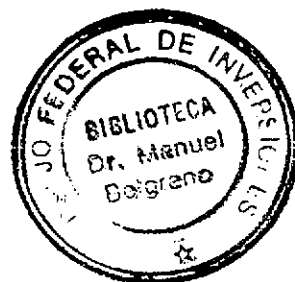


TOMO II



CAPACITACION
TEORICA Y PRACTICA



Mercado de Concentración
del Neuquén

Persona. Organización e Integración

VIRTUDES Y DEFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN



INDIVIDUO

Persona con
defectos y virtudes

ORGANIZADO

Encuentra disposición
para vivir

INTEGRADO

Sabe que es
parte de un todo

Un **PRODUCTOR ORGANIZADO E INTEGRADO** es capaz de trascender su localidad.

Una **LOCALIDAD ORGANIZADA E INTEGRADA** es capaz de trascender su región.

Una **REGIÓN ORGANIZADA E INTEGRADA** puede ingresar o mantenerse en el sistema económico vigente.

Es factible que muchas regiones productoras crezcan o desaparezcan por las virtudes o defectos del sistema económico globalizado.

SÍNTESIS: Se puede vender en cualquier lugar del mundo, como también nos pueden vender desde cualquier lugar del mundo. El éxito depende del equilibrio en la organización y la integración.

Capacitación:

-Teórico:

-Práctica:

-Objetivos de la capacitación:

Vincular al productor regional con el Mercado Concentrador del Neuquén.

Formar núcleos de productores en cada municipio, que permita planificar la producción y comercialización de frutas y hortalizas.

Observación de la producción y comercialización frutihortícola en regiones competidoras o proveedoras de nuestro habitual consumo.

Gira Técnica:

Como resultado de la visita del Presidente del Mercado Ing. José R. Brillo a los Mercados de Córdoba, Buenos Aires y Mendoza, se empezó a organizar un viaje de capacitación tanto en la fase productiva como comercial en las tres ciudades antes mencionadas.

Esta visita, sumada a una serie de charlas técnicas permitirá, mostrar a los productores, cuan dinámica y competitiva es la actividad frutihortícola en la faz productiva y comercial.

Después de una serie de reuniones con los diferentes organismos se evaluó la propuesta del viaje, en lo que hace a la cantidad de participantes, y la distribución de los gastos, surge básicamente que estos últimos serán compartidos entre el Mercado, Municipios y productores contando con la posibilidad de que también el Gobierno Provincial considerando la relación con nueve Municipios se definió que por cada uno de ellos se incluya a cuatro productores total treinta y seis mas invitados, que a continuación se detalla:

2 productores de la Provincia de Río Negro.

2 productores de la Provincia de la Pampa (Colonia 25 de Mayo).

2 Estudiantes avanzados de la Facultad de Agronomía (U.Nac.del Comahue).

2 Estudiantes avanzados de la escuela EMETA (Agrícola).

1 Profesional.

En función de los posibles gastos a erogar se estableció el valor de \$ 450, por productor que incluye todos los gastos de la gira técnica, este monto queda distribuida de la siguiente manera:

\$ 150. -Productor

\$ 150.-Municipio correspondiente.

\$ 150.-Mercado concentrador.

En el caso de los estudiantes el valor se estipuló en la mitad considerándose el resto como beca.

La invitación a productores de las Provincias de Río Negro y La Pampa se debe a que:

- a)** Se encuentran en el radio de influencia directa del Mercado.
- b)** Es necesaria la integración de productores de distintas Provincias.
- c)** La problemática de producción y comercialización frutihortícola, pasa los límites Provinciales, tornándose regional.

En el caso de los estudiantes el Mercado toma la iniciativa de invitarlos por las siguientes razones:

- a)** Integración con los productores.
- b)** Compartir, conocimientos, y experiencias conjuntamente, con la intención de disminuir la brecha de los ámbitos formadores de técnicos y/o profesionales con la realidad en que se desenvuelven los productores.

Marcadas estas pautas se inician las gestiones pertinentes en los ámbitos correspondientes, a medida que avanza la organización, se plantea la posibilidad de contar en el viaje con un camarógrafo, para

poder registrar, lo sucedido, evaluada y aprobada la propuesta, también se prorratarán los costos, con todos los participantes.

A continuación se detalla datos de los integrantes del contingente:

Neuquén

Carrasco Mario	DNI 22.474.756
Trinidad Antonio	DNI 13.968.396
Ibañez Oscar	DNI 7.567.618

Total: 3

Senillosa

Kilapi Pedro	L.E. 5.714.121
Sanchez Celestino	C.I. 86.119
Pilquiñan Juan Carlos	DNI 17.418.621
Maldonado Ruben	DNI 20.223.157
Calazzo José	DNI 12.641.967

Total: 5

Añelo

Rosales Mario	DNI 14.423.649
Muñoz Geronimo	DNI 18.178.082
Peña Roberto	DNI 20.565.852

Total: 3

Bajada del Agrio-Quili Malal

Altamirano Sergio	DNI 22.731.151
Altamirano Juan	L.E. 7.576.235
Tretiak Juan Carlos	L.E. 7.576.235
Vinez José Adrián	C.I. 129.967

Total: 3

Chos Malal

Prieto Rubén	DNI 13.837.875
Lefoc Nicolas	DNI 14.572.396
Rebolledo Arturo	DNI 16.194.677
Cavieres Jose	DNI 26.080.817

Total: 4

San Patricio del Chañar

Castro Mario	DNI 10.480.044
--------------	----------------

Total: 1

Centenario

Fernandez Amalia	DNI 10.868.635
------------------	----------------

Total: 1

Plottier

Stikel Rodolfo	DNI 7.688.017
Nestor F. Cofre	DNI 20.606.082
Parra Garcia Manuel	C.I. 18.116

Furman Francisco

C.I. 51.250

Total: 5

Emeta Plottier

Depetris Victor Hugo

DNI 25.599.488

Robledo Pablo Javier

DNI 24.457.246

Total: 2

Emeta Picun Leufú

Sarmiento Marcos

DNI 10.043.510

Total: 1

Emeta Plottier

Pinedo Clarisa

DNI 26.088.098

Zardini Elio

DNI 25.911.333

Dominguez Rosanna

DNI 25.216.189

Mora Julio

DNI 24.150.750

Total: 4

Facultad de Ciencias Agrarias

Vanicola Dario

DNI. 23.069.398

Schiebert Ruben

DNI. 21.097.155

Rebs Pablo

DNI. 22.692.568

Total: 3

Mercado Concentrador

Ing. Alvaro Villegas

DNI 18.751.207

Total personas: 37

PROGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA GIRA TECNICA.

Mendoza INTA La Consulta:

Charla introductoria:

- Acciones de la institución.
- Vínculos con el sector productor.
- Líneas de trabajo, etc.

Temas:

- a)Tomate para industria.
- b)Control integrado (tomate).
- c)Control de malezas de diferentes cultivos.
- d)Cultivos de Hoja.
- e)Cultivos de ajo y Cebolla.
- f)Producción de Semillas.
- g)Sistema de Riego, Legislación.
- h)Visita al Centro de Documentación y Biblioteca.
- i)Visita a un Productor de ajo y cebolla.

Mendoza

Mercado Cooperativo Guaymallen

a) Ingreso de Mercadería.

Descarga y carga de producción.

Funcionamiento de puestos de mayoristas y playa libre.

b) Ingreso de Mercadería Extra-regional (cítricos, uva, kiwi, etc).

Facturación pequeños productores.

c) Charla por parte de miembros de la Dirección del Mercado.

-Antecedentes del Mercado.

-Rol cooperativo.

-Actividades sociales, etc.

d) Recorrida por salón de actos.

Breve recorrida por el mercado para observar su funcionamiento.

Almuerzo.

e) Visita a una empresa fabricante y comercializadora de maquinaria y herramientas para la actividad hortícola.

Córdoba:

Mercado de Abasto:

a) Charla introductoria a cargo de las autoridades del Mercado.

Recorrida por las instalaciones.

Funcionamiento del Mercado

-Ingreso de Mercadería.

-Carga y Descarga.

-Determinación de los precios.

-Control de calidad.

Vinculación del Mercado con Productores.

b) Camaras de frío.

c) Recorrida por el Cordón Hortícola.

Visita a una empresa comercializadora de maquinaria y herramientas para la actividad hortícola.

d) visita a semillería.

e) charla experiencia viaje a europa.

video-diapositivas.

f) visita al Sr. Ministro de la Producción y Senador Landra.

Buenos Aires

Mercado Central de Buenos Aires.

a) Reunión con el Directorio.

-Comentarios sobre la estructura y funcionamiento del Mercado.

b) Recorrida por las instalaciones.

c) Charlas.

-Comercialización.

-Envases. El mundo del embalaje.

-Semillas EMILIO S.R.L.

- Integración de Productores.
- Sistema de información Frutihortícola.
- Control de Calidad.

d) Visita a Supermercados.

- Sector Frutihortícola.
- Cadena de frío.
- Reposición.

Conclusiones.

Fueron elaboradas en parte por alguno de los participantes de diferentes localidades (Añelo, Quili Malal, Bajada del Agrio etc.) y Técnico.

Municipalidad de Bajada del Agrio.

Informe de Viaje de Capacitación a la Provincias Mendoza, Córdoba y Buenos Aires.

Mendoza.

Estación Experimental INTA de la Consulta.

Allí se realizaron charlas sobre distintos temas agrícolas: Tomates para industria, semillas insecticidas, plantines cebolla, cultivos intensivos de ajos. Se realizaron además visitas a productores de ajos y cebollines.

Conclusión.

Fue muy provechosa por el aprendizaje en el manejo de almacigos cebollinos, control de malezas e insectos que afectan a cultivos como ajos, tomates para industrias y para consumo.

Mercado de Guaymallen.

Se hizo una visita guiada al Mercado, observandose los sistemas carga y descarga dentro del mercado, forma de ventas, facturación, y de presentación de los productos por parte de productores, costos y ganancias, oferta y demanda, operación dentro del mercado.

Conclusión.

Como conclusión se rescata el apoyo que brinda el Gobierno a los productores al subsidiar la energía para el riego de sus cultivos como operan los inversores dentro del mercado, como cuidan sus ventas, como exportan, cuáles son sus impuestos, que función cumple el mercado dentro de la comercialización interna. También fue importante la charla mantenida con la parte ejecutiva del mercado quienes nos dieron un panorama claro con respecto al futuro de producción agrícola, con las alternativas necesarias de agrupación de pequeños productores para poder competir en los mercados.

Córdoba.

Mercado de Abasto de la Ciudad de Córdoba

Se visitó el mercado donde se pudo mantener charlas con los distintos productores que operan dentro del mercado, evidenciando los problemas y ventajas para comercialización de sus productos. Además se visitó a distintos productores en la zona denominada cinturón verde de Córdoba.

Conclusión.

Se pudo observar los valores que se pagan por los espacios libres dentro del mercado, forma de facturación y pago del IVA. De ganancias que el productor obtiene, un 10% debe pagar al mercado, sólo aquellos que realizan una venta superior a los \$100 diarios. Se observó además que hay un problema de superproducción por falta de planificación en el estudio de mercado interno, ya que no cumple la función de mercado concentrador para el consumo interno de la provincia.

En la visita a los productores del denominado cinturón verde, se constató que no hay una recuperación adecuada de los suelos, debido a la forma intensiva de explotación de los mismos, como ser problemas de riego, diversificación de plagas, y un gran consumo de abonos orgánicos para lograr una mediana producción en cultivos.

En cuanto a tecnología agropecuaria, Córdoba tiene un gran avance con tecnología de punta para el agro, lo cual los productores a gran

escala, ya que cuentan con la maquinaria agrícola adecuada, para cada cultivo.

Buenos Aires

Mercado Central

Se realizó una visita guiada al mercado, observando la gran producción que se mueve dentro de este. Además se hizo una visita a cultivos protegidos, dentro de la misma área del mercado recibiendo de parte de los técnicos asesoramiento sobre distintas semillas.

Conclusión.

Los productores, siendo la mayoría grandes inversores quienes operan dentro del mismo. En cultivos protegidos, tienen mucho conocimiento y experiencia al respecto, quedándonos un buen aprendizaje de los mismos, como es la forma de calefacción, variedad de semillas híbridas de gran producción, y control de plagas y hongos, que afectan a estos cultivos.

Conclusión final.

De la visita podemos avizorar, que los productores de la Provincia del Neuquén, estamos en inmejorables condiciones en cuanto a venta y obtención de buenos precios por nuestros productos agrícolas, faltándonos intensificar nuestra producción para llevar a

nuestro mercado interno, con mayor cupo de producción, evitando de este modo el ingreso de producción de otras provincias.

Municipalidad de Añelo

Informe Viaje Capacitación: Mendoza, Córdoba y Buenos Aires.

Después de varias reuniones y otro tanto de trámites entre el Mercado Concentrador y Municipios participantes. Destacando la iniciativa del Ing. Alvaro Villegas. Se logra realizar este tan productivo viaje en lo que a producción se refiere.

Se prevee la partida del Domingo 11 a las 22hs. desde la instalación del Copade, luego de varias horas de viaje llegamos el día lunes 12 a las 11hs. al INTA LA CONSULTA allí nos dan una pequeña charla por sectores interesados, invernaderos, riego, semillas etc. Luego hacemos una visita a sembraríos de ajos y cebollas.

Los productores de la zona se encuentran como un grave problema que es el agua por ejemplo a 85 ha. le corresponden 85 hs. de riego, siendo este el motivo por el cual deben usar bombas las que por ejemplo algunas están a 70 mts. y tiran 150 milímetros de agua por hora. El día 13 nos encontramos en instalaciones del Mercado Guaymallen ahí damos una recorrida en su interior con 400 puestos, 4 pasarelas para vehículos de carga, consta de 22 has. en su totalidad, con parque de juegos, cancha de fútbol, básquet, etc.

Salón de usos múltiples y además posee su propio control bromatológico. El día 14 nos encontramos en Córdoba más precisamente en el Mercado de Abasto de Córdoba el cual es Municipal, consta de 4 naves de quinteros con un sistema computarizado para la facturación la que manejada por la Federación Agraria y 6 naves mayoristas con su propio control bromatológico, la forma circular es novedosa y se dió esta forma para mejorar la circulación de vehículos, luego visitamos una chacras de zanahoria, repollitos de brusela, navo, etc.

Siguiendo con el viaje nos encontramos en Buenos Aires (aunque un poco perdidos) nos dirigimos al Mercado Central, allí nos esperaban y dimos una recorrida a algunas de sus 12 naves con 54 puestos cada una y laboratorio de Bromatología, este Mercado se dedica puro y exclusivamente a la comercialización Nacional e Internacional, posee 370 has. en su totalidad, visitamos una semillería, luego nos dieron una charla sobre semilla, se visitó un invernadero de tomate y morrones.

Concluyendo con el viaje aprendimos "la bomba de los productores" al llegar al Neuquén nos esperaba el Ing. Brillo y sus colaboradores quienes nos agasaron con un desayuno, despedida de colegas productores hasta hoy.

Comisión de Fomento Quili Malal.

Conclusiones del viaje realizado a traves del mercado de concentracion del neuquenn, a las ciudades de: Mendoza - Córdoba y Buenos Aires.

Mendoza: En el INTA, en la estación experimental, nos quedó una experiencia muy positiva ya que sería para nosotros productores de Quili Malal una satisfacción, de poder contar con técnicos de esa capacidad, decimos esto porque somos concientes que tenemos la tierra apta para cultivar distintas simebras, también es nuestra intensión una vez que contemos con el cassett reunir a los productores de la zona y juntos analizar hasta dónde podemos llegar, y de esta forma poner nuestro granito de arena y poder ayudar a que funcione nuestro Mercado Concentrador.

En cuanto al entrar al Mercado Concentrador nos quedó la inseguridad que no sabemos con exactitud como se va a solucionar el tema del IVA a los pequeños productores que es el caso nuestro.

En cuanto a siembras en la tres ciudades: Nos pareció que es similar a la zona nuestra, si existe la diferencia que ellos tienen una tecnología muy avanzada, nosotros contamos con nuestras tierras practicamente libres en un 95% de pestes.

Conclusiones:

La gira técnica fué un éxito en todo sentido siendo destacable la relación humana mantenida por estudiantes secundarios, universitarios y productores.

La valorización por parte de los productores del Recurso Ambiental que posee la Provincia del Neuquén fue tomando consistencia, hasta constituirse, en argumento fundamental para la producción de hortalizas.

Se espera que los conocimientos y experiencias sirva para mejorar la organización de los productores. **(Ing. Agr. Alvaro Villeagas)**

Capacitación

Programa integracion vertical. (Ing. Agr. Paula Feldman)

...Tiene por finalidad acercar al productor hasta el consumidor...

Definimos a la integración vertical como el proceso en el cual se produce la coordinación de la cadena comercial cuyos extremos visibles son la producción primaria y el consumidor.

Temario

Mañana:

- *Marco en el cual se desarrolla hoy el sector agropecuario.
- *Integración horizontal: ventajas y principales formas asociativas en el agro argentino.
- *Integración vertical: conceptos, diferentes modalidades y variables a tener en cuenta para iniciar procesos de integración Vertical.

Tarde:

- *Taller Sobre estrategias y Modalidades de integración vertical para productores frutihortícolas.
- *Conclusiones.

Evaluación:

En lo que hace a la reacción de los participantes ante el concepto de Integración Vertical, observamos que para los mismos es imprescindible asociarse para lograr un buen poder negociador en el

mercado. Por otro lado, consideramos que la iniciativa de conformar un sistema de información de precios podría mejorar lo concerniente a la venta de productos, además de hacer más fluida la integración entre las instituciones involucradas.

Respecto a las iniciativas del Mercado sobre la organización de jornadas de capacitación para técnicos y productores, así como el proyecto del sistema de información de precios apuntan a valorizar la producción, aumentar la participación de los productores en los canales comerciales, mejorar los ingresos del sector primario y eficientizar los procesos comerciales en general.

Finalmente, concordamos en el diagnóstico que indica una mayor necesidad de organización para comercializar y de continuidad en las reuniones de discusión.

MERCADO DE CONCENTRACION DEL NEUQUEN

Evaluación Curso Capacitación

Integración Vertical en el Sector Frutihortícola

*El Nivel del Taller Fue:

Muy Bueno _____

Bueno _____ *

Regular _____

Malo _____

*Le interesa mayor capacitación en comercialización.

Si _____ * _____ No _____

*Le interesa agruparse para comercializar su producción en esta temporada.

Si _____ * _____ No _____

*Sugerencias:

Que se realicen mas charlas. _____

Evaluación:

1-Personal:

a) Se cumplieron mis expectativas, con crudeza.

b) Se desnudaron las falencias, de los productores en lo que significa pautas de organización para comercializar.

c) No es suficiente, el trabajo que realizamos a nivel de técnicos, requiere mayor integración y dinámica.

2-Evaluación Encuesta.

a) Nivel del taller.

Muy Bueno: 35,6%

Bueno: 57,4%

Regular: 7,1%

Malo: ----

b) Le interesa mayor capacitación en comercialización.

Si ____ 92,8% No ____ 7,1%

c) Le interesa agruparse para comercializar su producción en esta temporada.

Si ____ 85,7% No ____ 14,29%

Sugerencias:

NO PERDER CONTACTO .

CONTINUAR con lo que se esta realizando.

EVALUAR si con el tiempo lo que se aprendió se realizó mayor difusión del tema I.V. en medios masivos.

CONTINUAR buscando estrategias para que el productor se integre al MERCADO CONCENTRADOR.

CORPORACION DEL MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES

JORNADA DE CAPACITACION

COLONIA 25 DE MAYO (PROVINCIA DE LA PAMPA)

AREA DE INFLUENCIA MERCADO CONCENTRADOR DEL NEUQUEN

Tema 1- Análisis de oferta, demanda y precio.

-Presentación del Mercado Central de Buenos Aires (video institucional):

-Caracterización de las distintas operatorias comerciales que interactúan en el Mercado Central:

-Principales tendencias observadas en la comercialización (proyección de gráficos en transparencias).

- Evolución de la oferta frutihortícola.

- Evolución de los precios mayoristas.

- Evolución de las formas de pago.

-Análisis de la oferta frutihortícola provincial (Proyección de Gráficos en transparencias).

-Análisis de las principales especies provinciales (Proyección de Gráficos en Transparencias).

- Evolución y estacionalidad de la oferta.

- Evolución y estacionalidad del precio.

-Participación y estacionalidad de los ingresos de las principales zonas productoras del país.

-Incidencia de la oferta importada (si la hay para esa especie).

Tema 2 -Calidad y Tipificación Frutihortícola.

Calidad:

Definición.

-Diferentes interpretaciones de la calidad: calidad nutritiva, industrial, sanitaria, comercial.

-Etapas del proceso sobre las cuales se puede actuar para incidir en la calidad de un producto frutihortícola.

-Importancia de la calidad como herramienta para una exitosa comercialización.

-La calidad como un proceso continuo y dinámico.

-Evolución de la calidad y presentación de los productos frutihortícolas en el Mercado Central desde su apertura.

(Diapositivas).

Tipificación:

-Concepto. Necesidad de la tipificación de los productos frutihortícolas.

-Ventajas directas e indirectas de su implementación.

-Normas de tipificación, nacionales e internacionales.

- Aplicación práctica con material fresco.

- Proyección de diapositivas de los principales defectos y su incidencia sobre los distintos grados de selección.

Control de calidad:

- Objetivos del control de calidad.

- Cuando y donde se debe efectuar el control.

- Quien realiza el control.

Tema 3- "Marketing" - Tecnología Comercial.

- Producto: Definición.

- Marketing: Definición.

- Breve panorama de los mercados alimentarios mundiales.

- Qué está pasando en y con la Argentina?

 - Formas habituales que utiliza el productor para vender.

 - Vicios y defectos más corrientes.

 - Hacer negocios es pecado?

 - El Hipermercado avanza.

 - La crisis de la consignación mayorista.

 - La destrucción de los instrumentos de pago.

 - "el cheque se prostituye"

- Los nuevos "mayorista".

 - La distribución.

-La logística.

-La marca del productor o del distribuidor.

-La escala: un serio problema del productor.

-ante los gigantes de la demanda como se posiciona el productor?.

-el asociativismo como alternativa.

-las integraciones verticales y horizontales.

-Agroindustrias para agregar valor.

-La promoción, la Publicidad, la Denominación de Origen.

-Promoción para productos primarios?

-Del "commodity" al producto diferenciado.

-Promoción en el Mercado Interno.

-Promoción en el Mundo.

rol del Estado moderno en el comercio mundial (ejemplos de estados extranjeros).

-La Denominación de Origen como instrumento de promoción.

Federico Ocampo

(Jefe de Asistencia Técnica a Usuarios).

Capacitación:

Estaciones Agro Meteorológicas Automáticas

Ing. Marcelo Dip

Seedmech International

A solicitud de productores en instalaciones del Mercado Concentrador se realizó la charla técnica con demostración de equipos automáticos para medir factores climáticos que intervienen en la producción.

Si bien la gama de alternativas es amplia se hizo incapié en la problemática de nuestra región.

Automatización

Alarma contra heladas.

Pronóstico de enfermedades e insectos.

Monitoreo

Temperatura de Aire.

Temperatura de suelo.

Temperatura de hojas.

Humedad relativa.

Precipitaciones.

Velocidad y Dirección del Viento.

Punto de Rocío.

Las expectativas que se depositaron fueron elocuentes debido a que en la Provincia no se cuenta con equipos de estas características y que serían de gran utilidad para la producción local.

Se concluye con la necesidad de concretar un nuevo encuentro para tratar de establecer, la instalación de un equipo en la zona.

**Conferencia A cargo del Dr. Daniel Leskovar.
de la Universidad de Texas - Dr. en horticultura.**

Lugar: Mercado de Concentración del Neuquén.

Destinatario: Técnicos, Estudiantes de Avanzado en Agronomía y
Productores de la Región.

Esquema de la Conferencia:

- *Dinámica de la Producción.
- *Aspectos a tener en cuenta.
- *Producción de tomate - Transplante.

Otras Especies que estan incursionando en el Mercado.

Desarrollo:

A la conferencia asistieron más de 50 personas, entre los que se encontraban técnicos de la zona, estudiantes y un gran número de productores de la región, la misma duró 4 hs.

Esquema:

Solo se expodrá algunos aspectos de la Conferencia.

*Dinámica de la Producción:

El Dr. Leskovar recalcó como importante considerado a nivel mundial es incrementar la diversidad de productos hortícolas y también dentro de una misma especie. Considerando que cada una

de las variaciones tendrá un destino diferente (consumo en fresco, industrialización, congelado etc).

A nivel mundial se está tomando en cuenta por su importancia las siguientes variables:

1-La posible pérdida de germoplasma (por una disminución del presupuesto para mantener el recurso).

2-Se está trabajando en otros tipos de especies autoctonas o indígenas (para adquirir resistencia a plagas y enfermedades).

3-Existe una mayor tendencia de los productos hortícolas para consumo en fresco.

4-Un aspecto importante que cada vez más se tiene en cuenta en los productos frutihortícolas es el contenido nutritivo.

5-A nivel mundial hay una mayor tendencia a concientizar a los consumidores.

Aspectos a tener en cuenta:

*Un factor importante en el caso de producción es el costo y en U.S.A. el mayor efecto es el costo laboral que se va incrementando.

*Las nuevas tendencias productivas buscan zonas donde la mano de obra es más barata. En Estados Unidos y especialmente Texas por ejemplo están invirtiendo en México.

*El costo de producción determinará las zonas de producción frutihortícola y ya se está desarrollando un acomodamiento de las zonas de producción.

*En aquellos productos que se industrializan un problema importante es el valor del producto para la industria con un precio menor.

*El Factor Agua para producir está influyendo notablemente cada vez más y su uso se regulará para la Agricultura.

*La calidad del Agua está teniendo la importancia que antes no se consideraba.

*Sistemas de riego una mayor tendencia a los técnicos.

*Menor uso de Herbicidas y Pesticidas. Comienza a ser más exigente las legislaciones para su uso.

*Se visualiza una creciente tendencia a los productos orgánicos.

*Producción Tomate.

Factores que hacen un cultivo eficiente.

*Mayor tendencia al uso de Semillas Híbridas.

Alto costo y por lo tanto una mayor tendencia al trasplante.

*Trasplante: Momento de realizarlo.

*Uso de speedling.

*tamaño del plantín al trasplante.

*Efectos del trasplante tardío:

La influencia del suelo para el buen desarrollo del plantín.

Aspectos más relevante en la producción.

- *uso de herbicidas

- *las fertilizaciones

- *el riego

- *Esquema de plantación - uso de híbridos según destino de la producción.

- *Nuevas tendencias del Mercado - En Industrias del tomate.

las mezclas de salsas, incorporar nuevos ingredientes.

- *Cosecha - Mecanización.

Incursión en nuevos cultivares autóctonos y revalorización de las propiedades nutritivas.

- *En Estados Unidos están incorporando a las dietas el uso de los ajíes picantes en las dietas - cuyas propiedades nutritivas se están estudiando , se ha observado propiedades cauterizantes a nivel estomacal y gran contenido de Vitamina "C" entre otras.

- *En el caso de las crucíferas se ha incrementado el consumo de brocolis y otros ya que poseen propiedades de prevención de cáncer entre otras cualidades.

Jornada de Trabajo:

En función de los resultados de la encuesta, se trabajó sobre los siguientes temas tomando en cuenta la realidad de cada localidad y buscando la posible organización de los productores.

- a) Producción.
- b) Comercialización.
- c) Organización de productores.
- d) Información del Mercado Concentrador del Neuquén.
- e) Feria Regional.

Municipios Presentes.

Plottier, Neuquén, Picun Leufú, Senillosa, Centenario, Mariano Moreno, Vista Alegre, San Patricio del Chañar, Bajada del Agrio, Rincon de los Sauces, Añelo, Quili Malal.

Intendentes Presentes.

Sr. Luis Jalil - Neuquén

Sr. Zuñiga Ramón - Mariano Moreno.

Autoridades de:

INAN (Instituto Nacional Cooperativo)

C.F.I / Ing. Jorge Tranier

COPADE - Arq. Martinez Guarino.

7 Técnicos. / 48 Productores.

11 Representantes - Delegados de Municipios

Comisión: Comercialización

(A cargo Cra. Isabel Ureta).

Municipios representados en esta Comisión: -Bajada del Agrio, -San Patricio del Chañar, -Picun Leufú, -Plottier, -Vista Alegre, -Centenario, -Productores de Neuquén Capital.

Temas tratados: -Información de precios, -Contratos comerciales, -Envases, -Producción en escala, -Dificultades en la cadena de pago, -Canales de Comercialización, -Impositivo, Otros.

Desarrollo:

Con respecto a la información de precios las opiniones son coincidentes en que el precio lo fija la oferta y demanda del producto, es por ello que se requiere del funcionamiento del Mercado, para que a través de este, se publiquen los precios promedios reales y no depende de información provenientes de otras zonas del país.

Además se destaca que el productor necesita imperiosamente de la información de precios, para conocer y evaluar su producción en el mercado regional y nacional.

Conociendo las fluctuaciones de precios y demandas se pueden llevar a cabo importantes contactos comerciales con otras regiones para posibilitar el intercambio de productos de acuerdo a las

estaciones de producción locales. El envase de presentación juega un rol más que preponderante en estos intercambios comerciales, para ello se propone establecer contactos con otros mercados e identificar con precisión cuales son las normas a nivel nacional que se están exigiendo para embalar distintos productos de la canasta de frutas y verduras no solo para mayoristas sino y sobre todo en supermercados e hipermercados.

