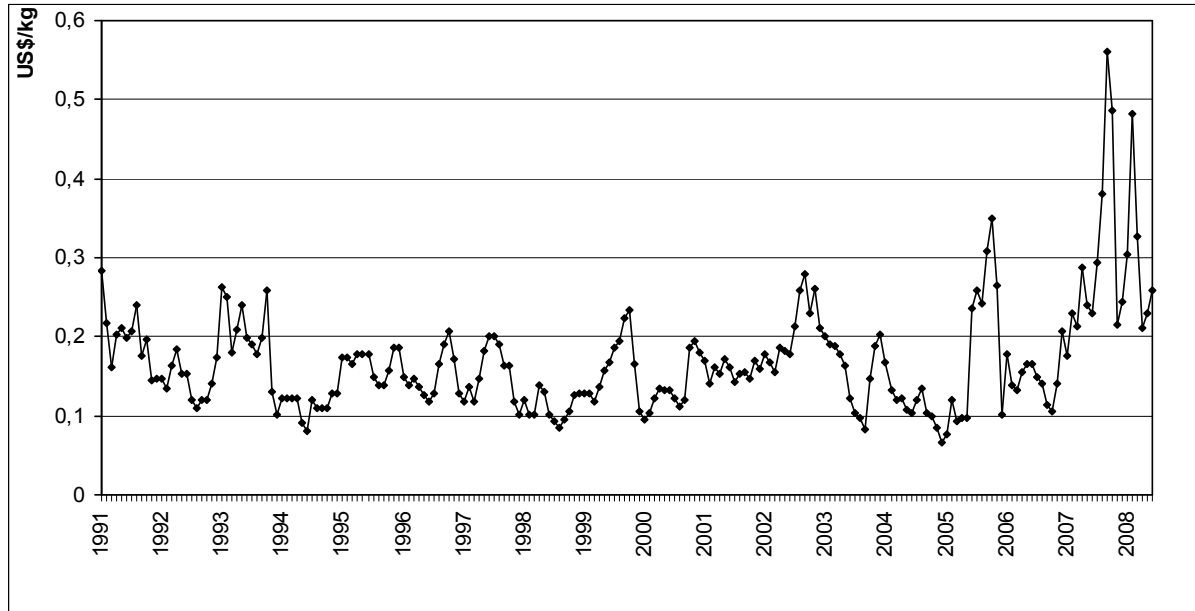
La Figura N° 5 refleja la evolución en los últimos veinte años de los precios promedio mensuales de papa a nivel mayorista, registrados en el Mercado Central de Buenos Aires (MCBA), ajustados por el Índice de Precios Internos Mayoristas (IPIM) Nivel General, estimado por el INDEC (base 1993 = 100). A lo largo de toda la década de 1990 se evidenció una tendencia negativa en los precios de la papa en el mercado mayorista en términos reales, lo cual afectó sensiblemente los ingresos de los productores bonaerenses, quienes redujeron desde entonces la superficie plantada con papa. Esto

Figura 4
Variedad Innovator: Estructura de costos de producción, campaña 2007/08



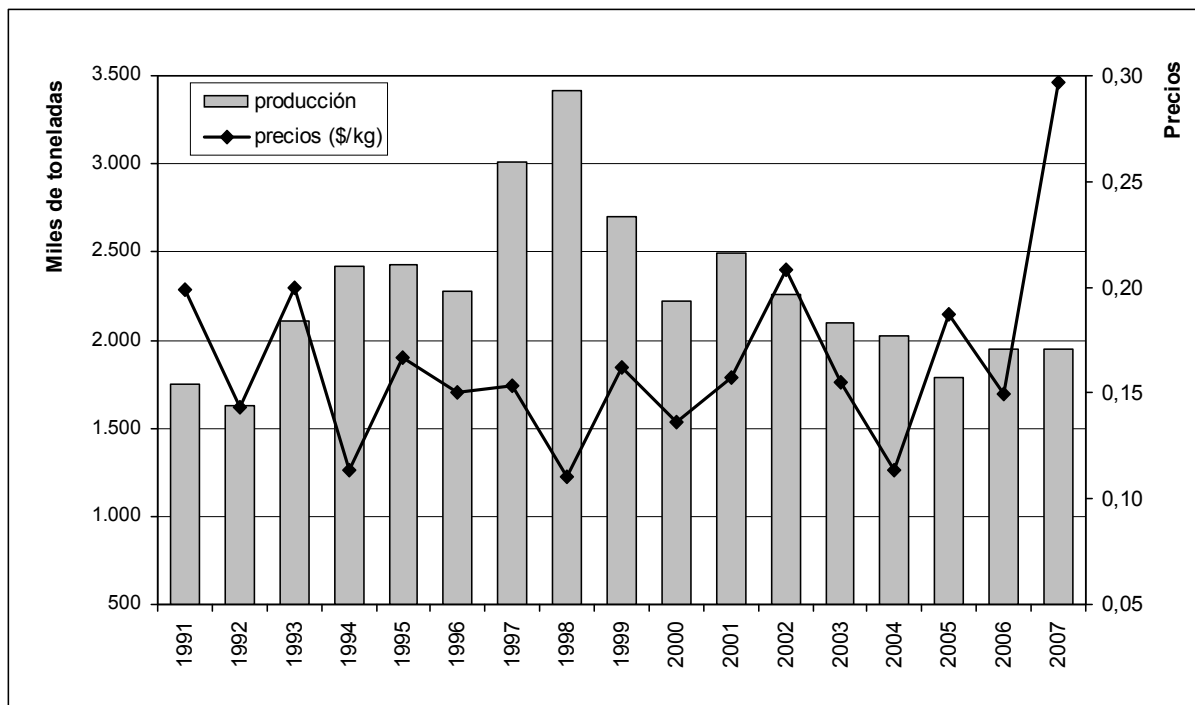
Fuente: elaboración propia, con base en Costantino (2007).

Figura 5
 Evolución mensual de los precios promedio de la papa en el MCBA, 1990-2008



Fuente: elaboración propia, con base en datos de ArgenPapa (varios años).

Figura 6
 Relación entre la evolución de la producción y la de los precios de la papa, 1990-2007



Fuente: elaboración propia, con base en datos de ArgenPapa (varios años), FAO (varios años) e INDEC (varios años).

marcó el inicio de una relocalización de la producción hacia otras regiones, principalmente en la provincia de Córdoba. Dicha caída en los valores negociados fue consistente con la evolución del volumen producido a escala nacional, que tuvo un pronunciado crecimiento durante el período considerado (Figura N° 6). El carácter fundamentalmente doméstico del mercado de papa y la baja elasticidad de la demanda hacen que los precios sean notoriamente sensibles a las variaciones en la producción (Mosciaro, 2007).

Si bien los precios mayoristas no muestran un marcado comportamiento estacional, ya que el mercado es regularmente abastecido a lo largo de todo el año por las distintas zonas productoras, se observan algunas diferencias sistemáticas en los precios a lo largo del año. En la Figura N° 7 se representa la estacionalidad de precios promedio mensuales para el periodo 1991-2007, por medio de los factores de ajuste estacional (*seasonal adjustment factors*, SAF).

Se distinguen claramente tres ciclos diferentes. El primero comprende los meses de diciembre, enero, febrero y marzo y está caracterizado por precios relativamente bajos. Esto se profundiza hacia el final del ciclo, en el mes de marzo, lo cual coincide con la mayor oferta proveniente de la zona sudeste de Buenos Aires. En el segundo ciclo, que abarca el período abril-septiem-

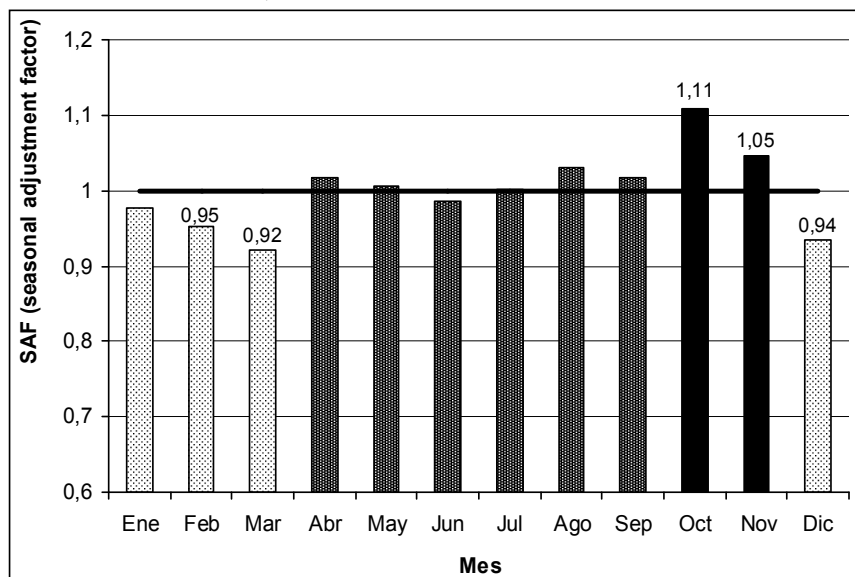
bre, los precios no presentan un comportamiento estacional marcado. Por último, los meses de octubre y noviembre están caracterizados por una estacionalidad positiva, ya que en octubre los precios mayoristas de papa son un 11% mayores que el promedio anual, mientras que en noviembre, un 5%.

