



Mercado Concentrador del Neuquén

Un panorama general sobre el movimiento de frutas y verduras en la región, volúmenes, mercados y requisitos para comercializar en este polo agroalimentario, en la voz de Diego Molina, su gerente operativo.



¿Cómo está organizado el Mercado?

El Mercado en sí consta de dos Naves principales -I y II- con 80 puestos de frutas y verduras y otras instalaciones independientes. Allí, aproximadamente 63 empresas desarrollan sus actividades de compra y venta, y los productores de Neuquén y Río Negro acuden diariamente a vender su cosecha a los operadores, o en forma directa al público, en una Playa de Productores Zonales destinada para tal fin, ubicada en la Nave I. La comercialización se realiza por bulto cerrado. En el resto del predio funcionan 65 empresas del rubro agroalimentario y agroindustrial.

¿Con cuántos productores regionales trabajan en playa en temporada de verano?

En plena temporada hay una ocupación de 115 productores directos de la chacra: 80 de Neuquén y 35 de Río Negro. Cabe aclarar que a nivel de superficie el 80% proviene de Río Negro, donde las chacras tienen un promedio de 15 hectáreas, distinto de la situación de Neuquén, donde el promedio es de 5 hectáreas.

¿Esa diferencia en superficies redonda en volúmenes superiores para Río Negro?

No significativamente, porque allí se dedican a hacer cultivos más extensivos como cebolla y ajo y en Neuquén hay mayor rotación porque los alquileres son más caros, y sale más tomate y sobre todo hojas verdes, que permiten hacer varios cortes en temporada y sacar mayor ganancia a la superficie.

¿Qué volúmenes se manejan anualmente y qué porcentaje corresponde a producción local?

En 2019 tuvimos casi 91 millones de kilos en el año, que son 6 millones 225 mil bultos comercializados en el Mercado. En 2020 sufrimos un inconveniente en las estadísticas, pero me arriesgaría a decir que fue un tanto menor aunque bastante parecido a pesar de la pandemia. Hubo picos de muy fuerte consumo y otros de "valles" bastante pronunciados. Anualmente, el 25 % de los kilos consumidos (de esos 91 millones de 2019) proviene de la zona. De ese porcentaje el 47 % corresponde a Neuquén y el 53 % a Río Negro.

sigue >>



Un gran polo agroalimentario impulsado por el Estado

El Mercado Concentrador nació en 1988 como una política pública para favorecer y mejorar la producción hortícola local y brindarle un espacio de comercialización. Hoy es un polo agroalimentario referente en la Norpatagonia, sobre todo para Neuquén y Río Negro (provincia que no cuenta con mercado propio). En sus cincuenta hectáreas, además de funcionar las Naves I y II con puestos de frutas y verduras *“se han instalado distintas empresas como una fábrica de pastas, un frigorífico de carnes, una distribuidora de pollos, otra de huevos, otra de cervezas y gaseosas, empresas que venden artículos de ramos generales, una dedicada a insumos de empaque, una fábrica de dulces y otra de hilados naturales de llama, alpaca y vicuña”*, cuenta Diego Molina, al tiempo que explica: *“con la finalidad de ampliar el desarrollo productivo, hoy en día se han adjudicado y entregado aproximadamente 20 hectáreas a distintos emprendimientos agroindustriales: un empaque, un depósito y maduradero de bananas, un invernadero de hortalizas hidropónicas, una sidrera/juguera en construcción y una serie de galpones para logística de supermercados, que tienen locales comerciales. También se planea, en otras ocho hectáreas, realizar una subdivisión en 30 lotes de 2.000 m² cada uno, con el objetivo de seguir instalando depósitos, locales y fábricas”*.

En cuanto a la conducción del Mercado, cabe mencionar que éste se encuentra bajo la órbita del Ministerio de Producción e Industria, y que la provincia del Neuquén es el accionista mayoritario (con el 95 % de las acciones aproximadamente, correspondiendo el resto a capitales privados). Para mayor información, consultar la web www.mcneuquen.com.ar o por Facebook: Mercado Concentrador del Neuquén



¿Tienen alguna estimación de cuánto se mueve por fuera del Mercado?