Cabe agregar la importancia de presentar las mercaderías fraccionadas y previamente preparadas para su presentación ante el consumidor.

Para ello lo expuesto es necesario una orientación por parte del Mercado Concentrador del Neuquén, en envasado y preparado de la mercadería, siendo este un factor importante en el incremento del valor agregado de la mercadería.

Si se compatibiliza la información de precios, los contactos comerciales y los envases, habría un interrogante: ¿cuánto se está produciendo en cada una de las localidades representadas en esta comisión, ¿y cuál sería su potencial productivo?.

San Patricio del Chañar explica que en la actualidad tiene un superficie cultivada aproximadamente de 6 has. (pequeños

productores) y habría 100 has. con posibilidad para producir con invernaderos.

Picún Leufú: explica su representante que el problema más significativo de su zona es la falta de agua, en la actualidad cuenta con 35 invernaderos y 5 has. con horticultura, lo más relevante es el cultivo de alfalfa y con posibilidad de 800 a 2400 has. para su desmonte, en el caso de solucionarse el tema de riego. Agrega que los pequeños productores se han agrupado en una Cooperativa donde le posibilitan las herramientas, maquinarias, la disponibilidad de tierras existe y mano de obra por lo tanto solo se dificulta la actividad agropecuaria por el tema del agua.

Plottier: Su representante dá un detalle más preciso diciendo que de un total de 6.958 has., se encuentran en producción 2374 has. de las cuales su distribución es la siguiente: 1800 has. frutihícola, 372 has, forestación, 92-91 has. para horticultura, en esta localidad uno de los problemas más importantes es el abandono que presentan chacras de la comuna, siendo esta un porcentaje significativo en el total de has. en producción.

Se solicita que a través de estas reuniones se trate a nivel legislativo provincial la posibilidad de establecer una legislación para evitar el deterioro de las tierras.

Bajada del Agrio: Tiene 350 has. bajo riego de este total 55 has. están cultivadas en producción hortícola.

Centenario: Tiene 2.900 has. destinadas a producción frutícola, 6 invernaderos y 50 has. destinadas a la horticultura, también padecen el problema de abandono de las chacras destinadas a la fruticultura, de estas podrían recuperarse un 30%, en total hay 1000 has. para la actividad frutihortícola.

Vista Alegre: Cuentan con 2000 has. bajo riego de las cuales 300 has. estan destinadas a la fruticultura, 8 invernaderos y un 60% en estado de abandono.

Sobre el tema cadena de pago: explican que ante la escasa producción con que cuentan comunidades del interior (Picún Leufú-Bajada del Agrio) se han agrupado en Asociaciones de Fomento Rural o Cooperativas para lograr realizar ferias comunales contando con el transporte municipal y evitando las inscripciones de cada uno de sus pequeños productores.

Además otras comunidades como Vista Alegre utilizan el mismo mecanismo, no así las zonas de producción más intensivas como lo son San Patricio del Chañar, Centenario y Plottier, sus productores colocan su mercadería en sus localidades y el resto a mayoristas por

esto es necesario un solo caudal de comercialización para centralizar su venta.

Además de estos temas se destacaron otros como la necesidad que tiene el mercado de contar con un acceso pavimentado el cual podría ser un atractivo para líneas de transporte públicos y poder realizar ferias de productores. Uno de los temas, luego de distintos comentarios llevados a cabo fue la necesidad de contar con una cobertura social para los pequeños productores es por ello que solicitan que a través del Mercado Concentrador del Neuquén se gestione con distintas obras sociales.

Comisión: Area Producción a cargo Ing. Agr. Mirta Benito

Municipios participantes:

Plottier, San Patricio del Chañar, Senillosa, Rincón de los Sauces, Picún Leufú, Centenario.

Financiamiento:

a) Mayoritariamente se planteó, la falta de recurso económico, como una limitante, para continuar desarrollando la actividad, se hace mención de algunas líneas de financiamiento, que no tuvieron el seguimiento y orientación comercial apropiado.

Se proponen líneas acorde a la dinámica de la actividad (ciclo biológico) tanto para insumos como para la compra de maquinaria o

herramientas menores, se reitera la necesidad de una mejor orientación en la comercialización, para vincular con mayor fuerza al sector productor.

b) Asesoramiento Técnico:

El asesoramiento existente para la dinámica de la actividad hortícola no está bien articulado, se ve reflejado en el manejo de los cultivos y las diferentes labores culturales, que afectan en los rendimientos como ejemplo se menciona la preparación del suelo, fertilización, riego, etc.

c) Capacitación.

Por ser producción de hortalizas una actividad dinámica e intensiva es imprescindible la capacitación de técnicos, y productores, que se deberá hacer por grupo de productores y en las diferentes zonas de la Provincia, tomando en cuenta sus características particulares, el Mercado debería capacitar en el embalaje y tipificación de los diferentes productos hortícolas.

d) Maquinarias.

El parque de maquinaria en general no es el adecuado, tiene mayor importancia según de la zona que se trate y al existir una gran diversidad de posibilidades por los diferentes cultivos, se sugiere

adecuar el uso de la maquinaria para actividades específicas: Ej. Motocultivadores, mochilas etc.

Se concluye recordando de las condiciones favorables que posee la Provincia (agua, energía, tierra, Mercado), pero para poner en actividad la producción hace falta financiamiento y capacitación.

Comisión: Organización de Productores.

Municipios Participantes: Picún Leufú, Rincón de los Sauces, San Patricio del Chañar, Centenario - A cargo Ing. Agr. Ricardo MENDEZ.

Se realiza un diagnóstico, de la organización de los productores, tanto a nivel: local, regional y Nacional, es contundente la estadística de fracasos y disgregación, por la escasa participación de los productores, pero a la fecha de acuerdo a la actividad y exigencias de la economía globalizada no queda más remedio que los productores se organicen para permanecer en el sistema, productivo.

Se hace mención a la desconfianza generalizada existente en diferentes ámbitos. Ej: Productores, técnicos, funcionarios, legisladores, que atentan a la organización salida de grupos de personas que puedan lograr un objetivo en conjunto.

En base al diagnóstico se propone:

a) Generar un ambiente de confianza a partir del trabajo coordinado entre el Mercado, productores, Municipios, Autoridades Provinciales, legisladores, técnicos, etc.

b) Mercado Concentrador como factor detonante.

Es oportuno, aprovechar la estructura de funcionamiento del Mercado para armar un esquema de organización de los productores en la fase de comercialización y de ser posible contar con un experto que brinde opinión de los pasos mas convenientes a seguir.

c) Capacitación.

En función de la experiencia y contactos mantenidos con la S.A.G.y.P. y principalmente con el área de integración vertical, es conveniente continuar con los talleres de capacitación incrementando su frecuencia y lugares de ejecución dentro de la Provincia (4 zonas).

d) Informar a la Dirección de Municipalidades.

Las actividades que viene desarrollando el Mercado con los diferentes Municipios, tiene mucha importancia ya que la actividad de las áreas rurales de los Municipios generan puestos de trabajo y pueden generar muchos más si se desea incrementar la producción de hortalizas a nivel provincial, por lo tanto es necesario informar a esta Dirección para que se nos tome en cuenta sobre algunos

requerimientos se designa para tal fin a miembros del municipio de Centenario y Rincón de los Sauces.

e) Mercosur.

La delegación de Picun Leufú, plantea el riesgo que corre toda la actividad frutihortícola si se concreta el ingreso de Chile al Mercosur sugiere agilizar la organización de los productores para garantizar un mínimo de competitividad.

f) Próxima reunión Picún Leufú.

Una manera de integrar a los productores de las diferentes localidades es la de rotar las reuniones de manera que también se pueda conocer las formas de producción local.

Evaluación de la Encuesta

Opinión de Productores de 13 Municipios

a) La información que poseen los productores de los diferentes municipios sobre el Mercado es **ESCASA**.

b) De las diversas opiniones que brindaron los productores para mejorar el funcionamiento del Mercado, se puede sintetizar lo siguiente:

1-Políticas de integración.

2-Alentar al consumidor, promoción de los productos locales.

3-Complementar información a través de los medios masivos de comunicación (T.V. Radio, Diarios)

4-Mejorar el acceso.

Feria Regional

En el Mercado Concentrador

El 100% de los productores estan interesados en participar de la feria.

MERCADO DE CONCENTRACION DEL NEUQUEN

CUESTIONARIO

SOBRE SITUACION DE LA PRODUCCION EN LA LOCALIDAD

1) Dificultades que inciden en:

a) La Producción.

b) La Comercialización.

c) La Organización de los Productores.

2) Que información conoce referente al Mercado de Concentración del Neuquén.

Ninguna: _____

Escasa: _____

Otras: _____

a) Que espera del Mercado Concentrador del Neuquén.

b) Estaría dispuesto a participar de una Feria Regional en el Mercado Concentrador del Neuquén.

Si _____

NO _____

INCENTIVAR

LINEA DE CREDITOS PARA LA ACTIVIDAD HORTICOLA

De la línea de créditos correspondiente a microemprendimientos C.F.I Provincia, Autoridades del Copade, decidieron brindar un mayor apoyo a la actividad hortícola provincial, siendo la primera vez que se orienta una línea de créditos a una actividad específica. Como es sabido la producción hortícola local no alcanza al 15% del consumo. Con el propósito, de incrementar el porcentaje de participación en los volúmenes comercializables, se coincidió en otorgar los créditos a solicitantes, que preferentemente tuvieran trayectoria, en la actividad hortícola y que sus ingresos mayoritariamente, provengan de la misma.

La necesidad de contar con un programa de capacitación para consolidar la línea de crédito, surge de la experiencia y resultados que muestran a las claras que el crédito o financiamiento cuando es utilizado para la innovación tecnológica, por si solo no es generalmente solución para los problemas de producción y comercialización.

Es por ello que en esta nueva etapa de la línea de crédito para la actividad hortícola de la provincia, es conveniente utilizar el crédito como **herramienta** para la **capacitación** y **organización** de los productores, entendemos que de cumplirse, las condiciones para

la devolución de los créditos mejorarán sensiblemente y el desarrollo del sector será más sólido y persistente en el tiempo.

Aprovechando los recursos humanos existentes a nivel provincial, se organizará un grupo (núcleo) de técnicos con perfil hortícola (no excluyente) o afin, que implemente este programa de capacitación que básicamente:

Logre mejorar y/o incrementar la calidad y rendimientos de los cultivos.

Posibilite condiciones más apropiadas para la comercialización.

Promueva una organización autosustentable que permita afrontar las exigencias en la actual realidad económica.

Las Areas a cubrir fueron:

Organización

Gestion Empresarial

Producción a Campo y Protegida

Comercialización

Microemprendimientos CFI - Provincia.
Listado de Solicitantes y Proyectos Evaluados con Desembolsos al 30-12-95

Nombre Productor	Localidad	Monto Crédito en US\$	Destino	Producción Estimada	Especie	Superficie
<u>Carreño, Oscar</u>	El Chañar	8.000	Compra tractor y enfardadora	500 fardos/ha. / año	Alfalfa	7 has.
<u>Hiroki, Susana</u>	Neuquén (Confluencia)	25.000	Infraestructura, forzado y otros	18.000 Kg/año endividas	Endividas	1.5 has a 5 has
<u>Carrasco, Mario</u>	Neuquén (Valentina)	8.000	Equipo de riego	60 tn. lechuga (3 cosechas) 50 tn. acelga (2 cosechas)	Lechuga	2 has.
<u>Trinidad, Domene A.</u>	Neuquén (Valentina)	8.000	Invernáculo y producción hortalizas	Tomate (10 tn) Tomate Campo (30 tn) Hort.hojas (40 tn.)	Tomate, apio, horta., hojas, varios	2.5 has.
<u>Tripiana, Daniel</u>	Neuquén (Valentina)	8.000	Invernáculo y Prod. hortalizas.	30 tn. cebolla 10 tn. tomate inv. 30 tn. tomate campo 30 tn. hor.hojas	Tomate, apio, hort.de hojas, cebolla.	2 has.
<u>Szarick, Rubén</u>	Senillosa	8.000	Aporcador y pulverizador e insumos.	30 tn. lechuga 40 tn. acelga	Lechuga Acelga	2 has.
<u>Ibañez, Oscar</u>	Senillosa	8.000	Herramientas y Tractor (usado)	20 tn/tomate 10 tn/miel	miel tomate	2 has.
<u>Muñiz, Guillermo</u>	Senillosa	15.000	Tractor y herramientas	60 tn./año	Lechuga, tomate, zapallo.	2 ½ has.
<u>Moya, Mario</u>	China Muerta	25.000	Maquinarias (tractor y herramientas e insumos. Emparejar (4 has.)	150.000 mazorcas/año de choclo.	Maíz, dulce.	5 has.
<u>Pacheco, Oscar</u>	Senillosa	10.000	Pulverizadora/ Rastras de disco	30 tn./tomate 24 tn/Zapallo Ver. hoja 30 tn	Tomate, zapallo, acelga.	3 has.
<u>Lezcano, Isabel</u>	Senillosa	8.000	Invernáculo (500 m2) Equipo riego y calef.	10 tn./tomate y acelga	Tomate, maíz dulce, acelga etc.	2 has.
<u>Parada, Eloy</u>	Senillosa	8.000	Invernáculo (700 m2)	10 tn./año-Acelga 5 tn/Alfalfa	Lechuga,acelga,tomate ,alfalfa	2 ½ has.

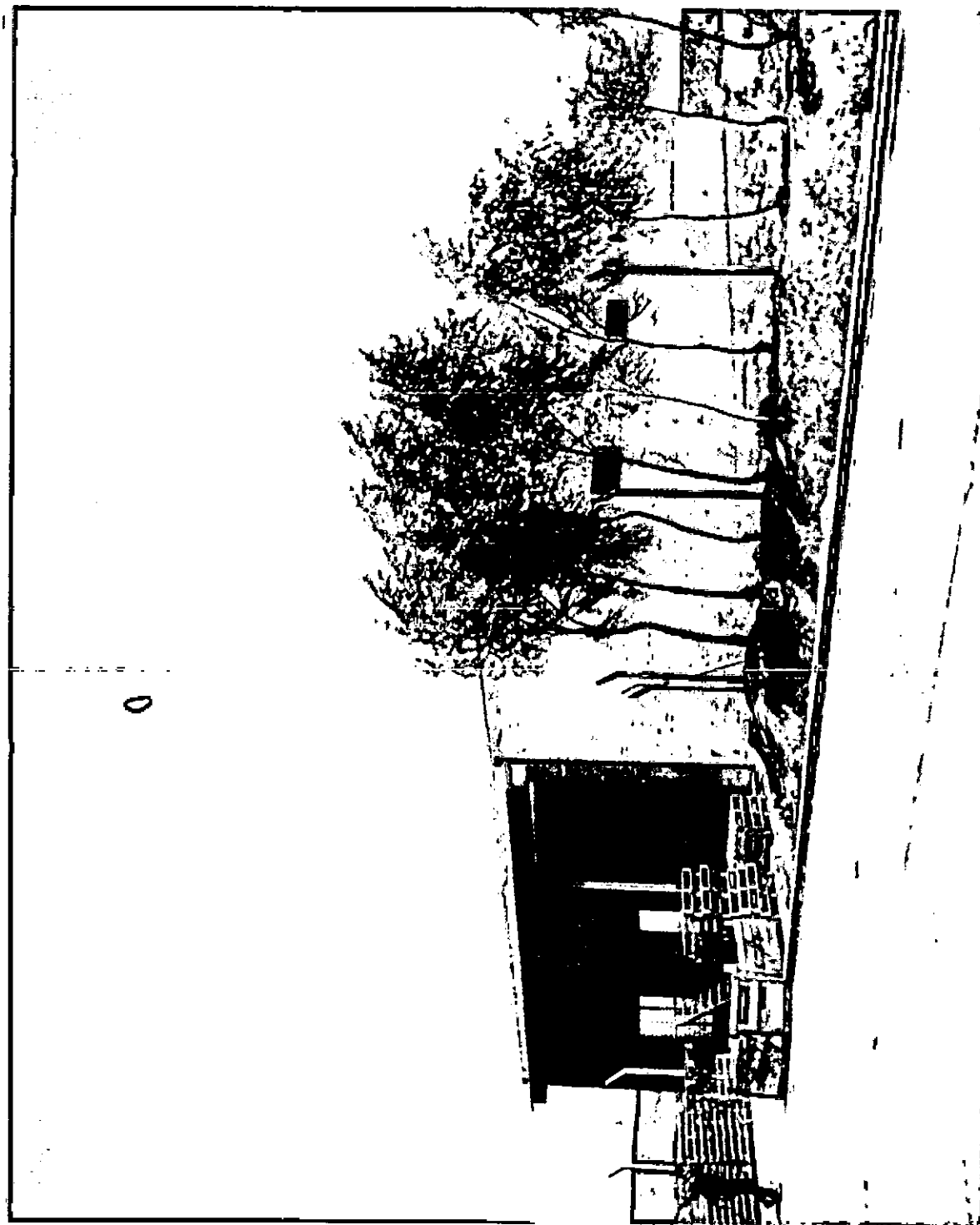
Rodriguez, Carlos	Rincón de los Sauces	24.000	Invernáculo (1.000 m2)	30 tn./año	tomate y hort.de hojas.	1 ½ has.
Montiel-Pujo	Plotier	25.000	Maquinarias y herramientas. Invernáculo (1.000m2)	100 tn./año	lechuga,acelga,zapallo , tomate.	10 has.
Molina, Pedro	Pottier	8.000	Invernáculo (1.000m2)	50 tn./año	tomate, apio, hort.a campo	3 has.
Welgos, Rosa	Centenario	8.000	Invernáculo (200 m2) Pulverizadora/Mochila	20 tn. (melón) 20 tn. (zapallo)	Zapallo, melón y plantines de tomates y flor frutillas.	2 has.
Liberatore	Añelo	8.000	Invernáculo (700 m2)	15 tn. (inv) 30 tn. (tomate)	Tomate, acelga y tomate de campo	1 a ½ has.
Rosales, Mario	Añelo	8.000	Invernáculo (700m2)	15 tn.(inv.) 40 tn. (cebolla y tomate)	Tomate y cebolla	1 a 2 has.
Lonac, Rafael	Centenario	8.000	Bomba Equipo riego	100 tn/año	Tomate, verdura hoja, zapallo, etc.)	3 has.
Prieto, Ruben	Chos Malal	18.000	Invernáculo-riego tecnif-motocultivador	50 tn./hort.año	Tomate, lechuga	2 has.
Lefoll, Nicolas	Chos Malal	8.000	Motocult. y Mochila Insumos	30 tn./tomate, 100 tn./zapallo	Tomate y Zapallo	4 has.
Videau, Luis	Chos Malal	8.000	Invernáculo 840 m2	40 tn/ha. tomate, pirri, ento, arveja	Tomate, pimiento, verdeo.	2 has.
Barahona, Ciro	Chos Malal	4.000	Motocultivadora Motosierra Herramienta varias	40 tn. /a 50 tn./hort.	Tomate, arvejas, papa, maiz dulce.	2 has.
Henriquez, Sergio	Chos Malal	8.000	Invernáculo y hort.	Tomate, Primicia	Hortal. varias	10 has.
Zapata	Picún Leufú					
Cofré	Picún Leufú	8.000	Tractor usado	3.000 fardos alfalfa	Alfalfa	6 has.
Martin Héctor	Picún Leufú	8.000	Tractor (usado)	2.000 fardos alfalfa 11 tn. /ha	Alfalfa Prod. Invernáculo	5 has.
Caramillo	Picún Leufú	15.000	Cancelar pago tractor	1.900 fard alfalfa 30tn./hort.	Alfalfa y hort. de hojas	4 ½ has.
Von Puttkaner, Oscar	San Martín	25.000	Equipo de riego Plant. frutilla	12.000 Kg/frutilla	Frutilla y hort. varias	1 ha. frutilla 3 has. hort.

<u>Carnaghi</u>	San Martín	25.000	compra de un bote rigiendo para excursiones.			Turismo excursión	
Tretriack	Bajada del Agrio	8.000	Bomba y cables y cort. de pasto		1.000 Alfalfa 80 tn./año	Alfalfa/tomate	4 has.
Alvarez	Bajada del Agrio	8.000	Estruc. para cria de pollo.		3.000 Kg. de pollo y tomate 13 tn.	Tomate y pollo.	1 ½ ha.
Chiaurez	Bajada del Agrio	8.000	Rastra Disco. Cortadora de past y enfardadora.		1.000 fardo alfalfa 38 tn./tomate	Alfalfa y tomate para industria.	3 has.
Maquillan	Bajada del Agrio	8.000	Bomba y estructura invernáculo.		500 fardos alfalfa 40 tn./tomate	Tomate y verdura hoja Alfalfa	2 ½ has.
Altamirano	Bajada del Agrio	8.000	Tractor usado		1.000 fardos alfalfa 40 tn./tomate	Alfalfa y tomate	3 ½ has.
Sandoval	Bajada del Agrio	8.000	Rastra disco. Cortadora de pasto		1.700 fardo pasto. 20 tn./tomate	Alfalfa Tomate	3 ½ has.
Vivanco							
Qcña	El Chafar	8.000	Insumos para la actividad		6.000 fardos alfalfa	alfalfa	20 has.
Comelli	El Chafar	25.000	Herramientas y enfardadora		10.000 fardos a 90.000 fardos	Alfalfa 10.000 tn.	50 has.
Cortes	Senillosa	8.000	Invernáculo y prod. a campo.		10 tn/Tomate y de campo	tomate, acelga y lechuga.	1 ½ has.
Barbuzza, Juan Carlos	Centenario	20.657	Muebles y utiles			Pollos trozados y preparados.	
Del Gil	Picún Leufú						

Nota: Los subrayados son créditos desembolsados al 30-12-95.

MERCADO DE CONCENTRACION DEL NEUQUEN

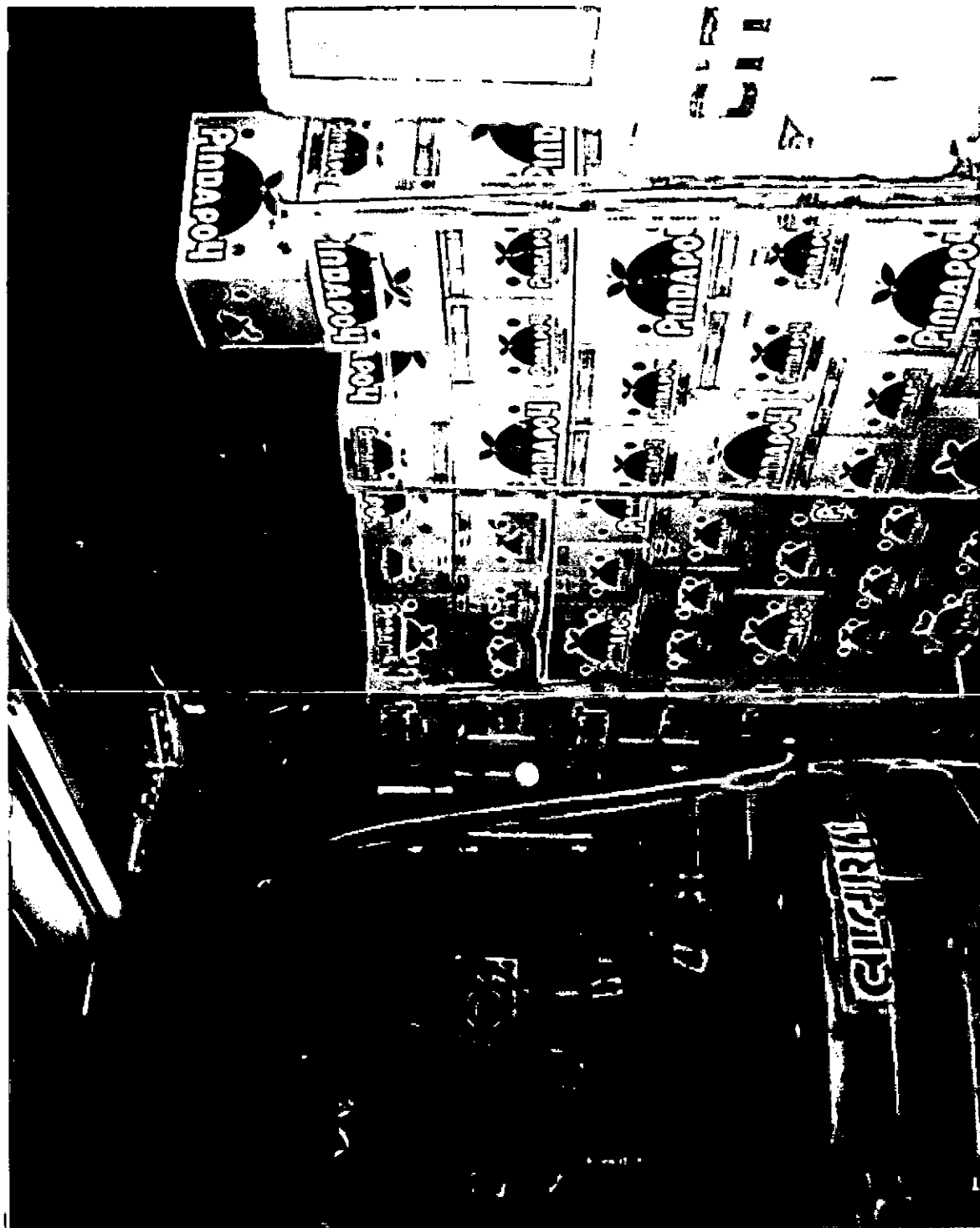
CAMARA FRIGORIFICA



VISTA EXTERNA DE LA CAMARA , SECTOR DE USO PARA PRODUCTORES

MERCADO DE CONCENTRACION DEL NEUQUEN

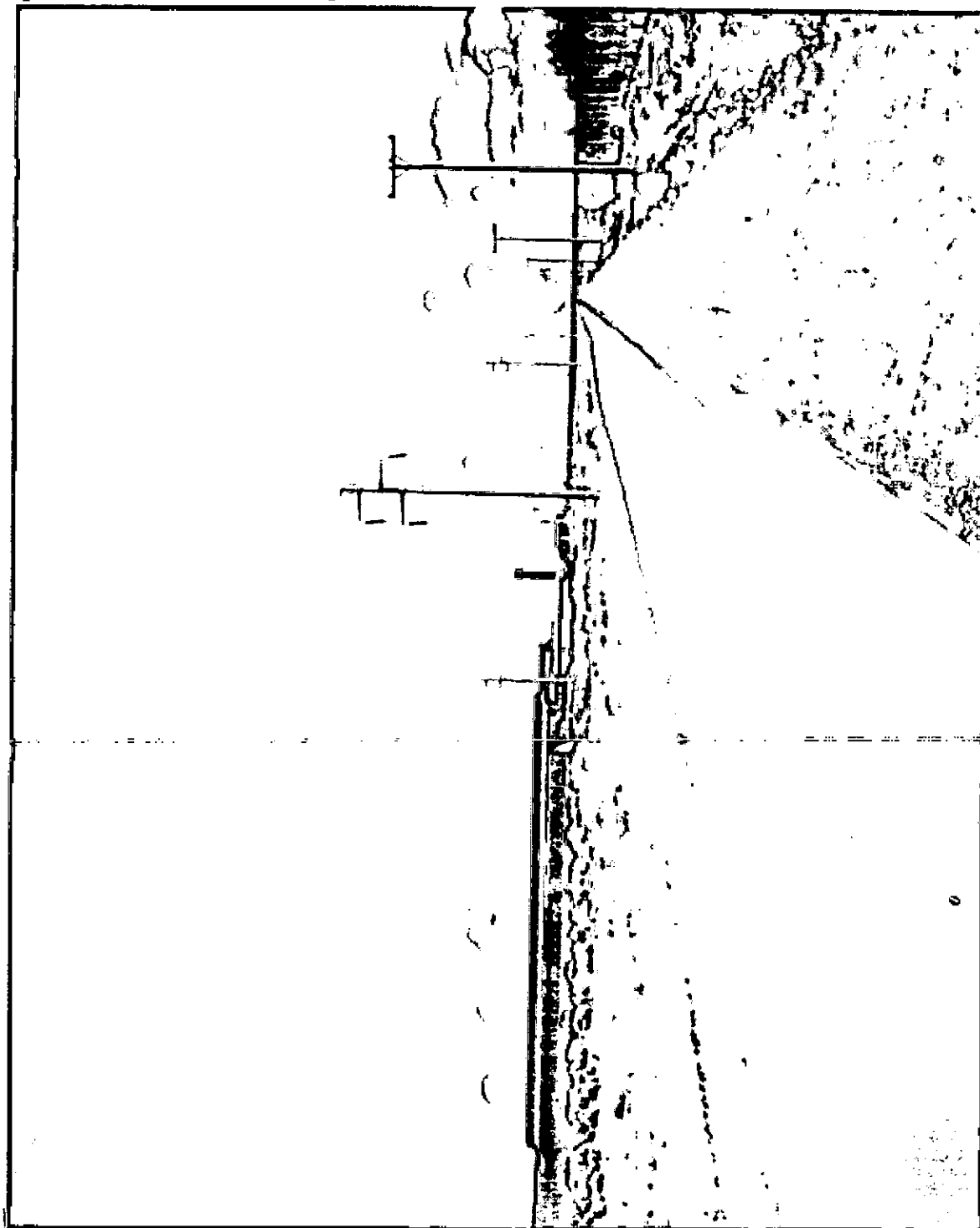
CAMARA FRIGORIFICA



VISTA INTERIOR
CAPACIDAD 16.000 BULTOS

MERCADO DE CONCENTRACION DEL NEUQUEN

ACCESO ASFALTADO



VINCULACION CON LA RUTA PROV. Nº 7

0331.