3.1.4. COMERCIO INTERNACIONAL

El bajo nivel de comercio exterior de papa que se evidencia a nivel internacional indica que, en general, la papa es un alimento que se produce para su consumo doméstico. Para visualizar este hecho se analizan los coeficientes de exportación, que expresan las exportaciones del producto en fresco como porcentaje de la producción. Para los principales países intervinientes en el mercado en cuestión (aquellos con mayor producción y/o volumen exportado), tomando como base el año 2006, en la mayoría de los casos el ratio es menor al 10%. Este resultado implica que, de cada 10 toneladas producidas, más de 9 se destinan a los mercados domésticos. En el caso de Argentina, el valor del coeficiente indica que se exporta menos del 1% de la producción de papa en fresco.

En cuanto a la balanza comercial de papa en Argentina, si bien durante la década de 1980 el comercio internacional arrojó un déficit sostenido, a partir del año

Figura 7
Factores de ajuste estacional de los precios de la papa



Fuente: elaboración propia, con base en datos de ArgenPapa.

1990 las exportaciones netas comenzaron a ser positivas, a pesar de que las características macroeconómicas y cambiarias incentivaban un efecto contrario. Esto ocurrió debido a que al mismo tiempo se dio un ciclo de apreciación relativa de la moneda brasilera (el real), que convertía en competitiva la producción argentina en el país vecino (Corvo Dolcet y Ottone, 2006).

En relación con los destinos de las exportaciones, éstos corresponden principalmente a países limítrofes, lo que parece ser un patrón común en el comercio internacional de papa. Chile y Brasil captaron en promedio el 94,4% de las exportaciones argentinas durante el período 2001-2005. La alta variabilidad interanual de los tonelajes absorbidos por cada destino (Cuadro N° 3), se explica porque los volúmenes comercializados se hallan fuertemente correlacionados con la coyuntura de cada momento y con la situación productiva de cada país.

Por otro lado, con respecto a la relación entre el precio FOB de la papa y el precio mayorista, si bien no difieren sustancialmente hasta 2002, sí lo hacen a partir de ese año. Fue entonces cuando el precio internacional empezó a ser superado por el doméstico (Figura N° 8), lo que representa un desincentivo a destinar los productos al mercado de exportación.

Este hecho constituye una limitante para la aplicación de BPA ya que, como se mencionó anteriormente, uno de los incentivos económicos que la literatura internacional identifica en la implementación de estas prácticas es la posibilidad de acceso a nuevos mercados; en particular, aquéllos dominados por supermercados que las exigen a sus proveedores. En el caso de los países en desarrollo, a pesar de que puede haber una creciente clase media demandante de atributos de calidad e inocuidad, para la mayoría la mayor fuente de demanda de productos con estas características en el

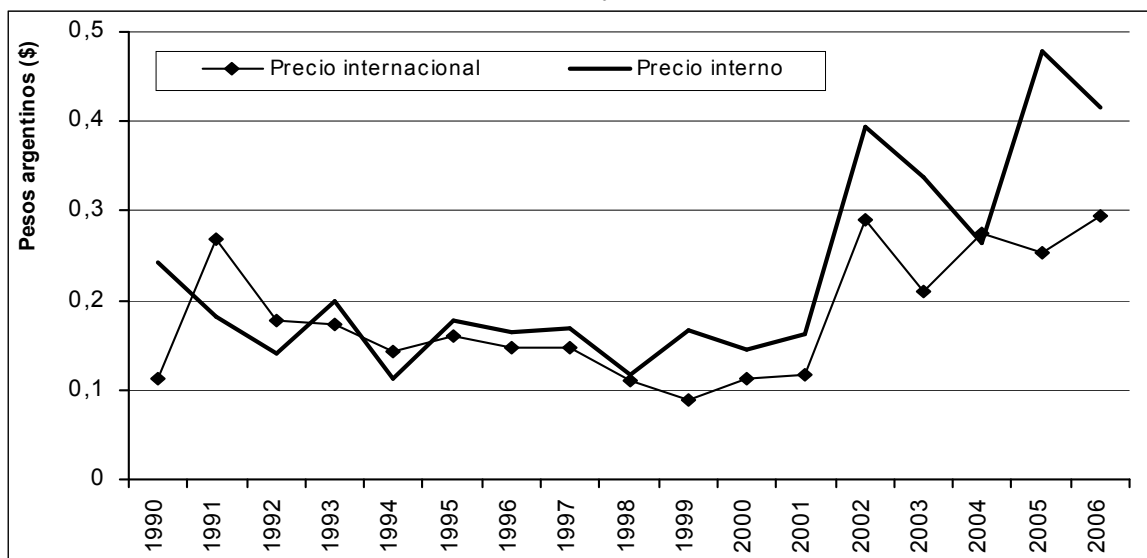
Cuadro 3

Exportaciones argentinas de papa durante el período 2001-2005 (en toneladas)						
País	2001	2002	2003	2004	2005	Promedio
Chile	71	13.569	10.096	177	15.858	7.954
Brasil	14.572	1.001	1.448	20.028	15.848	10.579
Uruguay	83	946	0	671	364	413
Paraguay	695	1.296	0	28	64	417
Bolivia	1.283	32	0	0	0	263
Otros	0	0	72	0	0	14
Total	16.704	16.844	11.616	20.904	32.134	19.640

Fuente: elaboración propia, con base en datos de FAO (varios años); ArgenPapa; CEI (varios años).

Figura 8

Evolución de los precios internos mayoristas e internacional de la papa



Fuente: elaboración propia, con base en datos de la FAO, ArgenPapa y CEI.

corto y mediano plazo proviene de la demanda externa de países desarrollados (Hobbs, 2003). En este sentido, en el caso del MERCOSUR, se encontró que los pequeños y medianos productores que destinan sus productos al mercado interno tienen bajos o nulos incentivos para modificar sus sistemas productivos (Izquierdo y Rodríguez Fazzone, 2006). Por lo tanto, dado el carácter principalmente doméstico de la comercialización de papa y el poco atractivo que presentan los precios de exportación en los últimos años, el incentivo económico de acceso a nuevos mercados para la implementación de BPA en este sector no estaría operando en Argentina. Adicionalmente, los países destino de las exportaciones argentinas de papa (es decir, los países limítrofes) no presentan requerimientos de ese tipo; en contraste, los que sí exigen BPA -es decir, los países de la Unión Europea-, se autoabastecen o compran papa a otros países miembros de ésta. Todo ello representa una de las restricciones más importantes para el desarrollo de estas prácticas.

3.2. GRUPOS FOCALES

En esta sección se presentan los resultados más destacados de los Grupos Focales de consumidores, en términos de los principales temas y conceptos abordados.

3.2.1. CONOCIMIENTO DE LA PAPA Y DE SUS VARIEDADES

Los participantes de los grupos focales consideraron a la papa un alimento versátil y de buen sabor, que acompaña a casi todos los platos y siempre gusta. Señalaron que una barrera para su consumo es que hace subir de peso, aunque se reconoció que es ideal para la alimentación de niños y jóvenes. Hubo muy poco conocimiento de las variedades, incluso en muchos casos se sorprendieron al enterarse de que existían. Exclusivamente fueron nombradas Spunta y Kennebec, aunque también observaron diferencias entre papa común y papines. Muchos confundieron presentación con variedades y, si bien desconocían la procedencia regional de las papas, algunos sabían que los papines provienen del norte.

