

# Proponen cambios en mercados concentradores para mejorar precios en frutas y verduras

17/02/2021

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) le planteó al presidente, Alberto Fernández, la necesidad imperiosa de generar mercados concentradores transparentes para mejorar los precios al público de las frutas y verduras. Para CAME, la realización de remates donde confluyan la oferta y la demanda resulta una iniciativa fundamental para lograr bajar los precios de las frutas y verduras que, según el INDEC, subieron un 64,4% y un 58%, respectivamente, durante el 2020.

Un dato no menor es que la aparición del Covid-19 produjo que la demanda de productos frescos se incrementara un 20% el año pasado con la particularidad, por ejemplo, que un monte frutal demora al menos 6 años en brindar su primera cosecha.

“Como entidad que representa a las pequeñas y medianas empresas agropecuarias estamos sumamente preocupados por las altas distorsiones de precios que sufren los consumidores en alimentos básicos y saludables”, dijeron desde el sector de Economías Regionales de CAME.

La ausencia de mercados concentradores transparentes hace que se genere un lugar propicio para la triangulación intra y extra-mercados, encareciendo la mercadería de forma innecesaria sin valor agregado alguno. Hay que terminar con la aceptación del ‘Precio Oído’ que, por décadas, fue un factor distorsivo. Esto condiciona el libre juego de la oferta y la demanda y hace que los consumidores estén expuestos a una imposición de un operador comercial.

Según el último Índice de Precios en Origen y Destino (IPOD), la participación promedio del productor agropecuario en el precio final de las frutas y verduras se ubica en torno al 25%

(en algunos casos no llega al 7,5%). El Estado, en tanto, tiene una participación del 32%, llegando al 40% si se suman los tres niveles (nación, provincias y municipios).

En este sentido, CAME también plantea aliviar la carga tributaria que pesa sobre los productores frutihortícolas para mejorar el margen de rentabilidad del sector y, en definitiva, aumentar la producción y el empleo genuino en la cadena de valor.

Cabe mencionar que las agrupaciones que integran la denominada «economía popular» podrían abastecer apenas el 30% del consumo de verduras del AMBA y, pese a haber sido incorporadas al Mercado Central como un operador más, no lograron conseguir mejores precios ni para el productor ni para el consumidor. Por ello, se propone propiciar el encuentro de productores con consumidores para eliminar costos ocultos y fomentar precios transparentes.

Uno de los aspectos centrales de las propuestas de la entidad se basa en una campaña de difusión y concientización acerca del consumo de alimentos saludables de estación para evitar abusos comerciales fomentando, por ejemplo, la compra de productos frescos sustitutivos.