DECRETO N° _____/95.-
NEUQUEN, 8 de MARZO de 1995.-

VISTO:

La Ley 1771/88 del 29 de Septiembre de 1988; y

CONSIDERANDO:

Que resulta necesario estimular el ordenamiento de la actividad de comercialización de productos frutihortícolas;

Que ello condice con el mejoramiento de las condiciones sanitarias y con la calidad de los productos ofrecidos a los consumidores;

Que el tipo de actividad hace aconsejable alentar su instalación en los lugares especialmente acondicionados al efecto, para evitar la superposición de la actividad;

Que la instalación del Mercado de Concentración de Productos Frutihortícolas en el ejido municipal de la ciudad de Centenario está destinada a satisfacer los objetivos precedentes;

Que para facilitar la adecuación de los operadores de la actividad a las nuevas modalidades de su realización planteadas por el Mercado construido, es oportuno implementar acciones de orden tributario;

Que la Ley N° 1771/88 faculta al Poder Ejecutivo a otorgar exención impositiva a quienes coloquen sus productos en el Mercado de Concentración de Productos Frutihortícolas;

POR ELLO:

EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DEL NEUQUEN

D E C R E T A :

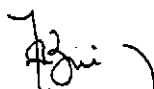
ARTICULO 1°: EXIMIR a partir del 01 de Enero de 1.995 del pago del impuesto a los Ingresos Brutos, del Impuesto de Sellos, y de aquellos que en el futuro los sustituyan, a los operadores en todas sus categorías, del Mercado de Concentración de Productos Frutihortícolas del Neuquén.

ARTICULO 2°: Para hacerse acreedores de la exención, los beneficiarios deberán acreditar encontrarse al día ó haber regularizado el pago de estas obligaciones tributarias hasta la fecha, así como de las deudas y cargos que por cualquier concepto sea acreedora la sociedad Mercado de Concentración del Neuquén Sociedad Anónima.

ARTICULO 3°: El presente Decreto será refrendado por el Señor Ministro de Hacienda, Obras y Servicios Públicos.

ARTICULO 4°: REGISTRESE, comuníquese, dése al Boletín Oficial y cumplido, ARCHIVESE.

ES COPIA


ING. JOSE R. ORULLO
Subsecretario de Hacienda y Energía
Secretaría de Estado del Caudal y Energía



FDO) SOBISCH
FUENTE

ACORDAR

VINCULAR Y COLABORACIONES

SISTEMA DE INFORMACION FRUTIHORTICOLA M.C.B.A.

Mercados Mayoristas Frutihortícolas Nacionales del Mercosur, Entidades y Organismos vinculados a la temática sectorial.

Ing. Alvaro Villegas.

De acuerdo a lo conversado le envío una breve nota descriptiva sobre el esquema de funcionamiento del Sistema Información Frutihortícola, desarrollado con el objetivo de integrar datos de los principales Mercados Mayoristas Frutihortícolas nacionales y del Mercosur, así como de entidades y organismos vinculados a la temática sectorial.

Para acceder al Sistema deberá disponer de un modem, una computadora y una línea telefónica no dedicada, pudiendo acceder en alguna de las siguientes categorías de usuarios:

- a) Usuario normal (productores, mayoristas, exportadores, importadores, etc.) que acceden a las distintas áreas para extraer información, intercambiar mensajes privados con otros usuarios o a los distintos Mercados y/o Instituciones que integran el Sistema o utilizar los foros para dejar mensajes públicos, pagando una tarifa mensual mínima, con un límite de tiempo diario.
- b) Integrante del Sistema (Mercados o Instituciones sectoriales), co-administrando un área específica bajo su exclusividad

responsabilidad, que consta de un foro de consulta, una biblioteca electrónica, un listado de autoridades y una reseña institucional.

Es responsabilidad del Co-administrador el aportar en forma regular información dentro de su respectiva area, ya sea incluyendo estadísticas de precios y/o volúmenes, comentarios de la plaza, o bien noticias o reseñas documentales atinentes a la temática sectorial.

Los Co-administradores no pagarán ningún tipo de arancel o tarifa, como tampoco tendrán límites de tiempo en la utilización del Sistema, con la obligación de mantener actualizada su información y de atender las eventuales consultas que puedan realizar los distintos usuarios.

En el caso de que se optara por se Co-administrador, el Mercado o Institución deberá firmar un Convenio con la Corporación del Mercado Central de Bs. As.

Si bien el Sistema permite la consulta directa de información se ha orientado a favorecer la transferencia de archivos, por resultar un procedimiento más oportuno y económico. De esta manera:

-una vez que se conocen los contenidos de los diferentes archivos, mediante una breve comunicación telefónica el Usuario común sólo necesita:

-ingresar a la Biblioteca Electrónica de un determinado Integrante,

-marcar el/los archivos de su interés.

-copiar el/los archivos marcados, siguiendo las instrucciones que obran al pie de la pantalla;

-El Co-Administrador define los distintos archivos que integrarán su propia Biblioteca Electrónica, procediendo a su actualización periódica y transfiriendo la información actualizada por un procedimiento similar al anterior.

Ing. Héctor Rauch

(Mercado Central Buenos Aires).

PRENO

Objetivos:

- a) Capacitar al personal para la fabricación de envases artesanales.
- b) Satisfacer la demanda de mayoristas y productores.
- c) Buscar, generar fuentes de trabajo vinculada a la producción local.

Evaluación:

De acuerdo a los parámetros del preno se cumplieron los objetivos.

Proyecto Fruti-hortícola para desocupados del Neuquén.

U.N.C. PRENO N° 187.

Subproyecto: Envases Artesanales, Neuquén.

Coordinador: Alvaro Villegas.

Lugar de Trabajo: Mercado Concentrador de Neuquén, al final de la Nave Izquierda.

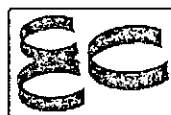
Horario: Lunes a Viernes de 8 a 12 hs.

Nombre	Documento	Municipio
Guajardo, Fabián	21.750.115	Neuquén
Parada, Leonel Gustavo	23.872.287	Neuquén
Cerda Perez, Fredie	92.864.148	Neuquén
Nacimiento, Claudio	24.544.767	Neuquén
Zuñiga, Jesús Rolando	24.109.759	Neuquén
Cullique, Luis Fabián	25.067.734	Neuquén
Rodriguez, Daniel	20.793.338	Neuquén
Quiroga, Lucio	11.297.045	Neuquén
Betancur, Miguel Alberto	20.606.046	Neuquén
Hernández, René Agustín	24.109.878	Neuquén
Sandoval Sanhueza, José	18.646.661	Neuquén
Riale, Juan Carlos	17.140.841	Neuquén
Carrasco, Oscar David	21.974.929	Neuquén
Nieto, Luis Alberto	16.801.430	Neuquén

**ENCUESTA SOBRE
IMPACTO AMBIENTAL
EN ZONAS URBANAS
Neuquén Capital**

Mayo de 1995

DIRECCION PROVINCIAL DE ESTADISTICA
CENSOS Y DOCUMENTACION
Provincia del Neuquén



Convenio

Mercado Concentrador "José Enriquez" Centenario

Dirección Provincial de Estadística, Censos y Documentación

ENCUESTA SOBRE IMPACTO AMBIENTAL EN ZONAS URBANAS NEUQUEN CAPITAL INFORME FINAL

La presente investigación fue llevada a cabo por la Dirección Provincial de Estadística, Censos y Documentación en virtud al convenio celebrado a tal efecto con el Mercado Concentrador de Centenario y tiene por objeto medir el impacto ambiental producido por la existencia de locales mayoristas de frutas y verduras en zonas urbanas de Neuquén (Capital).

El relevamiento se realizó utilizando la técnica de barrido de área, en una zona previamente determinada y abarcativa de la posible área de influencia de estos locales mayoristas (Mapa N°1).

En el Mapa N° 2 puede observarse la localización actual de los depósitos mayoristas de frutas y verduras indicados con círculos negros. Asimismo se han delimitado (en color rojo), las áreas en las cuales deberían ubicarse dichos locales de acuerdo a la zonificación establecida por el municipio de la ciudad de Neuquén.

A causa de la falta de coincidencia entre el área teórica definida, con respecto a la existente, se hizo necesario conocer en qué medida, la presencia cercana de estos depósitos afecta el normal desenvolvimiento de las actividades, ya sea de los residentes en viviendas o de los ocupantes de locales, dentro del área donde se han establecido estas unidades económicas.

Fueron encuestados, entonces, todas las viviendas y locales económicos asentados en ella. En el caso de edificios de departamento ó inquilinatos se encuestó sólo la 1er. vivienda que se encontraba y en los casos de locales cuyos propietarios residían arriba, atrás o al lado del mismo, no se realizó la 2da. entrevista pero se replicó la información obtenida en la 1ra. de ellas.

Para la captura de la información se utilizó un formulario precodificado, y ordenado secuencialmente que facilitó por un lado, la obtención de las respuestas y por el otro su administración por los encuestadores, quienes sólo debían hacer marcas en los casilleros correspondientes (Anexo 1). Consecuentemente todo ello agilizó, también, el proceso de carga y consistencia de la información.

Fueron empadronados 1557 unidades de las cuales 1179 respondieron la encuesta. De los 378 casos restantes correspondieron a Rechazos 17,2%, Ausencias 36,5% y el 46,3% restante a locales y viviendas desocupadas al momento del relevamiento. De las unidades entrevistadas el 63,6% correspondió a viviendas y el 36,4% restante a locales.

Con respecto al régimen de tenencia de la unidad encuestada, el 54,8% declaró ser Propietario, el 40,2% Inquilino, el 3,9% pertenecer a Otros Régimenes (ocupante gratuito, sucesión, ocupante por relación de dependencia) y el 1,1% correspondió a Desconocido (No Sabe/No Responde).

Del total de respuestas obtenidas el 10,8% contestó que la proximidad a su vivienda de un Depósito Mayorista le ocasionaba molestias, de las cuales la mayor frecuencia se observó en el ítem "Dificultades en la Circulación", siguiendo en orden de importancia, "Desechos en la Vía Pública", "Falta de Higiene", "Ruidos Molestos", "Olores Desagradables", "Presencia de Insectos", "Presencia de Roedores" y "Otros".

La intensidad de molestias, medida como la cantidad de respuestas afirmativas a la pregunta: "¿La proximidad de un depósito mayorista le ocasiona molestias?", en relación al total de respuestas por manzana, se representó en el Mapa N°3. Dicha intensidad se desagregó en cinco niveles que oscilan entre 0 y 41,18%.

Cabe aclarar que los análisis se efectuaron considerando como universo las entrevistas realizadas (1.179 casos).

En relación a los horarios de carga y descarga el 11,3% de los entrevistados, los consideró inadecuados, el 41,0% manifestó no tener conocimiento al respecto.

A la pregunta sobre si la proximidad de un Depósito Mayorista a la unidad encuestada, afectaba la seguridad de la misma, el 12,0% contestó afirmativamente, de los cuales el 20,6 % declaró además, haber sido importunado física o moralmente en alguna oportunidad.

Con respecto a la presentación de denuncias por parte de los encuestados debidas a las molestias mencionadas anteriormente, el porcentaje de las respuestas afirmativas no alcanzó el 1% .

A efectos de profundizar el análisis y poder conocer la existencia de situaciones diferenciales se referenciaron los datos según las tres siguientes variables:

- 1) Uso del Inmueble: local ó vivienda.
- 2) Régimen de tenencia: propietario ó inquilino.
- 3) Espacio Geográfico: área total de influencia, BANDA I y BANDA II.

Considerando como variable de análisis el **uso del inmueble** (local ó vivienda), los encuestados en viviendas demostraron mayor descontento ante la cercanía de este tipo de depósitos en comparación a los entrevistados en locales.

En efecto, el porcentaje de respuestas afirmativas en este sentido para el primer caso, duplica en general, las del segundo grupo.

En las tres primeras preguntas referente a molestias, horario de carga y descarga inadecuados, e inseguridad provocada por los depósitos, el porcentaje de respuestas de los locales fue algo superior al 7%, en cambio en las respuestas correspondientes a las viviendas, estos porcentajes casi se duplicaron, alcanzando un 13,6% en promedio.

Este comportamiento se repitió en las preguntas, referidas a incidentes sufridos (3,2% viviendas y 1,2% locales) y denuncias efectuadas a causa de los mismos (1,1% viviendas y 0,2% locales).

Clasificando las respuestas de acuerdo al **régimen de tenencia** de la unidad encuestada, se observó que el 12,2% de los propietarios consideraba que la proximidad de estos depósitos le ocasionaba molestias en tanto que en el caso de los inquilinos el porcentaje resultó menor (9,9%).

Los horarios de carga y descarga también fueron considerados inadecuados en mayor proporción por los propietarios (12,4%) que por los inquilinos (11,0%).

Aproximadamente, tanto el 12% de propietarios como de inquilinos manifestó que la proximidad a su vivienda de este tipo de locales afectaba su seguridad, habiendo sufrido incidentes provocados por personas vinculadas a los depósitos mayoristas de frutas entre un 2 y un 3% de ellos .

Si bien el porcentaje de denuncias presentadas es muy bajo, estas fueron realizadas en su mayoría por los propietarios de las unidades encuestadas.

Por otra parte y como se mencionara anteriormente, se determinaron 2 espacios geográficos de análisis más pequeños que se denominaron BANDA I y BANDA II respectivamente.

El primero (Banda I) abarcaba los sectores definidos por el lado de la manzana en la que se encontraba el local mayorista y también el lado de enfrente.(Mapa N° 4)

El segundo (Banda II) comprendía los sectores definidos por las manzanas completas que contenían su vez la BANDA I.(Mapa N°5)

De la clasificación de los casos por Bandas, 88 respuestas correspondieron a la Banda I y 482 a la Banda II.

Ante la pregunta sobre si la proximidad a su vivienda de un depósito mayorista, le ocasionaba molestias, el 18,2% de los casos entrevistados en la BANDA I respondió afirmativamente en tanto que, ampliando el espacio de análisis a la BANDA II dicho porcentaje fue del 12,7%.

Tanto en la BANDA I como en la BANDA II, el sector 6 presentó la mayor frecuencia de respuestas afirmativas ante la pregunta mencionada, (41,7% y 42,9% respectivamente).

Con referencia a los horarios de carga y descarga de los 88 casos concentrados en la BANDA I, el 19,3% los consideró inadecuados, mientras en los 482 incluidos en la BANDA II el porcentaje alcanzó un 12,9%, manifestandose en mayor descontento en el sector 5 en ambas bandas.

La seguridad de los encuestados y los incidentes sufridos a causa de la proximidad de depósitos mayoristas, muestran incidencias similares entre las bandas, del orden del 10% y 5% para la primera y segunda variable respectivamente.

Los entrevistados que respondieron haber realizado alguna denuncia por inconvenientes o molestias relacionados con este tema, representaron un 4,6% del total de casos de la BANDA I y un 1,7% de los de la BANDA II.

Comparando los resultados obtenidos en cada una de ellas se observa que en general no se producen grandes diferencias en las respuestas obtenidas para los dos espacios geográficos de análisis. Cabe destacar que del total de entrevistas realizadas en los lados de manzana en las que está ubicado un depósito mayorista y los lados de enfrente al mismo (BANDA I) la manifestación de inconvenientes producidos por estos locales supera en un 35% a los registrados en la BANDA II. Esta situación se repite ante la pregunta sobre realización de denuncias, en la que la diferencia asciende al 176% según datos expuestos en el párrafo anterior.

Consideraciones Finales:

La diferenciación de las respuestas obtenidas de acuerdo a las variables consideradas (uso del inmueble, régimen de tenencia, espacio geográfico) permitió observar que al referenciar los datos al uso del inmueble se acentuaba la diferencia en las respuestas según se tratase de encuestados en viviendas ó en locales. Los primeros manifestaron en mayor proporción sentirse afectados por la proximidad de un depósito mayorista.

En todas las preguntas, el porcentaje de respuestas adversas captadas en locales fue duplicado por aquellas obtenidas en viviendas.

No se observaron, en general, diferencias significativas en las respuestas brindadas por propietarios e inquilinos, al referenciar los datos a la variable régimen de tenencia.

La mayor disparidad se presentó ante la consulta sobre molestias ocasionadas por la presencia de estos depósitos: 12,2% propietarios y 9,9% inquilinos.

De acuerdo al espacio geográfico considerado para el análisis, los resultados obtenidos demostraron que al reducir progresivamente el mismo, el porcentaje de respuestas contrarias a la presencia de estos locales, se incrementaba.

Este comportamiento se verificó al analizar los porcentajes de respuestas afirmativas ante la pregunta sobre molestias ocasionadas por los locales en cuestión:

- Area total de influencia	10,8%
- Banda II	12,7%
- Banda I	18,2%

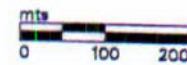
MAPAS

Mapa N° 1: Encuesta sobre Impacto Ambiental en Zonas Urbanas
 Área total de Influencia de los Depositos Mayoristas

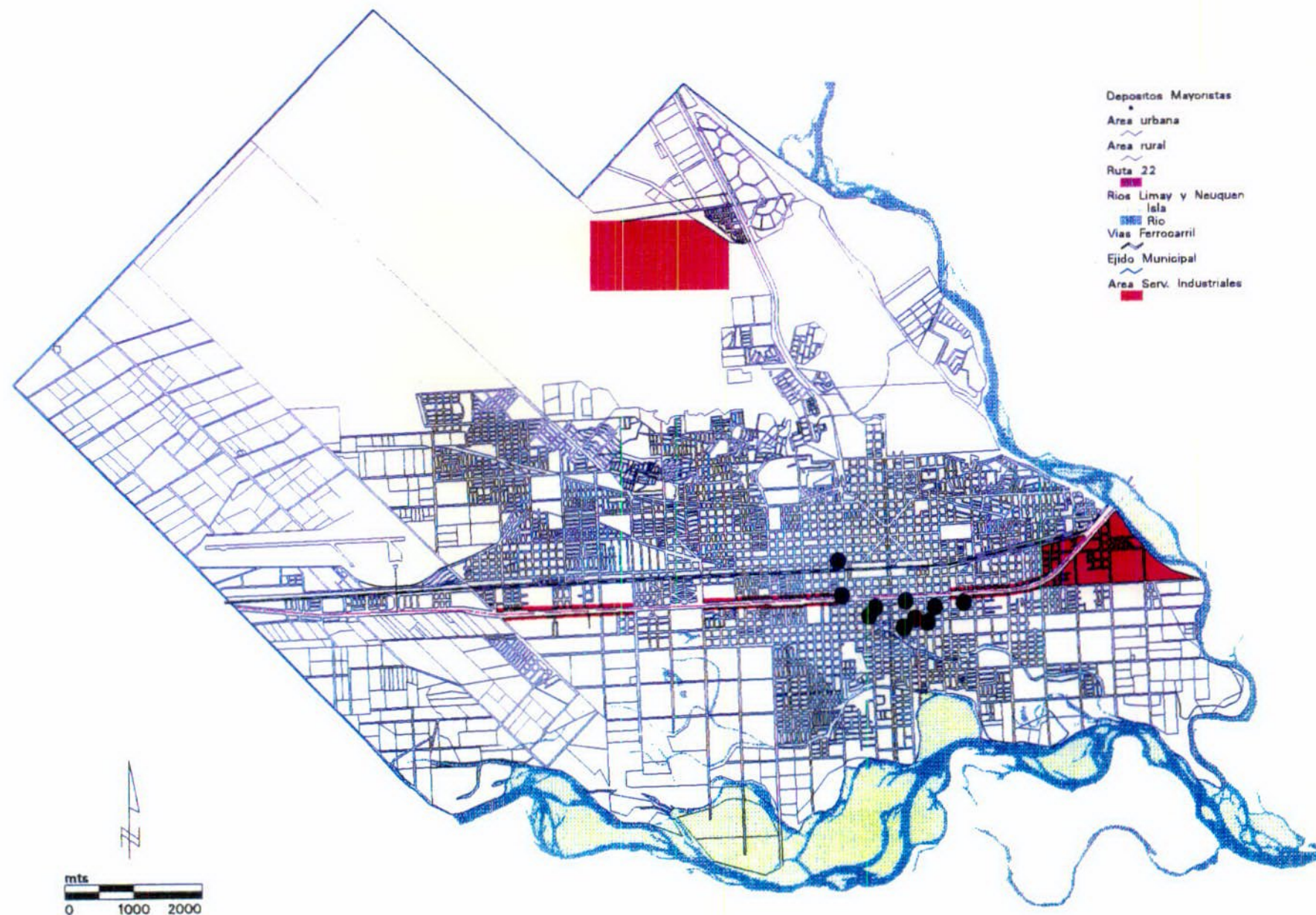
- Depositos Mayoristas
- Manzanas
- Ruta 22
- Vías Ferroviarias
- Fraciones CEN 91
- Redes CEN 91
- Área de estudio



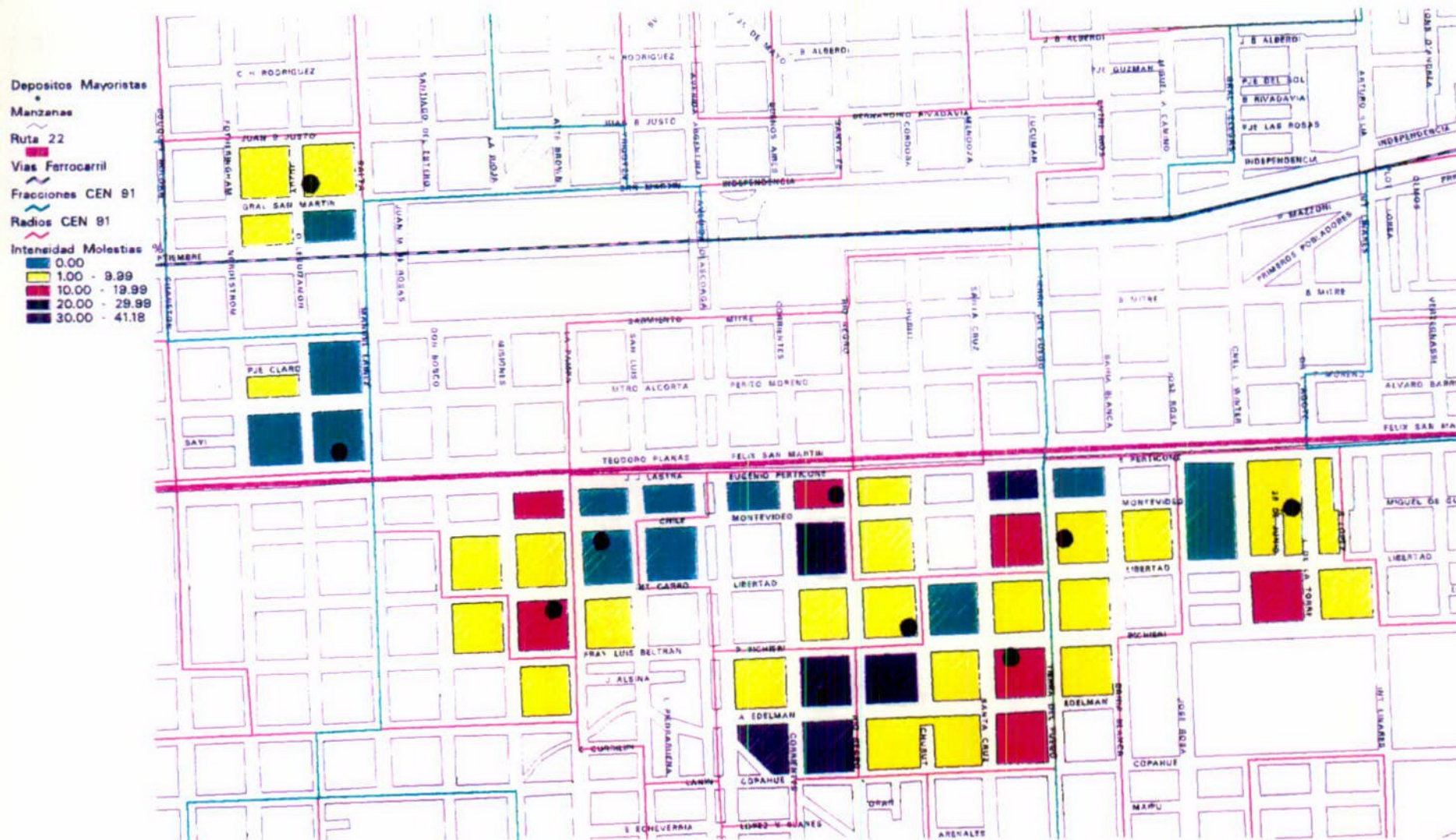
DIRECCION PROVINCIAL DE ESTADISTICA, CENSOS Y DOCUMENTACION
 PROVINCIA DEL NEUQUEN - 12/06/95



Mapa N° 2: Areas de Localizacion de Depositos Mayoristas



Mapa N° 3: Intensidad de molestias

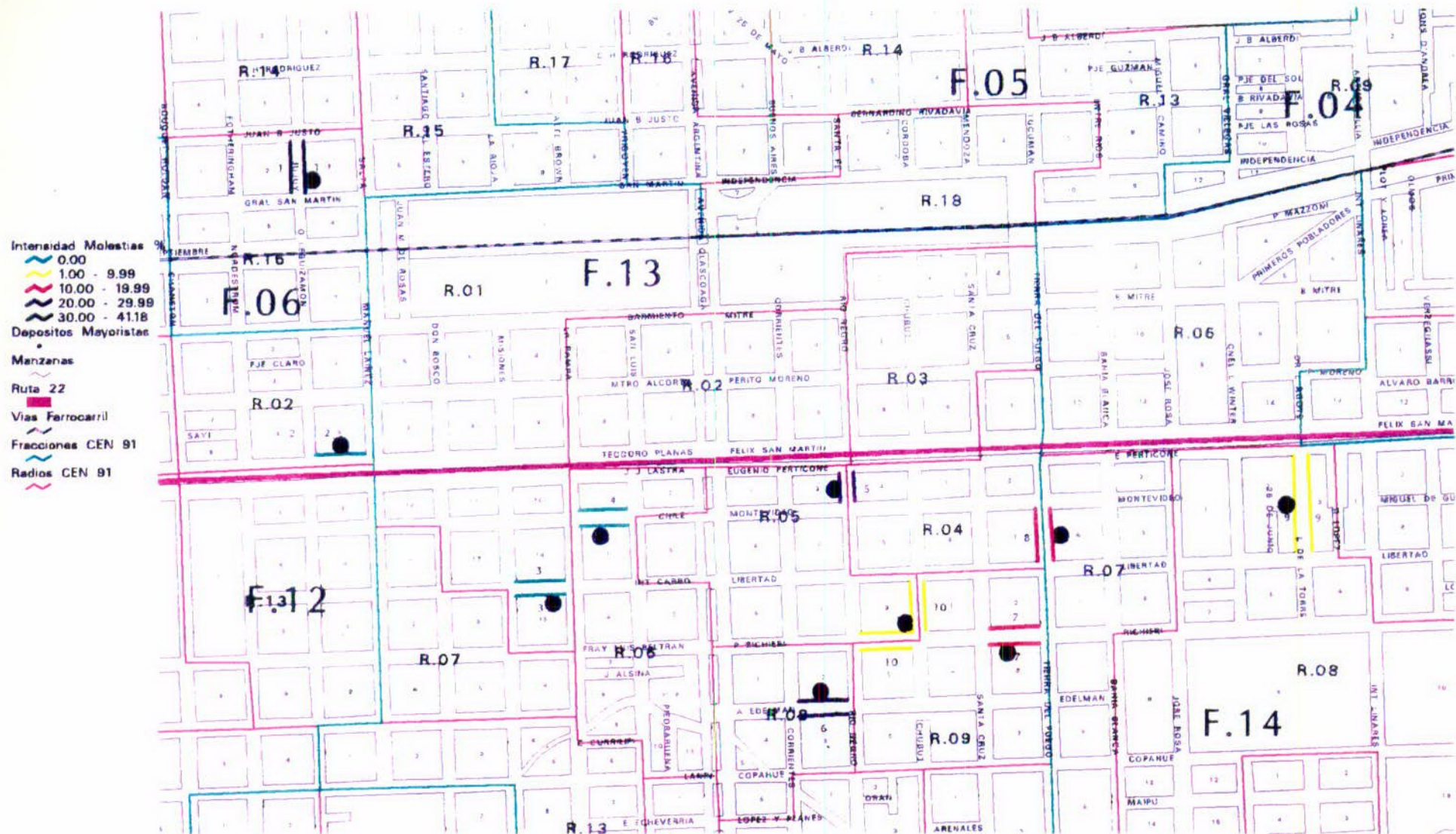


DIRECCION PROVINCIAL DE ESTADISTICA, CENSOS Y DOCUMENTACION
 PROVINCIA DEL NEUQUEN - 12/06/95

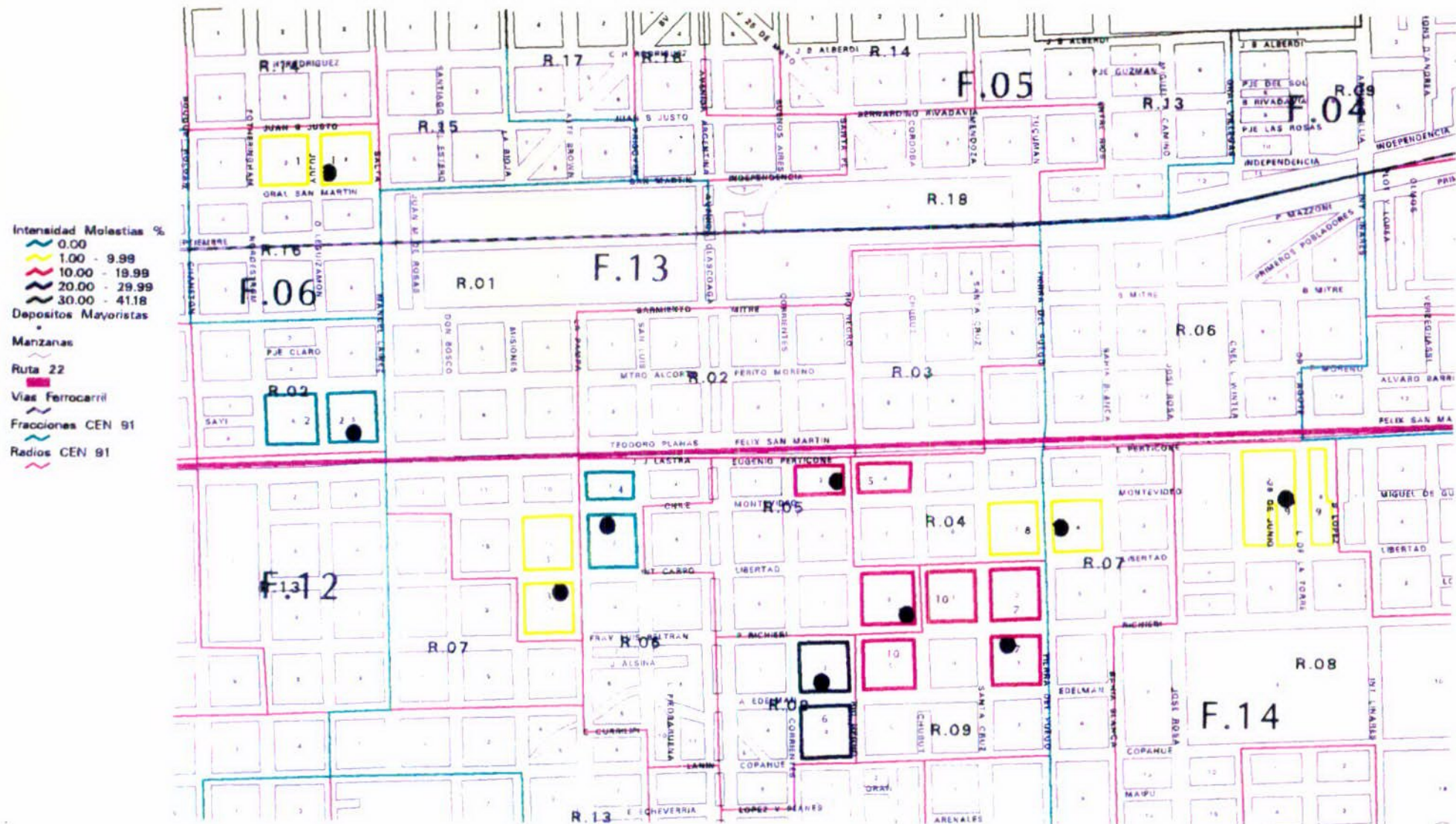
mts
 0 100 200



Mapa N° 4: Encuesta sobre Impacto Ambiental en Zonas Urbanas - Banda I



Mapa N° 5: Encuesta sobre Impacto Ambiental en Zonas Urbanas - Banda II



CUADROS

ENCUESTA SOBRE IMPACTO AMBIENTAL EN ZONAS URBANAS - Neuquén Capital

1 - Resultados Generales

Total	1557	Régimen de Tenencia			
		Propietarios	Inquilino	Otros	NS/NR
Entrevista realizada	1179	646	474	46	13
Vivienda	750	470	244	29	7
Local	428	176	230	17	5
NS/NR	1				1
Entrevista no realizada	378				
Rechazo	65				
Sin ocupantes	175				
Ausencias	138				