No. Pero se vende mucho. Uno de los orígenes es el supermercadista, que trae el producto de las grandes cadenas de Buenos Aires. Un dato muy curioso es que la pera, la manzana y la fruta de carozo sale del Alto Valle a los centros de distribución y de allí la vuelven a traer al Valle. Recientemente, trabajando con la Cámara de Diputados a través de la Federación de Operadores de Mercados por la Ley de etiquetado, pronta a salir, ellos se quejaban de la calidad con la que llega la fruta al interior del país: peras y manzanas maduras, arenosas que recorren dos mil o tres mil kilómetros de gusto en vez de ir directamente a la zona de comercialización sin pasar por Buenos Aires.

¿Además de las provincias de Río Negro y Neuquén, de qué otras regiones y países provienen los productos según la estación?

Tenemos dos períodos muy marcados. El verano, donde el 60 al 70 % corresponde a la zona. Y el invierno, época en la que el 80 % de la mercadería viene de extra zona -Mendoza, Córdoba, Buenos Aires, Tucumán y Salta en su mayoría, Entre Ríos y algo de Mesopotamia-. De otros países, los principales orígenes son Brasil, Perú, Chile, Ecuador, Bolivia y Méjico, sobre todo fruta (banana, kiwi, palta, ananá).

El gran problema para los productores locales es la baja producción bajo cubierta, aunque año a año se va invirtiendo en esta tecnología pero falta todavía calefacción. Sin embargo, desde hace cuatro o cinco años la ocupación de la playa de productores ha aumentado considerablemente en la temporada bajo cubierta.

sigue >>



¿Quiénes son los principales consumidores de los productos comercializados?

Semanalmente el mercado abastece a toda la Confluencia, desde el Norte de Neuquén hasta la línea de Trevelin. Algunos camiones vienen del sur, de la línea costera (Chubut, Río Gallegos, Tierra del Fuego). Tanto de la Cordillera como del Valle, la mayor parte de los productos que no son zonales pasan por el mercado.

¿Cómo se han comportado los precios en los últimos años?

Los precios van acompañando a la inflación, pero hay productos que hoy están al mismo valor de hace tres años atrás, como el tomate, que en plena temporada cuesta 500 pesos el cajón. Algo similar sucede con la rúcula y la lechuga. Los que sí aumentaron fueron los importados, que siguieron el valor dólar. En cuanto a los precios de la manzana y la pera, observamos que se han acomodado recientemente con respecto a los del año pasado. La tendencia en esta época es que la manzana baja bastante porque deja de soportar el costo del frío, pero este año no tuvo esa baja.

¿Cómo actúan desde el Mercado cuando se producen estas disparidades de precios con los productos locales?

El problema con el valor del tomate lo analizamos todo el año con los horticultores, para ver cómo subsanar esos desvíos, porque al mantener a tan bajo precio el producto no llegan a recuperar su inversión e incentivamos a hacer una compra conjunta de cajones y envases nuevos, para poder sacar los excedentes de tomate a otros mercados durante la próxima tem-

porada con los contactos comerciales que tenemos. Desde aquí se acompaña a los productores locales con capacitaciones, traemos ingenieros de otras zonas para manejar la calidad y presentación, el manejo de chacra, buenas prácticas, tecnificaciones. Una vez al año armamos un grupo con la provincia y nos vamos a otra zona de producción de la Argentina. Hemos viajado a Mendoza, La Plata, Salta, Tucumán para conocer la parte productiva y la comercial, a los proveedores de insumos, se hacen contactos. El estado provincial organiza, paga viaje y estadía o a veces conseguimos alguna ayuda para la estadía y el movimiento en el lugar.

¿Qué requisitos debe cumplir un productor para vender en el Mercado?

Pueden acercarse hasta el último día hábil de octubre, cuando cierran las inscripciones. Deben traer el Renspa (Registro Nacional Sanitario de Productores Agropecuarios), constancia de monotributo, copias de facturas y remitos, y con esos datos armamos un legajo y los técnicos visitan la chacra las veces que sea necesario para comprobar lo que figura en el Renspa. Todos los años se hacen recorridas para ese control, con personal del Mercado y del Ministerio de Producción, que nos ayuda en la tarea.

