

Estudio sobre el estado actual del Mercado de Tres de Febrero para la mejora de sus procesos logísticos y la calidad de los productos frutihortícolas.

Jatib M.I., Repetto H., Kadener L., Díaz E.

RESUMEN

Los mercados mayoristas, por su carácter de concentradores de alimentos, deben asegurar la inocuidad y la calidad de los productos que comercializan. En el partido de Tres de Febrero, opera el Mercado 3 de Febrero Cooproyco bajo la órbita del área de Bromatología de la Municipalidad que tiene la misión de estudiar los alimentos, sus cualidades y composición para prevenir enfermedades y cuidar la salud de los vecinos del partido. Una problemática característica de la provincia es que los mercados operan en condiciones de cierta informalidad, bajo infraestructuras inadecuadas y con sistemas de control deficientes que no permiten asegurar la calidad de los productos ni la trazabilidad de la cadena. A esto se le suma la falta de almacenamiento y transportes refrigerados, y el uso de embalajes precarios (principalmente cajones de madera abiertos y reutilizados), lo que no solo atenta contra la calidad de los alimentos, sino que además genera elevados niveles de deshechos y desperdicios. En este sentido se plantea llevar a cabo un relevamiento del Mercado y de su cadena de abastecimiento y distribución.

ABSTRACT

Provided they gather large quantities of food, wholesale markets, must guarantee the innocuousness and quality of the products they sell. In the Tres de Febrero Partido, the Mercado 3 de Febrero COOPROYCO operates under the control of the bromatology area of the municipality, which has the mission of studying the foods, their quality and composition to prevent diseases and take care of the neighbors' health. A typical problem of the province is that markets operate in rather informal conditions, with inadequate infrastructure, and with deficient control systems that does not assure the quality of the products nor the traceability of the chain. In addition, the lack of storage and refrigerated transports and the use of precarious packaging (mainly reused wooden crates), which does not only infringe upon the quality of the foods but also produces high amounts of waste and refuse are factors contributing to the problem as well. In this sense, a study of the Mercado and its supply and distribution chain is posited.

PALABRAS CLAVE

Calidad alimentaria, procesos logísticos, eficiencia de procesos industriales.

KEY WORDS

Food quality, logistic processes, industrial processes efficiency.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la producción y el intercambio de frutas y hortalizas a nivel mundial han tenido una alta tasa de crecimiento. Por esta razón, comenzaron a cambiar los principales ejes de la actividad, en los que se destacan la incorporación de nuevas tecnologías para aumentar la calidad de los productos, el cuidado de la salud de la población y del estado del medio ambiente, el conocimiento de la trazabilidad de los productos y el aumento de la cantidad de asociaciones de productores en los distintos eslabones de la cadena.

La nueva estrategia de la actividad frutihortícola consta en vincular todos los eslabones de la cadena para desarrollar un producto que sea justo para toda la cadena y los actores involucrados en ella. El sector frutihortícola está compuesto de muchos pequeños productores distribuidos en diferentes áreas de producción y en muchos casos alejados de los centros de consumo. Esta es la principal razón por la cual tradicionalmente los productos llegan al consumidor a través de un intermediario. El canal de comercialización más frecuente es través de los mercados centrales, en donde mayoristas, distribuidores, importadores o intermediarios están agrupados y los productos que provienen de distintas partes del país y del extranjero, son distribuidos a los comercios minoristas, restaurantes y otras casas de comida, cadenas de supermercados y otros comercios locales o incluso a otros mercados regionales de menor importancia.

La producción en las distintas áreas productivas del país debe llegar a los principales centros de consumo. La comercialización de la producción puede realizarse vía circuitos directos y circuitos indirectos. El circuito directo refiere al aprovisionamiento de proximidad, en el que el productor vende directamente al consumidor final o comercializa con el vendedor minorista. El circuito indirecto implica un mayor número de operaciones intermediarias, que incluye el circuito tradicional en el que la producción se canaliza vía Mercado Concentrador, y que posee la característica de la presencia física del productor al momento de la operación de compraventa; y el circuito de gran distribución (supermercados - hipermercados), prescinde de la presencia física del productor en el momento de la compraventa.

Para que las frutas y verduras lleguen al consumidor, cualquiera sea el circuito comercial elegido por el productor, es necesario utilizar un transporte.

Una encuesta realizada por FAO (2010) a referentes calificados que representan a 8.000 establecimientos en 16 provincias argentinas indica que el 20% de los productos recorren menos de 50 kilómetros para llegar a mercado, el 40% entre 51 y 100 km de distancia y el 40% restante más de 200 kilómetros. Por otra parte, el 5% de la producción se destina al mercado local, el 45% a los mercados regionales y el 50% al mercado nacional. Las deficiencias en la cosecha, los escasos controles de calidad tanto para frutas y hortalizas,

así como las falencias en el transporte y frío implican pérdidas de volumen y de calidad en el producto comercializado. En ese sentido, el 65% de los encuestados opina que la red vial está en malas condiciones y que sólo el 25% de la mercadería transita caminos pavimentados para llegar al mercado. Sólo el 5% de la mercadería es cargada mecánicamente y la totalidad se hace en camiones no refrigerados. El 45% de los encuestados informa daños en el producto durante el proceso de transporte.

Se estima que en la Argentina existen unas 350.000 unidades de transporte pertenecientes a unas 150.000 empresas, lo que hace un promedio de un poco más de dos unidades por empresa. Sólo 51 empresas poseen más de 100 unidades. Esto determina que en su gran mayoría las empresas de transporte son de pequeñas dimensiones.