ENCUESTA SOBRE IMPACTO AMBIENTAL EN ZONAS URBANAS - Neuquen Capital

2. Uso del Inmueble

2.1 Molestias ocasionadas por la proximidad de un depósito mayorista

Uso del Inmueble	Total	%	No ocasiona molestias	%	Ocasiona molestias	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	1.030	66,15	127	8,16	22	1,41
Vivienda	750	48,17	641	85,47	97	12,93	12	1,60
Local	428	27,49	389	90,89	30	7,01	9	2,10
Ns/Nc	1	0,06	0	0,00	0	0,00	1	100,00
Entrevista realizada	1.179	100,00	1.030	87,36	127	10,77	22	1,87
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

2.2 Horarios de carga y descarga

Uso del Inmueble	Total	%	Adecuados	%	Inadecuados	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	562	36,10	133	8,54	484	31,09
Vivienda	750	48,17	347	46,27	401	13,47	302	40,27
Local	428	27,49	215	50,23	32	7,48	181	42,29
Ns/Nc	1	0,06	0	0,00	0	0,00	1	100,00
Entrevista realizada	1.179	100,00	562	47,67	133	11,28	484	41,05
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

2.3 Seguridad afectada por la proximidad de un depósito mayorista

Uso del Inmueble	Total	%	Afectada	%	No afectada	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	141	9,06	1.017	65,32	21	1,35
Vivienda	750	48,17	107	14,27	632	84,27	11	1,47
Local	428	27,49	34	7,94	385	89,95	9	2,10
Ns/Nc	1	0,06	0	0,00	0	0,00	1	100,00
Entrevista realizada	1.179	100,00	141	11,96	1.017	86,26	21	1,78
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

2.4 Afectados por incidentes provocados por personas relacionadas con los depósitos

Uso del Inmueble	Total	%	Afectado	%	No afectado	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	29	1,86	1.128	72,45	22	1,41
Vivienda	750	48,17	24	3,20	714	95,20	12	1,60
Local	428	27,49	5	1,17	414	96,73	9	2,10
Ns/Nc	1	0,06	0	0,00	0	0,00	1	100,00
Entrevista realizada	1.179	100,00	29	2,46	1.128	95,67	22	1,87
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

2.5 Realización de denuncias con relación a los inconvenientes ocasionados

Uso del Inmueble	Total	%	Realizada	%	No realizada	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	9	0,58	1.149	73,80	21	1,35
Vivienda	750	48,17	8	1,07	731	97,47	11	1,47
Local	428	27,49	1	0,23	418	97,66	9	2,10
Ns/Nc	1	0,06	0	0,00	0	0,00	1	100,00
Entrevista realizada	1.179	100,00	9	0,76	1.149	97,46	21	1,78
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

ENCUESTA SOBRE IMPACTO AMBIENTAL EN ZONAS URBANAS - Neuquen Capital

3. Regimen de Tenencia

3.1 Molestias ocasionadas por la proximidad de un depósito mayorista

Régimen de tenencia	Total	%	No ocasiona molestias	%	Ocasiona molestias	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	1.030	66,15	127	8,16	22	1,41
Propietario	646	41,49	558	86,38	79	12,23	9	1,39
Inquilino	474	30,44	425	89,86	47	9,92	2	0,42
Otros	46	2,95	45	97,83	1	2,17	0	0,00
Ns/Nc	13	0,83	2	15,38	0	0,00	11	84,62
Entrevista realizada	1.179	100,00	1.030	87,36	127	10,77	22	1,87
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

3.2 Horarios de carga y descarga

Régimen de tenencia	Total	%	Adecuados	%	Inadecuados	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	562	36,10	133	8,54	484	31,09
Propietario	646	41,49	313	48,45	80	12,38	253	39,16
Inquilino	474	30,44	222	46,84	52	10,97	200	42,19
Otros	46	2,95	26	56,52	1	2,17	19	41,30
Ns/Nc	13	0,83	1	7,69	0	0,00	12	92,31
Entrevista realizada	1.179	100,00	562	47,67	133	11,28	484	41,05
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

3.3 Seguridad afectada por la proximidad de un depósito mayorista

Régimen de tenencia	Total	%	Afectado	%	No afectado	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	141	9,06	1.017	65,32	21	1,35
Propietario	646	41,49	77	11,92	561	86,84	8	1,24
Inquilino	474	30,44	58	12,24	414	87,34	2	0,42
Otros	46	2,95	6	13,04	40	86,96	0	0,00
Ns/Nc	13	0,83	0	0,00	2	15,38	11	84,62
Entrevista realizada	1.179	100,00	141	11,96	1.017	86,26	21	1,78
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

3.4 Afectados por incidentes provocados por personas relacionadas con los depósitos

Régimen de tenencia	Total	%	Afectado	%	No afectado	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	29	1,86	1.128	72,45	22	1,41
Propietario	646	41,49	18	2,79	619	95,82	9	1,39
Inquilino	474	30,44	10	2,11	462	97,47	2	0,42
Otros	46	2,95	1	2,17	45	97,83	0	0,00
Ns/Nc	13	0,83	0	0,00	2	15,38	11	84,62
Entrevista realizada	1.179	100,00	29	2,46	1.128	95,67	22	1,87
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

3.5 Realización de denuncias con relación a los inconvenientes ocasionados

Régimen de tenencia	Total	%	Realizada	%	No realizada	%	Ns/Nc	%
Total	1.557	100,00	9	0,58	1.149	73,80	21	1,35
Propietario	846	41,49	7	1,08	631	97,88	8	1,24
Inquilino	474	30,44	2	0,42	470	99,16	2	0,42
Otros	46	2,95	0	0,00	46	100,00	0	0,00
Ns/Nc	13	0,83	0	0,00	2	15,38	11	84,62
Entrevista realizada	1.179	100,00	9	0,76	1.149	97,46	21	1,78
Entrev. no realizada	378	24,28	0	0,00	0	0,00	0	0,00

ENCUESTA SOBRE IMPACTO AMBIENTAL EN ZONAS URBANAS - Neuquen Capital

4. Espacio geografico - Banda I

4.1 Molestias ocasionadas por la proximidad de un depósito mayorista

Banda	Total	Entrevista realizada	No ocasiona molestias	%	Ocasiona molestias	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	123	88	69	78,41	16	18,18	3	3,41	35
1	14	12	9	75,00	3	25,00	0	0,00	2
2	8	6	6	100,00	0	0,00	0	0,00	2
3	8	6	6	100,00	0	0,00	0	0,00	2
4	11	10	10	100,00	0	0,00	0	0,00	1
5	5	4	3	75,00	1	25,00	0	0,00	1
6	18	12	5	41,67	5	41,67	2	16,67	6
7	12	5	3	60,00	2	40,00	0	0,00	7
8	16	13	10	76,92	3	23,08	0	0,00	3
9	12	9	8	88,89	1	11,11	0	0,00	3
10	19	11	9	81,82	1	9,09	1	9,09	8

4.2 Horarios de carga y descarga

Banda	Total	Entrevista realizada	Adecuados	%	Inadecuados	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	123	88	47	53,41	17	19,32	24	27,27	35
1	14	12	9	75,00	2	16,67	1	8,33	2
2	8	6	2	33,33	0	0,00	4	66,67	2
3	8	6	5	83,33	1	16,67	0	0,00	2
4	11	10	10	100,00	0	0,00	0	0,00	1
5	5	4	1	25,00	2	50,00	1	25,00	1
6	18	12	3	25,00	4	33,33	5	41,67	6
7	12	5	3	60,00	2	40,00	0	0,00	7
8	16	13	6	46,15	3	23,08	4	30,77	3
9	12	9	4	44,44	1	11,11	4	44,44	3
10	19	11	4	36,36	2	18,18	5	45,45	8

4.3 Seguridad afectada por la proximidad de un deposito mayorista

Banda	Total	Entrevista realizada	Afectada	%	No afectada	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	123	88	10	11,36	75	85,23	3	3,41	35
1	14	12	2	16,67	10	83,33	0	0,00	2
2	8	6	0	0,00	8	100,00	0	0,00	2
3	8	6	0	0,00	6	100,00	0	0,00	2
4	11	10	0	0,00	10	100,00	0	0,00	1
5	5	4	0	0,00	4	100,00	0	0,00	1
6	18	12	3	25,00	7	58,33	2	16,67	6
7	12	5	1	20,00	4	80,00	0	0,00	7
8	16	13	2	15,38	11	84,62	0	0,00	3
9	12	9	1	11,11	8	88,89	0	0,00	3
10	19	11	1	9,09	9	81,82	1	9,09	8

4.4 Afectados por incidentes provocados por personas relacionadas con los depósitos

Banda	Total	Entrevista realizada	Afectado	%	No afectado	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	123	88	4	4,55	81	92,05	3	3,41	35
1	14	12	0	0,00	12	100,00	0	0,00	2
2	8	6	0	0,00	6	100,00	0	0,00	2
3	8	6	0	0,00	6	100,00	0	0,00	2
4	11	10	0	0,00	10	100,00	0	0,00	1
5	5	4	0	0,00	4	100,00	0	0,00	1
6	18	12	2	16,67	8	66,67	2	16,67	6
7	12	5	1	20,00	4	80,00	0	0,00	7
8	16	13	1	7,69	12	92,31	0	0,00	3
9	12	9	0	0,00	9	100,00	0	0,00	3
10	19	11	0	0,00	10	90,91	1	9,09	8

4.5 Realización de denuncias con relación a los inconvenientes ocasionados

Banda	Total	Entrevista realizada	Realizo	%	No realizo	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	123	88	4	4,55	81	92,05	3	3,41	35
1	14	12	0	0,00	12	100,00	0	0,00	2
2	8	6	0	0,00	6	100,00	0	0,00	2
3	8	6	0	0,00	6	100,00	0	0,00	2
4	11	10	0	0,00	10	100,00	0	0,00	1
5	5	4	0	0,00	4	100,00	0	0,00	1
6	18	12	2	16,67	8	66,67	2	16,67	6
7	12	5	1	20,00	4	80,00	0	0,00	7
8	16	13	1	7,69	12	92,31	0	0,00	3
9	12	9	0	0,00	9	100,00	0	0,00	3
10	19	11	0	0,00	10	90,91	1	9,09	8

ENCUESTA SOBRE IMPACTO AMBIENTAL EN ZONAS URBANAS - Neuquen Capital

5. Espacio geográfico - Banda II

5.1 Molestias ocasionadas por la proximidad de un depósito mayorista

Banda	Total	Entrevista realizada	No ocasiona molestias	%	Ocasiona molestias	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	632	482	414	85,89	61	12,66	7	1,45	143
1	83	70	63	90,00	7	10,00	0	0,00	13
2	81	65	65	100,00	0	0,00	0	0,00	15
3	58	44	38	86,36	4	9,09	2	4,55	14
4	50	41	41	100,00	0	0,00	0	0,00	9
5	38	27	23	85,19	4	14,81	0	0,00	9
6	61	48	24	50,00	21	43,75	3	6,25	12
7	59	36	30	83,33	6	16,67	0	0,00	23
8	70	59	53	89,83	6	10,17	0	0,00	9
9	74	50	44	88,00	6	12,00	0	0,00	23
10	58	42	33	78,57	7	16,67	2	4,76	16

5.2 Horarios de carga y descarga

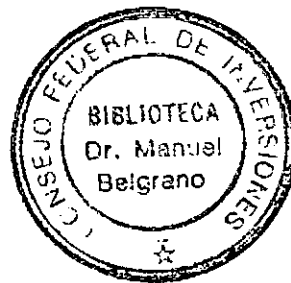
Banda	Total	Entrevista realizada	Adecuados	%	Inadecuados	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	632	482	275	57,05	82	12,86	145	30,08	150
1	83	70	46	65,71	4	5,71	20	28,57	13
2	81	65	48	73,85	2	3,08	15	23,08	16
3	58	44	30	68,18	4	9,09	10	22,73	14
4	50	41	36	87,80	0	0,00	5	12,20	9
5	38	27	13	48,15	9	33,33	5	18,52	11
6	61	48	15	31,25	14	29,17	19	39,58	13
7	59	36	29	80,56	6	16,67	1	2,78	23
8	70	59	23	38,98	10	16,95	26	44,07	11
9	74	50	21	42,00	6	12,00	23	48,00	24
10	58	42	14	33,33	7	16,67	21	50,00	16

5.3 Seguridad afectada por la proximidad de un depósito mayorista

Banda	Total	Entrevista realizada	Afectada	%	No afectada	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	632	482	51	10,58	424	87,97	7	1,45	150
1	83	70	5	7,14	65	92,86	0	0,00	13
2	81	65	1	1,54	64	98,46	0	0,00	16
3	58	44	1	2,27	41	93,18	2	4,55	14
4	50	41	0	0,00	41	100,00	0	0,00	9
5	38	27	5	18,52	22	81,48	0	0,00	11
6	61	48	16	33,33	29	60,42	3	6,25	13
7	59	36	2	5,56	34	94,44	0	0,00	23
8	70	59	5	8,47	54	91,53	0	0,00	11
9	74	50	10	20,00	40	80,00	0	0,00	24
10	58	42	6	14,29	34	80,95	2	4,76	16

5.4 Afectados por incidentes provocados por personas relacionadas con los depósitos

Banda	Total	Entrevista realizada	Afectado	%	No afectado	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	632	482	17	3,53	458	95,02	7	1,45	150
1	83	70	0	0,00	70	100,00	0	0,00	13
2	81	65	0	0,00	65	100,00	0	0,00	16
3	58	44	1	2,27	41	93,18	2	4,55	14
4	50	41	0	0,00	41	100,00	0	0,00	9
5	38	27	0	0,00	27	100,00	0	0,00	11
6	61	48	7	14,58	38	79,17	3	6,25	13
7	59	36	3	8,33	33	91,67	0	0,00	23
8	70	59	3	5,08	56	94,92	0	0,00	11
9	74	50	1	2,00	49	98,00	0	0,00	24
10	58	42	2	4,76	38	90,48	2	4,76	16



5.5 Realización de denuncias con relación a los inconvenientes ocasionados

Banda	Total	Entrevista realizada	Realizo	%	No realizo	%	Ns/Nc	%	Entrevista no realizada
Total	632	482	8	1,66	467	96,89	7	1,45	150
1	83	70	0	0,00	70	100,00	0	0,00	13
2	81	65	0	0,00	65	100,00	0	0,00	16
3	58	44	0	0,00	42	95,45	2	4,55	14
4	50	41	0	0,00	41	100,00	0	0,00	9
5	38	27	0	0,00	27	100,00	0	0,00	11
6	61	48	3	6,25	42	87,50	3	6,25	13
7	59	36	2	5,56	34	94,44	0	0,00	23
8	70	59	2	3,39	57	98,61	0	0,00	11
9	74	50	0	0,00	50	100,00	0	0,00	24
10	58	42	1	2,38	39	92,86	2	4,76	16

Anexo 1



Dirección Provincial de
Estadística, Censos y
Documentación
Provincia del Neuquén

ENCUESTA SOBRE IMPACTO AMBIENTAL EN ZONAS URBANAS Neuquén Capital

Formulario N°

UBICACIÓN GEOGRÁFICA	
Calle <input type="text"/>	
N° <input type="text"/>	Código de calle <input type="text"/>
Piso <input type="text"/>	Dpto/Pieza <input type="text"/>
Provincia <input type="text"/>	Departamento <input type="text"/>
Fracción <input type="text"/>	Radio <input type="text"/>
	Manzana <input type="text"/>
	N° <input type="text"/> Lado <input type="text"/>

Entrevista realizada?

Si ☐ 1 (Pasa a preg. 1)

No ☐ 2

Rechazo ☐ 1

Sin ocupantes ☐ 2

Ausencia ☐ 3

(Fin de la encuesta)

1 - Uso del inmueble

Vivienda ☐ 1

Local ☐ 2

2 - Cuántas personas habitan la vivienda?

3 - Es Ud.:

Propietario de la vivienda o el local ☐ 1

Inquilino ☐ 2

Otros (especificar) ☐ 3

4 - La proximidad a su vivienda de un depósito mayorista, le ocasiona molestias?

Si ☐ 1

No ☐ 2

4.1 - Cuáles?

Ruidos molestos ☐ 1

Dificultad en la circulación ☐ 2

Presencia de roedores ☐ 3

Presencia de insectos ☐ 4

Falta de higiene ☐ 5

Olores desagradables ☐ 6

Desechos de mercaderías en la vía pública ☐ 7

Otros (especificar) ☐ 8

5 - Considera que los horarios de carga y descarga son:

Adecuados ☐ 1

Inadecuados ☐ 2

No sabe/ No responde ☐ 3

6 - Considera que la proximidad de un depósito mayorista afecta su seguridad, aumentando la probabilidad de actos delictivos (robos, hurtos, etc.) o la presencia de personas de mal vivir?

Si ☐ 1

No ☐ 2

7 - Usted, o algún integrante de su familia y/o de su personal se vio afectado o importunado física o moralmente por personas relacionadas a este tipo de locales?

Si ☐ 1

No ☐ 2

8 - Realizó alguna denuncia con relación a las molestias e inconvenientes ocasionados por la existencia de este tipo de locales?

Si ☐ 1

No ☐ 2

Personal ☐ Cuántas?

Grupal ☐ Cuántas?

9 - Obtuvo alguna respuesta satisfactoria según el tipo de denuncia?

Personal Si ☐ 1 No ☐ 2

Grupal Si ☐ 1 No ☐ 2

10 - Mencione las principales ventajas y desventajas que deriven de la existencia de un local mayorista de frutas y verduras cercano a su domicilio y/o su local económico:

Ventajas	Desventajas
1) <input type="text"/>	1) <input type="text"/>
2) <input type="text"/>	2) <input type="text"/>
3) <input type="text"/>	3) <input type="text"/>
4) <input type="text"/>	4) <input type="text"/>

11 - Observaciones

Impreso en la
Dirección Provincial de Estadística, Censos y Documentación
Provincia del Neuquén
Junio de 1995

*Honorable Concejo Deliberante
de la Ciudad de Neuquén*

Que los estudios técnicos realizados, así como la experiencia recabada en otras ciudades del país, aconsejan establecer un área de la Ciudad, compatible con la actividad de comercialización y depósitos de productos frutihortícolas.-

Que la zona más apropiada se encuentra en el Sector Norte de nuestra Ciudad, situada en ambas márgenes del acceso oeste (Avenida Conquistadores del Desierto), próxima a pavimentarse, es una zona de baja densidad, con excelentes valores ambientales y con buena accesibilidad urbana y regional.-

Que en función lo expuesto, se hace necesario sancionar un instrumento legal que establezca la zona y otorgue un plazo para que los comerciantes regularicen su situación.-

Que la Comisión Interna de Planificación y Control de Gestión; emitió su Despacho N° 127/95 dictaminando aprobar el proyecto de Ordenanza que se adjunta; que este Despacho fue ratificado por MAYORIA con cinco (5) votos a favor y una abstención en la Sesión Ordinaria N° 13, celebrada por el Cuerpo el 2 de Junio de 1995.-

Por ello, y en virtud a lo establecido en el Artículo 129 inciso a) de la Ley Provincial N° 53.-

EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD DE NEUQUEN
Sanciona la siguiente

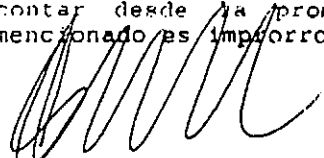
ORDENANZA

ARTICULO 1º): Los establecimientos Mayoristas que desarrollan la comercialización y depósito de productos frutihortícolas deberán localizarse en la zona Norte de la Ciudad, en ambos márgenes de la Avenida Conquistadores del Desierto.-

ARTICULO 2º): El Departamento Ejecutivo, en un plazo no mayor a los treinta (30) días corridos, DEBERA fijar la zona a afectar para la actividad de Depósito y Comercialización de productos Frutihortícolas Mayoristas y mensurarlas.-

ARTICULO 3º): Quedan comprendidos en las presentes disposiciones todos los establecimientos Mayoristas destinados al Depósito y Comercialización de Productos Frutihortícolas que se localizaran a partir de la vigencia de la presente Ordenanza, como asimismo los anteriores existentes.-

ARTICULO 4º): Los establecimientos habilitados con anterioridad a la presente Ordenanza DEBERAN ser relocalizados en un plazo no mayor a seis (6) meses a contar desde la promulgación de la presente. El plazo mencionado es imperorrogable.


H. C. Deliberante de Neuquén
CARLOS A. CUELLO

*Honorable Consejo Deliberante
de la Ciudad de Neuquén*

ORDENANZA N° 7024/95.-

V I S T O:

Los Expedientes N° 127-M-94 y adjunto N° 055-M-95; y

CONSIDERANDO:

Que existen en la actualidad depósitos mayoristas de frutas y verduras habilitados en su casi mayoría en forma precaria, provisoria e intransferible, en áreas no compatibles para la actividad conforme lo dispone el Código de Planeamiento Urbano (Ordenanza N° 1631).-

Que se trata de una actividad que comprende la concentración y comercialización de frutas y verduras adquiridas al productor y la venta de los mismos a los comerciantes minoristas.-

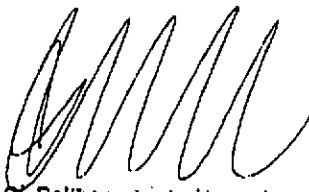
Que esta actividad produce molestias importantes al medio, que deben ser controladas mediante disposiciones urbanísticas o tecnológicas, por lo que su asentamiento limita la localización en sectores residenciales.-

Que resulta necesario satisfacer la creciente demanda de productos frutihortícolas dentro de estándares de calidad, higiene, salubridad y seguridad, los que deben ser objeto de un adecuado control por parte de las autoridades Municipales, en función del poder de policía.-

Que en base a estudios realizados en las áreas del actual emplazamiento de los depósitos de comercialización de los productos aludidos, se ha determinado que los mismos afectan la calidad de vida de los vecinos residentes y no residentes en las zonas aledañas, en razón de la proliferación de roedores e insectos, la contaminación ambiental proveniente de fuentes sonoras, gases tóxicos, etc. (Ordenanza N° 6012) y la alteración del tránsito vehicular.-

Que de las consultas realizadas en los vecindarios en los cuales operan los depósitos y comercialización de productos frutihortícolas, surge que esa actividad tiende a generar un demedro económico en el valor de sus propiedades inmuebles.-

Que por estar ligada estrechamente a la infraestructura urbana y regional, la actividad requiere una localización en áreas de fácil acceso, que posibiliten a los comerciantes dedicados a esa actividad, llevarla a cabo sin producir las molestias descriptas, en un marco de condiciones de infraestructura, espacio, acceso y seguridad, que estimule una mejor prestación; benéfica para los vecinos y los propios operadores.-


H. C. Deliberante de Neuquén
CARLOS A. B. B. B.

*Honorable Concejo Deliberante
de la Ciudad de Neuquén*

Asimismo DEBERAN iniciar los trámites de relocalización, ante las autoridades Municipales competentes dentro de un plazo no mayor a treinta (30) días.-

ARTICULO 5º): Las autorizaciones que se hubieran otorgado -----con anterioridad a la vigencia de la presente Ordenanza, caducarán si las referidas relocalizaciones no se efectivizaren en los plazos previstos en el Artículo anterior.-

ARTICULO 6º): El Departamento Ejecutivo Municipal notifica-----rá fehacientemente a los comerciantes afectados por la presente, dentro de las cuarenta y ocho (48) horas posteriores a su promulgación.-

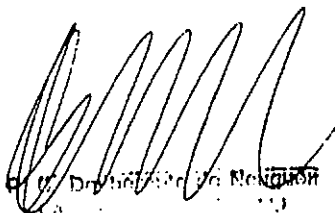
ARTICULO 7º): DEROGASE toda otra disposición que se oponga -----a la presente.-

ARTICULO 8º): COMUNIQUESE AL DEPARTAMENTO EJECUTIVO.-

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE LA CIUDAD DE NEUQUEN, A LOS DOS (02) DIAS DEL MES DE JUNIO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y CINCO. (Expediente Nº 127-M-94 y agregado Nº 055-M-95).-

ES COPIA:
scrz.-

FDO: GORCIBUZZI
SIGN

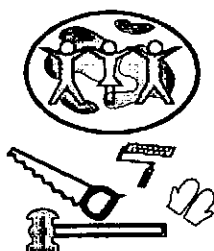

Dr. Daniel G. G. G. G.



Proyecto:
Integración laboral

SERVICIO DE ENVASADO DE HORTALIZAS CRUDAS

**ESCUELA ESPECIAL DE
EDUCACION LABORAL N°2**



NEUQUEN -1995-

Fecha de entrega de la propuesta a la
Supervisión Escolar: 20 de Septiembre de 1995.-

“Mejoramiento de la Calidad de la Educación”

☒ X

Año:

Titulo de la Propuesta:

**“SERVICIO DE ENVASADO DE
HORTALIZAS CRUDAS”**

Nombre y número de la escuela:

Escuela Especial Laboral N°2

Niveles:

Integración Laboral

Modalidad:

ESPECIAL

Dirección:

Juan Benigar 139

Localidad:

NEUQUÉN

Departamento:

CONFLUENCIA

Provincia:

NEUQUÉN

Teléfono de la escuela:

099-421701

Teléfono para mensajes:

099-421701

Nombre del Director:

BETTINI JUDITH LEONOR

Nombre del Supervisor:

COVELLO CELIA

Teléfono de la Supervisión:

099-485411 interno 40

Nombre y firma de los ejecutores:

Bettini Judith (Directora E.E.L.Nº2)

Fitzi Fernando (Maestro Taller E.E.L.Nº2)

Rios Nilda E. (Maestra de Apoyo E.E.L.Nº2)

Domijan Cecilia (Terapista Ocupacional
E.E.L.Nº2)

Fornasin Edi (Asistente social E.E.L.Nº2)

Gueijman Nora (Asistente Educacional
E.E.L.Nº2)

Belardi Ana M. (Asistente Social E.E.Nº3)

Colaboradora: Abaca Elia (Directora a/c. E.E.Nº3)

Diseño Gráfico: Gimenez Carlos E. (Maestro Taller
E.E.L.Nº2)

PROPUESTA:

A- POBLACION DESTINATARIA PROBLEMA IDENTIFICADO
--

En Neuquén Capital se encuentra ubicada la Escuela Especial de Educación Laboral N°2, sito en la calle Juan Benigar 139, a la cual concurren jóvenes discapacitados de ambos sexos.

