

REGIONALES | Pág. 11

El 50% de la verdura que se comercializa es de la región

Del total de las hortalizas que se vendieron en el Mercado de Concentración, la mitad provino de chacras del Alto Valle. Hasta ahora el abastecimiento era del 23%.

La mitad de la verdura es regional

Durante los dos primeros meses del año, el 50 por ciento de la producción que llegó al abasto neuquino era de la región. El dato es inédito porque hasta ahora sólo se abastecía un 23 por ciento.

► **Atribuyen el fenómeno al incentivo estatal que existe para incrementar la oferta de frutas y verduras destinadas al mercado interno.**

NEUQUÉN > El ingreso de frutas y hortalizas de la región alcanzó un 50 por ciento del total de la producción que se comercializa en el Mercado de Concentración de Neuquén. La inédita cifra surge de las estadísticas elaboradas por la institución porque la media anual ronda el 23 por ciento.

El presidente del organismo, Fernando Garayo, aseguró que "es un caso atípico". Se sabe que la época de mayor producción se da en un período sostenido entre octubre y abril, aunque este fuerte incremento lo atribuyó, en principio, a que "a partir de la primera quincena de enero es cuando los productores cosechan la mayor variedad y cantidad de hojas".

Además, Garayo explicó que en el último año se "hizo muy fuerte la producción de hoja verde con un alto consumo en la población".

También especificó que los lu-

nes, miércoles y viernes son los días que mayor cantidad de kilos ingresan con un promedio de 750 mil y en esos días la producción regional representa el 55 por ciento de la producción total.

La fuerte presencia de los productores de Neuquén y Río Negro en la comercialización incide directamente en los precios al momento de vender los productos.

"Los productores pasan a ser formadores de precios porque manejan los costos de los productos que comercializan. Por lo que algunos mayoristas que vienen de otras provincias deben adecuar sus valores al de los productores locales ya que tienen mayor incidencia en el mercado. Hay que tener en cuenta también que las características de la mercadería hacen que no la puedan retener porque se les pudre", dijo el presidente del MCN.

Aumento en 2010

En 2010 aumentó respecto a

2009 en cuatro millones la comercialización de frutas y hortalizas y llegó a 90.989.743 con una participación de la producción regional de un 23,80 por ciento (21.654.637 kg).

En este sentido, se destaca que 2,5 millones de los kilos comercializados pertenecen a productores de Río Negro y Neuquén. Esto significa que el 62,5 por ciento del incremento fue aportado por la producción regional. En 2009 se comercializó un total de 87.197.080 de kilos con una participación regional del 21,9 por ciento.

El aumento sostenido en la producción relacionado a productos frutihortícolas se apoya en "un trabajo en conjunto entre el Mercado, el Centro Pyme y el Ministerio de Desarrollo Territorial que acordaron políticas como la implementación de cursos de capacitación y la asistencia permanente de técnicos e ingenieros que brindan apoyo constante en el lugar de trabajo a los productores apuntando además a la res-



El Mercado de Concentración de Neuquén abastece a buena parte de la Patagonia.

ponsabilidad social de la producción", afirmó Garayo.

También se pensó en la centralización de la comercialización y en la facilidad que se le da al productor para que tenga un puesto de venta en el Mercado mediante el pago de un canon diario de 42 pesos.

"El que compra en el mercado sabe que se lleva una mercadería de primera calidad porque el vendedor debe cumplir con todas las normas relacionadas a la calidad del producto. Esto es parte de lo que denominamos responsabilidad social", dijo Garayo.

Hacia afuera

Una de las causas que favorecen este proceso se relaciona, según el presidente del Mercado de Concentración, Fernando Garayo, con el aumento de la población que requiere productos frescos a precios competitivos. Indicó que "el Mercado trasciende la provincia ya que no sólo comercializa en Neuquén. El Mercado está considerado entre los mejores de toda la Patagonia".

Dada esta coyuntura, para este año se aspira a comercializar unos 95 millones de kilogramos "y lograr un incremento de otros 4 millones de kilos entre frutas y verduras respecto al último año", manifestó el presidente del Mercado de Concentración de Neuquén.

