

## Rojas, en actividad ambiental

**NEUQUÉN >** Ricardo Rojas, candidato a diputado por el Movimiento Integración y Desarrollo (MID) en apoyo a la fórmula Jorge Sapag-Ana Pechen, entregó ayer bolsas reutilizables a la salida de un supermercado céntrico como acción de concientización. La actividad, que el candidato realizó junto a un grupo de colaboradores, continuará hoy.

“Si bien sabemos que desde hace unos meses se ha restrin-

gido la entrega de bolsas plásticas en supermercados, creemos que alentando este tipo de uso responsable contribuimos al cuidado medio ambiente” afirmó Rojas.

Destacó que las bolsas entregadas “fueron confeccionadas por microempreendedores locales, lo que representa el círculo virtuoso a través de emprendimientos solidarios que ayudan en este caso con la causa ecológica y al desarrollo sostenible”.

“Las bolsas de plástico tardan hasta 400 años en descomponerse mientras que las bolsas reutilizables pueden reemplazar hasta cuatro bolsas plásticas cada vez que se las utiliza, lo que contribuye a no desgastar el medioambiente y es una muestra de educación ambiental”, dijo. Remarcó que este tipo de iniciativas son “necesarias” y advirtió que a gran escala es preciso el “desarrollo de energía alternativas”.

# Apoyan a los productores de alimentos

Presentaron ayer el Programa de Alimentos Neuquinos, que busca fortalecer al sector.

► **Los productos más demandados son las carnes y fiambres, destacándose como preferido el chivo, seguido por la trucha, el jabalí y el ciervo.**

**NEUQUÉN** > Se presentó ayer en la Asociación del Comercio, Industria, Producción y Afines del Neuquén (Acipan), el Programa Provincial de Alimentos Neuquinos, impulsado por el Centro PyME y el Ministerio de Desarrollo Territorial.

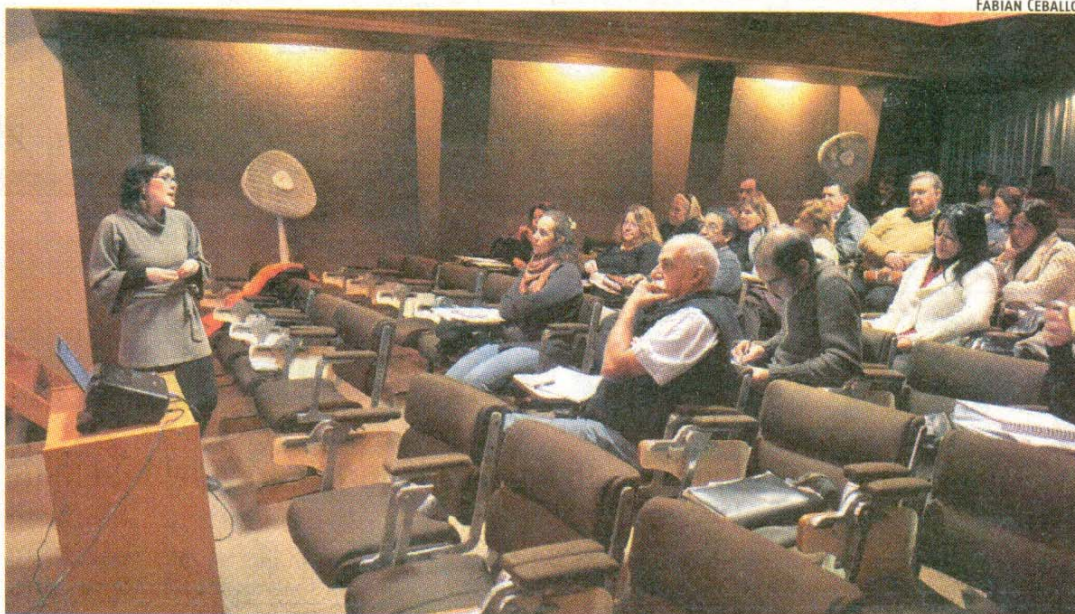
La conferencia, que tuvo como principales destinatarios a los productores de la provincia, fue dictada por Paula Barria, coordinadora del programa, y la especialista en Marketing, Fernanda Álvarez, y se basó en las especificidades de un censo que intentó recabar la información de la oferta y demanda de los productos regionales.

Durante la tarde se realizaron capacitaciones con los emprendedores para hablar sobre sus problemáticas y posibles soluciones.

El censo impulsado por el Centro Pyme abarcó a más de 240 productores de la región y se realizó con el fin de conocer la oferta y la demanda de los productos regionales para promover su consumo local y nacional.

Los datos arrojados señalaron que “es necesario fortalecer la red de los productores ya que muchos de los hoteles, restaurantes, dietéticas, caterings, etc. de la región no conocían la oferta provincial. El 80% de las ventas son locales y apuntan al consumidor final y no a los comerciantes. Asimismo, hay que mejorar la calidad de trabajo de los micro-emprendedores para que sus ventas sean mejores”, señaló Paula Barria, principal coordinadora del Programa Provincial de Alimentos Neuquinos.