En la actualidad cuenta con una matrícula de 30 alumnos, cuyas edades oscilan entre 14 y 23 años aproximadamente, provenientes en su mayoría de familias numerosas de bajos recursos ubicadas en barrios marginales; donde existen problemas de alcoholismo, delincuencia y violencia familiar, constituyéndose la Escuela en célula fundamental de educación, contención y agente de cambio.

La planta funcional está conformada por:

- Directora
- Auxiliar de Dirección
- 1 Asistente Educacional
- 1 Asistente Social
- 1 Terapeuta Ocupacional
- 1 Maestra de Apoyo
- 5 Maestro de Taller
- 1 Auxiliar de Servicio

En una actitud de avance Institucional se proyecta un trabajo en conjunto con Personal Directivo y Técnico de la Escuela Especial N°3 de Sordos e Hipoacúsicos "Teresita Jabat de Bianchi", ubicada en la calle Ministro Gonzalez esquina Córdoba (zona centro de Neuquén), que cuenta con

una matrícula de 105 alumnos cuyas edades son desde 4 meses hasta 20 años y su planta funcional está compuesta por:

- Directora
- Vice Directora
- 2 Secretarías
- 21 Maestras de Grado
- 8 Fonoaudiólogas
- 2 Musicoterapeutas
- 2 Profesores de Educación Física
- 3 Asistentes Educativos
- 3 Asistentes Sociales
- 1 Terapeuta Ocupacional
- 3 Preseptoras
- 3 Porteros

La mayoría de la población escolar de la Escuela mencionada, responde a Hogares marginales con características similares a las anteriormente descriptas.

La Escuela Especial Laboral N°2 se dedica a la Formación y Capacitación de jóvenes, provenientes en su mayoría de las distintas Escuelas Especiales, en un nivel post-primario de la modalidad de Educación Especial, habiéndose detectado a travez de los años el siguiente problema:

Dificultad para conseguir puestos de trabajo para personas con Discapacidad en el Mercado Laboral.

La población destinataria de éste proyecto, comprende a alumnos de la Escuela Especial Laboral N°2 y de la Escuela Especial N°3 de Sordos e Hipoacúsicos, en un total de 15 jóvenes entre 16 y 25 años.

B- DIAGNOSTICO

La escasa posibilidad de integración al mercado laboral que sufren los jóvenes con discapacidad, obedece a distintas causas:

- Exigencias del Mercado competitivo actual.
- Discriminación por desconocimiento.
- Discriminación por prejuicios.
- Permanente avance tecnológico.
- Falta de acompañamiento familiar.
- Alto índice de desocupación.

1- Relación del problema con la Institución

- ♦ El problema antes mencionado dificulta la dinámica institucional, por cuanto obstaculiza el objetivo final del proceso de formación laboral del alumno, en lo que se refiere a su Integración al Mundo del Trabajo.

2- Relación del problema con la práctica docente

- ♦ Búsqueda de estrategias metodológicas y técnicas adecuadas a las distintas discapacidades en relación a los puestos de trabajos existentes.
- ♦ Necesidad de Capacitación permanente para responder a las exigencias tecnológicas del mercado competitivo actual.

3- Relación del problema con la comunidad

- ♦ La comunidad no está lo suficientemente informada de la Capacitación Laboral que adquiere el joven discapacitado en base a sus potencialidades, subestimando su desempeño en una situación real de trabajo.
- ♦ Resistencia a la integración del Discapacitado por temores y desconocimiento al abordaje de su problemática.
- ♦ Desvalorización de las familias con respecto a los recursos y potencialidades de los jóvenes.

C- OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Integrar al Mercado Concentrador de Neuquén a los alumnos de la Escuela Especial Laboral N°2 y de la Escuela Especial N°3 de Sordos e Hipoacúsicos, en puestos específicos de trabajo a través de un Servicio Independiente, administrado por Padres y Docentes para:

- ♦ - Fortalecer la autoestima, a través de un trabajo productivo.
- ♦ - Revalorizar el rol del joven dentro del ámbito familiar.
- ♦ - Favorecer la integración entre las Instituciones abocadas a la problemática de la discapacidad.
- ♦ - Promover el conocimiento de las posibilidades laborales del joven discapacitado en la comunidad.
- ♦ - Mejorar su calidad de vida y su nivel socioeconómico.

D- DESCRIPCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN

Descripción

- ♦ Implementación de un servicio independiente y rentado que crea puestos de trabajo dentro del Mercado Concentrador del Neuquén, para jóvenes con Discapacidad. El mismo será administrado por padres y docentes en un trabajo integrados entre familia-escuela y comunidad.
- ♦ El servicio ofrece el procesamiento, fraccionamiento y envasado de hortalizas crudas, provenientes de productores regionales a fin de ser comercializados por los mismos.
- ♦ De ésta manera se brindan puestos de trabajo concretos, permitiendo completar el ciclo de Formación Laboral al lograr integrarlo socialmente, cubriendo además, una demanda del Mercado Laboral.

Fundamentación

Este proyecto brinda:

- ♦ Igualdad de oportunidades frente a una situación real de trabajo.
- ♦ Promueve la integración con otras Instituciones (Esc. Especial N°3), planificando, coordinando y ejecutando acciones para el alcance de los objetivos pre-establecidos.
- ♦ Presenta un nivel superior de Capacitación pues se desarrolla en un medio comunitario, donde el joven incorpora y aplica nuevos conocimientos.
- ♦ Se considera que la ejecución del proyecto permite no sólo una mera satisfacción económica, sino también un estado de desarrollo pleno como Ser Humano Integral.
- ♦ Es una propuesta integradora entre padres-escuela y comunidad, donde se concientiza a la familia sobre la problemática de la discapacidad y el derecho a la participación, siendo su accionar concreto el

Bibliografía

- Ley Federal de Educación.(Ministerio de Cultura y Educación de la Nación 1993).
- Ofrecer la Mejor Educación para Todos.(Secretaría de Estado de Educación Prov. del Neuquén 1993).
- Beneficios Sociales, Laborales e Individuales para personas con Discapacidad.(Leyes Nacionales, del Programa de Capacitación a Personas con Discapacidad 1993).
- Programa de Acción Mundial para las Personas con Discapacidad.(Aprobado por la O.N.U. 1992).
- Ecología Humana. Nueva Dimensión de la Terapia Ocupacional.(Autora: T.O. Nidia Martijena).

acompañamiento y estimulación del joven, en la formación de grupos que intervengan en el control y manejo de finanzas, con proyección a la conformación de una futura Cooperativa de Trabajo, tal como se cita en la Ley Federal de Educación, en Principios Generales, Cap. Y de la Política Educativa, Art. 5 inciso T:

“El derecho de los padres como integrantes de la comunidad educativa a asociarse y a participar en organizaciones de apoyo en la gestión educativa”.

“Se reafirman así las Políticas Educativas que el estado provincial convierte en Ley:

- La democratización de la educación.
- El mejoramiento de la calidad de la educación.
- La vinculación de la educación al proceso de desarrollo provincial como un factor de desarrollo social y económico.

De esta manera se contribuye a mejorar condiciones de vida de nuestra población destinataria, depositaria del presente y futuro de la Provincia en un marco de referencia democrática.

Esta propuesta se sustenta además en los postulantes del “Programa de Acción Mundial para las Personas con Discapacidad”, aprobado en 1982 por la O.N.U. haciendo referencia expresamente:

“El principio de la igualdad de derecho entre personas con y sin discapacidad, significa que las necesidades de todo individuo son de la misma importancia; que éstas necesidades deben constituir la base de la planificación social y que todos los recursos deben emplearse de tal manera que garanticen una oportunidad igual participación, a cada individuo. Es necesario centrarse sobre la capacidad de las personas con discapacidad y no en sus limitaciones. Una persona se ve abocada a la minusvalía cuando se le niegan las oportunidades de que dispone en general la comunidad y que son necesarias para los aspectos fundamentales de la vida familiar, la educación, el empleo, etc.”

E- IMPLEMENTACION

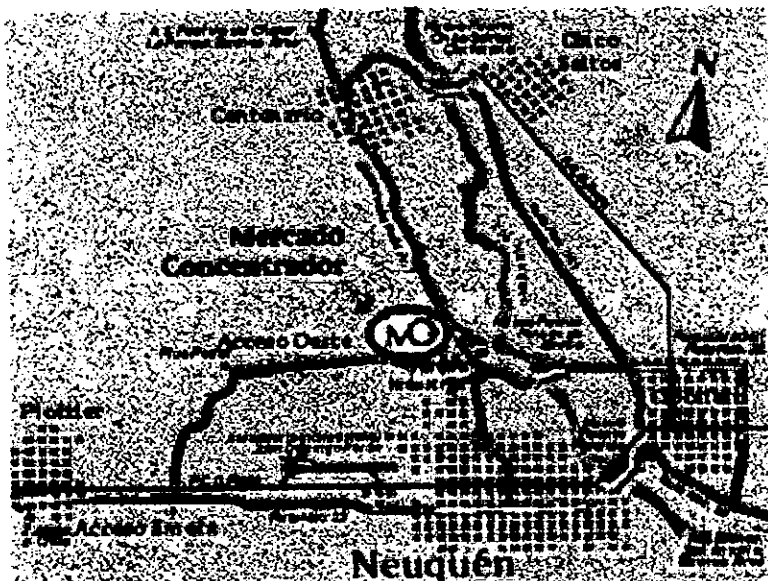
Determinado el problema de la falta de puestos de trabajo, se realizan distintos contactos con personal directivo del COPADE (Comisión para el Desarrollo de la Prov. del Neuquén) y siendo la actividad frutihortícola relevante en nuestro medio, como así también los emprendimientos productivos, derivado de la misma; surge la posibilidad de elaborar éste proyecto que tiene como base de desarrollo el Mercado Concentrador de Neuquén.

Para la implementación de ésta propuesta se seleccionaron 15 jóvenes de acuerdo al siguiente perfil.

Que posean:

- ◆ - Independencia personal.
- ◆ - Hábitos de higiene personal y laboral.
- ◆ - Conocimientos de normas de seguridad.
- ◆ - Pautas y conductas laborales.
- ◆ - Edad cronológica entre 16 y 25 años.
- ◆ - Buen estado de salud con libreta sanitaria.

Los jóvenes concurrirán en forma individual al Mercado Concentrador de Neuquén, sito en el Parque Industrial a 5 Km. de la ciudad, el cual se encuentra ubicado según el gráfico siguiente:

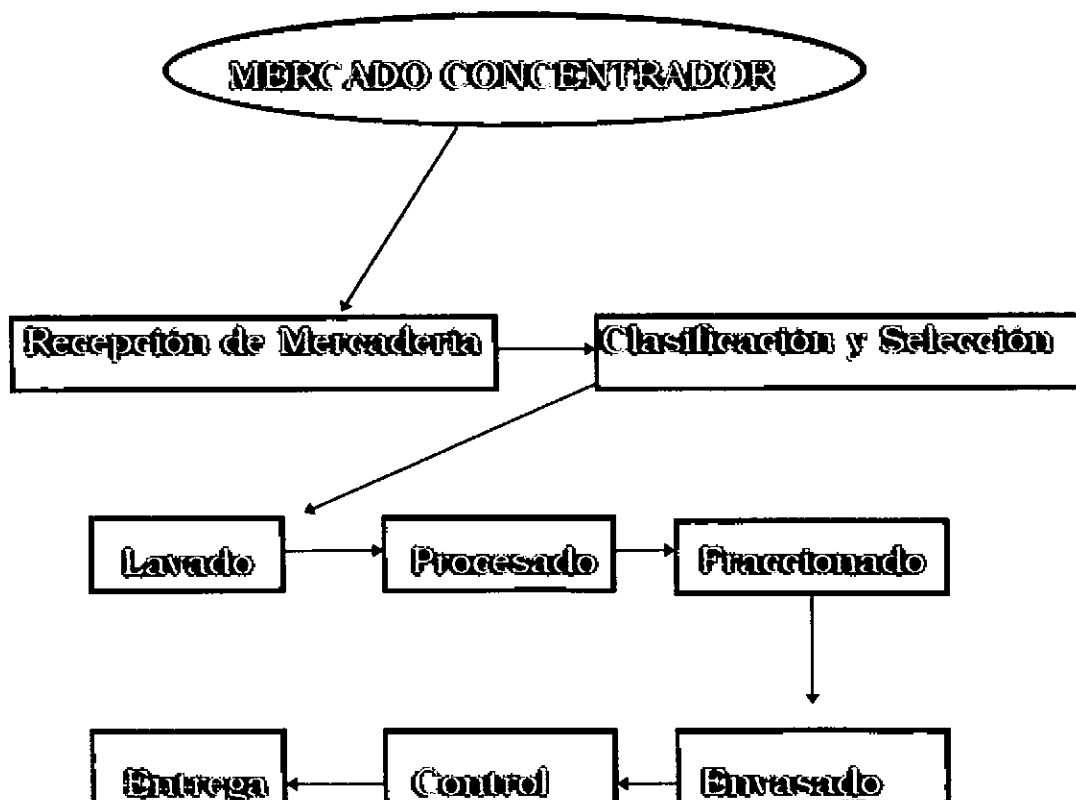


En el lugar los recibirá el docente a cargo y serán equipados con la indumentaria adecuada.

Los productores y/o mayoristas entregarán la mercadería cruda al grupo de trabajo, realizando éste las siguientes actividades:

- ♦ Recepción de la mercadería.
- ♦ Registro y control de la misma.
- ♦ Clasificación y selección.
- ♦ Lavado.
- ♦ Procesado (cortes, pelado y rallado).
- ♦ Fraccionado (distribución en bandejas).
- ♦ Envasado y sellado.
- ♦ Control y entrega.

Gráfico: Trabajo seriado.



Recepción de la Mercadería: Dos jóvenes recepcionarán con supervisión del docente, la mercadería procediendo al control y registro de la misma. Se deja aclarado que en las etapas siguientes los docentes cumplirán función de coordinación y supervisión, guiando el cumplimiento de las distintas actividades.

Clasificación y Selección: Los tres encargados seleccionarán la mercadería de acuerdo a su calidad, pasando luego a la clasificación, para su posterior fraccionamiento y/o procesamiento.

Lavado: En ésta etapa se procederá a realizar las operaciones de higiene necesarias según el tipo de hortaliza.

Procesado: En ésta etapa se utilizarán diferentes máquinas semindustriales para su adecuado procesamiento (cortado, pelado, rallado); tarea a cargo de dos jóvenes.

Fraccionado: Dos operarios realizarán los cortes necesarios en las hortalizas colocándolas en sus correspondientes bandejas.

Envasado: Este paso lo realizarán tres jóvenes utilizando máquinas termoselladoras.

Control: Se contabilizará y registrará las bandejas ordenándolas en los sectores asignados a tal fin. Tarea a cargo de dos operarios.

Entrega: Se hará entrega de la mercadería envasada a los destinatarios asentándola en planillas correspondientes.

Una vez finalizada estas etapas el producto es entregado a los productores y/o mayoristas, siendo su responsabilidad la comercialización.

La demanda actual de frutas y hortalizas, en las diferentes cadenas de comercialización, requiere de un procesamiento, fraccionamiento y envasado acorde a las necesidades del público consumidor.

El docente a cargo del grupo recibirá mensualmente la remuneración correspondiente por el servicio realizado, entregándolo conjuntamente con las planillas de registro de asistencia de alumnos y de control de mercadería al grupo administrador formado por personal directivo de la Escuela Especial Laboral N°2 y padres. Un porcentaje del ingreso total será destinado a gastos de mantenimiento, reposición de insumos necesarios y limpieza; el resto será distribuido entre los operarios, gastos de movilidad y posibilidad de inversión en maquinarias u otros elementos que signifiquen mejoramiento del servicio.

CRONOGRAMA

Fecha de inciciación arproximada del proyecto: Octubre de 1995.

Etapas de información e integración: aproximadamente 30 días.

- ◆ Por medio de reuniones se informará a padres y alumnos sobre los contenidos del desarrollo y alcance del proyecto.
- ◆ Tarea de integración de los jóvenes operarios en la sede de la Escuela Espacial N°2, con actividades previas a desempeñar en el Mercado Concentrador (conocimiento de maquinarias y herramientas).
- ◆ Concurrencia del grupo (docentes, alumnos y padres) al Mercado Concentrador, para conocer la dinámica de su funcionamiento.

Tareas de ejecución:

Se desarrollará de lunes a viernes de 17 a 21 hs.
prestándose el Servicio en forma anual, sin considerar el
período de vacaciones escolares.

RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES

Recursos materiales disponibles:

Infraestructura edilicia: Mercado Concentrador

Mobiliario:

<u>Existente</u>	<u>A conseguir</u>
2 mesas de 0.80 x 2.00 mts.	2 mesas de 1.00 x 2.50 mts.
2 estanteías metálicas	1 armario
	2 estantearías metálicas de 0.45x0.90x2.00 mts.
	10 banquetas.

Maquinarias, herramientas e insumos:

<u>Existente</u>	<u>A conseguir</u>
tablas de madera (50 x 30)	3 termoselladoras. 2 multiprocesadoras semindustriales. 1 lavadora y peladora. 1 zorra para carga. 2 cuchillos eléctricos. 6 cuchillos grandes de cocina.
20 repasadores. toallas.	Insumos 10 canastos plásticos (0.40x0.70x0.30). bandejas de telgopor. bandejas plásticas de ½, 1kg. rollo de rexinite. 10 tablas de plástico. recipientes de residuos grandes. mangueras.

Indumentaria:

Existente:

A conseguir

guardapolvos.
5 cajas de guantes de látex.
15 pares de guantes de trabajo.
15 delantales vinílicos.
15 pares de botas de goma.

Muebles y útiles de oficina:

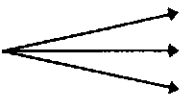
Existente.

Recursos humanos:

1- Funciones de ejecución:

- ♦ 15 operarios.
- ♦ 2 docentes.

2- Funciones de seguimiento y control:

- ♦ Personal directivo de la institución.
- ♦ Personal Técnico 
 - Terapista Ocupacional
 - Asistente Social
 - Asistente Educacional
- ♦ Grupo de padres.

3- Ambito de responsabilidad:

Dirección de Educación Especial.
Dirección de Escuela Especial N°2 y 3.
Personal Técnico del COPADE.

Observación: Hasta tanto se reciba el aporte económico esperado; con los recursos materiales y humanos disponibles se realizarán las actividades relacionadas con las etapas de información, integración en la Escuela Espacial N°2 y preparación de operarios para la ejecución de la tarea.

EVALUACION

Evaluación inicial: La presente propuesta ha sido elaborada en base a un estudio y análisis de fuentes laborales.

Cumplimentada las etapas de observación e investigación la misma, determina que :

- I. Origina puestos de trabajo para jóvenes discapacitados.
- II. Promueve la integración entre Instituciones y la Comunidad.
- III. Brinda servicio necesario no cubierto evitando riesgos en la comercialización por cuanto la producción está ubicada.

Evaluación durante el proceso:

1- Se evaluará el proceso de adaptación e integración de los operarios a través de la siguiente:

- ♦ Observación directa del docente a cargo del grupo de trabajo.
- ♦ Reuniones grupales quincenales con jóvenes, a cargo del Equipo Técnico en donde se analizarán:
 - a)- la dinámica de las relaciones interpersonales.
 - b)- actitud frente a la tarea.
 - c)- rendimiento.
 - d)- asistencia y puntualidad.

2- Observación de la dinámica de funcionamiento de las distintas etapas del trabajo seriado a fin de modificar, reforzar y establecer cursos de acción:

- ♦ Reuniones quincenales entre funcionarios del COPADE, directivos de Escuela Especial, Equipo Técnico y Docente.
- ♦ Reuniones mensuales con los padres.
- ♦ Entrevista personales en los casos que lo requieran.
- ♦ Elaboración de planillas de Registro y Control de la producción.
- ♦ Control de finanzas.

Evaluación Final:

Se considera:

1- Evolución de la producción, a través de cuadros estadísticos, basados en las planillas de control.

2- Satisfacción de la demanda a través de la opinión de los productores y/o mayoristas.

Relacionando los items 1 y 2 se evaluará la posibilidad de ampliación de nuevos puestos de trabajo incorporando la actividad frutícola.

4- Impacto en la comunidad en cuanto a la aceptación e integración del joven y sus capacidades laborales.

5- Informes periódicos a Dirección de Nivel.

6- Evaluación de formación del grupo de Cooperativa de Trabajo.

PLANILLA DE ESTIMACIÓN DE INVERSIÓN DEL SUBSIDIO

RUBROS	CANTIDAD	MONTO UNIT. ESTIM.	INVERS. PREVISTA
1- Equipamiento			
		A- MÁQUINAS	
termoselladoras	3	\$300,00	\$900,00
multiprosesadora semindust.	2	\$830,00	\$1.660,00
peladora y lav. de hortalizas	1	\$800,00	\$800,00
		B- HERRAMIENTAS	
zorra montacargas	1	\$165,00	\$165,00
cuchillos eléctricos	2	\$25,00	\$50,00
cuchillos grandes de cocina	6	\$9,00	\$54,00
canastos plásticos	10	\$7,00	\$70,00
tablas plásticas p/picar	5	\$7,00	\$35,00
recipientes plást. p/residuos	3	\$15,00	\$45,00
manguera p/lavado	1	\$20,00	\$20,00
		C-MOBILIARIO DE TRABAJO	
mesas	2	\$110,00	\$220,00
banquetas	10	\$12,00	\$120,00
armarios	1	\$250,00	\$250,00
estanterías metálicas	2	\$72,00	\$144,00
		D-MATERIAL DE CONSUMO	
bandejas "telgopor" 1/4 kg.	1000	\$0,085	\$85,00
bandejas "telgopor" 1/2 kg.	1000	\$0,12	\$118,00
bandejas plásticas 1/2 kg.	1000	\$0,11	\$110,00
bandejas plásticas 1kg.	1000	\$0,16	\$160,00
rollo de "rexinite" de 38cm.	1	\$73,00	\$73,00
rollo de "rexinite" de 45cm.	1	\$86,00	\$86,00
		E- INDUMENTARIA	
guardapolvos	15	\$22,00	\$330,00
guantes de descarné	15	\$3,00	\$45,00
delantales vinílicos	15	\$8,00	\$120,00
botas de goma	15	\$20,00	\$300,00
guantes de látex descartable	200	50 unid. \$10,00	\$40,00
TOTAL			\$6.000,00

EJECUTORES DE LA PROPUESTA Y DE LA PLANILLA DE INVERSIÓN DEL SUBSIDIO

Bettini Judith L.
Fitzi Fernando
Rios Nilda E.
Domiján Cecilia M.
Fornasín Edi
Belardi Ana María
Gueijman Nora

A- MAESTRO DE ESTABLECIMIENTOS

1- Datos Identificatorios del Establecimiento Educativo

Número: 2

Nombre Completo: Escuela Especial de Educación Laboral

Departamento: Confluencia

Localidad: Neuquén

Domicilio: Juan Benigar 139

Código Postal: 8300

Telediscado telefónico: 099

Número de Telefono: 421701

2- Datos Identificatorios del Banco Pagador

Tipo de Banco: Provincia

Sucursal: Felix San Martín (Neuquén)

Tipo de Cuenta: Caja de ahorro

N° de Cuenta Bancaria: 10036191/8

3- Disponibilidad de Elementos Audiovisuales

Televisión: No

Video: No

4- Clasificación

NIVEL	TIPO	COMUN	ADULTOS	ESPECIAL
Primaria	P			
Primaria e inicial	PI			
Inicial	I			
Media	M			
Superior	S			
Otros	O			Formación y capac. Lab.

Escuela dedicada a la Adaptación, Formación, Capacitación e Integración Laboral de jóvenes con diversas Discapacidades.

Este Establecimiento dependiente del Consejo Provincial de Educación, es el único en Neuquén Capital con dichas características.

B- MAESTRO DE NIVELES

1- Funcionamiento

Turnos: 2

2- Autoridades

Datos del Director

Apellido: Bettini

Nombre: Judith Leonor

Tipo de documento: D.N.I.

Número de documento: 6.683.160

Situación de revista: Interino

Datos del Supervisor

Nº Código del Supervisor: DEB-3

Datos de la Cooperadora

Cooperadora: Si

Datos del Comedor Escolar

Copa de leche: Si

Refuerzo nutricional: Si

Almuerzo: Si

3- Matricula, Secciones y Docentes

	1	2	3	4	5	6
Cantidad de alumnos	6	8	10	6	30	
Cantidad de grupos independientes	1	1	1	1	5	
Cantidad total de Secciones Múltiples						

1- Taller Actividades Múltiples

2- Taller Pintura de Obra y Construcciones

3- Taller Carpintería

4- Taller Costura e Hilado

5- Coordinador General de todos los talleres: 30 alumnos

Docentes a cargo

Cantidad total de Docentes en ejercicio a cargo de aulas/grupos	5
---	---

ANEXO N°1

La autoridad que suscribe, deja constancia que éste proyecto surge de una acción conjunta con Personal Técnico del COPADE, quien respalda y da conformidad a la propuesta elaborada por Personal Directivo, Docente y Técnico de la Escuela Especial Laboral N°2 y Asistente Social de la Escuela Especial N°3.-

Neuquén, Septiembre 1995.-

ANEXO N°2

Por la presente certifico, que para la ejecución de éste proyecto, el Mercado Concentrador del Neuquén ofrecería sus instalaciones, teniendo en cuenta que responde a una demanda insatisfecha en nuestra comunidad y al alto contenido social que involucra el mismo.-

Neuquén, Septiembre 1995.-

ANEXO Nº 3

Folleto informativo
del Mercado Concentrador del Neuquén

ORIGEN

La región posee condiciones agroecológicas y recursos humanos que permite la producción de más de 54 especies Frutihortícolas, en los meses primaverales y estivales.

En la actualidad existen más de 9000 Has. en producción.

DESTINO

En otoño y en invierno la producción extraregional satisface la demanda de consumo de más de 450.000 habitantes.

Estas condiciones, además de los servicios que presta, define a nuestro mercado como **UN MERCADO DE QUIEBRE PARA** el resto de la Patagonia.

ESTRUCTURA

a) Disponemos de capacidad instalada y organización para la comercialización:

a) ACCESOS:

Por ruta 7 altura Km 5, acceso por Ciudad de Neuquén.

Por ruta 7 altura Km 7, por Ciudad de Centenario.

b) NAVES DE COMERCIALIZACION

Dos naves de 25 m de ancho por 184 m. de largo cada una.

Altura máxima de c/nave 14 m.

Dividida en 32 puestos cada una de 7.50 x 7.50 m con un pasillo de 10 m de ancho.

c) PLAYA DE ESTACIONAMIENTO

Conforman 31.000 m² segmentado.

d) PERIMETRO CERCADO

Son 50.000 m² de los cuales 31.000 m² corresponden a playa de estacionamiento segmentada, 12.000 m² cubiertos con edificio de administración y dos naves de comercialización y 7.000 m² de parque.

e) SERVICIOS

Suministro de agua.

Gas Natural

Líneas telefónicas

Provisión de Energía Eléctrica.

f) En los extremos de cada nave se localizan los baños y vestuarios de changarines, el depósito de carros y área de desechos. En el centro de cada nave se localizan sanitarios, Bar - Comedor, Caja única del Banco Provincia del Neuquén y salas de mantenimiento y control.

g) Se cuenta con cooperativas de changarines a disposición de los operadores.

b) VENTAJAS IMPOSITIVAS

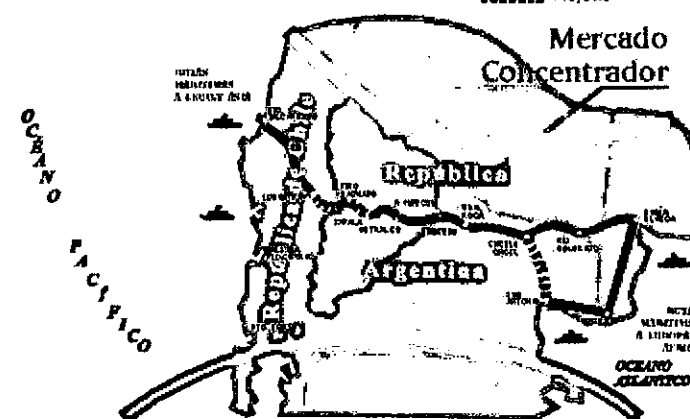
Los operadores de este Mercado se encuentran eximidos del Impuesto a los ingresos brutos, Impuesto de sellos, según lo establece el Decreto N° 0331/95 del 08/03/95.

c)

El costo de cada puesto (56 m²) es de \$300.00, valor con IVA Incluido, por más de dos puestos se exime uno.