3.2.2. FORMAS DE ELECCIÓN DEL PRODUCTO

La mitad de los participantes coincidió en preferir las papas «más armaditas» o «menos arenosas», lo cual puede identificarse al tacto. La mayoría opinó que la elección está guiada por características visuales, como que no esté verde ni brotada y que se vea firme. Sin embargo, manifestaron que no siempre hay posibilidad de elegir las papas que se compran, aunque a algunos les resulta

ría imposible dedicar tiempo a esa tarea. Por ello, mientras para algunos consumidores la posibilidad de comprarlas sueltas ofrece la garantía de la propia elección, para otros la practicidad de un producto envasado es determinante. Hubo unanimidad en la aceptación de que las papas medianas tienen el tamaño más adecuado y la mayoría reveló preferirlas lavadas. Opinaron que no hay esmero en la presentación, lo que sí ocurre con otros productos. En general, las papas procesadas o industrializadas eran conocidas por todos, pero su elección es minoritaria; en este caso muchos concordaron que, si bien les gustaban, dejaron de consumirlas por su precio elevado. Quienes las consumen expresaron hacerlo específicamente para freír y, además de la practicidad que permite este producto, se le reconoció una diferencia apreciada en el sabor y la textura. Por otro lado, los participantes afirmaron que el precio de la papa es relativamente estable y aceptable dentro del presupuesto familiar, pero que no tiene una relación directa con la calidad. Además, afirmaron que cuando pueden elegir y encuentran la papa colorada están dispuestos a pagar más por ella. Respecto de las papas andinas, ninguno conocía su precio y pocos las habían probado, aunque sí suponían que eran mucho más caras.

3.2.3. FORMAS DE CONSUMO

En los casos en que se observó un mayor nivel de cultura culinaria del hogar y gusto por la cocina, la variación en los modos de cocción y la presentación de los platos fue mucho mayor. Los participantes enumeraron una amplia gama de platos que incluyen al producto y, en su opinión, apreciaron que se adapta a todas las formas de cocción conocidas.

3.2.4. ATRIBUTOS

Hubo dificultades en identificar con palabras el sabor de la papa, aunque encontraron diferencias entre la papa fresca y la procesada, a la que definieron como más seca. Reiteradamente resaltaron el atributo de consistencia y también que lo que caracteriza a una papa insípida es el exceso de agua, que afecta su gusto. Fue escaso el reconocimiento del valor nutritivo de la papa, siendo el alto aporte calórico por los hidratos de carbono el único aspecto nutricional mencionado. La confianza en que el producto sea sano, teniendo en cuenta el uso de agroquímicos, no obtuvo consenso. Algunos afirmaron que les merece confianza, otros que les inspira duda y un tercer sub-grupo reveló desconfiar abiertamente.

3.2.5. IDENTIFICACIÓN, CERTIFICACIÓN Y CONFIANZA

En cuanto a los organismos de control, persistió la separación en tres sub-grupos. Algunos tenían una idea aproximada de su existencia; otros, dudaban de que éstos realizaran su tarea; y los terceros, que fueron la mayoría de los participantes, los desconocían directamente. Hubo una opinión generalizada de que el Estado es quien debe realizar los controles, señalando que SENASA (el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) es el organismo más apropiado para esa tarea; no obstante, algunos plantearon que se trata de responsabilidades compartidas, depositando mayor confianza en el último eslabón comercial.

3.2.6. CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Manifestaron preocupación por el cuidado del medio ambiente y reconocieron la tarea de concientización que proviene del sistema educativo formal. Identificaron una mayor atención a esta problemática a partir de la influencia de las generaciones más jóvenes y la importancia creciente que están transmitiendo algunos medios de comunicación. En algunos casos se asoció al consumo de productos saludables, entendiendo una dialéctica entre preservación del medio ambiente y producción de alimentos sanos.

3.2.7. PAPA DE PRODUCCIÓN INTEGRADA

Ninguno de los participantes reconoció el tema espontáneamente. Luego de la lectura de una definición, varios la relacionaron con los alimentos orgánicos; pero concluyeron que son cosas diferentes, pudiéndose ca-

talogar la PI como un término medio entre la agricultura orgánica y la convencional. Se observó predisposición a probarla; las barreras percibidas para su consumo estuvieron relacionadas con la posibilidad de que el precio sea mayor sin que se tenga la certeza de que tiene otros atributos, por lo cual el producto debería permitir su rápida identificación conteniendo la información adecuada para que el consumidor pueda tomar la decisión de compra. Sin embargo, aún así, los grupos concordaron en que la diferencia de precio no debería superar el 20%. Otra barrera sería el cambio de sabor; también se valoró el aspecto visual o presentación del producto como una motivación a la compra.

3.3. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

En el Cuadro N° 4 se exponen las variables (propiedades) y familias de variables (categorías) relevantes en el estudio de las entrevistas, el *Manual de Códigos*. Una primera versión del mismo fue diseñada considerando los principales conceptos que surgen de la revisión de la literatura consultada. Luego, tal como lo requiere el método de investigación empleado, se fue modificando a partir del análisis de las entrevistas y de las particularidades de los casos estudiados. A continuación se presentan los principales resultados obtenidos para cada categoría. Los mismos se acompañan de citas representativas de los entrevistados respecto de cada concepto abordado.

3.3.1. PERFIL DEL PRODUCTOR DE PAPA

Se indagaron aquellos aspectos que caracterizan socioeconómica y culturalmente a los distintos tipos

Cuadro 4

Manual de Códigos para el análisis de las entrevistas en profundidad

(C1) Perfil del productor de papa	(C4) Buenas Prácticas Agrícolas
(P 1.1) Características de los productores	(P 4.1) Percepción
(P 1.2) Búsqueda de rendimientos	(P 4.2) Actitud ante su imposición
(P 1.3) Asociaciones de productores	(P 4.3) Impacto en rendimientos físicos
(C2) Producción de papa y mercado externo	(P 4.4) Impacto en costos
(P 2.1) Agroquímicos	(P 4.5) Inversiones requeridas
(P 2.2) Capitalización y tecnología	(C5) Rol de actores
(P 2.3) Variedades de papa	(P 5.1) Consumo doméstico
(C3) Conceptos afines a BPA	(P 5.2) Consumo en otros países
(P 3.1) Cuidado del medio ambiente	(P 5.3) Supermercados
(P 3.2) Recursos humanos	(P 5.4) Comercialización
(P 3.3) Inocuidad	(P 5.5) Rol de la cadena agroalimentaria en implementación de BPA
(P 3.4) Calidad	(P 5.6) Papa para industria
(P 3.5) Calidad-inocuidad vs. rentabilidad	(P 5.7) Rol del Estado
	(P 5.8) Controles

Fuente: elaboración propia

de productores de papa del sudeste de la provincia de Buenos Aires, ya que son los actores cuya actividad se ve más directamente afectada por la implementación de las BPA y -por lo tanto-, es de quienes básicamente depende el éxito o el fracaso de estas iniciativas. Los entrevistados definieron el perfil general de los productores paperos de la zona analizada como el de productores familiares, que legaron el negocio de la papa. En la opinión de los entrevistados, quienes arriendan los campos por lo general producen en tierras de distintas partes del país y tienen un menor sentido de pertenencia al tejido social en el que está ubicado su campo. Ello sería un desincentivo para la implementación de BPA, ya que parte de los objetivos de las mismas están relacionados con el cuidado del medio ambiente y la conservación de los recursos productivos.

«Son productores de pueblo, familiares, porque trabaja la familia o la familia está dedicada a la explotación. Pero en realidad, por el concepto de lo que es productor familiar, no serían, porque tienen operarios que superan al número de familiares, por el tipo de actividad que hay. Pero son empresas familiares, de tradición de familia pero que mueven mucho capital» (Técnico 1).

«(...) Además, el productor papero es muy nómada, el tipo hace acá, hace en Villa General Belgrano, hace en Córdoba, algunos hacen además en Tucumán, entonces andan por todos lados» (Técnico 2).

«(...) Los productores no sólo se quedaron en esta zona sino que, buscando ampliar la época de oferta, han ido a otras zonas a producir» (Técnico 1).

Al enfrentarse a cambios o innovaciones se comportan de un modo bipolar: aplican todos los adelantos técnicos, pero son reticentes a cambiar la variedad. Esto definiría un perfil de productor que busca el modo de ampliar sus beneficios con nueva tecnología dura (maquinarias) y blanda (insumos), pero sin innovación en productos, sin salirse del esquema que le proporciona estabilidad en la venta.

«La personalidad, es un tipo que es conservador en algunas cosas y muy buscador de novedades por otro lado. Las novedades entran por el lado de la última maquinaria, del último fertilizante, el último producto químico, todo ese tipo de cosas, y no tanto por el lado de las variedades. Es muy conservador con la variedad, porque la única variedad que se impone es Spunta y cambiar la variedad es un proceso muy complicado...» (Técnico 2).