En 2010, de un total de 1.835.526 bultos que entraron al Mercado, el 75 por ciento fue comercializado por operadores, adquiridos de productores regionales. El resto fue comercializado directamente por los productores de Neuquén y Río Negro dentro del MCN. Respecto a 2009, los productores de Neuquén y Río Negro comercializaron un 30 por ciento más en forma directa y con respecto a 2008 un 49 por ciento más.

RELEVAMIENTO PRIVADO DE PRECIOS

LA INFLACIÓN SE FRENÓ EN FEBRERO

LA SUBA MENSUAL FUE DEL 1,4%; 0,4 PUNTOS PORCENTUALES MENOS QUE EN ENERO, DEBIDO A QUE LOS PRECIOS DE LOS ALIMENTOS CRECIERON A LA MITAD DEL RITMO DE ESE MES.

A pesar de la imputación de la Dirección de lealtad comercial, la consultora Estudio Bein continúa difundiendo su relevamiento sobre la evolución de precios minoristas, aunque esta vez acompañada de una advertencia sobre la situación de deslealtad que le imputa Comercio Interior y una extensa nota sobre la metodología empleada.

De acuerdo al Relevamiento de Precios Minoristas (RPM) realizado por la firma, en febrero los precios arrojaron un aumento de 1,4% mensual. Este dato muestra una desaceleración en relación al dato de enero, cuando la suba ascendió a 1,8% mensual. En términos interanuales el aumento se reduce a 21,4%, dado que la suba registrada en el mes es sensiblemente menor que la registrada en febrero de 2010 (1,4% mensual vs. 2,4% mensual), cuando el Indicador mostraba de lleno el impacto del fuerte aumento del precio de la carne que se registró entre noviembre de 2009 y abril de 2010.

EXPANSIÓN POR RUBROS

El menor aumento en el mes obedeció a precios de los alimentos que se mantuvieron más calmos –subieron 1,3% mensual, la mitad que el ritmo registrado en enero–, y a que puntualmente febrero se caracte-



riza por ser un mes con una baja estacionalidad.

En efecto, los precios del turismo caen en relación a enero (-1,4%), la indumentaria cae 1,7% –recién a fin de febrero ingresó la nueva temporada de ropa– y no se refleja el grueso de las subas en Educación que se trasladan a marzo cuando impacta el crecimiento en las cuotas de la educación y gran parte de los aumentos en los rubros de librería e indumentaria asociados al inicio de las clases.

En contrapartida se observan aumentos mayores al 3% mensual en salud (por el ajuste en las cuotas de las medicinas prepagas que empezó a impactar en enero), vivienda (por la suba en las expensas a partir de la incidencia de los pagos a cuenta acordados en los salarios de los encargados de edificios) y bienes y servicios varios (donde impactaron fundamentalmente los precios de los cigarrillos).

PROYECCIÓN ANUAL

Estudio Bein mantiene su proyección de

aumento para el año en niveles algo menores a los registrados en 2010 (21,5% vs. 22,9%). El tipo de cambio funcionando como ancla y las tarifas de los servicios públicos cuasi congeladas, contribuyen a estabilizar las subas de precios aún en un contexto donde la política fiscal y monetaria siguen convalidando una expansión en el consumo de corto plazo de cara a las elecciones. El aumento en las importaciones y la congestión (sobre todo en servicios públicos) son los otros mecanismos de reacción de la economía adicionales a la suba en los precios frente a una oferta que responde sólo parcialmente al aumento de la demanda. Esto se da fundamentalmente en aquellos sectores productores de transables poco protegidos y en sectores donde es la política la que controla la estabilidad de los precios. Los servicios no regulados, siguen registrando aumentos significativos en dólares de la mano de la recomposición de los salarios bien por encima de la tasa de devaluación. Esto último es la contrapartida de una corrección del tipo de cambio real, que sin embargo, sigue manteniendo colchón elevado cuando se mira la foto ■