FERROCARRIL
Línea troncal existente
Proyecto



MERCADO CONCENTRADOR DEL NEUQUEN

MERCADO CONCENTRADOR DEL NEUQUEN

MERCADO CONCENTRADOR DEL NEUQUEN

ZONA DE PRODUCCION



La zona de influencia del Mercado cuenta con un área agrícola por excelencia ; con chacras de infraestructura importante , además con servicios indispensables como lo son gas natural, agua, luz, líneas telefónicas, accesos directos a la futura multitrocha y con inmediata inauguración del puente Centenario (Neuquén) - Cinco Saltos (Río Negro), una posibilidad cierta de comunicación con el resto del país.

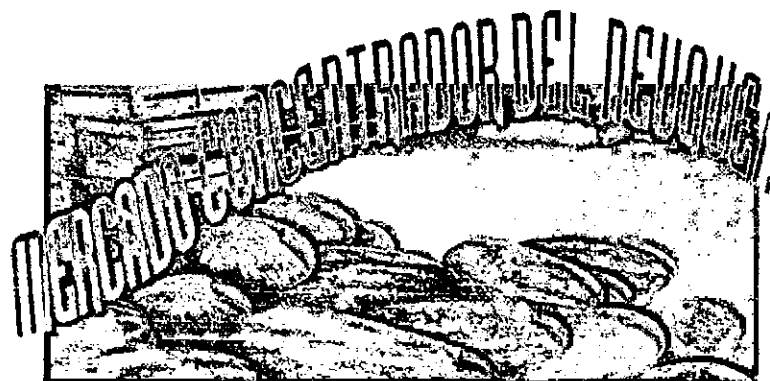
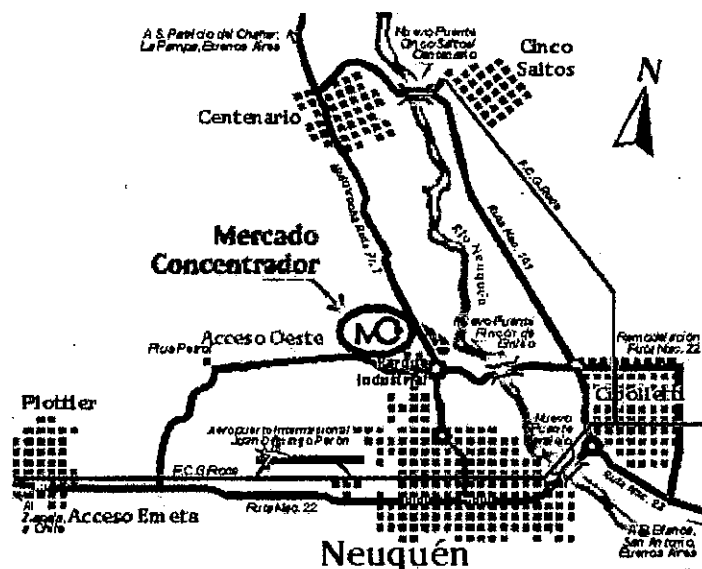
ESQUEMA DE LA DEMANDA

1 - Población

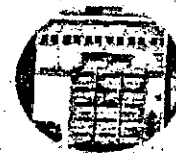
Total área de influencia:
453.438 habitantes.

2 - Consumo per cápita
de productos frutihortícolas
en el área de influencia del Mercado:
221 kgs/año.

VIAS DE COMUNICACION



UN MERCADO DE ORIGEN Y DESTINO



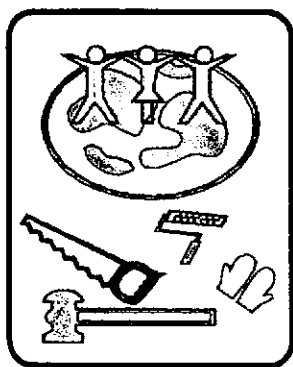
MERCADO CONCENTRADOR DEL NEUQUEN

EVALUACION

Proyecto Integración laboral

SERVICIO DE ENVASADO DE HORTALIZAS CRUDAS

**ESCUELA ESPECIAL DE
EDUCACION LABORAL N°2**



NEUQUEN -1996-

Nombre y Número de la Escuela:
ESCUELA ESPECIAL LABORAL N°2

Niveles:
INTEGRACIÓN LABORAL

Modalidad:
ESPECIAL

Dirección:
JUAN BENIGAR 139

Localidad:
NEUQUÉN

Departamento:
CONFLUENCIA

Provincia:
NEUQUÉN

Teléfono de la Escuela:
099-421701

Nombre del Director:
BETTINI JUDITH LEONOR

Nombre del Supervisor:
GRACIELA C. de CHRESTIA

Teléfono de la Supervisión:
099-471327

EVALUACIÓN DEL PROYECTO:

INTEGRACIÓN LABORAL SERVICIO DE ENVASADO DE HORTALIZAS CRUDAS

Presentación del proyecto: Septiembre de 1995.

Presupuesto otorgado: \$ 6.000.- Fecha: Octubre de 1995.

Puesta en marcha del proyecto: 26 de Octubre de 1995.

El objetivo de la propuesta se cumplió.

INTEGRAR AL MERCADO CONCENTRADOR DE NEUQUEN, A LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA ESPECIAL LABORAL N°2 Y DE LA ESCUELA ESPECIAL N°3 DE SORDOS E HIPOACUSICOS, EN PUESTOS ESPECÍFICOS DE TRABAJO A TRAVÉS DE UN SERVICIO INDEPENDIENTE, ADMINISTRADO POR PADRES Y DOCENTES.

El proyecto se puso en marcha el 26 de octubre de 1995, en instalaciones del Mercado Concentrador de Neuquén, con un grupo de nueve alumnos, que desarrollaban su labor de lunes a viernes, en el horario de 8,30 a 12,00 hs, cuya nómina figura a continuación:

1-	MARTÍN LOY	22 años	Escuela Laboral N°2
2-	FABIAN FERNÁNDEZ	21 "	" " "
3-	ANDRÉS MAAD	24 "	" " "
4-	GONZALO MARTÍNEZ	23 "	" " "
5-	CLAUDIO AVALOS	23 "	" " "
6-	GUSTAVO DELLA ROSA	23 "	" " "
7-	LUIS RALIL	20 "	" " "
8-	LUIS TORRES	17 "	" Especial N°3
9-	CARLOS FERNÁNDEZ	24 "	" " "

PROPUESTA DE MAYORISTAS PRODUCTORES:

La primera propuesta concreta de trabajo, fue el envasado de papas; las mismas eran entregadas en bolsas de 46 kg. y luego de una selección se preparaban para proceder a embolsarlas en envase de red de 2 kg. c/u. Esto fue lo solicitado por la Empresa FRUTIVER (Noviembre '95) agregándose luego HUERTAS DEL COMAHUE (Enero '95) juntamente con el pedido de fraccionamiento de pomelos.

Paralelamente el Supermercado TOPSY, presentó una demanda importante que obligó a concentrar todos los esfuerzos en su pedido, consistiendo el mismo en el fraccionamiento de papas y cebollas en bolsas de 2 y 1 kg. respectivamente.

La magnitud de esta propuesta determinó un cambio en el ámbito del proyecto, ya que para esta tarea, no serían necesarias las máquinas propuestas anteriormente y si una máquina fraccionadora electromecánica, con la cual se eliminarían los pasos planificados de lavado y procesado, cumpliéndose el siguiente ciclo:

- Recepción de mercadería
- Clasificación y selección
- Fraccionado
- Envasado
- Control
- Entrega

ante la inmediatez de la demanda la Dirección de la Escuela, Personal docente y Padres determinaron la compra de una máquina fraccionadora electromecánica cuyo costo fue de \$ 5384.50.

El resto de los \$ 6.000. monto destinado proyecto, fue asignado a la compra de herramientas manuales, pago de fletes e insumos.

En el transcurso de los meses y con mayores exigencias en la demanda se crea un segundo turno que funciona en el horario de 12,30 a 16,30 hs. con un total de 7 puestos de trabajo.

Los alumnos designados fueron los siguientes:

1-	DIAZ LEANDRO	22 años	Escuela Laboral N°2
2-	ITURRIAGA CRISTHIAN	23 "	" " "
3-	VEGA DARIO	16 "	" " "
4-	FERNÁNDEZ FABIAN	21 "	" " "
5-	LOY MARTÍN	22 "	" " "
6-	RALIL LUIS	20 "	" " "
7-	GALLARDO OSCAR	21 "	" " "

ACTIVIDAD CONCRETA DE TRABAJO:

Los productores mayoristas hacen entrega de los productos en la misma sede laboral en bolsas de:

papas	40 kg.
cebollas	22 kg.
batatas	20 kg.
limones	cajas de 15 kg.
pomelos	cajas de 48 unidades.
zanahorias	20 kg.

Este producto es seleccionado por los jóvenes, de acuerdo a su calidad y luego son embolsados mediante máquinas, quedando la mercadería distribuida en bolsas de red, abrochadas con ganchos especiales que determinan el cierre de las mismas, siendo éstas de 2 kg. c/u.

Una vez embolsadas, previa selección y pesado, se colocan en bolsas grandes para ser retiradas por los mismos productores y luego se distribuyen en los supermercados, listos para su venta.

Reuniones del COPADE (COMISIÓN para el DESARROLLO de la Pcia. de NEUQUÉN) y Directivos del MERCADO CONCENTRADOR

Se hacen reuniones periódicas con técnicos del COPADE y Directivos del MERCADO CONCENTRADOR DE NEUQUÉN.

Asistencia y Control

Se observó entre los jóvenes amplia disposición para el desempeño de las tareas asignadas, buena conducta, disciplina, hábitos de trabajo y excelente porcentaje de asistencia.

Funcionamiento actual:

Los turnos cumplen horario de lunes a viernes de 8,30 a 12,30 hs. y por la tarde de 12,30 a 16,30 hs.

Se cubren así 15 puestos de trabajo.

El proyecto laboral comenzó a desarrollarse en el mes de Octubre de 1995 y se continúa sin interrupciones hasta la actualidad (Junio de 1996); no implementándose a pesar de la demanda, periodo vacacional alguno.

Traslado de los adolescentes:

El mismo se efectúa por medio de un transporte privado, contratado por la Asociación de Padres, trasladando a los jóvenes desde la Estación Terminal de Neuquén hasta el lugar de trabajo, contemplándose su regreso.

Asociación de Padres:

Cumplen un rol importante del Proyecto, ya que acompañan el proceso de trabajo de sus hijos, realizan tareas específicas y llevan a su vez el control de los pagos correspondientes al servicio prestado a los Mayoristas, distribuyen proporcionalmente los ingresos entre los jóvenes de acuerdo a las horas y días de trabajo cumplido.

Administran un porcentaje para gastos (transporte y compra de materiales secundarios necesarios para la ejecución de la tarea).

La Asociación de Padres funciona de acuerdo a la reglamentación vigente (Personería Jurídica e inscripción en la D.G.I.)

Material empleado:

Es provisto por Supermercados TOPSY (redes, flejes metálicos para ganchos, cintas-manija).

Rol de los Docentes designados:

Docente GUILLERMO MATTUS

Docente CARLOS GIMENEZ

Cumplen la función con total responsabilidad y dedicación, acompañando profesionalmente el grupo en todas sus características.

Observan, señalan, indican y producen cambios si son necesarios, contemplan el cansancio de los jóvenes, su capacidad, destreza y desenvolvimiento; efectúan reemplazos consultados los mismos con la Dirección y equipo de la Escuela.

En el transcurso de este período laboral, se produjo una baja voluntaria, motivada por el traslado del joven a otra provincia, siendo reemplazado por otro aspirante, seleccionado en los pasos anteriores ya descriptos.

Visita de los Técnicos Docentes afectados al Proyecto:

Realizan visitas y encuentros periódicos entre los jóvenes, docentes y padres a efectos de elaborar situaciones de trabajo presentadas y fortalecer vínculos laborales entre los miembros afectados al Proyecto.

Control de las finanzas:

Participan técnicos en forma conjunta con los padres, para llevar el control de las mismas y planificar futuras inversiones si fuese necesario.

TOTAL DE KILOS FRACCIONADOS

PAPAS:

	SUPERMERCADO TOPSY	FRUTIVER	HUERTAS DEL COMAHUE
NOVIEMBRE		4.360 KG	
DICIEMBRE	1.680 KG	3.480 KG	
ENERO		4.365 KG	880 KG
FEBRERO		1.520 KG	400 KG
MARZO	1.668 KG		
ABRIL	27.315 KG		
MAYO	8.865 KG		

CEBOLLAS:

NOVIEMBRE	14.840 KG		
DICIEMBRE	22.738 KG	798 KG	
ENERO	22.365,5 KG	114 KG	480 KG
FEBRERO	26.291,5 KG		200 KG
MARZO	26.676 KG		
ABRIL	38.174 KG		
MAYO	29809,5 KG		

LIMONES:

NOVIEMBRE	
DICIEMBRE	
ENERO	
FEBRERO	604 KG
MARZO	
ABRIL	
MAYO	

POMELOS:

	SUPERMERCADO TOPSY	FRUTIVER	HUERTAS DEL COMAHUE
NOVIEMBRE			60 KG.
DICIEMBRE			
ENERO			
FEBRERO	95 KG.		
MARZO			
ABRIL			
MAYO			

ZANAHORIAS:

NOVIEMBRE	
DICIEMBRE	
ENERO	
FEBRERO	
MARZO	
ABRIL	
MAYO	7.439 KG.

BATATAS:

NOVIEMBRE	
DICIEMBRE	
ENERO	
FEBRERO	655 KG.
MARZO	2.943 KG.
ABRIL	5.070 KG.
MAYO	5.469 KG.

MERCADO DE CONCENTRACION DEL NEUQUEN

ESCUELA ESPECIAL DE EDUCACION - LABORAL N° 2



SERVICIO DE FRACCIONAMIENTO DE HORTALIZAS CON
VALOR AGREGADO PARA SUPERMERCADOS LOCALES.

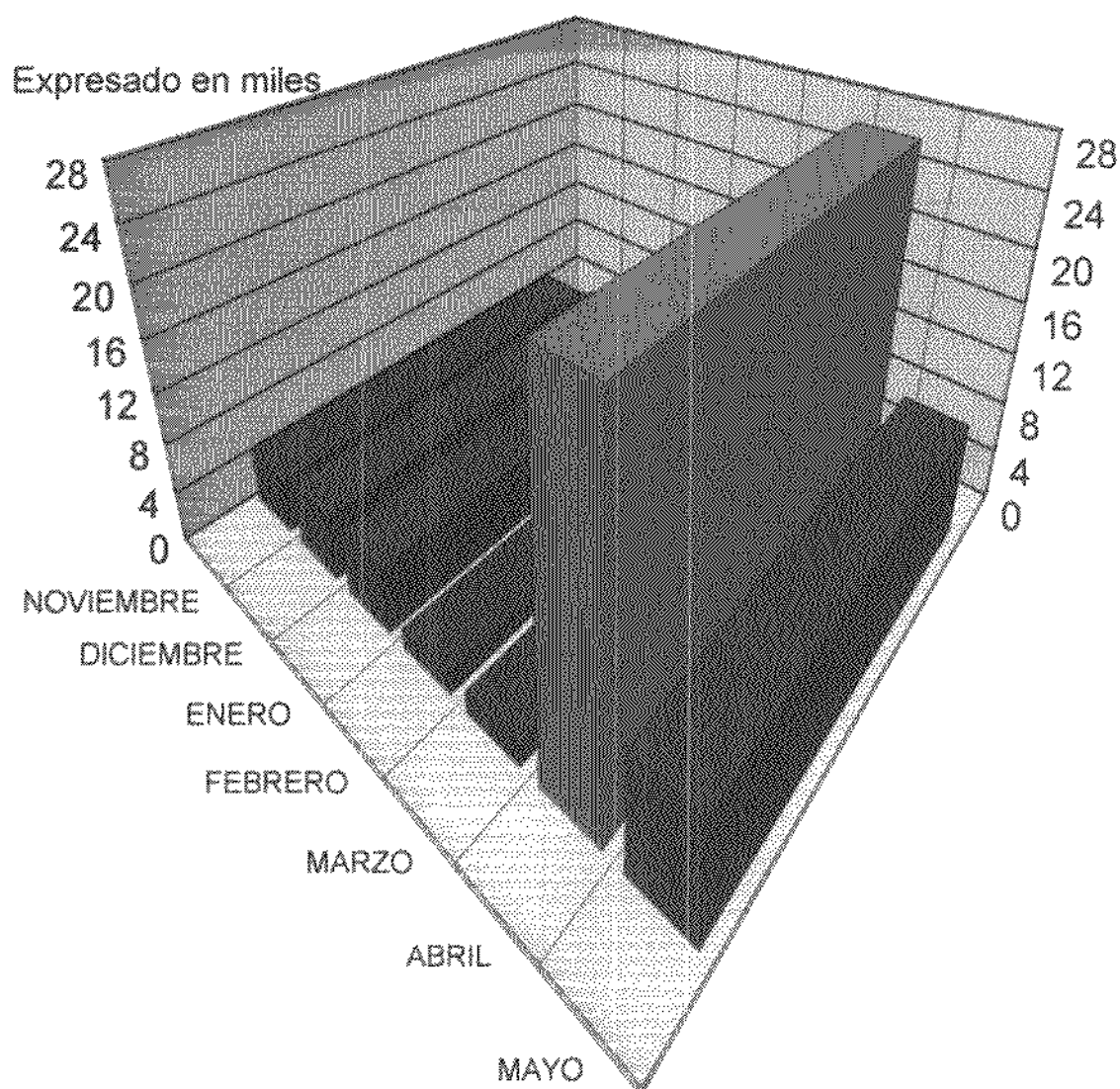
MERCADO DE CONCENTRACION DEL NEUQUEN

ESCUELA ESPECIAL DE EDUCACION - LABORAL Nº 2



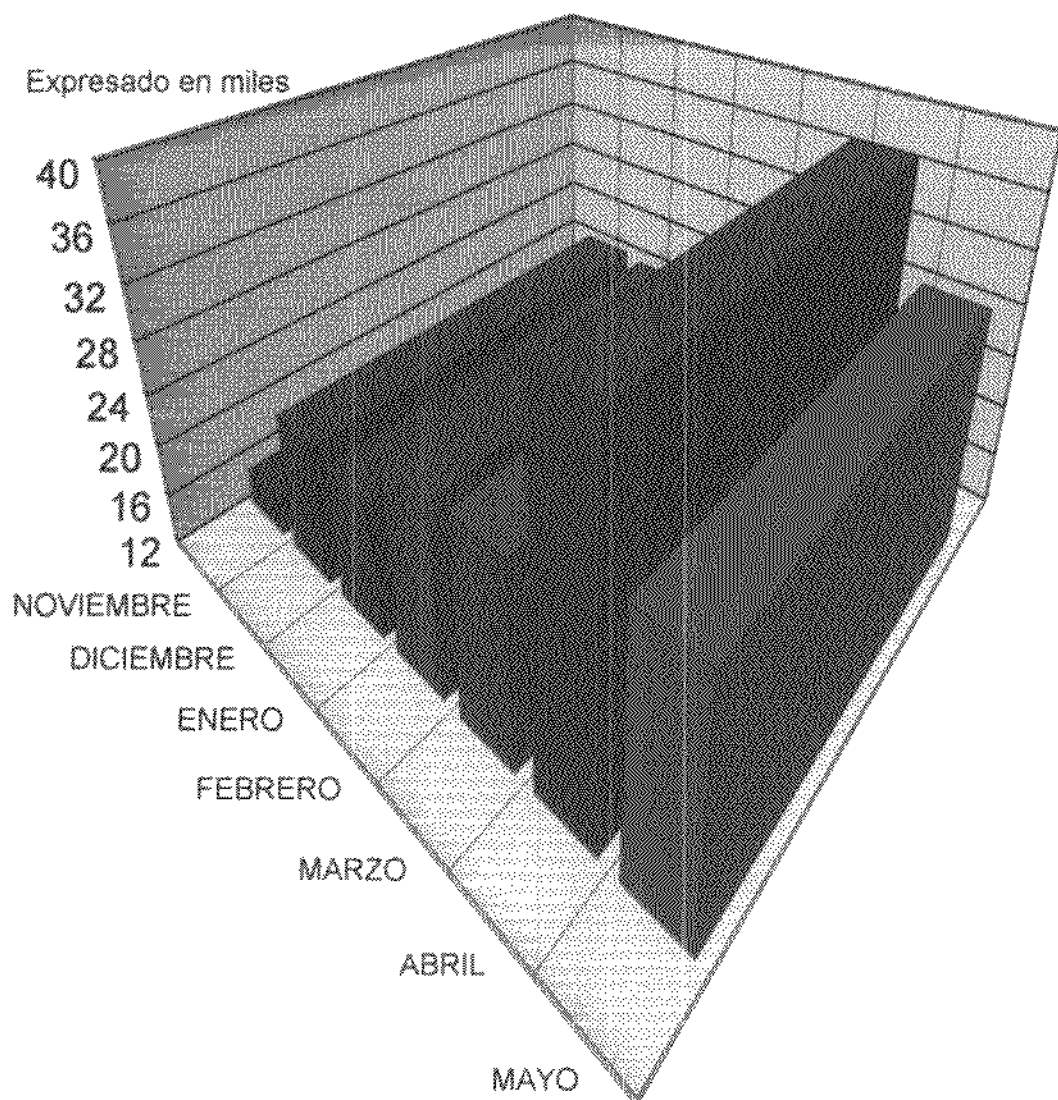
GENERACION DE 13 PUESTOS DE TRABAJO.