Los productos más demandados son las carnes y fiambres, destacándose como preferido el chivo, seguido por la trucha, el jabalí o el ciervo y en segundo



AYER SE PRESENTÓ EL PROGRAMA EN LA SEDE DE ACIPAN CON CHARLAS Y CAPACITACIONES.

lugar los dulces, las confituras y hongos. “La idea es trabajar el tema de la gastronomía, con el turismo y con resaltar la identidad cultural del lugar donde se produce”, agregó la coordinadora.

#### **Trabajar hacia adentro**

Además de promover el consumo de los productos neuquinos, el programa se plantea trabajar con los productores hacia dentro de sus emprendimientos.

“Este año trabajamos con programas de calidad para mejorar el higiene en los lugares de producción y manipulación de alimentos junto a Bromatología, y estamos trabajando en un proyecto para mejorar la comercialización que fortalezca al

productor. Entre ellas, capacitaciones para que los vendedores conozcan sus productos y un catálogo”, agregó Barria.

Por otra parte, la coordinadora destacó el trabajo que están realizando sobre factibilidad para lanzar un sello que identifique los productos neuquinos que ayudaría a aumentar el consumo.

“A pesar que no se consume lo esperado en productos locales, hay gente que los elige siempre, como pasa entre las heladerías artesanales y las industriales o los supermercados multinacionales y los que son de acá”, comentó Barria quien remarcó la importancia de buscarle el valor agregado a todos y cada uno de los productos re-

gionales.

Por otro lado, señalaron como “fundamental” trabajar hacia fuera. “Hay que seguir trabajando hacia fuera también. En julio iremos a la Rural Ganadera, en septiembre al Festival Caminos y Sabores y en septiembre, también, realizaremos el 2º Salón de Alimentos Neuquinos junto a la Cámara de Bodegas”, concluyó Barria.

En esa oportunidad, además de la feria de productos regionales, se dictarán conferencias, charlas sobre cocina, muestras y se agregará “El concurso del plato neuquino”, en el que podrán participar chefs, aficionados y cualquier persona que le guste cocinar y mostrar sus recetas.

# No saben comercializar su producción

Sólo el 25% llega a los supermercados neuquinos, revelaron.

NEUQUÉN (AN).- Neuquén produce escaso volumen de alimentos, pero de muy alta calidad. Carnes, fiambres y confituras lideran la lista de producción, la mayoría se elaboran en la zona de la Confluencia y su venta se orienta principalmente al consumo personal. Sólo 25% aproximadamente se pueden comprar en los supermercados.

Los datos se desprenden de un relevamiento que realizó el Centro Pyme, en el marco de la implementación de su Programa Provincial de Alimentos. "Pudimos entrevistar a unos 240 productores de toda la provincia. El perfil general del productor es heterogéneo y diversificado, con un grado de desarrollo muy incipiente, con capacidades reducidas y una estructura de producción pequeña", Paula Barriga, coordinadora del estudio, miembro del Centro Pyme.

El 45% de los productores está radicado en la zona de la Confluencia, el 29 produce en la zona sur, y el 19 en la zona centro de la provincia. Sólo el 7 está radicado en la zona norte. Las carnes y los fiambres son los productos que ocupan el primer lugar en la oferta local de alimentos. Las confituras ocupan el 16% del total de producción, y los vinos, licores y cervezas artesanales ocupan el 15%. La miel con un 9%, los hongos con un 5 y las aromáticas con un 2%, son los alimentos menos producidos.

La mayoría de estos productos se comercializan en el lugar de producción para consumo directo. Poco más del 60 por ciento se vende en locales minoristas, por lo



El estudio del Centro Pyme del Neuquén permitirá mejorar la venta de productos locales.

general dentro de municipio donde está radicado el productor. Un porcentaje menor se comercializa en supermercados y mayoristas. "Como conclusiones del relevamiento detectamos que los productores conocen mucho de producción pero desconocen los procesos de comercialización que les ayudaría a mejorar en cantidad", puntualizó Barriga.

El 80% de la producción tiene como destino el mercado local, poco más del 20% el provincial y casi un treinta por ciento se vende a nivel nacional. A este desconocimiento se suma que los productores no tienen una buena logística que los ayude a producir y distribuir en forma sistemática. La falta de fletes y el alto precio que deben pagar para transportar sus productos es el principal problema de los productores del interior de la provincia.

## Los problemas

NEUQUÉN (AN).- Los restaurantes, hoteles y servicios de catering son los que más demandan productos locales. Pero enfrentan los inconvenientes de un volumen escaso que no les permite garantizar continuidad. El desconocimiento de lo que se produce también es un factor que afecta la adquisición de productos.

Los supermercados sostuvieron que entre los obstáculos que se les presenta a la hora de adquirir productos locales son la falta de espacio físico para exhibirlos, las formas de pago que tienen, de 60 a 90 días; la discontinuidad de la demanda, por ejemplo en el caso de chivitos. Describieron: falta de continuidad en la oferta, precios poco razonables, desconocimiento, poco volumen, falta de comunicación y gestión de ventas.