M: *«(...) si vos le decís 'vamos a probar una variedad, que puede ser buena, que tiene esta cualidad para el mercado fresco', te miran...»* (Insumos).

También surge como rasgo característico la poca cooperación entre productores, motivada por una fuerte competencia e individualismo. El hecho de que la producción esté destinada prácticamente sólo al consumo doméstico hace que vean como una ventaja aquellas situaciones que perjudican a otros productores. Por otro lado, en el sudeste de la provincia sólo se produce papa semitardía, lo cual implica que todos abastecen un mismo mercado en el mismo período del año, intensificándose dicha situación. De todas las entrevistas surge que los productores de papa para industria son diferentes, ya que cooperan entre sí y son flexibles a cambiar las variedades y el proceso productivo. No obstante, lo hacen porque les garantiza la demanda efectiva de la fábrica.

«(...) Acá en la papa es histórico que si le va mal al vecino te va bien a vos (...)

O sea que una de las razones por las cuales actuarían así los productores es que se destina la producción al mercado interno y, una vez que se satura el mercado interno...

Y... El precio empieza a ir para abajo, y para abajo, y para abajo y para abajo. Y se juntan todos y dicen 'no, a menos de diez no vendemos', y vas a hablar con el otro y vendió a ocho, viste» (Industria).

«(...) ¿Cuál es la alternativa para que la papa pueda valer mucho? Que haya una helada temprana en Córdoba, en abril, entonces la segunda cosecha de Córdoba aborta. Y de ahí, de julio hasta octubre no tenemos otra cosecha que no sea la tucumana, entonces ahí queda un bache muy grande. Pero no sabemos si va a helar o no, todos vendemos, vendemos, vendemos, y por ahí guardamos un poquito por si hela en Córdoba, viste» (Productor 2).

A: *«(...) Si bien han desarrollado muchísima tecnología para tener altos rendimientos, materia seca, etc., es lo que la industria les exige, realmente se acomodan a la demanda (...)*

A: *(...) los productores se ven motivados o exigidos para el cambio de variedad.*

A cambiar la variedad por una exigencia de la industria.

M: *Sí, no tienen problema. O sea, si tienen la demanda, lo hacen»* (Insumos).

Otro de los rasgos destacados fue la constante búsqueda de aumentos en los rendimientos, siendo tomadas con base en ese objetivo la mayoría de las decisiones de la explotación:

«(...) Si vos me decís «BPA te va a dar mayor rendimiento» si yo hoy modifico todos los sistemas de riego que tengo más antiguos y paso a otros nuevos, no, definitivamente olvidate de BPA, si no fuera una exigencia vamos a seguir con las prácticas habituales porque eso sí me va a garantizar aumento de rendimiento» (Productor 1).

En cuanto a las asociaciones, el fin principal de las mismas parece ser la defensa de los intereses de los productores ante conflictos particulares. Sin embargo, resultaría de vital importancia la existencia de un organismo que activamente se encargue de educar a los consumidores respecto del consumo de papa y de exigir una adecuada presentación del producto en la venta al por menor.

3.3.2. PRODUCCIÓN DE PAPA Y MERCADO EXTERNO

La producción de papa posee determinadas particularidades agronómicas y económicas que la diferencian de otros cultivos y que pueden ser cruciales en la factibilidad de aplicación de BPA. Asimismo, la poca colocación de la papa en el mercado externo juega un rol fundamental en las posibilidades de éxito de este tipo de iniciativas. La utilización de agroquímicos en el cultivo de papa es intensiva y el criterio para su uso es aplicarlos «por las dudas» que aparezca la plaga; esta práctica implica un derroche de recursos, ya que al respecto el lema es «cuanto más, mejor».

«[La aplicación de BPA] Creo que me va a ayudar a ordenar la cuestión de insumos, que no la tengo perfectamente ordenada. Por ejemplo, qué sé yo, me gustaría... Pero eso ya es una cuestión gerencial mía, yo quiero ordenar cómo se utilizan los insumos, como para desgranar en qué estoy usando cada cosa. Entonces yo creo que meterme en eso también me exigiría también profesionalizar lo que todavía no tengo profesionalizado» (Productor 1).

«Y con el tema de los insumos, por ejemplo agroquímicos, fertilizantes, todas esas cosas se usan bastante en el cultivo de papa. Tres veces más que... Por ejemplo, fósforo tres veces más que en trigo, si en trigo ponés 100 kg., en papa 300 o 400. Nitrógeno también, se usa urea 100-150 kg. Después, se usa fungicida

todas las semanas, para prevenir fitóftora, hongos. Insecticidas prácticamente todas las semanas, y algunos carísimos» (Productor 2).

En los últimos 30 años los incrementos en los rendimientos físicos fueron saturando el mercado, haciendo que los precios bajaran y que el negocio dejara de ser rentable para muchos pequeños productores. De este modo, los que quedaron poseen mayor escala y son los más capitalizados, eficientes y avanzados tecnológicamente. Los que producen para las industrias se ven beneficiados por las facilidades que éstas les ofrecen para adquirir maquinarias y nuevas tecnologías, de modo que resultan ser los más modernizados.

M: «(...) Son capitalizados, sí. Tienen, tienen.

A: Tienen, y los que no tienen los alquilan. Usan fierros a lo pavote, y cada vez más grandes también» (Insumos).

«[La compañía] dijo «bueno, nosotros vamos a... ¿Qué se puede hacer para bajar las acrilamidas?». Si vos tenés una papa que yo le pego un golpe, la frío y la mando en una bolsa, y mando otra que va con un sistema mucho más amigable, la golpeada va a tener más acrilamidas que la otra. Entonces ellos tenían todo un sistema de logística, de operaciones, para garantizar que la compañía no venda papas con acrilamidas. Entonces, la compañía nos está proveyendo, yo hace dos años me compré esta máquina, arriba de un barco está viniendo hoy de Alemania otra máquina más grande que ésta» (Productor 1).

La variedad imperante en el mercado de consumo, Spunta, posee ciertas características externas (alargada, lisa, grande y con ojos superficiales) que la hacen fácil de pelar y atractiva para el consumidor. Sin embargo, tiene poco contenido de materia seca, lo que da malos resultados culinarios e impide su uso en las plantas procesadoras. Por ello, éstas demandan otras variedades menos aguachentas pero con características externas menos apreciadas, lo que hace que no se destinen al mercado de consumo.

«Si vos me dijeras 'bueno, empiezo a vender Innovator al mercado», sería más rentable, porque es más rentable producir Innovator que producir Spunta. Si yo pudiera de distintas maneras fomentar el consumo, sería mejor para el sistema'.

Para todos.

Para todos, para el consumidor y para nosotros» (Productor 1).

Los destinos externos en el mercado de papa son limitados para Argentina. Como se vio en la sección de resultados del diagnóstico de mercado, ésta es una característica general de la producción de papa en el mundo: la gran mayoría de los países se autoabastece, de modo que el volumen del comercio internacional de papa es muy reducido. En Argentina sólo algunos productores logran exportar su papa consumo, siendo el destino de las ventas los países limítrofes. Esta situación también fue mencionada por los entrevistados, quienes además manifestaron que la posibilidad de colocación en estos mercados depende de la situación productiva de los mismos: si tienen faltante, importan papa argentina, no así si el mercado está abastecido con producción interna. De este modo, los mercados de exportación se comportan prácticamente como parte de la demanda doméstica.

3.3.3. CONCEPTOS AFINES A BPA

Para comprender e indagar acerca de las posibilidades de aplicación de BPA, es fundamental conocer las percepciones y opiniones de los agentes respecto de los conceptos que subyacen en la esencia de estas prácticas. También es de importancia saber cuál es la relación que se hace entre los conceptos de calidad e inocuidad y la rentabilidad. La responsabilidad medioambiental no sería un rasgo que caracterice al sector de producción de papa en Argentina, sino que está relacionada con sociedades culturalmente avanzadas. Esto se manifestaría en el control nulo sobre el efecto del uso de agroquímicos en los suelos y las napas de agua, y en la práctica habitual de dejar los envases de agroquímicos tirados en los rincones de las chacras.

«(...) Con los agroquímicos de tipo terapéutico y con los agroquímicos de tipo fertilización también, cuanto más, mejor. Y eso es también tirar la plata, porque la planta no aprovecha más que una cantidad X, las napas de agua se contaminan con hidratos, etc.» (Técnico 2).