FRACCIONAMIENTO DE PAPAS



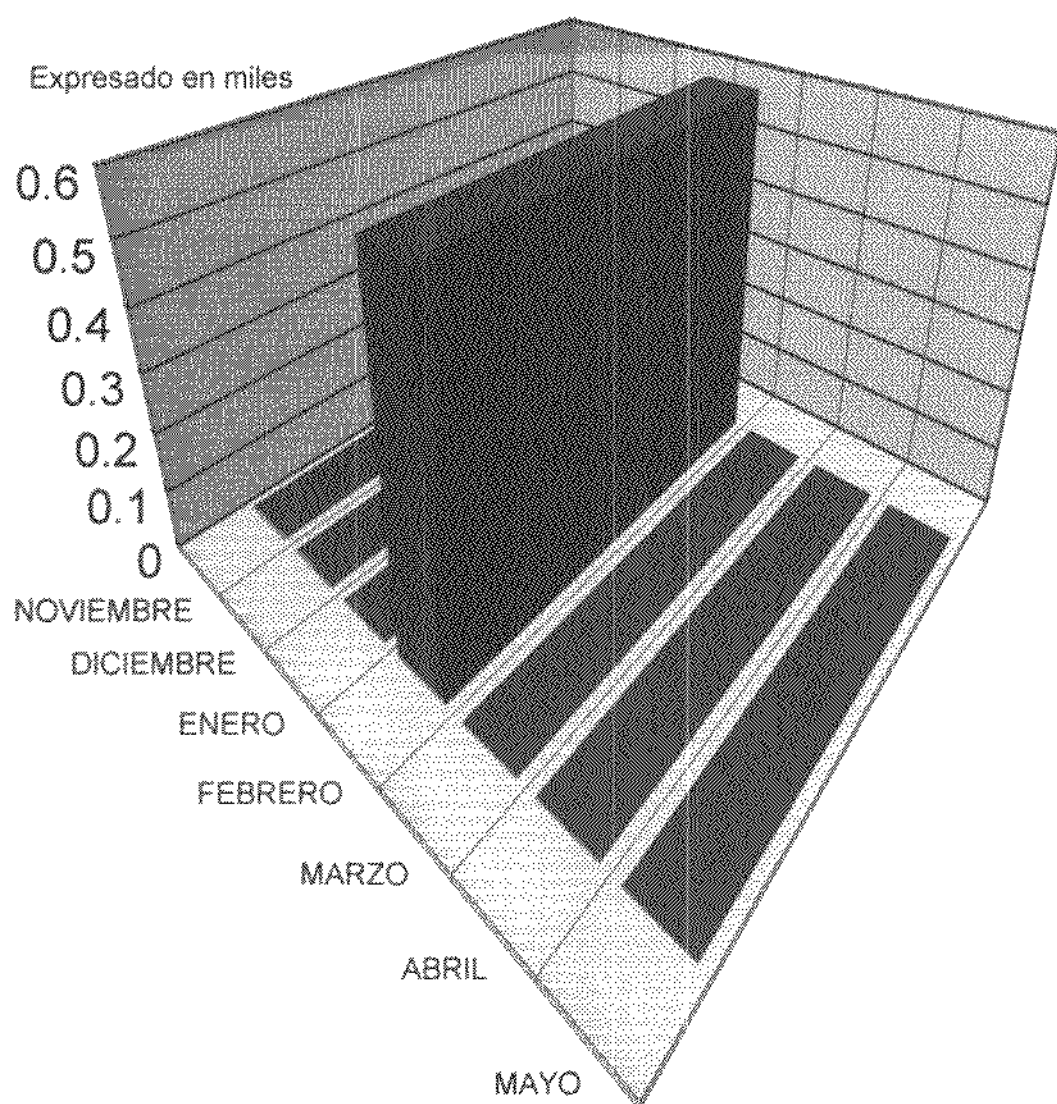
*Período Noviembre 1995 - Mayo
1996*

FRACCIONAMIENTO DE CEBOLLAS



*Período Noviembre 1995 - Mayo
1996*

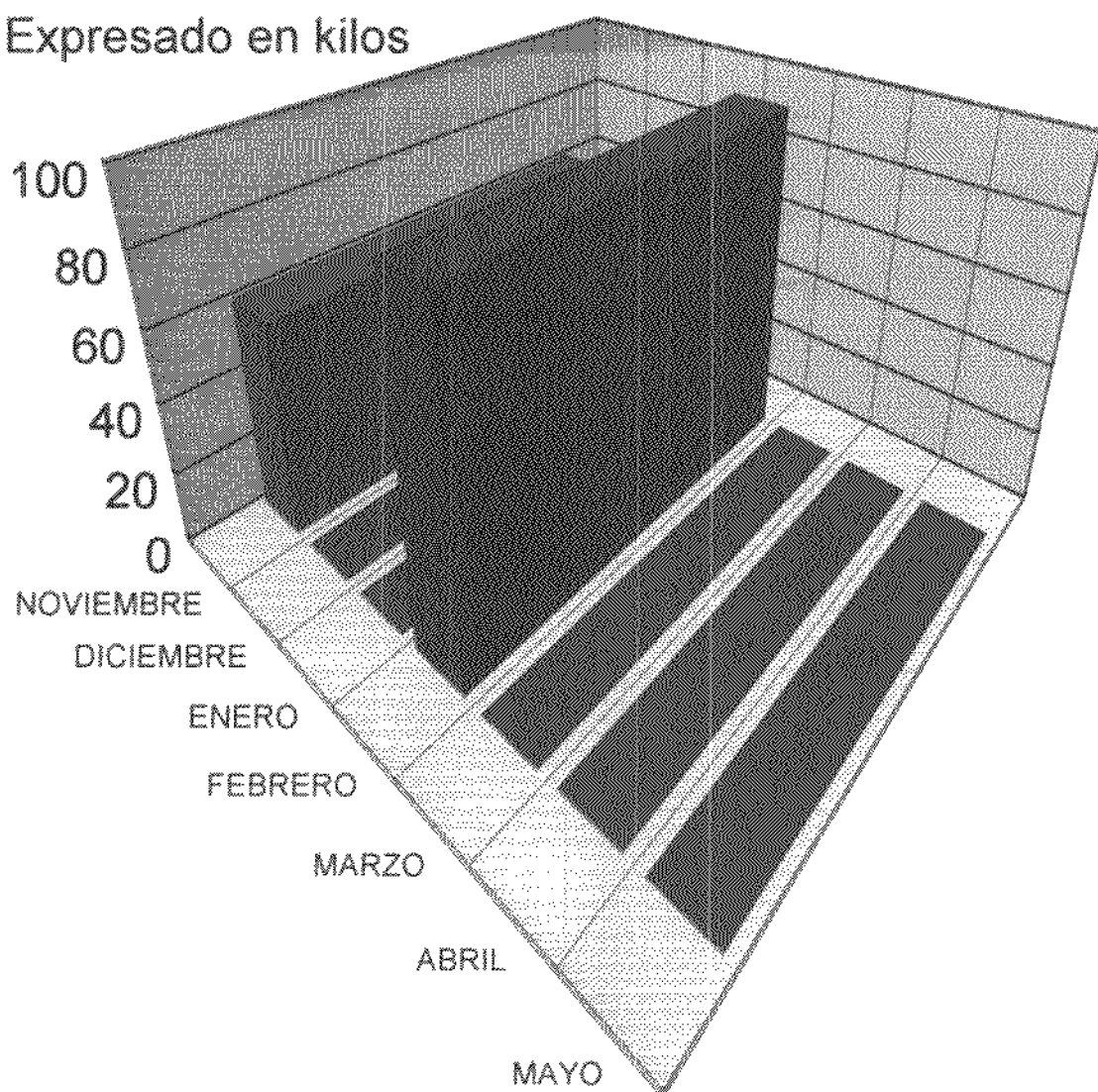
FRACCIONAMIENTO DE LIMONES



*Período Noviembre 1995 - Mayo
1996*

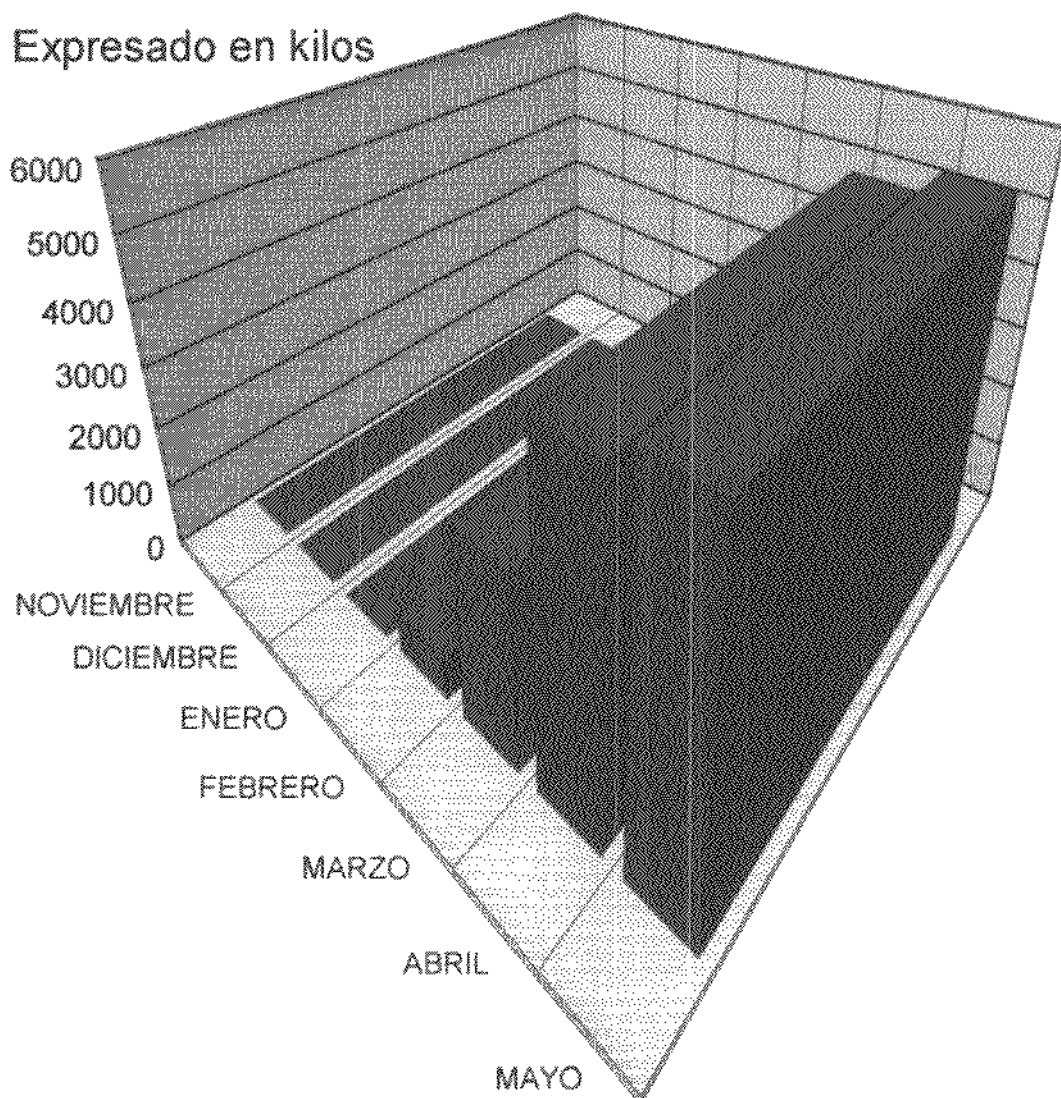
FRACCIONAMIENTO DE POMELOS

Expresado en kilos



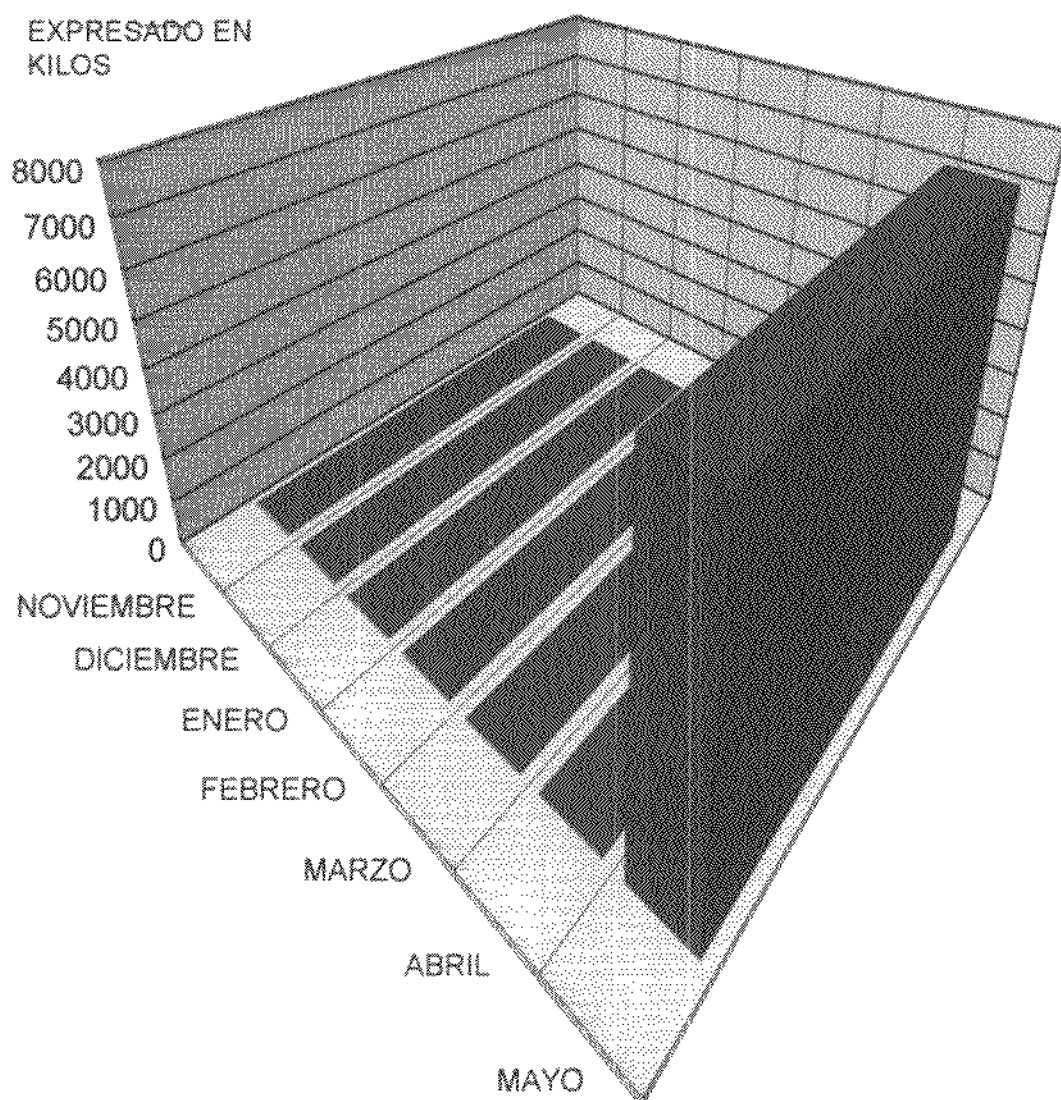
Período Noviembre 1995 - Mayo 1996

FRACCIONAMIENTO DE BATATAS



*Período Noviembre 1995 - Mayo
1996*

FRACCIONAMIENTO DE ZANAHORIAS



*Período Noviembre 1995 - Mayo
1996*

TOTAL DE PRODUCTOS FRACCIONADOS EN EL PERIODO
NOVIEMBRE '95 - MAYO '96

CEBOLLAS	182.286 KG.
PAPAS	54.533 KG.
POMELOS	155 KG.
LIMONES	604 KG.
BATATAS	14.137 KG.
ZANAHORIAS	<u>7.439 KG.</u>
TOTAL	259.154 KG.

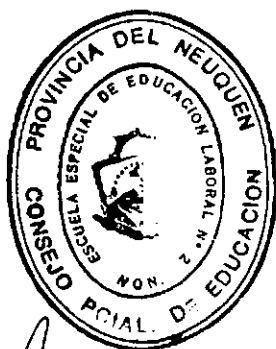
Evaluación del impacto en la Comunidad, del Proyecto Laboral

La demanda de los mayoristas es permanente y va en aumento debido a la promoción automática por la calidad del servicio prestado.

El acompañamiento de la Asociación de Padres madura paulatinamente y el ritmo laboral de los jóvenes es excelente. Todo esto implica un avance en el proyecto que determina la ampliación del servicio, para la cual se necesita la compra inmediata de:

- Máquina fraccionadora electromecánica.
- Máquina fraccionadora para bandejas plásticas con red.
- Zorra montacargas hidráulica.
- Balanza para pesos de hasta 500 kg.

Por lo expuesto se solicita la consideración de la renovación del subsidio.-



Graciela C. de Chrestka
SUPERVISORA
EDUCACION ESPECIAL

[Signature]
JUDITH BETTINI
DIRECTORA
ESCUELA ESPECIAL DE
EDUCACION LABORAL N.º 2

RELACIONES
Y
VINCULOS INTERNACIONALES

Informe Misión Estados Unidos.

46 th Annual

Produce Marketing Association

Convention & Exposition

San Diego - California U.S.A

Por invitación de **COPEXEU** se asiste a la Convención y Exposición de la **P.M.A.** , en forma somera se puede mencionar algunos puntos que fueron a mi entender muy importantes.

a) Existe un incremento notable en el cambio de hábitos de consumo de alimentos y estan basados en mejorar la Salud de la población.

b) A igualdad de tecnología en la producción, lo que marca la diferencia para comercializar un producto es el envase y la orientación para su consumo.

c) Los servicios Tecnológicos que se brindan cada vez estan más orientados, a las características propias del medio ambiente (Recurso Natural y Recurso Humano).

d) Los avances de comercialización de U.S.A. con los países asiáticos brindaría una mayor posibilidad para los productos alimenticios de Centro y Sud América.

e) De las conferencias las sobresalientes:

Ron Archer: El logro de un objetivo de una empresa depende del conocimiento de las personas que lo componen.

Nancy Toker: Fundación para una Mejor Salud.

“Cinco por Día”

Visita a la Universidad de Texas (Uvalde).

En respuesta a la gentil invitación del Prof. Daniel Leskovar, se pudo observar los trabajos más importantes que desarrolla dicho asentamiento.

- a) Cuantificación de los requerimientos hídricos de varias especies hortícolas.
- b) Optimización del uso del recurso agua en cultivos hortícolas.
- c) Precosidad de cultivares de Melón y Sandía.
- d) Vinculación tecnológica con Mexico y Japón.
- e) Producción de semillas hortícolas.

De acuerdo a lo conversado y considerando nuestras características climáticas (árido con agua) existe la posibilidad de lograr un convenio con la Universidad y la Provincia para desarrollar experiencias en la producción de semillas.

A continuación se transcriben conceptos de P.M.A. y Five For Day.

P.M.A

La Asociación de Comercialización de Frutas, Hortalizas y Flores, Frescas (produce Marketing Association) (PMA) de los EE.UU. de América, es la mayor asociación mundial, sin fines de lucro, de empresas que comercializan frutas, hortalizas y flores, en estado fresco. Sus 2.000 asociados de 30 países son operadores de frutas, hortalizas y flores, que actúan como productores, cargadores, mayoristas, minoristas, supermercados, operadores institucionales e importadores. Los socios de la PMA representan el 90% de todas las ventas de frutas, hortalizas y flores, en estado fresco, que se realizan en los EE.UU. de América.

(dirección página web: <http://www.pma.com>)

La Convención anual de la PMA atrae a 9.000-10.000 ejecutivos de la actividad frutihortícola y floral. Las sesiones generales y talleres de trabajo ofrecen las últimas novedades referidas a los nuevos esfuerzos que se realizan para la promoción del consumo; **el mercado global, la comercialización de productos frutihortícolas, materiales de embalaje y etiquetado, legislación gubernamental, medio ambiente y demás aspectos comerciales.** La Exposición de la PMA muestra los productos y servicios de aproximadamente 500 empresas ubicadas en 1.400 puestos.

A efectos de asistir a sus asociados, la PMA ha creado numerosos programas y seminarios de capacitación, ofreciendo además diferentes materiales para la comercialización. El centro de Informaciones de la PMA permite a los socios tener acceso a la única base de datos del sector dedicada exclusivamente a brindar información y consultas sobre la actividad frutihortícola y floral.

El perfil y demanda de los asistentes, extraídos de la Feria realizada en San Diego '95 , es el siguiente:

Beneficios Obtenidos de la Feria:

- * 66% contactos y relaciones;
- * 51% mejor comprensión de las tendencias de la actividad frutihortícola;
- * 29% información sobre nuevos productos;
- * 29% mejor comprensión de las necesidades de los clientes.

Tomadores de Decisiones:

- * 83% son compradores;
- * 33% altos ejecutivos;
- * 22% vendedores y encargados de la comercialización;
- * 15% gerentes de oficina/directores.

Segmentos del Mercado:

- * 45% son productores/cargadores/corredores/transportistas;

- * 24% son minoristas/mayoristas de supermercados;
- * 77% ventas mayores de U\$S 10 millones;
- * 10% ventas superiores a los mil millones de dólares;
- * 71% son minoristas/mayoristas con más de 50 tiendas;
- * 31% minoristas/mayoristas con más de 300 tiendas.

Fundación para una mejor Salud
a través de Frutas y Vegetales Frescos

La Fundación para una Mejor Salud a Través de Frutas y Vegetales (PBH) fue creada en Mayo de 1991 por los líderes de la industria de frutas y vegetales frescos.

Su propósito principal es el de servir como co-patrocinador, junto con el Instituto Nacional del Cáncer (NCI), del programa nacional “5 x día”- para una Mejor Salud. Es una asociación pública/privada sin precedentes entre el gobierno y la Industria de frutas y vegetales frescos. El NCI ha otorgado una licencia a PBH para emplear el programa y los materiales de “5 x día” y para dirigir las actividades industriales de 5 Al Día.

La meta del programa es la de aumentarle al público su conocimiento sobre la importancia de comer más frutas y vegetales frescos para una mejor salud, y de proporcionar información específica a los consumidores sobre como convertir estas

recomendaciones en prácticas dietéticas. El papel de PBH en el programa de “5 x Día” es el de trabajar conjuntamente con NCI para desarrollar e implementar un programa educativo en el lugar de compra del comerciante al menudeo, un programa educativo sobre servicios alimenticios, y un programa de los medios de comunicación a nivel nacional.

Como el socio industrial de frutas y vegetales frescos es este esfuerzo conjunto, PBH trabaja con minoristas, productores, embarcadores, empacadores, comerciantes, directivas de productos, asociaciones comerciales y otros miembros de la industria para transmitir el mensaje de “5 x Día” a los consumidores. Cerca de 300 minoristas difunden el mensaje de “5 x Día” exhibiendo carteles y otros materiales en los puntos de venta en sus tiendas, incluyen el logotipo de “5 x Día” y mensaje de NCI en su publicidad impresa y electrónica; distribuyen propaganda educativa a los consumidores, conducen demostraciones alimenticias en la tiendas y distribuyen recetas. Mas de 350 diferentes miembros de la industria promueven “5 x Día” al agregar el logotipo y los mensajes NCI en las bolsas, cajas, rótulos, tarjetas de recetas y en otros artículos promocionales. También incorporan el mensaje en nuevos materiales educativos y en los ya existentes, en anuncios de televisión y radio, y en otros

esfuerzos promocionales. Los planes futuros de PBH incluyen el trabajar con NCI para fomentar el programa a través de organizaciones de servicios alimenticios comerciales, enfocar promociones específicas dirigidas a niños y a diferentes grupos étnicos y socioeconómicos, y programas cooperativos con organizaciones locales y nacionales de salud.

La Fundación para una Mejor Salud a través de Frutas y Vegetales Frescos es una fundación independiente, no lucrativa 501 (c)(3) de educación para el consumidor.

Está financiada por contribuciones voluntarias, exentas de impuestos, de la industria de frutas y vegetales.

Información General:

La Fundación para Mejorar la Salud (en adelante PBH) fue creada en 1991 como una organización sin fines de lucro dedicada a la educación del consumidor.

La PBH es socia del Instituto Nacional del Cáncer (NCI) de Estados Unidos de América, en la iniciativa de desarrollo y promoción del Programa "5 x Día".

Las contribuciones al PBH son canalizadas en la promoción de acciones para educar al consumidor sobre la alimentación con frutas y vegetales.

Las contribuciones son deducibles de impuestos.

Programa “5 x día”

La misión de “5 x día” es incrementar el consumo de frutas y verduras hasta menos 5 al día, construir una relación de socios entre el gobierno, la comunidad de la salud, institutos y en general la industria de frutas y verduras, mejorar la salud de sus ciudadanos.

“5 x Día” es el primer-único a nivel nacional- programa dedicado a la educación nutricional de carácter industrial/gubernamental que tiene como objetivos el incremento de la dieta de frutas y verduras en los seres humanos y el rol que una dieta de tales características juega en la reducción del riesgo de cáncer.

Las promociones son apoyadas y llevadas a cabo por los propios participantes involucrados en la industria/comunidad de frutas y verduras.

Programa “5 x Día”, Objetivos:

*Educar a los consumidores en la importancia de incrementar el consumo de frutas y verduras a un nivel que aumente la demanda significativamente en la composición de la canasta familiar.

*Crear programas a nivel básico para asistir a los comerciantes en la selección y preparación de una más amplia variedad y un mayor consumo de frutas y verduras.

*Fomentar en los medios la misión de ayudar a ubicar a las frutas y verduras, como un tema importante de la agenda de salud de cada persona.

*Hacer de 5 x Día” un importante componente en el diseño de políticas públicas.

*Ser reconocido como un recurso creíble y responsable para mejorar la salud de los ciudadanos.

Desde la implementación del Programa “5 x Día”

*La membresía de PBH ha crecido a mas de 800 organizaciones.

*La preocupación del público de la necesidad de comer 5 frutas y verduras x día ha crecido cerca del 400%.

*Los recolectores han indicado que el Programa “5 x Día” incrementó sus ventas.

*La cobertura de los Medios equivale a unos 4 billones de artículos.

Sólo en 1993

Los participantes de “5 x Día” compraron mas de 65.000 posters, 95.000 calcomanías identificatorias y 2.9 millones de folletos para distribuir entre los consumidores.

*El mensaje de “5 x Día” fue incorporado a:

- televisión por cable y radio.

- el Fiesta Bowl Parade.

-programas y materiales para la educación de los niños.

-logotipos en negocios y camiones .

-impresiones como calcomanías y envoltorios.

*Más de 400 tenderos, distribuidores, granjeros y las industrias vinculadas, promovieron activamente el “5 x Día”.

*350 recolectores promovieron activamente el “5 x Día”.

*Fueron impresos más de 3 billones de artículos al respecto.

*En la Primer Semana Nacional de “5 x Día” se logró:

-más de 500.000 folletos fueron distribuidos en una semana de promoción.

-el mensaje de “5 x Día” fue publicitado a nivel local, regional y nacional en verdulerías, supermercados, en el Congreso de la Nación y en más de 50 estados de la Unión.

PMA

HOJA DE EVALUACION

PARA EL ENCUENTRO COMERCIAL INTERNACIONAL

Estimado Miembro/Participante en la Convención '95:

Con el afán de seguir mejorando el apoyo que ofrecemos a la comunidad internacional involucrada en la industria de frutas y hortalizas, estaríamos muy agradecidos si pudieran tomar el tiempo de llenar esta hoja de evaluación y de hacerla llegar por fax o correo a la dirección señalada al final de la segunda página. Pueden tener la plena seguridad que vamos a leer detenidamente todos sus comentarios y que haremos todo lo posible de tomarlos en cuenta en la Planificación para la Convención PMA 96. Es más, cada compañía que nos devuelve esta hoja de evaluación podrá solicitar al mismo momento una búsqueda más en nuestro Banco de Datos (sin costo alguno) al llenar la Solicitud de información que se adjunta a la presente.

Muy cordialmente: Nancy Tucker

Vice-presidente: Asuntos internacionales.

1) Favor de identificar su organización:

- | | |
|--------------|--------------|
| --Productor | --Importador |
| --Procesador | --Exportador |

--Broker

--Vendedor de insumos

--Mayorista

--Vendedor de equipo

--Detallista

--Proveedor de servicios

--Otro.

2) ¿Es su organización miembro de la PMA? --Sí / --No

3) Incluyendo el evento recién pasado, ¿a cuantas convenciones de la PMA ha asistido usted?-----

4) En caso que no, ¿existe alguna razón en especial?-----

En caso que sí, ¿cree usted que el Centro Internacional le sirvió / ----
mucho?-----algo?-----poco?

Si fuera tan amable , ¿podría profundizar un poco?

5) Una de las facetas importantes del Centro Internacional ha sido el Servicio de Encuentro Comercial Internacional, cuyo propósito es el de facilitar los contactos entre comprador y vendedor de productos perecederos y los bienes o servicios afines, sobretudo a nivel internacioneal. Si su compañía eligió no inscribirse, ¿hay alguna razón en especial por no hacerlo?-----

6) ¿Como proveedor, el Banco de Datos le ayudó a generar ventas?-

--Sí/---No. En caso que sí, ¿Como cuantos clientes nuevos encontraron a raíz del Banco de Datos?-----De esos, ¿podría estimarnos cuantos generarán ventas dentro en un plazo de doce meses?-----.

7) ¿Como comprador, el Banco de Datos le ayudó identificar nuevos suplidores?---Sí -----No. En caso que sí,¿como y cuantos?-----, Y de estos, ¿como cuantos cree usted que se convertirán en suplidores verdaderos dentro de un año?-----.

8) Como complemento al Banco de Datos en sí, la PMA asignó a varios representantes a trabajar en el Centro Internacional, con la tarea de contestar cualquier pregunta y de facilitar los contactos y el proceso de hacer negocios entre personas de diferentes países. ¿Hizo usted uso de este tipo de apoyo?-----Sí/-----No. En caso que no, ¿porque no?-----

En caso que sí ¿lo encontró -----muy valioso? -----algo valioso? ---
-----no muy valioso?

9) ¿Como se dió cuenta usted del Servicios de Encuentro Comercial Internacional? ¿Por medio de-----un volante de la PMA?-----la encuesta enviada con el resto de información sobre la Convención?-
----el Directorio de la Convención?-----otra fuente?-----

10) ¿El año que viene, en la próxima convención PMA, participará usted en el Encuentro Comercial Internacional?-----Sí/-----No.

11) ¿Tiene usted alguna sugerencia para mejorar el Encuentro?-----

Nombre:-----Organización:-----

Teléfono:-----Fax:-----Fecha:-----

Favor de enviar su formulario po fax ó por correo a nuestro contratista: Market and Technology Partners, Inc., 5808 Blue Lagoon Drive, Suite 310, Miami, FL 33126 Fax 305-262-0635 / Teléfono 302-262-0881.

Informe Misión Italia - Francia - España

Participantes

Ing. **JOSE PORTA** - Ministro Industria y Comercio Exterior.

Ing. Agr. **JUAN ALMIRON** - Municipalidad de Córdoba.

Sr. **FEDERICO LANDRA** - Senador Provincial - Productor.

Cr. **CARLOS AMONGERO** - Coordinador - Min. Ind. y Com. Exterior.

Ing. Agr. **ALVARO VILLEGAS** - Provincia de Neuquén. M.C.N.

Sr. **JOSE SANCHEZ** - Operador Mayorista.

Sr. **LUIS WUNDERLIN** - Operador Mayorista.

Sr. **JUAN GIACHARELLO Y SRA.** - Productores.

Sr. **JOAQUIN PINELLI Y SRA.** - Productores.

Sr. **ARMANDO MARCHEGIANI Y SRA.** - Productores.

Sr. **MIGUEL CAMPETELLA Y SRA.** - Productor-

Sr. **JUAN FASSETA** - Productor.

Informe Misión Italia - Francia - España

Objetivos

-Teniendo en cuenta la problemática del sector frutihortícola y su necesario reacomodamiento a la adopción de nuevas técnicas de producción, comercialización y distribución, se organizó la misión para tomar contacto con mercados, asociaciones de productores, plantas de procesamiento, plataformas de distribución y visitas a zonas de producción.

Para ello se comenzó en Verona-Italia, donde se participa de la *FIERAGRICOLA* en su 97ª edición. La muestra es una de las más importante de Europa, donde se puede apreciar los últimos adelantos en la materia, visitando los salones de la maquinaria agrícola, servicios para la agricultura, de la hortofruticultura, etc.

-Se recorren los mercados frutihortícolas de: Verona y Bologna-Italia-, Marsella y Chateaufort-Francia- y Barcelona-España. En todos los casos se toman contacto con operadores, productores, directivos y se estudian las formas operativas, de organización y servicios.

Informe Misión Italia - Francia - España

-Dentro del programa establecido con la colaboración de *AGRIBOLOGNA* (Asoc. de Productores), se visitan campos en producción y plantas seleccionadoras y productoras.

En el Sur de Francia, con Ctifl, se procede a visitar plataformas de distribución, centros de procesamiento de productos, hipermercados, mercados mayoristas y la Estación Experimental de Balandran de Ctifl.

Informe Misión Italia - Francia - España

Programa Cumplido

08/03/95

-Inauguración oficial de la 97ª FIERAGRICOLA de VERONA.

-Se asistió al Taller de Discusión "*ORTOFRUTTA e DISCOUNT, una convivenza possibile?*".

Con expositores de Italia y Francia se discutió el rol de las nuevas formas de comercialización en el sector hortifrutícola que, lo encuentran fragmentado y disperso, los Discount, favorecidos por las crisis económicas, proponen a los consumidores una forma nueva de comercializar productos a bajo precio con calidad garantizada. En Italia principalmente en su extremo Norte han tenido gran desarrollo. El fenómeno del Discount es la señal que indica el cambio de la distribución moderna en todos los productos de gran consumo, principalmente fresco, ya que, tienen una eficiente Logística, garantizan calidad, volumen y bajos precios. La porción del

Informe Misión Italia - Francia - España

Comercio en Frutas y Verduras es similar al volúmen negociado en los Mercados Mayoristas Tradicionales, por el momento, en Italia.

-Se recorren Stands de la Feria .-

Informe Misión Italia - Francia - España

09/03/95

-Visita a *VERONAMERCATO*, a partir de las 06:00 hs., se recorren las instalaciones, se observa en operaciones y se toma contacto con operadores. El Mercado de Verona a partir de 1991, es administrado por la Societa per Azione Veronamercato, constituida principalmente con capital de la comuna (57%), y privados: Operadores, Productores y Personal de Movimiento de Mercadería.-

- Atendidos por el Presidente del Consejo, su Director General, y representantes de los Operadores se toma conocimiento sobre funcionamiento del mismo.

Se destaca que, se ha encarado la construcción de un nuevo Mercado, pero con el objetivo de crear un nuevo Centro Agroalimentario e integrar a otros sectores de la Hortofruta, de la carne, los pescados, la flor y nuevas áreas de servicios y con un lema "del corazón de Verona para Verona y la Europa", teniendo en cuenta su posición estratégica en Italia y el Centro de Europa.-

Informe Misión Italia - Francia - España

Es un Mercado que comercializa 430.000 ton/año con 80 operadores, que abonan un canon mensual por alquiler, debiendo todo vehículo, sea para descarga como para la venta, pagar ingreso, existen abonos mensuales.

- Se visita en la *FERAGRICOLA* el Stand de *VERONAMERCATO*.-

- Se recorren Stand de la Feria, en esta edición había más de 800 expositores. Esta muestra es visitada por unos 180/200.000 personas.-

Informe Misión Italia - Francia - España

10/03/95

-Traslado a *BOLOGNA*.-

-Durante la tarde mediante la colaboración del Consorzio *AGRIBOLOGNA*, se realiza la siguiente actividad:

* Visita a la COOPERATIVA ORTOFLORICOLA EMILIA ROMAGNA que produce plantines de especies hortícolas que luego son distribuidas a los productores asociados. Se observan distintos invernáculos, se participa de una charla explicativa sobre las técnicas de producción.-

* Posteriormente se concurre a un campo donde se observan cultivos bajo cubierta, siendo atendidos por el productor y su hija, que se encuentran al frente de la explotación.-

* Visita al Consorzio C.O.R.I. (Consorzio Ortofrutícola Italiano - Società Cooperativa).-

Informe Misión Italia - Francia - España

En detalle se puede apreciar una planta de procesamiento de papa, seleccionado, lavado, fraccionado, y acondicionamiento.

Existe otra línea de producción destinada a la Transformación Industrial de la papa, en diversas formas, que son comercializados congelados.-

* Finalmente en instalaciones del C.O.R.I, se informó por parte del Director del consorcio, sobre el programa de producción y asistencia técnica en favor de los socios.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

11/03/95

-En instalaciones del Mercado de Bologna se asiste a un encuentro y debate sobre el rol de los Mercados Mayoristas y la Gran Distribución.-

Participan: Operadores Mayoristas del Mercado CORER (Organización de Productores Ortofrutícolas), CONERPO (Grupo Cooperativo Ortofrutícola), estas dos últimas dedicadas a la Gran Distribución en Italia y el Centro de Europa, y el Consorzio AGRIBOLOGNA que constituye una Cooperativa de Productores que opera en el Mercado de Bologna.-

-Durante más de 3 (tres) hs. se escucharon exposiciones de los distintos representantes y se discutió a fondo la comercialización frutihortícola, las tendencias, el futuro de los Mercados y la competencia con la Gran Distribución.-

Una consultoría encargada por la Dirección del Mercado indica ***“La Participación en el Mercado”***.