¿Cómo son las dinámicas y costos de los puestos para operadores y productores?

En la playa libre, el productor que lo solicite puede venir a ofertar solo lo que genera en su propia chacra y paga una tarifa por los días que concurra al Mercado. El alquiler del puesto para Neuquén es de 5.200 pesos los 5 días y para Río Negro de 7.500 pesos por el mismo

sigue >>



período, si lo usan. En cambio, los operadores pagan una expensa fija de 30 mil pesos por mes que les garantiza servicios de vigilancia, recolección de residuos y control de plagas, y pueden vender mercadería de cualquier origen. En todo el mercado se comercializa a bulto cerrado y los productores venden a los operadores y al público en general, al distribuidor que hace reventa y al verdulero. La mayoría atiende personalmente su propio puesto.

¿Los productores de otras provincias deben pagar algún canon?

No se paga canon por pertenecer a otra provincia, pero sí la logística. Generalmente entre lo que es logística, ganancia y costos hay un remarque por bulto de 50 a 100 pesos sobre el valor en origen. Sería un equivalente al 20-30 % dependiendo del producto. Si hoy en día una jaula de tomates redondos está a 500 pesos en el mercado, al operador le puede estar costando 450 en la zona de producción. Estamos viendo un desfasaje mayor de remarque en verdulerías y supermercados, del 100 al 150 %. El supermercado pone el precio, y el verdulero lo sigue con un valor un poquito más bajo que no refleja la realidad del costo que tiene acá en el Mercado. Muchas veces nos llaman y se quejan de que somos los formadores de precios, pero no siempre es así. El precio se maneja, sube y baja de acuerdo a la oferta y la demanda, y nosotros notamos estas distorsiones, que reflejan la mirada del verdulero hacia el supermercadista.

¿Qué controles sanitarios realizan a los productos ingresados y cuáles son los principales problemas y medidas que toman ante su aparición?

Dentro del mercado tenemos un laboratorio del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) donde todos los días se toman muestras al azar de los productos que ingresan y se hacen análisis microbiológicos y bacteriológicos, para dar una seguridad alimentaria a lo que se vende. Los principales problemas tienen que ver con el uso indebido de agroquímicos, por lo cual se trata de brindar capacitación. En este tipo de análisis se realiza un barrido lo más amplio que la tecnología del INTI permite, sobre todo de los productos peor utilizados y con periodos de carencia más prolongados. Ya hemos planteado una actualización del cromatógrafo para dar un rango más amplio en el barrido y la detección. En cuanto a los análisis bacteriológicos, se buscan microorganismos que puedan causar efectos sobre la salud de las personas o generar alguna intoxicación. Por ejemplo, *Eschericia coli* genérica, *Salmonella spp* y *Escherichia coli* O157. Se extrae una muestra y se evalúa si es apta y está acorde a la reglamentación del Código Alimentario Argentino (CAA).

Cuando se detecta algo se realiza un seguimiento y se interviene. Existen productos que están desde hace un periodo largo en la tierra, que son difíciles de sacar y hay casos donde se ha tenido que intervenir la chacra y pedirles un rastreo por los altos niveles de contaminación. En ese tema trabajamos con el INTI y el Ministerio de Producción de la provincia.

sigue >>



¿Cuáles son los proyectos a futuro pese a la pandemia?

Apostamos al crecimiento a través de distintos proyectos de desarrollo de la actividad y de nuestras instalaciones. Actualmente estamos tras la ejecución de una nueva obra que llamamos “Nave Sur”, donde realizaremos por cuenta propia la platea y el entubamiento de un canal de desagüe para que empresas privadas puedan venir con sus planos aprobados a construir una serie de galpones de depósito para puntos de venta. También seguimos persiguiendo y no bajamos los brazos con respecto a la

obra de ampliación del Mercado y la construcción de los techos de las tres playas de maniobra: esto depende de fondos externos pero estamos tratando de darle un nuevo impulso. Otro proyecto tiene que ver con mejorar la eficiencia en el uso de la energía en el predio, y cabe mencionar que estamos trabajando en un banco de alimentos para dar apoyo a 18 comedores y 60 merenderos de la ciudad de Neuquén. •