«(...) Hay cosas que por ahí son sencillas de hacer, como el manejo suponte de los envases, que si se organizan sería una pavada, pero como cada cual hace una cosa, los tarros terminan amontonados en un rincón del campo generando contaminación» (Industria).

«(...) Si vos les explicás que esa tecnología les va a dar mayores rendimientos... Ahora si vos le decís, esa tecnología va a cuidar el medio ambiente ahí ya...» (Insumos).

La concientización respecto al cuidado del medioambiente es un elemento central de la aplicación de BPA. En este sentido, dichas prácticas están fuertemente asociadas a mecanismos que tienden a minimizar los procesos de contaminación, de modo de corregir las externalidades negativas asociadas a la producción agrícola convencional (Niño de Zepeda y Miranda, 2004). Sin embargo, no todos los países tienen las mismas preocupaciones ambientales, que variarán según el grado de desarrollo socioeconómico y tecnológico, el nivel de ingreso per cápita y su distribución, entre otros factores (Larach, 1998). Un gran número de países de la región, en su afán de crecer, de percibir ingresos a corto plazo y de responder a las presiones internas y externas a las que estaban sometidos en las décadas pasadas, han dejado de lado los problemas ambientales; por ello, la meta de un desarrollo económico compatible con el medio ambiente parece más difícil de alcanzar en los países en desarrollo (Larach, 1998). Esta situación se presenta como otra restricción al surgimiento de prácticas agrícolas amigables como las BPA.

Los temas de seguridad laboral y cuidado de los trabajadores tampoco son muy tenidos en cuenta en la producción de papa, según la opinión de los entrevistados, aunque poseen más atención que la cuestión medioambiental. La informalidad laboral es uno de los indicadores de esta situación, que se está revirtiendo lentamente a medida que se toma conciencia de la necesidad de brindar garantías de seguridad a los trabajadores rurales y de que éstas sean comprobables por medio de la certificación.

«(...) Estoy cuidando a mis empleados; el chico que lo aplicó está protegido, que no se está enfermado de cáncer, ese tipo de cosas yo no tengo cómo demostrarlas si no tengo la certificación...» (Productor 1).

«Lo del personal es una obligación que deberíamos asumirla todos como una necesidad. El trabajador debería exigirla también, a veces el trabajador por ignorancia, para llevarse un peso más en el bolsillo dice 'no me pague la obra social', 'no me pague la jubilación' (...) Entonces, eso es una responsabilidad nuestra y una exigencia que debería hacer el trabajador» (Productor 2).

La indagación reveló que las garantías de inocuidad no constituirían una cuestión considerada relevante en el sector. El motivo central sería que el mercado doméstico no valora este atributo, ya que, como se analizará más adelante, los consumidores de papa en fresco no lo tienen en cuenta al decidir la compra o el precio a pagar, mientras que los parámetros exigidos por las in-

dustrias no se basan en garantías de inocuidad, yendo muchos de ellos incluso en contra de las mismas. La causa principal de la falta de inocuidad sería la escasez de controles que aseguren el respeto del tiempo de carencia, que muchas veces se ignora ante la existencia de precios atractivos en el mercado. Es por ello que puede suponerse que esta práctica es más habitual entre los productores para consumo, ya que los que destinan la producción a la industria tienen un precio pactado contractualmente.

«Las exigencias de la industria ¿pasan por el lado de la inocuidad de la papa? ¿O ciertas características...»

M: *No, no, por la inocuidad no, sino ciertas características culinarias.*

A: *En la inocuidad nadie se fija»* (Insumos).

«*Muchas veces aplicamos un Methamidofos y a los 4 días porque hay muy buen precio las sacamos»* (Productor 2).

Respecto al concepto de calidad, también troncal de las BPA, la conclusión más reveladora que surge del análisis de las entrevistas es que existe una disociación entre la interpretación de los conceptos de calidad e inocuidad; y en algunos casos, hasta contraposición de los mismos, cuando la búsqueda de lo que se considera calidad de la papa va en contra de sus atributos de sanidad. En general y, en lo que se refiere al mercado de consumo, se considera que las papas son «buenas» o «de calidad» cuando poseen ciertas características externas que las hacen atractivas a la vista: uniformes de tamaño, sin tierra, en bolsas pequeñas, etc. Es decir, se asocia la calidad de las papas a cuestiones estéticas que lejos están de reflejar sus atributos intrínsecos. En el caso de la producción para industria, la visión de calidad va un poco más allá: incorporan a su evaluación las características culinarias de las papas, como materia seca y efectos de fritura. Sin embargo, algunos de los requerimientos impuestos a los productores en pos de la calidad, van en contra de la inocuidad del producto.

«*Ellos limpian muy bien, sacan toda la tierra, embolsan bien, todo ese tipo de cosas que son las prácticas habituales de cualquier productor que quiere hacer una papa buena, digamos»* (Técnico 2).

«*Nosotros identificamos un bicho que estaba en una planta y es una chinche, que su trabajo es comer pulgones, o sea que es un insecto benéfico. Y yo lo que tenía que recomendarle es cómo hacer para no matarlo, y él me preguntaba cómo hacía para matarlo»* (Técnico 1).

La premisa de que la calidad se refleja en el aspecto externo puede ser refutada mediante dos claros contraejemplos. Por un lado, una práctica considerada habitualmente como mejoradora de la calidad -el lavado-, puede redundar en un perjuicio de la inocuidad de la papa, si no se controla el agua utilizada en este procedimiento. Por otro lado, la valoración de la papa Spunta por su aspecto liso y ojos superficiales, esconde sus malas cualidades culinarias; sin embargo otras variedades de aspecto visual no tan agradable (cáscara rugosa, etc.), poseen propiedades alimenticias mucho mejores.

Un incentivo para la aplicación de BPA sería que existiese la posibilidad de obtener un mayor beneficio económico al ofrecer papas diferenciadas. Pero en Argentina existe un precio de referencia en el MCBA, determinado con base en la «mejor» papa en los términos de calidad estética antes explicados, mientras que la papa de peor calidad recibe un precio inferior. Sin embargo, la diferencia es muy pequeña y entonces aquellos productores medianos que intentan vender papa procesada no encuentran rentable esta opción (el mayor precio no supera al mayor costo), por lo que envían sus papas al mercado directamente de *maleta a bolsa*, es decir, sin separar las papas según sus atributos.

«*(...) Se juntan en el café, charlan, etc., y siempre llegan a la conclusión que ganan más cuando van al mercado directamente del campo sin elegir, o sea, de maleta a bolsa. Ése es el mayor margen que obtienen»* (Insumos).

«... ¿Ustedes les pagan un precio extra después de que certificaron?»

No, no, nada, nada extra» (Industria).

«¿Vos pensás que es una garantía de rentabilidad? ¿De decir ‘aumento mi rentabilidad si certifico’? ¿O no?»

No, yo creo que es una cuestión de demanda, viste. Pasa por ahí. Vos querés venderle... [la industria] te exige, entonces bueno, si querés defender tu contrato, certificá, no es que vas a ganar más plata. No sé quién de los que certificó hoy le fue mejor que antes. Yo jamás vi ningún tipo que me dijera ‘certifiqué y ya soy un tipo feliz’ (...)

No sé si [la industria] va a pagarme a mí más por la papa certificada, pero le va a pagar menos a los otros» (Productor 1).

3.3.4. BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS

A continuación se presentarán los resultados de la indagación a los entrevistados de aspectos concretos de

las BPA, como la percepción que se tiene de ellas hoy en día, el impacto que producen tanto en los rendimientos como en los costos, las inversiones que implican y la posible reacción de los productores ante la eventual imposición por parte del Estado. Los entrevistados opinaron que existe un desconocimiento generalizado del concepto de BPA por parte de la mayoría de los productores y que en la percepción de estas prácticas persiste la idea de la búsqueda de una demanda segura: serían un futuro requisito impuesto por el Estado para poder vender. Se cree que la reacción de los productores ante una eventual imposición de las BPA será reticente, buscándose canales informales de venta. Esto se haría para evitar un perjuicio económico y porque no están acostumbrados a someterse a los controles. Las dificultades para asimilar estas exigencias serían mayores en los de edad avanzada y en aquéllos que nunca produjeron para industria. Por estas razones, se cree que sería beneficioso un proceso escalonado de adopción, donde en las primeras etapas ésta pueda ser optativa.