Casi la totalidad del transporte se realiza en camiones de carga general y muy pocos de ellos han sido diseñados específicamente para el transporte de productos frutihortícolas. Sin dudas, ello repercute en la calidad de los productos frescos que llegan al consumidor, la que es altamente variable. En gran medida la variabilidad se debe a las prácticas a lo largo de la cadena. Además de los problemas que puedan provenir del campo, como enfermedades y daños durante la cosecha y preparación; el empaque y el transporte pueden generar cambios en la calidad de la fruta y verdura obtenida. Mientras una correcta presentación puede favorecer la conservación, transporte y comunicación del producto a comercializar, las deficiencias en esta etapa pueden acarrear exceso de manipuleo y daños en el producto. A su vez, las redes de transporte pueden facilitar o dificultar la llegada a tiempo del producto al mercado y pueden hacer que este no sea apto para la comercialización fresca. Las cargas mixtas (transporte en simultáneo de más de un producto por parte de un transportista) pueden afectar a la calidad al generar problemas de almacenaje por incompatibilidad de estiba de los embalajes, problemas de aireación/humedad/temperatura de los productos, etc.

Al pasar por toda la cadena de distribución, los productos pasan por varios eslabones antes de llegar al consumidor, y es objetivo a nivel mundial lograr que estos últimos accedan a alimentos sanos, que no afecten la salud de la población provocando las llamadas ETAs (enfermedades transmitidas por los alimentos). En Argentina, la institución encargada de controlar que los productos frutihortícolas lleguen al consumidor en condiciones óptimas y que no afecten la salud es SENASA mediante un plan de Monitoreo, que a través de la toma de muestras determina la presencia de contaminantes, en los Mercados Mayoristas de frutas y hortalizas. A su vez, cada provincia y municipio también tiene el poder de policía para controlar a los establecimientos para garantizar la inocuidad de los productos y que estos estén en condiciones aptas para el consumo.

OBJETIVOS

Al tener conocimiento respecto a la organización, condiciones de calidad e inocuidad y la logística del Mercado de 3 de Febrero, se podrá describir las prácticas actuales, falencias, aciertos, limitantes, desafíos y oportunidades, como aporte al Mercado, a la Municipalidad de Tres de Febrero y en beneficio de sus habitantes.

Objetivos Específicos:

- Relevar y analizar el funcionamiento del Mercado de 3 de Febrero.
- Conocer y controlar la cadena de abastecimiento y distribución del Mercado de 3 de Febrero.
- Articular los recursos existentes en la universidad con las acciones del municipio.

METODOLOGÍA

Desde el aspecto metodológico, esta investigación tiene un carácter transversal, en el sentido de que buscará analizar un momento determinado de la situación actual, teniendo en cuenta el contexto general. Se define como exploratoria, porque nos permitirá abordar algunos conceptos y aspectos guías no investigados o poco desarrollados anteriormente, de manera que podamos familiarizarnos con los fenómenos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más amplia e identificar conceptos y variables.

Como herramientas metodológicas se proponen la aplicación de entrevistas a los actores claves, encuestas dirigidas a representantes de las distintas áreas del mercado y por último se realizarán observaciones sobre la información obtenida.

El proyecto plantea dos líneas de acción. La primera consiste en realizar un relevamiento del Mercado de 3 de Febrero que incluye:

- Describir los actores que operan y su funcionamiento.
- Establecer el flujo de procesos y de productos analizando la cadena de suministro tanto hacia atrás como hacia adelante desde el punto de vista del mercado.
- Describir las prácticas actuales, falencias, aciertos, limitantes, desafíos y oportunidades.
- Identificar y presentar las posibilidades de mejoras.

Se espera de esta primera acción obtener un informe diagnóstico que sirva como insumo para las siguientes etapas del proyecto.

La segunda línea de acción implicará trabajar la información relevada junto a la municipalidad, de modo que les permita mejorar sus acciones de control y evaluar la posibilidad de inversión para la implementación de las mejoras propuestas.

CONCLUSIONES

En la actualidad las municipalidades no realizan las inspecciones con habitualidad y si se realizan, solo se pone el enfoque en los mercados dejando fuera a los transportistas, al análisis de los productos y los puntos de venta minorista, por lo que en muchos casos no se puede mejorar la calidad ni la inocuidad. Mediante el avance de este proyecto logramos coordinar y presenciar reuniones con autoridades tanto del Mercado Central como del Mercado de Tres de Febrero. Se les planteó la situación actual del Mercado de Tres de Febrero y se les pidió colaboración para realizar distintas encuestas con el objetivo de conocer la situación del mismo con fines académicos para realizar el estudio y poder garantizar la inocuidad de los productos y que estos estén en condiciones aptas para el consumo. En la segunda parte del proyecto, se realizarán las encuestas para poder establecer el mapa logístico del funcionamiento del Mercado de Tres de Febrero.

BILBIOGRAFIA

- [1] FAO. (2012). Pérdidas y desperdicio de alimentos en el mundo – Alcance, causas y prevención. Roma.
- [2] FAO. (2014). Pérdidas y desperdicios de alimentos en América Latina y El Caribe. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe. Julio.
- [3] Jatib, María Inés (2014). Fortalecimiento de la Gestión de Calidad e Inocuidad Alimentaria en el Mercado Central de Buenos Aires. Proyecto UCAR – PROSAP. Estudio de Factibilidad. Informe final. Diciembre.
- [4] FAO (2003). Manual Para la Preparación y Venta de Frutas y Hortalizas. Del campo al mercado. Roma.
- [5] Gobierno de Santa Fe. Ministerio de la producción. (2011). Cadena Frutihortícola Santafesina. Una nueva visión para la producción y el desarrollo.
- [6] Barbero, Liliana. (2012). Estudio sobre hábitos de consumo de frutas y verduras de los consumidores cordobeses.
- [7] Rocco, R., Ruiz Arregui, J. (2016). Logística del cinturón hortícola platense.