	ANTES	HOY	FUTURO
Gran Distribuidor	20%	50%	80%
Mayorista	30%	20%	10%
Minorista Tradicional	50%	10%	5%

Hay una Concentración de la Comercialización

50 Grupos de Gran Distribución	10%	50%	80%
---------------------------------------	-----	-----	-----

DISCOUNT EN ITALIA

Sept.94- 602

Sept.95- 1300 (cuota Mercado 15%)

La Distribución Moderna tiene como consecuencia una MENOR GANANCIA del Márgen de Venta. No hay aumento del consumo pero si una gran competencia entre la Gran Distribución. Se tiene un gran respeto al cliente con servicios anexos.-

Qué hacen los Mercados Mayoristas para competir con la Gran Distribución? Amplían sus Servicios a los clientes, la informática es la base de todo, trabajan también sin la presencia física del producto, pero hay un gran respeto al cliente (bajos precios y mejor calidad).

Informe Misión Italia - Francia - España

Se trabaja a J.I.T. (Just in Time), el cliente no tiene stock, por lo que hay gran rotación del producto.-

Actualmente la distribución Moderna Mediana a Chica, va en un 70% al Mercado Mayorista la Gran Distribución deberá tener un espacio en el Mercado.-

La estructura comercial del Mercado ante la Gran Distribución, es la Telemática y la Logística. Los operadores deben tener grandes superficies ya que manejan grandes volúmenes, muchos productos, mejor calidad, un servicio eficiente en la distribución y una estructura logística importante.-

-Diferencia entre *DISCOUNT* y *HARD DISCOUNT*;

Discount, 15 referencias.

Hard Discount, 500/600 referencias.

Informe Misión a Italia - Francia - España

13/03/95

-Visita al Mercado de Bologna, donde se pudo comprobar su operatoria, su estructura comercial para brindar los servicios de apoyo al cliente. Hay una Asociación de Operadores fuerte institucionalmente y que participa en la conducción del Mercado.-

Los Productores también están integrados al Mercado: Comercializan en playa, pero en su gran mayoría comercializan su producción a través de Cooperativas y Asociaciones de productores con puestos fijos en las naves.-

-El volumen comercializado alcanza los 400.000 ton/año.-

-Actualmente hay 44 operadores, anteriormente habían más de 100.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

- La administración es del Ayuntamiento de la Ciudad.-
- Las ventas se efectúan de madrugada, pero el Mercado abre todo el día.-
- Mediante acuerdos se intenta que la Distribución esté en el Mercado. Para lograr los objetivos que el Mercado continúe siendo el centro de comercialización mayorista de alimentos de la región, se ha planificado la construcción de una Gran Central Alimentaria, donde estarán todos los rubros frutas y verduras, carne, empresas de apoyo y la Gran Distribución. La inversión la realiza el capital privado que ha logrado un financiamiento preferencial.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

14/03/95

AVIGNON - FRANCIA

-El programa de visitas en este País fué elaborado por Ctifl y en primera instancia se asiste a una presentación de Ctifl, de los planes de trabajo y de la conformación de los grupos técnicos.-

Ctifl, es el Centro Técnico Interprofesional de Frutas y Verduras, con un presupuesto anual de F.F. 120.000.000, que provienen un 56% de un impuesto para fiscal del 0,5% sobre las ventas mayoristas de frutas y verduras, un 22% de subvenciones provenientes entre otros del Ministerio de Agricultura de Francia y de la C.E.E. y un 22% de otros recursos provenientes de servicios de todo tipo que brinda la Institución.-

Informe Misión Italia - Francia - España

-Las acciones del Ctifl van desde la investigación a través de 5 *CENTROS DE EXPERIMENTACION*, y 7 oficinas regionales con 300 profesionales y técnicos que, cubren etapas de producción, cosecha, poscosecha, comercialización y que, comprenden programas de formación, todo ello apoyado con publicaciones, catálogos, etc.-

-CAVAILLON, UN GRAN DISTRIBUIDOR E IMPORTADOR.

LA SOCIEDAD AZ. MEDITERRANE;

Con instalaciones que superan los 20.000 m², esta firma se dedica a distribuir en todo Francia y parte de Europa Frutas y Hortalizas que compra en forma directa en zonas de producción, importa y posteriormente selecciona y empaca.-

Todo ello apoyado con una importante infraestructura, totalmente acondicionada para productos frescos y con una logística perfectamente estructurada, llega a lugares alejados en tiempo con bajo costo y con productos de muy buena calidad. Volumen anual comercializado aproximadamente 100.000 ton.-

Informe Misión Italia - Francia - España

-MARSCHALL - UN PRODUCTOR-DISTRIBUIDOR DE TOMATE.-

Después de muchos años, productores del Sur de Francia se reúnen en base a tres puntos básicos:

- * Conocer la realidad del Mercado que, exige productos y servicios para distribuirlos a clientes mayoristas y consumidores.-
- * Es importante anticipar la evolución del estudio del Mercado día a día, tener información en tiempo real.-
- * Lograr un equipo de hombres coherente talentosos y que coincidan en los objetivos de producción, técnicas, etc.-

Como consecuencia de la profunda evolución del Mercado de Frutas y Hortalizas, ante la aparición de la Gran Distribución, los productores para sortear la crisis se reagrupan y comercialmente se concentran y adoptan técnicas que incrementan la producción y mejoran la calidad.-

Rougeline, es una marca de tomate que surge de agruparse 60 productores que adoptan una estrategia de marketing que garantiza la calidad del producto, en este caso TOMATE.-

Informe Misión Italia - Francia - España

Han logrado ser la marca N°1 en Francia con 50.000 ton. de producto estimado en 1.995.-

Con exigentes controles de calidad, asistencia técnica y un packaging que se adapta a cada consumidor.-

Rougeline es una marca de tomate, el mejor y a bajo precio.

Formaron profesionales de promoción, que orientan sobre el Mercado, hasta adornan los locales de venta con posters, etc.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

15/03/95

M.I.N. MARSELLA (MERCADO DE INTERES NACIONAL)

-La ubicación de la Ciudad de Marsella, le dá una posición privilegiada y le permite comercializar con el Norte de Europa, Italia, España y Africa.-

Sobre un predio de 25 Has., cuenta con 10 has. cubiertas de las cuales un 50% corresponden a sectores de la comercialización.-

Es el segundo Mercado de Francia.-

Volumen Comercializado

Productores	20.000 tn/año
Mayoristas	200.000 tn/año
Tránsito	100.000 tn/año

Informe Misión a Italia - Francia - España

Tiene una zona de protección que es la ciudad de Marsella.-

-Operadores Mayoristas: Al inicio había 84, luego de profundos cambios se reagrupan (fusiones) existiendo actualmente 37.

Cuando el Mercado comenzó a fusionar eran todas empresas familiares, ahora son sociedades.-

-Productores: Inscriptos 476 -diariamente concurren unos 150-. Hay control de calidad en el ingreso de todo producto.-

En el proceso de transformación se priorizaba la venta de las concesiones a los de adentro, con el objetivo que se fortalecieran comercialmente.-

-Administración: El estado posee el 20% de la sociedad y participan mayoristas, bancos, productores. La Dirección representa a la Comuna.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

Los productores pagan un derecho de ingreso diario, durante la descarga y la venta, depende del tipo de vehículo, hay abonos mensuales de ingreso.-

-Horario: Igual todo el año.-

Descarga a partir de las 04:00 hs.

Ventas a partir de las 06:00 hs., que finalizan prácticamente a las 08,00 hs.

Trabaja los 7 días de la semana.

Es flexible con el ingreso y egreso de mercaderías, durante todo el día.

-Abastece el 50/60% de la población de Marsella, además de otras regiones.

Informe Misión a Italia - Francia - España

-CASINO: UNA CENTRAL DE DISTRIBUCION EN AIX EN PROVENCE.-

Se trata de un moderno Centro de Distribución con una unidad logística moderna que permite aprovisionar diariamente: 15 Hipermercados, 103 Supermercados y 497 Almacenes.-

Con 700 personas atienden una superficie de 67.000 m², de productos frescos tienen 2.500 referencias y 5.000 referencias de otros productos, tienen 134 puertas de carga o descarga de mercaderías, que internamente movilizan con 382 carros. La estructura logística permite abastecer todos los puntos de venta en muy poco tiempo, preveen las compras, manejan poco stock, un negocio diariamente recibe el abastecimiento durante por la mañana.-

La distribución se realiza con 9 empresas de transportes que poseen 100 camiones.-

Comercializan 100.000 ton. de frutas y verduras por año.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

-Posteriormente se visita un hipermercado de la cadena CASINO, con la finalidad de observar el sector de frutas y hortalizas donde tienen más de 300 referencias.-

-CANAVESE: UN GRAN DISTRIBUIDOR EN AUBAGNE.-

Es una empresa distribuidora que, con 6 plataformas de distribución comercializan 120.000 ton/año de verduras y frutas.-

Han impuesto una marca “La fuerza verde” que es el simbolo de calidad de la firma.-

Adoptando técnicas modernas de distribución, con una logística muy bién estructurada participan en toda Francia, distribuyendo productos de calidad garantizada, e introduciendo técnicas innovadoras en la presentación para la venta de productos como Ananá y bananas.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

La plataforma visitada tenía 17.000 m² con temperatura controlada y una rotación diaria de 400 referencias de productos de distinto origen, con actividad las 24 horas.-

Se realiza selección, control de calidad, empaque y acondicionan en pallet exhibidores, directo para instalar en el punto de venta.-

Cuenta además con un lugar en el M.I.N. de Marsella.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

16/03/95

MERCADO DE PRODUCCION M.I.N. DE CHATEAURENARD

-Es el Mercado de Productores más importante de Francia, que regula el precio de las hortalizas de hoja en el país.-

Tiene una particular y única forma de comercializar.-

-En un salón de unos 200 m², diariamente concurren 30/50 productores que, con 2-3 plantas de lechuga la exponen sobre un cajón a partir de un timbre 6:45 hs. los compradores realizan la operación. Todo finaliza en 10/15 min. se pacta el precio y el productor se dirige a recolectar el volumen vendido y entrega en el negocio, todo deberá responder a la calidad de la muestra.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

-Posteriormente en una playa abierta se realiza la comercialización de otros productos.-

Toda la operatoria dura unos 45 min.-

Volumen Comercializado

Invierno	300 ton/día
Verano	2.000 ton/día
Anualmente	300.000 ton.

El ingreso de productores se efectúa pagando un boleto.-

Este M.I.N. depende de la Comuna de Chateaurenard.-

-Toma de Precios: Diariamente se efectúa por parte del personal especializado, se procesa y a las 8:00 hs., está disponible por la telemática y es consultado por toda Europa, se consignan los volúmenes negociados haciendo referencia al día anterior.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

Este es un servicio rentado, utilizado por Mercados mayoristas y Cooperativas.-

- GAILET: UN PRODUCTOR-DISTRIBUIDOR DE MANZANAS.

Es una empresa familiar que ha logrado a través de varias generaciones tener un lugar importante en el Mercado de la Manzana, imponiendo una marca y un acondicionamiento para cada exigencia.-

En su planta de selección y empaque que visitamos, cada uno de los integrantes de la familia se encuentra en un lugar clave.

Manejan un volumen importante de producción y sus clientes son los Grandes Distribuidores de Francia y Europa.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

Recientemente automatizaron toda la planta, haciéndola más eficiente con menos personal y que se refleja en una baja en los costos, lo que les ha permitido ganar nuevos Mercados.-

- CENTRO DE EXPERIMENTACION DE Ctifi EN BALANDRAN.

Se pudo observar que, en una superficie de 70 has., un Centro Tecnológico de primer nivel, trabajan en él 70 personas entre profesionales y operarios, hay 10 laboratorios, uno de producción de cultivos "in vitro", su situación geográfica le permite estar integrado a los problemas de las grandes zonas de producción del Sudeste de Francia.-

-Se observan invernaderos con tomates, con alta producción y técnicas de avanzada.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

Se realizan ensayos de variedades de frutillas, también se efectúan estudios de conducción y producción en cultivos como manzanas, durazno, vid, cereza.-

En síntesis una recorrida sumamente provechosa, a un centro tecnológico de avanzada que, nuestros productores y operadores supieron valorar.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

18/03/95 al 20/0395

-MERCABARNA: MERCADO DE BARCELONA.-

Durante dos días se recorrió este importante Centro de Abastecimiento de España.-

Han logrado agrupar en un Centro Estratégico 4 Mercados: Frutas y Verduras, Pescados, Flores y Carne, luego de 25 años de funcionamiento MERCABARNA se encuentra consolidado como uno de los Centros de Referencia de Europa.-

Se encuentran establecidos más de 800 empresas entre: mayoristas, distribuidores, transformadores y envasadores de alimentos, empresas de catering, de conservación frigorífica, etc.-

Se trata de un Gran Mercado que ha sabido adaptarse a los cambios en la comercialización, y esto le permite actualmente concentrar la oferta agroalimentaria más importante del Sur de Europa.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

En frutas y hortalizas hay 460 puestos con 250 operadores.-

No existe límite de superficie para cada operador. Hay una Junta de Mayoristas fuertes institucionales, esta permite acordar pactos de trabajo a mediano plazo, cada comisión dura 4 años. Cuando se va a realizar una transferencia se exige se comunique a los vecinos si no tienen interés, siempre se beneficia al operador que está en el Mercado.-

En el cobro de las transferencias se afecta un 1% para promoción y un 2% para la Asociación de Mayoristas.-

El horario del Mercado, es de 09 a 19 hs., todo el año con venta grande de 12 a 18 hs. Se llegó a esto, luego de probar todo tipo de horarios: mañana, tarde, nocturno, etc.-

La descarga es hasta las 12 hs.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

Ingresan 315.000 vehículos por mês, abonan todos los compradores y empleados, hay varias categorías según el porte del vehículo, existe un abono mensual, para descarga se cobra tarifa similar que los compradores, cuando se dirigen a la Z.A.C. abonan un 50% del valor.-

El Mercado de frutas y verduras comercializa 1.000.000 ton/año.

Pero lo que realmente demuestra la integración de MERCABARNA con la producción y la comercialización es el haber desarrollado dentro de su superficie la Z.A.C. (Zona de Actividad Complementaria) que, ha permitido se asienten todo tipo de empresas, la Gran Distribución, de servicios, etc. y operadores mayoristas con puestos que instalan plantas procesadoras de frutas y verduras que, comercializan desde su puesto o distribuyen directamente.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

Son unas 80 has. ocupadas que, desarrollan una intensa actividad agroindustrial que complementa al Mercado, NO compite.-

La administración de MERCABARNA es, Ayuntamiento de Barcelona 58%, MERCASA 40%, Actividad Privada 2%.-

En síntesis se pudo observar un gran Mercado dinámico que ha sabido adaptarse a los grandes cambios ocurridos en la comercialización y le ha permitido consolidarse institucionalmente.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

SINTESIS GENERAL

Se trató de una misión sumamente provechosa ya que, se observó desde la producción todas las etapas en la comercialización frutihortícola, nuevas técnicas, agrupaciones de productores, plantas de procesamiento y nuevas estructuras de venta, dentro de los Mercados y fuera de los mismos.-

La globalización de los Mercados y la gran competencia en el negocio del sector hortifrutícola han hecho que, los productores adopten nuevas técnicas de producción tendientes a satisfacer las demandas del mercado, introducen nuevas variedades, cultivos protegidos bajo cubierta, políticas de marketing para venta directa y hasta plantas de procesamiento.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

Los mayoristas de los Mercados, intermediarios en el comercio, han visto peligrar su permanencia, por lo que han debido adoptar grandes cambios, asociarse con los productores, brindar mayores y eficientes servicios, productos de primera calidad y con packaging adaptado a las exigencias de los clientes, además debieron consolidarse empresarialmente para tener una gran capacidad económica financiera, de ahí surgen fusiones entre Operadores que han permitido el desarrollo de sociedades comerciales fuertes.-

Los mayoristas, empresarialmente se agrupan en asociaciones o cámaras políticamente fuertes que le permiten encarar acuerdos con los directivos de los Mercados y participar de las decisiones en el establecimiento.-

Informe Misión a Italia - Francia - España

Los productores en los Mercados, poco es el volúmen que venden en forma individual, se ha agrupado también en asociaciones, que son sociedades temporarias, pero les permiten encarar con mayor decisión y fuerza sus ventas.-

Los Mercados Mayoristas frutihortícolas participan entre un 30 a 40% del negocio del sector, se encuentran en abierta competencia con la Gran Distribución, los Discount u otro tipo de venta directa. Como consecuencia de esa disputa la necesidad de conveniencia mutua, de realizar Grandes Centros de Abastecimiento en un mismo predio se encuentran todos los “actores” de esta comercialización moderna.-

En Europa, la gran mayoría de los Mercados son del sector oficial, participando mayoritariamente la comuna del lugar pero, ésto no resulta inconveniente para que el sector privado desarrolle toda su actividad dentro del Mercado, realizando importantes inversiones en obras de infraestructura (plantas de

Informe Misión a Italia - Francia - España

empaque, fraccionamiento, agroindustrias, etc.-)

Dentro de un Mercado se facilita ampliamente la comercialización, prácticamente los operadores permanecen todo el día en el establecimiento, no hay límite en superficie de venta, ni de egreso o ingreso de los productores.-

Se piensa que, con lo observado en esta gira y la misión a E.E.U.U., deberán surgir pautas claras, precisas y rápidas, que permitan que el Mercado Concentrador del Neuquén sea el punto de referencia del sector frutihortícola de la Patagonia, deberán participar todos los sectores comprometidos en vista al cambio profundo que se necesita.

ITALIA

LAVORAZIONE
ITALIANA
MATERIE
PLASTICHE

ROBERTO GIAMBELLI

✱ **L. I. M. P.**

di GIAMBELLI ENRICO e C. srl

20035 LISSONE (MI) - Via Matteotti, 87/89 - Telefono 039/464.308-483.176



VERONAMERCATO S.p.A.

DIRETTORE
DR. ULISSE FERRARI

Maria Donatoni
Responsabile Relazioni Pubbliche

8202PSP

MERCATO AGROALIMENTARE DI VERONA S.p.A.

37135 Verona - Viale del Lavoro, 11
Tel. 045/500673-504474 - Fax 8201313
Cap. Soc. L. 600.000.000 I.v. - C.F. e P.I. 0222344 0217

Dott. Agr. ROBERTO PIAZZA
responsabile mercato ortofrutticolo

asam

azienda
servizi
annonari
municipali

40129 BOLOGNA VIA FIORAVANTI, 22 - TEL. 051/359801 - FAX 352281

ITALIA

ESAV 

ENTE SVILUPPO AGRICOLO DEL VENETO

CENTRO SPERIMENTALE REGIONALE
ORTOFLORICOLO "PO DI TRAMONTANA"

p.a. Carlo Mantoan

45010 ROSOLINA - Via Mocenigo, 7 - Tel. 0426/664917 - Fax 0426/664916

VIVA

Comunicazione Aziendale

Dr.ssa Claudia Ferreyra

Via Fioravanti 22 • ufficio 148
40129 Bologna
Tel. 051/369844 • Fax 051/371313

Alberto O. Maschini
Console Generale Aggiunto

Centro di Promozione Argentina / *Fax 780157*
Corso Venezia, 9 *Tel. (02) 780228*
20121 Milano *780569-780205*

ESPAÑA

ANECOOP S. COOP.

JOSE M^a TORRES
COORDINADOR DEPTO. CULTIVOS

MONFORTE, 1-ENTLO.
46010-VALENCIA (ESPAÑA)

TEL. 362 86 27
TELEX 64199 COOP E
TELEFAX (34-6) 362 19 00



P F G INTERNACIONAL S.A.
PRODUCTOS QUÍMICOS PARA LA AGRICULTURA

Lic. OSVALDO FRANCIA BONIFACIO
PRESIDENTE

7925 973-780588

Litera, 3 - Tel. 973-780644 Fax 973-780270 25183 SERÓS - Lérida (España)

mb
mercabarna

Joaquim Ros i Saqués
DIRECTOR MERCATS MAJORISTES

CENTRE DIRECTIU - Planta 5a.
Zona Franca-sector C - 08040 BARCELONA
Tel.: 335 53 00
Fax: 335 29 40

U.S.A

MARIANO E. RIPARI

*Embassy of Argentina
Office of Agricultural Affairs*

1600 New Hampshire Ave., N.W. (202) 939-6444
Washington, D.C. 20009 Fax (202) 332-1324

ROBERTO C. DUPUY

Secretario de Embajada

315 - 6574/5 2118 - 2134

TRY FOODS™
INTERNATIONAL, INC.

Rose Welsh
Director of Industry Promotions

P.O. Drawer 2248 • Apopka, FL 32704-2248
(800) 421-8871 • (407) 884-8011
Fax (407) 884-0809



JUAN NAVARRO

Manager Central & Northern California Operations

401 N. 1st Street
King City, CA 93930

(408) 385-3817
Mob. (408) 595-1908
Fax (408) 385-3346

Sheena Kuruvilla
Manager, International Trade and Industry Relations



**United Fresh Fruit
& Vegetable Association**

727 North Washington Street Alexandria, VA 22314
(703) 836-3410 FAX (703) 836-2049



GREEN SOILS INTERNATIONAL

A DIVISION OF MIG HOLDINGS INC.

4088 DEER RUN COURT
MISSISSAUGA, ONTARIO L5C 3P2
CANADA
TEL: (905) 949-4679 DIR: (416) 494-9810
FAX: (905) 949-4805 (416) 494-7682

RAJ RAJAKUMAR
VICE PRESIDENT

SUPPLIERS OF QUALITY COCONUT FIBRE PRODUCTS

U.S.A

MENDEL & ASSOCIATES

DAVID A. MENDEL



5360 Jackson Dr. Ste. 218-C
La Mesa, CA 91942
(619) 460-9354
Fax (619) 460-9363



PUREPULSE
SEEDS

DR. JOSEPH DUNN
CHIEF MICROBIOLOGIST

8888 BALBOA AVENUE, SAN DIEGO, CALIFORNIA 92123
TELE: 619/576-7894 FAX: 619/576-1377



PRODUCE MARKETING ASSOCIATION

1500 Casho Mill Road • P.O. Box 6036
Newark, DE 19714-6036, USA
Phone: (1) 302-738-7100
Fax: (1) 302-731-2409
Internet: intl@pma.com



Tel: (208) 378-0065
Fax: (208) 378-6622

BARRY HUMAN

Assistant Production Manager

9458 Fairview Avenue, Suite Q
Boise, ID 83704

P.O. Box 4727
Boise, ID 83711-4727

NANCY J. TUCKER, CAE

Vice President, International Trade and Development



Gustavo C. Gonzalez
Assistant Sales Manager
Latin America

Rogers Seed Co. • P.O. Box 4188 • Boise, Idaho 83711-4188
600 N. Armstrong Place • Boise, Idaho 83704
Office 208-327-7241 • Fax 208-378-6625

CHILE

hortalizas
vegetables

frutas
fruits

miel
honey

vivero
nursery



FERNANDO VARGAS
INGENIERO AGRONOMO

NORMA O. SUPERBI

*Secretario Comercial
Embajada Argentina*

TEL. 56 42 214125 FAX 56 42 223242 - 5 DE ABRIL 332 CHILLAN CHILE

Ahumada 341-52 Piso
Santiago-Chile

Fonos 6397464-6333785
Fax (56-2) 6393653

FERNANDO MEDEL SALAMANCA
Prof. Dr. Ing. Agrónomo
FRUTICULTURA

Residencia: Quineo 611 - Fono 212876

Universidad Austral de Chile
Fax (063)212953

Fono (063)213911
Valdivia-Chile



Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias

AGR. LUIS EDGAR BUSTAMANTE
Programa Papa-Hortalizas

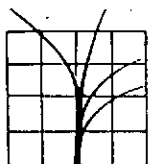
Estación Experimental Chuquipata
Km 19, Panamericana Norte
CUENCA-ECUADOR

Telf.: 821-988
Telex: 2532
Casilla: 554

FRANCIA

Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes

Ctifl



Jean-Claude NAVATEL

*Laboratoire
de culture in vitro*

Fax 66.01.6228

Centre de BALANDRAN

30127 BELLEGARDE tél. 66 01.10.54 ~~66 01.12.00 téléc. 66 01.12.05~~

M^r et M^{me} Serge Lenud de Cougny

*8, Rue des Lauriers
Grand Soleil*

*Tél. 90 73 22 49
13750 PLAN D'ORGON*



Institut National de la Recherche Agronomique

Raúl H. GREEN
Chargé de Recherche

Laboratoire d'Economie Industrielle Agro-Alimentaire
65, boulevard de Brandebourg
94205 IVRY Cedex
France

Tél. : (33) (1) 49 59 69 35
Fax : (33) (1) 46 70 41 13

conclusiones

CONCLUSIONES:

El trabajo realizado, plantea el gran futuro que le depara a la producción y comercialización de frutas y hortalizas de la región, si se toman las medidas políticas pertinentes.

En el Mercado de la Globalización de la Economía, la necesidad de distinguir nuestros productos, fruto en parte de la calidad ambiental de la patagonia y del esfuerzo de su gente, es oportuna, ya que nos permitirá posicionarnos en los Mercados más exigentes del Mundo.

El desafío que implica la integración requiere iniciar procesos de organización, capacitación y vinculación de los productores.

No se logró la total integración de los mismos y el funcionamiento pleno del Mercado, debido básicamente a que se requiere continuidad y perseverancia. El ritmo de integración disminuyó sensiblemente en el período de elecciones de autoridades gubernamentales. Lo cual nos lleva a la reflexión para generar en estos casos (Producción y Comercialización) políticas de estado, concensuadas con todos los partidos políticos.

Este consenso y decisión de las autoridades políticas de la provincia, debe ser urgente, considerando el rol competitivo de otras regiones productoras y particularmente del ingreso de Chile al Mercosur.

Del presente trabajo los logros más sobresalientes sin duda fueron:

- a) Generar cerca de 15 puestos de trabajo para personas con discapacidad.
- b) Incipiente planificación de la producción y comercialización hortícola de la provincia, con activa participación de los municipios.
- c) Capacitación en diferentes temas a productores de más de trece municipios.
- d) Haber vinculado al Mercado de Concentración del Neuquén con similares de Córdoba, Buenos Aires, Mendoza, Mercosur, exterior: Francia, Italia, España y U.S.A.
- e) Construcción de Cámara Frigorífica con capacidad para 16.000 bultos.
- f) Utilización de envases estandarizados con indicación geográfica.

g) Implementación de la línea crediticia para microemprendimientos del C.F.I. orientada a la actividad hortícola, permitiendo brindar apoyo al sector y evaluar el impacto de la misma.

Es oportuno revalorizar la función que debe desempeñar el Mercado de Concentración del Neuquén en el control de la sanidad y calidad de los productos alimenticios que se producen o ingresan en la provincia y la patagonia. Ya que en el proceso de globalización y economía de mercado el Estado es uno de puntos de referencia y es quien garantiza que el sistema funcione con EFICIENCIA Y EQUIDAD.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- **BAJLEC, P - ISASTI, F. - MARTINEZ, E. 1989.** Diagnóstico sobre Abastecimiento de Hortalizas en la Provincia de Neuquén y Factibilidad de Producción en Invernáculo. CFI - Provincia Neuquén.
- **CENTRAGOLO, Hugo. 1995.** Integración vertical - Manual para el Productor. Subsecretaría de Producción Agropecuaria y Mercado.
- **COOK, R y MENDEL D. 1995.** Funciones Internas y Externas en el Negocio Hortícola - La Mañana Rural - Junio 1995. Neuquén.
- **CRESPO, F - LEBRERO, C. - MIRANDA F. 1975.** Estudio del Mercado de Concentración de la Ciudad de Neuquén. CFI - Provincia de Neuquén.
- **GIACONI, V. 1990.** Cultivos de Hortalizas. Editorial Universitaria.
- **GONZALEZ, D y ORLANDO, J.J. 1993.** Distribución y Marketing. Ediciones Macchi.
- **IMMING, Bernard. 1987.** Dirección y Operación de Frutas y Verduras. Ediciones Universidad del Salvador.
- **LESKOVAR, L. Mario. 1995.** Alternativas de Producción, Distribución y Consumo Frutihortícola en Senillosa. Universidad del Comahue.
- **MAK FRESH. 1995.** Seminario Internacional sobre Conceptos Modernos de Marketing de Productos Hortícolas.
- **Manual del Exportador Hortofrutícola. 1990/91.** Fundación Chile. Departamento Agro Industrial.
- **Normas de Calidad para Frutas y Hortalizas. 1992.** Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid.
- **Programa de Capacitación de Ventas Minoristas de Productos Frutihortícolas Frescos del PMA. 1992.** Fundación Chile.

- **Villegas A. y Benito M., 1993.** Programa de Producción y Comercialización de Hortalizas. Ente Provincial de Rio Colorado. 25 de Mayo La Pampa.
- **Villegas A. y Benito M., 1994.** Programa de Producción y Comercialización de Hortalizas. Municipalidad de Chos Malal Neuquén.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
BIBLIOTECA