«(...) Buenas Prácticas Agrícolas se está pensando como algo que se va a empezar a exigir. Yo le vendo al supermercado y va a llegar un momento que me va a decir 'bueno, tiene que aplicar buenas prácticas'. Es como que alguien le venga a pedir un certificado de la DGI [Dirección General Impositiva], el supermercado te dice 'si no tenés monotributo al día, o no tenés ganancias, o no tenés pago esto, no te puedo comprar porque después cuando te pago...' No sé, 'soy agente de retención'. Entonces lo están pensando como un requisito más, lo de las buenas prácticas, para poder vender» (Técnico 1).

«Yo creo que el que no vendió jamás [a la industria] no sé con qué cara te miraría ahora. Por ahí a los productores viejos que hoy le están vendiendo [a la industria] tampoco les va a resultar fácil certificar, hay otra cuestión, una cuestión de actualidad» (Productor 1).

«Me parece que tendría que hacer punta, no ser una cosa impuesta, porque si es impuesta van a aparecer los canales. (...) Por la fuerza tampoco va a funcionar, porque siempre van a existir... Hecha la ley, hecha la trampa ¿no? En la medida que nos podamos ir convenciendo... Primero que tiene que ser un proceso también escalonado, donde a lo mejor podamos, en una primera etapa, tener las dos alternativas» (Productor 2).

Se considera que la disminución del uso de agroquímicos que implicarían las BPA puede modificar los rendimientos físicos, aunque no muy notoriamente. Por otro lado, la percepción generalizada es que las inversiones iniciales requeridas por las BPA son altas, aunque luego se ven compensadas por un ahorro de costos:

«(...) En lo que hace a la capacidad de producción tampoco es tan grave, viste, lo que te puede disminuir. En general no es que no vamos a utilizar ningún producto, sino que lo vamos a usar con un control determinado» (Productor 2).

«Porque tienen que hacer análisis de suelo, suponete, para ver cuánto fertilizar, y probablemente se están aborrandando un montón de plata en fertilizante (...)

O sea que vos podés llegar a pensar que puede resultar en una disminución de costos.

Sí, para mí lo mejora, para mí lo mejora muchísimo» (Industria).

3.3.5. ROL DE LOS ACTORES EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS BPA

En este apartado se analizan los resultados obtenidos en la indagación acerca del rol que cumplirían los diferentes actores del mercado de papa ante un eventual proceso de implementación de BPA. La percepción de los entrevistados es que los consumidores no valoran la calidad e inocuidad de las papas, por lo que no estarían dispuestos a pagar más por ellas. Un aspecto resaltado fue la falta de información sobre el tema, por lo que se considera que un requerimiento central serían las campañas educativas y de promoción. En cuanto a los consumidores extranjeros, opinaron que en algunos países de Latinoamérica hay más conocimiento de las distintas variedades de papa, al tiempo que los consumidores europeos poseen más conciencia de los alimentos que ingieren y del cuidado del medio ambiente.

«(...) La gente no está demasiado preocupada por el nivel de agroquímicos que encuentra o no encuentra en una papa, ni si quiera lo piensa, lo come y se olvida» (Técnico 1).

A: «Pero creo que no hay otra hortaliza tan despreciada, ¿no? No sé si la batata.

M: No, creo que la batata no, no está tan despreciada. La batata llega lavada toda.

A: La papa en las verdulerías está ahí abajo en un cajón o en una bolsa, en lugar de ponerla arriba» (Insumos).

«No saben los consumidores, por eso te digo, no hay campañas que le dejen a la gente el conocimiento de que una papa a lo mejor es redonda, con algún cosito más pero que tiene muchas mejores condiciones para freír, para hervir, no se descarna (...)» (Productor 2).

«(...) No es lo mismo que en Bolivia, Perú, donde toda la gente sabe, hay una cultura muy grande alrededor de la papa, Europa mismo» (Técnico 2).

M: «En otros países hay sí una costumbre, una educación, del nombre de la variedad y para qué esa variedad tiene cualidades...» (Insumos).

«En Estados Unidos o en Europa los productos frescos sirven para atraer al público, entonces le dan mucha importancia. No encontrás nunca en una góndola en Canadá una verdura podrida, que acá sí, porque les complica mucho la vida...» (Técnico 1).

Dicha percepción sobre el rol de los consumidores en el proceso de implementación de BPA es clave. Los primeros protocolos de BPA (EUREPGAP, hoy denominado GLOBALGAP) surgieron en los países europeos, en los que el fenómeno de una mayor conciencia y preocupación de los consumidores respecto a la importancia del origen de los alimentos y del cuidado del medioambiente los llevó a demandar más garantías de calidad para los alimentos que consumen. Eso generó una iniciativa de comercializadores minoristas a conformar, junto con representantes de todas las etapas de la cadena agroalimentaria y organizaciones de productores, el Grupo de Trabajo de Minoristas Europeos (EUREP), que luego elaboraría el protocolo de BPA más relevante a nivel internacional (Bentivegna *et al.*, 2005). Esta génesis de las BPA tuvo su origen entonces en el propio mercado, debido a la interpretación que los comercializadores realizaron de las nuevas exigencias de sus compradores y las acciones que decidieron tomar para no poner en riesgo sus negocios ante las reacciones de los mismos (Niño de Zepeda y Miranda, 2004). En este sentido, en la medida que los consumidores no valoran los aspectos promovidos por las BPA, las cadenas de minoristas no poseen incentivos para emprender ese tipo de iniciativas; esto constituye un obstáculo determinante para la implementación de BPA en los países en desarrollo. Adicionalmente, incluso si se lograra mediante campañas educativas que los consumidores estuvieran dispuestos a pagar más por alimentos producidos bajo BPA, la limitación prove-

niente de los ingresos aún sería una barrera para sus posibilidades de comercialización, como se mencionó en los resultados de los Grupos Focales de consumidores. Dicha restricción no se presenta en los países europeos, donde los consumidores no sólo están dispuestos a pagar más, sino que también están en condiciones de hacerlo. Es por ello que la limitante común en los países en desarrollo para la aplicación de estas prácticas es el poder adquisitivo de los consumidores, que suele ser muy bajo en relación con lo necesario para lograr una demanda de alimentos considerados inocuos (FAO, 2003). En consecuencia, la demanda interna de estos productos se encuentra en incipiente desarrollo por las bajas exigencias de los consumidores, lo cual representa una de las principales debilidades del MERCOSUR para la implementación de BPA (Izquierdo y Rodríguez Fazzone, 2006).

Si bien los supermercados y cadenas minoristas fueron los que en Europa impusieron estos protocolos, en Argentina no parecen comportarse del mismo modo, tal como se plantea en otros estudios a nivel MERCOSUR (Izquierdo y Rodríguez Fazzone, 2006). Los que provienen de los países desarrollados no aplican aquí esos criterios, ya que redundarían en pérdidas de valor, o bien sólo se utilizan como una pantalla comercial.

«(...) Hay un tema en el supermercadismo que es el gerente de compras, que la mayoría son coimeros. (...) vos no entrás [en el supermercado] si no compraste un buen gerente de compras que te deja entrar la papa...» (Técnico 2).

«(...) Los supermercados grandes están comprando... Tienen, te diría, no sé si es uno o dos abastecedores. Dos personas que son, viste, tipos medio gitanos, que les abastecen a ellos, tienen una... No se pregunta por qué pero ellos... Sí...

Y compran en otros lugares, viste, pero ellos ya tienen, ya saben... Porque a veces vos vas [al supermercado] y decís 'a mí no me compran' y lo que ves que tienen en góndola es una porquería. Pero bueno, compran con esos canales, viste» (Productor 1).

Otra característica negativa sería la falta de transparencia en el abastecimiento, lo cual también se daría en los sistemas de comercio mayorista, por la vigencia formal de reglamentaciones que no se cumplen. Señalaron que revertir esta situación es un requisito *sine qua non* para el éxito de las BPA. Un caso particular se presenta en la producción para industria, donde todas las instancias están documentadas, siendo la venta pactada por

contratación. Adicionalmente, las principales industrias de la zona están comenzando a recibir presiones desde los estratos más altos de las compañías para que los productores apliquen BPA. En efecto, un tiempo después de la realización de las entrevistas, una de ellas efectivizó estas exigencias, por lo que hoy en día todos los productores papeiros que la abastecen poseen la certificación correspondiente del protocolo de BPA.

«El mercado, por otro lado, es totalmente falto de transparencia, no hay transparencia, toda la venta de la papa se hace al oído...» (Técnico 2).

M: *«(...) Dentro del Mercado Central hay calidades de papa: grado 1, grado 2, grado 3. Estaría muy bien que se aplicara, pero no funciona así, no hay, no se buscan las diferentes calidades de la papa»* (Insumos).

