

EN EL MERCADO NACIONAL:

DÍA MUNDIAL DE LA PAPA: BOYACÁ ES EL SEGUNDO PRODUCTOR DE PAPA EN COLOMBIA.

Fuente imagen: FNFP



**PARA CONOCER Y RECIBIR
MÁS INFORMACIÓN DEL
SUBSECTOR PAPA,
ESCRÍBENOS A:**

comunicaciones@fedepapa.com
economistafnfp@fedepapa.com

**DEPARTAMENTO DE SISTEMAS
DE INFORMACIÓN Y ESTUDIOS
ECONÓMICOS**

**FEDERACIÓN COLOMBIANA DE
PRODUCTORES DE PAPA -
FONDO NACIONAL
DE FOMENTO DE LA PAPA**



Boletín
econopapa

Desde la secretaria de agricultura de Boyacá, Eliana Pérez propone incentivar el día de la papa; la cual es una fecha oportuna para reconocer el trabajo de los campesinos y así, poder fomentar el consumo de papa, el cual ha disminuido en los últimos años, por lo tanto, pretenden fomentar en los colombianos el consumo de productos nacionales, para así, apoyar a los pequeños productores.

Sin embargo, el consumo enfrenta una serie de desincentivos los cuales en su mayoría son derivados de mitos, como es el caso de que la papa engorda, provocando que muchos dejen de incluirla en su dieta habitual, desconociendo su alto contenido nutricional y la importancia de su consumo para una economía circular, seguridad y soberanía alimenticia.

En este contexto, la gobernación de Boyacá suma esfuerzos por incentivar el consumo y consecuentemente estimular la producción del departamento, mediante el reconocimiento del día de la papa. Esto se debe a la importancia de Boyacá, como departamento productor, ya que cuenta con 123 municipios productores de diferentes variedades de papa como, por ejemplo, la aguacata y la mortiña azul. Asimismo, el cultivo del tubérculo genera empleo en el departamento, debido a que de este dependen más de 35.000 familias en esta región del país, las cuales generan al menos 5 millones 400 mil jornales al año.

En resumen, después del trigo y el arroz, la papa, es el cultivo más sobresaliente del mundo y su consumo lo promueve la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) en la lucha contra el hambre y la forma de apoyar a nuestros agricultores, es consumiendo nuestro producto interno y local.

Fuente: https://caracol.com.co/emisora/2022/05/30/tunjia/1653938037_954246.html

MERCADO INTERNACIONAL:

FRANCIA: EL CONSUMO DE PAPA CAYÓ UN 14 % EN EL PAÍS.

Fuente imagen: Polina Tankilevitch - Pexels



En Francia el sector papero se cuestiona la caída del consumo, principalmente la papa fresca, que se acentuó al cierre del 2021 con una reducción del 14% en volumen de consumo, puesto que se evidencia una disminución con respecto a las cifras de años anteriores.

Para explicar este descenso, el CNIPT, la interprofesional de la papa gala, encargó a la AND un estudio de las principales tendencias actuales de consumo de los productos frescos tradicionales realizando un acercamiento al producto de la papa en fresco. En sus conclusiones, la AND señala una combinación de factores cíclicos y estructurales que podrían explicar la caída del consumo de la papa. El invierno de 2021-2022 fue uno de los más suaves registrados. El clima suave del invierno es un factor limitante para el consumo, e incluso la primera variable en la evolución semanal de las ventas que fue de un (35%), según un estudio realizado por Weathernews para el CNIPT.

Otras hortalizas de invierno (como las zanahorias) también han experimentado la desafección del consumidor este invierno. La preocupación de los franceses por el poder adquisitivo, la actualidad internacional y las consecuencias de la crisis sanitaria no favorecen la compra de productos frescos tradicionales. Kantar constata un descenso del 8% en el volumen de compra de productos frescos en el primer trimestre de 2022.

El descenso más significativo en la compra de papa afecta a los hogares más modestos donde la compra de papa fresca ha caído casi un 10% en marzo de 2022 frente al año anterior. La evolución de los gastos (vivienda, energía, comunicaciones, etc.) pesa sobre el presupuesto de estos hogares, que restringen la parte destinada a la alimentación. Aunque esta categoría de la población sólo representa el 15%, este descenso de las compras ha contribuido sin duda a la disminución general y el precio sigue siendo un importante criterio de elección para los compradores, cada vez más sensibles a las promociones.

También se plantean factores más estructurales, como la evolución del tamaño de las bolsas en las que se ofrecen en las papatas. En 2020-2021, la cuota de envases vendidos entre 1 kg y 2 kg ha despegado 9 puntos en 3 años y representa casi el 18% de los volúmenes comprados en los supermercados. Estos pequeños formatos parecen estar en consonancia con los cambios fundamentales: reducción del tamaño de los hogares, nuevas pautas de consumo, etc. Pero sufren la prohibición de los envases de plástico.

Por último, el resumen de la AND hace hincapié en la opinión de los consumidores sobre la germinación de papatas en casa, que se ha observado desde el final del CIPC. Todos los estudios de consumo realizados por el CNIPT sirven de base para la reflexión en los trabajos de las distintas comisiones. Así, en el marco de la reflexión de la Comisión de Comunicación sobre la nueva estrategia de comunicación colectiva para 2022-2024, se prevé una orientación hacia mensajes que promuevan el placer de la degustación y el consumo más inmediato sea cual sea el tiempo, y centrados en la frescura de los productos.

Fuente: <https://www.argenpapa.com.ar/noticia/12106-francia-el-consumo-de-papa-cayo-un-14-en-el-pais>