«Lo que pasa es que el sistema comercial que tenemos en papa consumo inhabilita, impide certificar. Es una cuestión ya de claridad, transparencia comercial» (Productor 1).

«Lo que sí, dentro de la empresa nosotros estamos empezando a tener cada vez más presión por el tema de Buenas Prácticas Agrícolas.

¿Ah sí? ¿Presión del exterior?

Sí, de la organización en sí, está cada vez más comprometida con el tema de la sustentabilidad. [...] Primero empezó adentro de la planta, de la fábrica, y ahora está empezando a salir y a pedirle a toda la gente que se relaciona con la fábrica...» (Industria).

Para este tipo de productores, sin embargo, una posible desventaja es la menor rentabilidad: las compañías, por su mayor poder de negociación, determinan el precio de venta, que suele ser menor que el del mercado en fresco. No obstante, esto se ve contrarrestado con un aspecto muy valorado: producir para industria implica estabilidad y demanda garantizada.

«No, yo no he hecho convenio con industria, la industria tiene un margen de rentabilidad chico, lo que sí es segura. [...] La ventaja de la industria es que generalmente provee o anticipa una serie de recursos como son fertilizantes, semillas; ha traído tecnologías como equipos de riego de Europa que se los ha vendido a los productores en canje por papa, o sea que se van pagando a medida que se produce» (Productor 2).

La ausencia de preocupaciones respecto a la inocuidad de los alimentos y al cuidado del

medioambiente, mencionada previamente, por parte de los consumidores domésticos y de la sociedad en general, dificulta el surgimiento de exigencias de BPA en los países en desarrollo desde los mecanismos del mercado, tal como sucedió en los países desarrollados. Esto ha llevado a que en la literatura esté presente la discusión sobre el posible rol que el Estado debiera desempeñar en estos países en relación con las BPA. En el caso particular de Argentina, una manifestación de ello es la existencia de una norma voluntaria elaborada por la SAGPyA relacionada con la aplicación de BPA para la producción de hortalizas frescas (SAGPyA, 1999). Al indagar a los entrevistados sobre esta posibilidad, que constituye uno de los aspectos más controversiales en la temática de BPA, las respuestas obtenidas fueron disímiles, rasgo también presente en otras investigaciones (Izquierdo y Rodríguez Fazzone, 2006). Por un lado los técnicos coincidieron en que las BPA deben surgir de los mismos productores y que no deberían ser instrumentadas como una exigencia oficial, debido a las fallas en los controles y la percepción negativa que los productores tienen del Estado.

«(...) Mi humilde opinión es que lo de Buenas Prácticas Agrícolas tiene que ser generado por los mismos productores. Puede haber promotores, como nosotros, que promovemos eso, pero la decisión final es del productor, que se tienen que asociar, tienen que generar sus propias reglas. Nosotros les ayudamos, hicimos el protocolo, ellos lo tienen que adoptar... Adoptar o modificar, o destruirlo y hacer otro nuevo, ellos tienen que crear su propia legislación» (Técnico 2).

«Y el Estado se lo ve como el que controla para cobrar impuestos. [...] Entonces ya está asociado, listo, capaz que no tiene nada que ver, pero el productor ya tiene cuidado a ver 'en qué parte me van a embromar'» (Técnico 1).

«¿Deberíamos esperar que venga por el lado del Estado la parte de implementación de buenas prácticas?»

«No, no, yo diría que no. [...] El Estado no debería ser...»

¿Por qué te parece que no?

«Porque no tiene ningún poder de policía, no funcionaría ningún control» (Técnico 2).

El resto de los entrevistados le otorgó un rol protagónico al Estado, desde posturas extremas que consideran que sin imposición estas prácticas no se desarrollarán por sí mismas, hasta opiniones menos ra-

dicales pero que igualmente consideran imprescindible la presencia Estatal.

«(...) Si no hay una norma que venga del Estado, yo no creo que el consumidor vaya a exigirle...» (Industria).

«(...) Si no fuera una exigencia vamos a seguir con las prácticas habituales porque eso sí me va a garantizar aumento de rendimiento» (Productor 1).

«Y en cuanto al rol del Estado, ¿ustedes cuál piensan que podría llegar a ser en este proyecto de producir con más calidad?»
A: Y, en principio, hablar del tema. Está sepultado, sí» (Insumos).

«(...) Creo que el Estado debería en estos casos de ir llevando de a poco, porque tampoco es fácil, pero llevando de a poco, viste, ya que en las góndolas se identifiquen los productos, que la identificación si hay realmente un costo mayor que sepamos por qué lo hay, que no sean productos de élite nada más. Así que bueno, me parece que es una responsabilidad de todos, del sector público y del sector privado» (Productor 2).

Un obstáculo importante que surge como limitante del éxito de un potencial desarrollo de BPA es la falta de controles en todos los ámbitos relacionados con el mercado de papa en fresco. Se percibe que las reglamentaciones existentes no son cumplidas, lo cual hace que la informalidad caracterice a todos los aspectos del sector y que los productores puedan enviar sus papas al Mercado Central sin ningún tipo de restricciones. Esto genera una falta de transparencia que se detecta como uno de los principales obstáculos para un cambio en el sector orientado a certificaciones. La informalidad, sin embargo, no existe en la venta a las industrias: allí todas las transacciones son documentadas y cada actividad, desde la siembra hasta el transporte, es monitoreada y controlada. También se impone en este campo la fidelización de los productores como un modo de asegurar que éstos no estén constantemente intentando vulnerar las reglas impuestas.

«Acá, como es mercado interno y fallan los controles; el día que se implemente algo, va a ser medio anárquico» (Técnico 1).

A: «Claro, suponete, la papa puede ser enviada al mercado desde cualquier situación, desde el campo, desde el surco, desde... No hay ninguna

restricción. En cambio, para otros productos se requiere de un registro del establecimiento empacador...»

M: Un estándar de calidad» (Insumos).

«No es ningún secreto para nadie que toda la economía de la papa de consumo es economía informal. [...] ¿Cómo podrías hacer para certificar una papa consumo? No hay una liquidación de compras, no hay un C.O.T., no hay nada, viste» (Productor 1).

«(...) Yo lo que creo que hay que crear es conciencia, hay que hacer un cambio, un clic en la cabeza al productor. Es cultura, si no tenés que tener un policía en la puerta que lo controle. ¿Cómo hacés para asegurarte que en realidad usó de esa manera los agroquímicos? Que es lo que uno hace con los productores nuestros en la relación contractual. Nosotros tenemos una relación... Imaginate que somos dos personas nosotros, para controlar a todos los productores... Poder de policía negativo tenemos nosotros.

Claro, tiene que ir por otro lado el control. Totalmente, lo que tratamos de hacer es fidelizar, la palabra fidelización la usamos bastante» (Industria).

En definitiva, la evolución hacia un mercado de papa en el cual los controles sean efectivos se revela como un aspecto relevante en el éxito de un potencial desarrollo de BPA.

4. CONCLUSIONES

Los resultados arrojados por este estudio de carácter exploratorio permitieron obtener un primer acercamiento a la temática de las BPA en la producción de papa para la zona analizada. Las consideraciones finales a las que se arriba con los resultados obtenidos son, por un lado, que a pesar de estar Argentina entre los primeros países en cuanto a producción de papa y rendimientos en Latinoamérica, se mantiene la tendencia mundial en cuanto a la baja relación exportaciones/producción. Esto se debe principalmente a las características intrínsecas del producto en fresco, acentuado en el país por la inexistencia de un diferencial de precios que favorezca los mercados externos. El escaso comercio exterior de papa en fresco se convierte así en un factor condicionante para la aplicación de BPA, ya que uno de los principales aspectos que motivan estas prácticas es la posibilidad de destinar estos productos a mercados desarrollados que las exigen.

Una restricción fundamental encontrada para la implementación de BPA se relaciona con la escasa preocupación de los consumidores domésticos respecto del cuidado del medio ambiente y de la ingesta de alimentos inocuos y saludables. Este factor dificulta el surgimiento de protocolos de prácticas agrícolas como ocurrió en los países desarrollados, donde las cadenas minoristas las impulsaron en respuesta a las nuevas exigencias de sus compradores. Sumado a esto, la falta de información y el desconocimiento de los consumidores sobre la existencia de variedades alternativas de papa y sus cualidades culinarias limitan el desarrollo de un mercado de consumidores exigentes, ya que los atributos valorados por éstos parecen estar relacionados principalmente con el aspecto visual y estético de las papas.

Por otro lado, la falta de cooperación y los esfuerzos individuales y dispersos de los productores podrían estar dificultando la generación de agrupaciones que facilitarían la instrumentación de estas prácticas. La utilización intensiva de agroquímicos y la predominancia de la variedad Spunta también obstaculizan la adaptación a las BPA.

Atendiendo a la opinión de los distintos actores entrevistados, el sistema de comercialización de papa en fresco no es lo suficientemente transparente, lo que se convierte en una importante limitante para el desarrollo de BPA. A diferencia de esto, en la producción para industria las transacciones se realizan con contrataciones y están formalizadas, al mismo tiempo que los mecanismos de control -aunque imperfectos-, funcionan en forma más eficiente que en el mercado en fresco. Todo ello convierte a este subsector en un ámbito más propicio para la implementación de BPA, teniendo en cuenta además la creciente presión que ejercen en esta dirección las casas matrices de las compañías procesadoras (localizadas en países desarrollados). Sin embargo, según la opinión de los productores, una desventaja es el menor margen de rentabilidad que implica destinar la producción a las industrias respecto de la alternativa de comercializar en fresco, lo cual podría afectar la capacidad de los productores de afrontar los costos de certificación.

Las manifestaciones de los entrevistados respecto a la presencia del Estado fueron muy disímiles, con posturas contrapuestas que abarcaron desde las ventajas de un rol pasivo de este actor en el desarrollo de BPA hasta opiniones que enfatizan la necesidad de una intervención activa del Estado para que sea efectiva su implementación. Un primer avance en este sentido podría ser la superación de las dificultades en los controles que presentan los organismos oficiales y la

posibilidad de garantizar la aplicación de las reglamentaciones vigentes para la comercialización de papa. El rol consensuado del Estado parece residir en la difusión de estas prácticas y en la educación de los consumidores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALFONSO, Néstor. 2008. *Proyecto papa de Producción Integrada: informe síntesis cualitativo sobre los Grupos Focales*. Buenos Aires: Informe elaborado para el INTA y el Grupo de Economía Agraria de la FCEyS de la UNMdP.
- ALLAN, George. 2003. «A critique of using Grounded Theory as a research method». En: *Electronic Journal of Business Research Methods*, Vol. 2 (1): 1-10.
- BENTIVEGNA, Marina; KAPLAN, Romina; FELDMAN, Paula. 2005. «Boletín informativo sobre Buenas Prácticas Agrícolas para productos fruti-hortícolas frescos» (versión electrónica). En: *Boletín del Programa de Calidad de los Alimentos Argentinos* (Dirección Nacional de Alimentos, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca), julio (disponible en http://www.alimentosargentinos.gov.ar/programa_calidad/boletin-calidad/Boletin_BPA_frutihorticola.pdf; consulta: 16/04/08).
- CORVO DOLCET, Sebastián; OTTONE, Martín. 2006. «Relevamiento del sector papero en la República Argentina». En: *publicaciones electrónicas de la Dirección Nacional de Alimentos (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca) sobre cadenas alimentarias de hortalizas* (disponible en http://www.alimentosargentinos.gov.ar/hortalizas/relevamiento_del_sector_papero.pdf; consulta: 07/04/2011).
- COSTANTINO, Sergio. 2007. «Costo de producción de papa-sudeste de la provincia de Buenos Aires». En: *Información económica en versión electrónica de ArgenPapa* (<http://www.argenpapa.com.ar/img/Costo%20Papa%20Consumo%20Octubre%202007.pdf>; consulta: 02/11/08).
- CUÑAT GIMÉNEZ, Rubén José. 2007. «Aplicación de la Teoría Fundamentada (Grounded Theory) al estudio del proceso de creación de empresas» (versión electrónica). En: *Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa*, Vol. 2 (comunicaciones), compilación de contenidos presentados en el XX Congreso Anual de la Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa, Palma de Mallorca, 2006 (disponible http://dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2499458&orden=0; consulta: 07/04/2011).
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, FAO. (Varios años). *Faostat*. Roma: FAO (disponible en: <http://www.fao.org/faostat>; consulta: 28/10/08).

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, FAO. 2009. «Año internacional de la papa 2008-Nueva luz sobre un tesoro enterrado». En: *Reseña de fin de año de la FAO con motivo del año internacional de la papa* (<http://www.potato2008.org/pdf/IYPbook-es.pdf>; consulta: 28/10/08).

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, FAO. 2003. «Estrategia de la FAO relativa al enfoque de calidad e inocuidad de los alimentos basado en la cadena alimentaria: documento marco para la formulación de la futura orientación estratégica». Roma: FAO, Comité de Agricultura. En: *depósito de documentos de la FAO*. (<http://www.fao.org/DOCREP/MEETING/006/Y8350S.HTM>; consulta: 10/04/08).

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION, FAO. 2002. «Las Buenas Prácticas Agrícolas – segunda versión». En: *publicaciones en archivo de Revista Agricultura*, 21 (Departamento de Agricultura y Protección del Consumidor, FAO); disponible en <http://www.fao.org/ag/esp/revista/faogapes.pdf>; consulta: 28/07/08.

GLASER, Barney. 1992. *Basics of Grounded Theory analysis: emergence vs. forcing*. California: Sociology Press.

GLASER, Barney; STRAUSS, Anselm. 1967. *The discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research*. Nueva York: Aldine.

HOBBS, Jill. 2003. «Incentives for the adoption of Good Agricultural Practices». En: *Artículo de base para la consulta a expertos respecto al enfoque de Buenas Prácticas Agrícolas*, realizada por la FAO entre el 10 y 12 de noviembre en Roma, Italia (disponible en <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/ag854e/ag854e00.pdf>; consulta: 22/08/08).

IZQUIERDO, Juan; RODRÍGUEZ FAZZONE, Marcos. 2006. «Buenas Prácticas Agrícolas: en busca de sostenibilidad, competitividad y seguridad alimentaria». En: *Resultados de la Conferencia Electrónica Regional «Buenas Prácticas Agrícolas (BPA): en busca de sostenibilidad, competitividad y seguridad alimentaria»*, 19 de julio al 9 de agosto de 2004, FAO (disponible en <http://www.fao.org/docrep/009/a0718s/a0718s00.htm>; consulta: 12/07/08).

KRUEGER, Richard. 1991. *El grupo de discusión: guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide.

LARACH, María Angélica. 1998. «Comercio y medio ambiente en la organización mundial del comercio». En: *Documentos de trabajo de la Unidad de Comercio Internacional de la División de Comercio Internacional, Transporte y Financiamiento de la CEPAL* (<http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/4216/indice.htm>; consulta: 23/06/2011).

MOSCIARO, Mirna. 2007. «Comportamiento del precio de la papa en el mercado mayorista argentino». En: *Directorio de información económica del sitio web del INTA Balcarce* (<http://www.inta.gov.ar/balcarce/info/documentos/econo/mercado/mosciaro07.htm>; consulta: 05/11/08).

NIÑO DE ZEPEDA, Alberto; MIRANDA, Manuel. 2004. «BPA como mecanismo de internalización de externalidades». En: *Resultados del proyecto «Buenas Prácticas Agrícolas, como mecanismo de consideración de externalidades de los sistemas de producción agropecuarios»*, desarrollado en el marco del convenio de cooperación técnica entre la Fundación Chile y la Subsecretaría de Agricultura de Chile (<http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/bpa/pubs/81.pdf>; consulta: 15/09/08).

RODRÍGUEZ, Elsa Mirta; ALFONSO, Néstor; LACAZE, María Victoria; LUPIN, Beatriz. 2008. «Alimentos diferenciados por atributos de producto y de procesos: un análisis con Grupos Focales para papa consumo obtenida bajo manejo integrado». En: *Memorias del XXXII Congreso Internacional de la Asociación Latinoamericana de Papa*.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y ALIMENTOS, SAGPyA. 1999. «Resolución SAGPyA 71/1999: 'Guía de buenas prácticas de higiene y agrícolas para la producción primaria (cultivo-cosecha), empaçado, almacenamiento y transporte de hortalizas frescas'». En: *Reglamentaciones de la SAGPyA*. (<http://www.alimentosargentinos.gov.ar/foros/bpagricolas/biblio/noviembre/res%20sagpya%2071-99%20bp%20horticolas.pdf>; consulta: 30/05/08).

TAYLOR, Steven; BOGDAN, Robert. 1984. *Introduction to qualitative research methods. The search for meanings*. Nueva York: John Wiley and Sons.